

Муниципальное учреждение администрация  
Верхошижемского района Кировской области  
Муниципальное казенное образовательное учреждение  
дополнительного образования Дом детского творчества «Фантазия»  
пгт Верхошижемье Кировской области

Принята на заседании  
педагогического совета  
от 28.08. 2023  
Протокол № 01



Утверждаю:

Директор МКОУ ДО ДДТ «Фантазия»

О. С. Опарина

Приказ №23 от 28.08.2023

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа  
технической направленности  
**«В моменте»**

Возраст обучающихся: 10-15 лет

Срок реализации: 1 год

Составитель:  
Саввиди Ольга Александровна,  
педагог дополнительного образования

д. Сырда  
2023

## Содержание.

Раздел 1. «Комплекс основных характеристик программы»	3
1.1. Пояснительная записка	3
1.2. Цели и задачи	5
1.3. Планируемые результаты	5
1.4. Учебно - тематический план	7
1.5. Содержание учебного плана	8
Раздел 2. «Комплекс организационно – педагогических условий»	12
2.1. Формы аттестации и оценочные материалы	12
2.2. Условия реализации программы	13
2.3. Список литературы	18

## **Раздел 1. «Комплекс основных характеристик программы».**

### **1.1 Пояснительная записка.**

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа **технической направленности** «В моменте» (далее программа) составлена на основе общеобразовательной программы дополнительного образования «Школьный медиацентр» (автор Меньщикова П.В., Частоозёрская общеобразовательная школа) и в соответствии с нормативно – правовыми документами:

1. Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» (№ 273-ФЗ от 29.12.2012 г.);
2. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 марта 2022 года № 678- р «Концепция развития дополнительного образования детей» (с изменениями в Распоряжении Правительства Российской Федерации от 15 мая 2023г. № 1230-р).
3. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».
4. Постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации № 28 от 28.09.2020 г. «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодёжи».
5. Распоряжением Министерства образования Кировской области от 30.07.2020 № 835 «Об утверждении Правил персонифицированного финансирования дополнительного образования детей на территории Кировской области».
6. Уставом МКОУ ДО ДДТ «Фантазия» от 24.06.2021г., регистрационный № 235.

#### ***Программа реализуется по сетевому взаимодействию.***

При разработке программы автор опирался на «Методические рекомендации по разработке и реализации дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ (включая разноуровневые и модульные)». Киров: КОГОБУДО «Дворец творчества – Мемориал», РМЦ, 2020.

#### **Актуальность**

Изменение информационной структуры общества требует нового подхода к формам работы с детьми. Получили новое развитие средства информации: глобальные компьютерные, телевидение, радио, мобильные информационные технологии должны стать инструментом для познания мира и осознания себя в нём, а не просто средством для получения удовольствия от компьютерных игр и «скачивания» тем для рефератов из Интернета.

#### **Значимость программы для региона.**

Наше время – время активных предприимчивых, деловых людей. В стране созданы предпосылки для развития творческой инициативы, открыт

широкий простор для выражения различных мнений, убеждений, оценок. Все это требует развития коммуникативных возможностей человека. Научиться жить и работать в быстро изменяющемся мире, обучить этому своих учеников - основная задача школы.

### **Отличительные особенности программы.**

Одна из особенностей программы - ее практико-ориентированный характер. Обучающиеся проходят обучение в процессе работы над реальным медиапродуктом – пополнение видео-, фотоархива со школьных и городских праздников и мероприятий, работа над созданием медиатекстов, видеонОВОСТЕЙ о событиях в школе для официального сайта, мультимедийное сопровождение традиционных мероприятий, фестивалей, конкурсов. Главной задачей также является не только выпуск готовых медиапродуктов (передач, видеороликов) по запланированному графику, но и обучение воспитанников по данному направлению через тренинги, мастер-классы, участие в конференциях и конкурсах.

В процессе работы школьного художественно-творческого медиacentра создаются и постоянно пополняются видео-, фото-, и аудиоархивы, печатные медиатексты, непосредственно относящиеся к деятельности школы: фотосъемка проводимых в школе мероприятий (семинаров, конференций и т.п.) с целью дальнейшего оформления в цифровой медиаресурс;

- видеосъемка, монтаж и выпуск готовых цифровых медиапродуктов, посвященных различным мероприятиям, проводимым на территории школы и вне ее, художественно-творческим, информационным школьным видеопроектам, медийное сопровождение школьных праздников, видеозапись и т.д.

**Новизна** данной программы заключается в использовании современных методик и технологий, возможности более углубленного изучения гуманитарных и технических наук, овладение новыми информационными компетенциями. Создание интерактивного виртуального образовательного поля позволяет расширять и дополнять учебную программу - это еще один из элементов новизны данной программы.

### **Педагогическая целесообразность.**

Наиболее оптимальной формой организации деятельности является создание школьного Медиacentра, где проходит изучение всей совокупности средств массовой коммуникации и овладение разносторонними процессами социального взаимодействия. Здесь отрабатывается авторская позиция ученика, возможность её корректировки в общепринятой культурной норме, создание условий для информационно-нравственной компетенции учащихся, самоутверждения и становления личностной зрелости подростка. Школьный медиacentр — это возможность максимального раскрытия творческого потенциала ребенка. Работа над созданием медиапродукта позволяет проявить себя, попробовать свои силы в разных видах деятельности – от гуманитарной до технической. И, конечно же, показать публично результаты своей работы.

Важная особенность работы состоит в том, что она является коллективной социально-значимой деятельностью. Трансляция с мероприятия, новостной блок, тематические видеоролики, медиастатья могут быть подготовлены только общими усилиями творческого коллектива. От этого зависит и успех, и зрительское внимание. Но с другой стороны учитываются *индивидуальные особенности* каждого обучающегося, участвующего в работе школьного медиацентра.

**Адресат программы.**

Программа рассчитана на детей от 10 до 15 лет.

Набор детей в объединение свободный. Состав группы постоянный, может быть разнополым и разновозрастным. Минимальное количество детей в группе – 7 человек, максимальное - 12.

**Объем программы** – 68 часов.

**Срок освоения** – 34 недели в рамках одного учебного года.

**Форма обучения** - очная.

**Уровень программы** – ознакомительный.

**Особенности организации образовательного процесса.**

Форма реализации образовательной программы традиционная; организационная форма обучения – групповая; группа разновозрастная. Занятия проводятся либо в аудитории (теоретического характера), либо в актовом зале (интерактивные), либо не закреплены за определенным местом (практические). Используются эффективные формы и методы:

- творческие проекты;
- мастер-классы;
- тренинги «Берем интервью»;
- регулярный выпуск новостей в школьной группе в социальной сети и видеороликов;
- дискуссии для юных журналистов;
- прием видеороликов и другой медиапродукции.

**Режим занятий.**

Занятия проводятся два раза в неделю по 2 академических часа.

**Цель программы:** создание условий для творческой самореализации и успешной социализации личности обучающегося в условиях современных информационных технологий через включение детей в процесс получения и обработки информации.

**Задачи программы:**

*Образовательные:* формировать знания, умения и навыки обучающихся в области информационной среды.

*Развивающие:* развивать мотивационную и когнитивную готовность к различным видам деятельности и профессиональная ориентация в области таких профессий как корреспондент, дизайнер, а также фоторепортёр, видеооператор, режиссёр и др.

*Воспитательные:* воспитывать чувство коллективизма, взаимопомощи и взаимовыручки, дисциплинированность.

### 1.3 Планируемые результаты.

#### *Личностные результаты:*

- коммуникабельность, общая эрудиция, уровень культуры, выразительность речи, дисциплина и ответственность за порученное дело;
- общение и взаимодействие с окружающими на принципах уважения и доброжелательности, взаимопомощи и сопереживания;
- проявление положительных качеств личности и управление своими эмоциями в различных ситуациях и условиях;
- трудолюбие и упорство в достижении поставленных целей;
- оказание бескорыстной помощи своим сверстникам, нахождение с ними общего языка и общих интересов.

#### *Метапредметные результаты:*

*Предметная компетентность:* способность применять полученные знания в различных жизненных ситуациях.

*Личностная компетентность:* мотивация к занятиям, ориентация на соответствующие профессии; готовность и способность к реализации творческого потенциала в предлагаемых видах деятельности.

*Информационная компетентность:* готовность использовать информационные источники, литературу по данной направленности.

*Рефлексивная компетентность:* способность к самоанализу собственных достижений в области освоения программы.

*Коммуникативная компетентность:* способность к сотрудничеству и общению.

#### **Предметные результаты.**

##### **Обучающиеся должны знать:**

- основные термины по программе;
- классификацию технологий по типам телевидения и информации;
- этапы создания телепередач;
- телевизионные жанры;
- специфику регионального телевидения;
- особенности детской тележурналистики;
- принцип построения ток-шоу;
- требования к ведущему ток-шоу;
- критерии отбора новостей и их стили;
- требования к вопросам для интервью;
- основы операторского мастерства;
- устройство цифровой видеокамеры;
- основы работы с видеокамерой;
- историю возникновения и развития рекламы, основные классификации рекламы;
- особенности функционального назначения рекламных текстов;
- лингвистические особенности рекламных текстов.

##### **Обучающиеся должны уметь:**

- правильно организовать рабочее пространство, помогающее задействовать все ресурсы;
- выявлять интересующие темы для дальнейшего планирования работы видеогруппы, информационные поводы;
- снимать ролик-презентацию по предложенной теме;
- писать медиастатью по заданной теме;
- работать с аудиторией ток-шоу;
- писать проект «Мой герой» и презентовать его;
- готовить вопросы для интервью;
- снимать новостной сюжет, озвучивать, делать монтаж;
- защищать групповую работу в форме публичного выступления с использованием медиасопровождения;
- говорить грамотно, а писать правильно;
- составлять рассказ от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону;
- составлять монолог представителей аудитории с различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящимися на разных уровнях медиавосприятия;
- выявлять речевые и стилистические ошибки в устной и письменной речи;
- делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие;
- создавать рекламный текст по заданной теме.

**Формы подведения итогов реализации программы.**

Публичная защита своей проектной работы. Участие в конкурсах.

**1.4. Учебный план.**

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации/ контроля
		всего	теория	практика	
1	Введение. Я и медиапространство	8	2	6	ролик-презентация
2.	Информационные и мультимедийные технологии	8	6	2	медиастатья
3	Медиапрограммы	20	8	12	презентация проекта «Мой герой»
4.	Источники информации	20	8	12	Защита групповых работ
5.	Практика речи	2	1	1	тестирование «Речевая грамотность»
6.	Жанровое разнообразие	6	2	4	Игра-соревнование

					«Все, что вы хотели спросить»
7	«Медиаобразование на материале рекламы»	4	2	2	создание рекламного текста
	Итого:	68	29	39	

## 1.5. Содержание учебного плана.

### 1. Введение. Я и медиапространство (8 часов)

Вводное занятие. Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их городе, стране, в мире.

Интерактивная игра: Что Я хочу узнать и чему научиться. Цели и задачи. Позволит выявить основные интересы и мотивы ребенка, построить индивидуальную целеполаганию.

Новостная редакция. Кто есть кто? Знакомит с составом редакции, функционалом. Мини-тест на выявление наклонности к той или иной направленности.

Интерактивная игра: Строим ньюс-рум. Выбираем главных редакторов групп.

Что такое ньюс-рум. Как правильно организовать рабочее пространство, помогающее задействовать все ресурсы. Самые главные отделы редакции и их редакторы.

Работа редакции новостей. Игра «Ищи и найди».

Интерактивная игра: «У каждого своя елка». Пример описания места событий. Отработка в парах приема описания события в форме тренинга.

«Инфотеймент». Что это такое? Принцип «Информируем, развлекая». Игра-презентация своего коллектива.

**Текущий контроль:** задание на дом: снимаем ролик-презентацию по предложенной теме.

### 1. Информационные и мультимедийные технологии (8 часов)

Классификация технологий по типам телевидения. По типу информации это могут быть: текстовые, табличные, графические, звуковые, видео и мультимедийные данные. Особенности каждого типа, как источника передачи информации. Работа с таблицей.

Форматы. История смены формата. Исследователи медиа Альберт Моран и Джастин Мэльбон. Корень формата. Формула определения возраста аудитории и работа в парах.

«Обертка» формата. Стиль и содержание.

Целевая аудитория. Работа со статистикой. Выявление интересующих тем для дальнейшего планирования работы видеогруппы.

Информационные поводы



Ньюсмейкерство – целенаправленная деятельность по превращению любого события в жизни фирмы в элемент публицити, бесплатно распространяемой о фирме интересной (и, безусловно, правдивой) информации. Концепция государственной информационной политики. Общественное мнение - специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках (как в устной, так и в письменной форме) и характеризующее явное (или скрытое) отношение больших социальных групп (в первую очередь большинства народа) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес. 6 основных вопросов для новостей. Мониторинг - это отслеживание публикаций по конкретной тематике в СМИ. Две основные составляющие мониторинга - контекст (список ключевых слов) и база СМИ (список источников).

Топ-лайн. Head-line – заголовок, привлекающий внимание. Тренинг по созданию ярких заголовков. Конвейер новостей, что это такое.

**Текущий контроль:** пишем медиастатью по заданной теме. Ребятам дается индивидуальное контрольное задание, по итогам которого они должны предоставить новостную статью.

## **2. Медиапрограммы (20 часов)**

Новостные сюжеты и аналитические программы – как разновидность программ телевидения. Этапы создания телепередач. Телевизионные жанры. Специфика регионального телевидения. Особенности детской тележурналистики. Дать определение понятию «Развлекательная программа», их разновидности, особенности. Принцип построения ток-шоу. Драматургия ток-шоу. Герои ток-шоу. Работа с аудиторией ток-шоу. Ведущий ток-шоу: требования и особенности работы.

Жанры журналистики: репортаж, интервью. Краткая характеристика информационных жанров. Алгоритм построения статьи в жанре «интервью», «репортаж». Эффект присутствия.

Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...». Погружение ребят в роль репортера в поисках сенсации, отработка навыка создавать репортаж и брать интервью.

Интерактивная игра студии «ФрешМедиа», позволяющая погрузиться в роли редакторов студии и рядовых работников. Игра построена на основе тимбилдинга.

Новостной проект (ищем героев). Работа в паре, где каждому дано задание, нацеленное на поиск информации, ее обработке, фотоиллюстрировании и создании черновика статьи.

Задание на дом: проектная работа «Мой герой». Оформление черновика в готовую работу.

**Текущий контроль:** презентация проекта «Мой герой» - контрольное задание в форме публичного выступления. Работа выполняется с учетом пройденного материала.

## **3. Источники информации (20 часов)**

Запись выпусков новостей. Новостные сюжеты. Критерии отбора новостей. Вёрстка новостного выпуска. «Классический», «домашний», «публицистический» стиль новостей.

Репортажи. Цели и особенности. Активное слушание. Коммуникативные техники. Подготовка вопросов для интервью. Требования к вопросу. Взаимодействие журналиста и оператора при съёмке репортажа.

Монтажные программы «CoolEditPro» и «SoundForge» - знакомство с программой для диджеев, саунд продюсеров и всех тех, кто работает с музыкой. В программу входят набор утилит, предназначенных для работы со звуком, большое количество фильтров, эффектов, а также мультимедийный конвертер.

Тренажеры репортажей. Создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Видеофильтры.

Съёмка новостного сюжета, озвучание, монтаж (face to face). Выбор плана при съёмке человека. Монтаж по крупности. Обрезка, «воздух». Съёмка взаимодействующих объектов. Съёмки диалога. «Правило восьмёрки». Панорама. Переход фокуса. Движение камеры. Монтажная фраза.

Композиция кадра. Импортинирование видеофайлов на компьютер. Основные правила и меры безопасности при обращении с компьютером. Работа с видеофайлами на компьютере. Программы для обработки и просмотра видеофайлов. Требования к компьютеру для видеомонтажа. Технология нелинейного видеомонтажа. Работа с программой видеомонтажа. Создание видеофайлов для монтажа видеосюжета. Запись закадрового текста. Основные инструменты программы видеомонтажа. Интерфейс программы. Форматы видеофайлов. Настройки программы для начала работы.

Групповая работа: Репортаж «Один день из жизни школы». Видеосъёмка готового материала. Монтаж, работа с видеоархивом

**Текущий контроль:** Защита групповых работ в форме публичного выступления с использованием медиасопровождения.

#### 4. Практика речи (2 часов)

Упражнения для каждого участника группы. Сущность слова. Слово и понятие. Многозначность слова. Составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа; медиатекста с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону;

Учимся говорить грамотно, а писать правильно. Практическая игра: составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа

медиатекста: с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону; составление монологов (воображаемых «писем» в редакции газет и журналов, на телевидение, в министерство культуры и т.п.) представителей аудитории с различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящихся на разных уровнях медиавосприятия.

Личный список слов-ошибок – тренинг по выявлению речевых и стилистических ошибок в устной и письменной речи.

Интерактивная игра «Как не делать репортаж» - чередования эпизодов, вызывающих положительные (радостные, веселые) и отрицательные (шоковые, грустные) эмоции у аудитории, то есть опора на психофизиологическую сторону восприятия на примере конкретного медиатекста массовой (популярной) культуры;

Дресс-код стендапов. «Говорящий фон». Съёмка «стенд-апа». Звуковые эффекты

**Текущий контроль:** тестирование «Речевая грамотность» - контрольное задание

## 5. Жанровое разнообразие (6 часов)

Основы операторского мастерства. Основы современной ТВ-ой и видео продукции, механизмы ее производства. Взаимодействие оператора и журналиста по решению творческой задачи. «Картинка» - основа телесюжета. Алгоритм работы оператора при съёмке телесюжета. Съёмки в особых условиях освещенности.

Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие. Телевизионный язык: умение рассказывать «картинками». Композиция телевизионного сюжета. Типы и элементы телевизионных сюжетов. Взаимодействие журналиста и оператора при работе над сюжетом. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап».

Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось. Тимбилдинг.

Основы работы с видео камерой. Устройство цифровой видеокамеры. Обращение с видеокамерой. Функциональное назначение элементов управления видеокамерой и их грамотное применение. Техника безопасности при работе с видеокамерой. Требования к видеоряду. Основные правила видеосъёмки. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съёмках без штатива. Обработка полученного материала. Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по

крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр. Использование «перебивок», деталей.

**Текущий контроль:** Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить», проверяющая знания по данному разделу.

## **6. «Медиаобразование на материале рекламы» (4 часов)**

История возникновения и развития рекламы.

1) Возникновение рекламы в России. Первые рекламные ролики. Что способствовало возникновению и развитию рекламы.

Реклама: понятие, функции, цели и виды.

Виды рекламы, способ воздействия рекламы, способ выражения рекламы, рациональная реклама, эмоциональная реклама, «жесткая» и «мягкая» реклама, имиджевая реклама, стимулирующая реклама, реклама стабильности, внутрифирменная реклама, реклама в целях расширения сбыта продукции, увещательная реклама, сравнительная, подкрепляющая, превентивная, информирующая реклама.

Классификация рекламы.

Три основные классификации рекламы (визуальная, аудиальная, аудиовизуальная). Данные классификации позволят учащимся определить рекламу как особый жанр публицистики.

Особенности функционального назначения рекламных текстов.

Основная цель рекламы. Две основные функции: а) информативную (информирует или сообщает о том или ином товаре или услуге); б) воздействующую (побуждает воспользоваться данной услугой или приобрести данный товар).

Лингвистические особенности рекламных текстов: лаконичность, необычность, оригинальность, экспрессивность, сигнальный характер, языковое наполнение текста.

### ***Структура рекламного текста.***

Компоненты рекламного текста: заголовок, лозунг, зачин, информационный блок, справочная информация, лозунг 2 (девиз).

Содержание композиционной части рекламного текста.

Целевое назначение структурного элемента.

Специфика отбора языковых средств для рекламных текстов.

Языковые средства. С отклонениями от норм: сочетание латиницы с кириллицей, соблюдение норм дореволюционной орфографии, игра слов, каламбур, окказионализмы, персонификация, фонетические повторы, дефразеологизация. Без отклонения от норм: глагольные формы, конкретные существительные, специальная терминология, риторический вопрос, инверсия, повторы.

**Текущий контроль:** создание рекламного текста по заданной теме.

## **Раздел 2. «Комплекс организационно – педагогических условий».**

### **2.1. Формы аттестации.**

В ходе реализации программы оценка ее эффективности осуществляется в рамках текущего, промежуточного, итогового контроля. Педагог использует различные способы диагностики: наблюдение, собеседование, зачётные задания и т.д.

**Текущий контроль** осуществляется в течение учебного года в форме тестирования, публичных демонстраций своих медиарбот, выполнения групповых заданий.

**Промежуточный контроль** для определения результативности обучающихся педагогом проводится конкурс проектных работ на свободную или заданную тему.

**Итоговый контроль** осуществляется по окончании прохождения всей программы в форме публичной защиты своей проектной работы, а также обучающимся объединения засчитываются результаты итогового контроля при наличии документов, подтверждающих призовые места муниципальных, региональных, всероссийских и международных конкурсов.

## **2.2. Условия реализации программы.**

### ***Методическое обеспечение.***

Программа предусматривает использование традиционных педагогических технологий (технология личностно – ориентированного и развивающего обучения, коллективного творчества и др.).

*Формы и методы, используемые в ходе реализации программы.*

Программа базируется на следующих концептуальных основах:

1. Включение в воспитательный процесс всех сфер личности: интеллектуальной (сознательное усвоение подростком общественных норм поведения); действенно-практической (вовлечение в общественно полезную деятельность); эмоциональной (отношение с окружающими).

2. Единство и взаимодополняемость педагогических и психологических методов.

3. Принцип личностной направленности - учет индивидуальных склонностей и интересов, своеобразие характеров, упор на личностное достоинство подростков, опора на положительное в его личности.

4. Комплексный и системный подход к диагностике.

5. Учет возрастных и индивидуально-личностных особенностей детей.

Основной формой организации учебно-воспитательного процесса является практическое занятие. Эффективность занятия во многом зависит от того, какие методы организации деятельности учащихся будут применяться. Широко используются фронтальный, групповой, поточный методы, метод индивидуальных заданий.

Фронтальный метод наиболее эффективен, так как упражнения выполняются учащимися одновременно. Он может применяться во всех частях занятия при совершенствовании и повторении пройденного материала, при обучении новому материалу.

Групповой метод применяется при отработке навыков работы с компьютерными программами, практическими заданиями. Разбивка на

группы и выполнение различных заданий требуют подготовки актива учеников. Групповой метод позволяет контролировать занимающихся и вносить необходимые коррективы, направлять внимание на группу, выполняющую более сложные задания, либо на менее подготовленную группу.

Применение группового метода целесообразно при ограниченном месте занятий, когда одна или несколько групп выполняют отработку умений за компьютером, а другие группы учеников занимаются составлением сценария, текста.

Поточный метод предусматривает поочередное выполнение учащимися упражнений. Применение этого метода в сочетании с разделением на группы позволит повысить плотность занятий и их интенсивность.

Метод индивидуальных занятий заключается в том, что занимающиеся получают задания и самостоятельно выполняют их. Он может сочетаться с другими методами, дополнять их.

Помимо занятий в образовательном учреждении в ходе образовательного процесса также применяются такие формы организации деятельности учащихся как экскурсии, различные виды лекций в специализированных компьютерных центрах, встречи с интересными людьми.

Основной формой учебно-воспитательного процесса являются практические занятия.

### **Требования к презентации в Power Point.**

№		Требования	Примечания
1.	<b>Основные слайды презентации.</b>	Структура презентации: • Для любого типа презентации: 1-ый слайд – титульный лист – тема, автор, логотип; 2-ой слайд – сведения об авторе; 3-ий слайд – содержание презентации с кнопками навигации; в конце – список используемых источников завершающий слайд – повторение контактной информации об авторе.	На 2-ом слайде размещается фотография автора, информация о нём и контактная информация. Кнопки навигации нужны для быстроты перемещения внутри презентации – к любому слайду можно добраться в 2 щелчка. Соблюдайте основные правила цитирования и авторские права!!! (обязательно указание первоисточников материалов: откуда взяли иллюстрации, звуки, тексты, ссылки; кроме интернет-ссылок, указываются и печатные издания)
2.	<b>Виды слайдов.</b>	Для обеспечения наглядности следует использовать разные способы размещения	

		<p>информации и разные виды слайдов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• с текстом</li> <li>• с иллюстрациями;</li> <li>• с таблицами;</li> <li>• с диаграммами;</li> <li>• с анимацией</li> </ul>	
3.	<b>Шрифт.</b>	<p><b>Текст должен быть хорошо виден.</b>  Размер шрифта должен быть максимально крупным на слайде! Самый «мелкий» для презентации – шрифт 24 пт (для текста) и 40 пт (для заголовков).  Лучше использовать шрифты <b>Arial, Verdana, Tahoma, Comic Sans MS</b>  Интервал между строк – полуторный.</p>	<p>Желательно устанавливать <b>ЕДИНЫЙ СТИЛЬ</b> шрифта для всей презентации.</p>
4.	<b>Содержание информации.</b>	<p>При подготовке текста презентации в обязательном порядке должны соблюдаться общепринятые правила орфографии, пунктуации, стилистики и правила оформления текста (отсутствие точки в заголовках и т.д.), а также могут использоваться общепринятые сокращения.  Форма представления информации должна соответствовать уровню знаний аудитории слушателей, для которых демонстрируется презентация.</p>	<p><b>В презентациях точка в заголовках ставится.</b></p>
5.	<b>Объем информации.</b>	<p><b>Недопустимо заполнять один слайд слишком большим объемом информации:</b>  единовременно человеку трудно запомнить более трех фактов, выводов или определений.  Наибольшая эффективность передачи содержания</p>	<p>Размещать много мелкого текста на слайде недопустимо!  Существует мнение, что на слайде должно быть размещено не более 290 знаков (включая пробелы).</p>

		достигается, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.	
6.	<b>Способы выделения информации.</b>	Следует <b>наглядно</b> размещать информацию: применять рамки, границы, заливку, разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки. Если хотите привлечь особое внимание, используйте рисунки, диаграммы, схемы, таблицы, выделяйте опорные слова.	Важно не нарушать чувства меры: не перегружать слайды, но в то же время и не размещать сплошной текст.
7.	<b>Использование списков.</b>	Списки из большого числа пунктов не приветствуются. Лучше использовать списки по 3-7 пунктов. Большие списки и таблицы разбивать на 2 слайда.	
8.	<b>Воздействие цвета.</b>	Важно грамотное сочетание цвета в презентации! На одном слайде рекомендуется использовать <b>не более трех цветов</b> : один для фона, один для заголовков, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Учитывайте, что цвет влияет на восприятие различных групп слушателей по-разному (дети, взрослые, деловые партнеры, участники конференции и т.д.).	Цвет может увеличить или уменьшить кажущиеся размеры объектов. <b>Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).</b>
9.	<b>Цвет фона.</b>	Для фона выбирайте более холодные тона (предпочтительнее) или светлый фон и темные надписи. <b>Пёстрый фон не применять.</b>	Текст должен быть хорошо виден на любом экране! Не забывайте, что презентация отображается по-разному на экране монитора и через проектор (цветовая гамма через проектор искажается, будет выглядеть темнее и менее контрастно)



10.	<b>Размещение изображений и фотографий.</b>	<p>В презентации размещать только оптимизированные (уменьшенные) изображения. Картинка должна иметь размер не более 1024*768</p> <p>Иллюстрации располагаются на слайдах так, чтобы слева, справа, сверху, снизу от края слайда оставались неширокие свободные поля.</p> <p>Перед демонстрацией <b>ОБЯЗАТЕЛЬНО</b> проверять, насколько четко просматриваются изображения.</p>	<p>Для уменьшения объема самой презентации рекомендуется соблюдать правила:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оптимизировать объем изображений ( для уменьшения «веса» картинки можно использовать Microsoft Office Picture Manager);</li> <li>• вставлять картинки, используя специальные поля PowerPoint, а не просто перетаскивать их в презентацию;</li> <li>• обрезать картинку лучше в специализированной программе (Photoshop или др.), а не непосредственно средствами PowerPoint</li> </ul> <p>Как правило, картинка (не фотография) весит меньше в формате gif / png, нежели в jpg и т.д.</p> <p><b>Плохой</b> считается презентация, которая:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• долго загружается и имеет большой размер,</li> <li>• когда фотографии и картинки растянуты и имеют нечеткие изображения!</li> </ul> <p>Помните, что анимированные картинки не должны отвлекать внимание от содержания!</p>
11.	<b>Анимационные эффекты.</b>	<p><b>Анимация не должна быть навязчивой!</b></p> <p><b>Не допускается</b> использование <i>побуквенной</i> анимации и вращения, а также использование более 3-х анимационных эффектов на одном слайде.</p> <p><b>Не рекомендуется</b> применять эффекты анимации к заголовкам, особенно такие, как «Вращение», «Спираль» и т.п.</p>	<p>В информационных слайдах анимация объектов допускается только в случае, если это необходимо для отражения изменений и если очередность появления анимированных объектов соответствует структуре презентации и теме выступления.</p> <p>Исключения составляют специально созданные, динамические презентации.</p>

		При использовании анимации следует помнить о <b>недопустимости</b> пересечения вновь появляющегося объекта с элементами уже присутствующих объектов на экране.	
12.	<b>Звук.</b>	<b>Не допускается</b> сопровождение появления текста звуковыми эффектами из стандартного набора звуков PowerPoint. Музыка должна быть ненавязчивая, а её выбор оправдан!	Звуковое сопровождение слайдов подбирайте с осторожностью, только там, где это действительно необходимо. Того же правила придерживайтесь при использовании анимационных эффектов.
13.	<b>Единство стиля.</b>	Для лучшего восприятия старайтесь придерживаться <b>ЕДИНОГО ФОРМАТА СЛАЙДОВ</b> (одинаковый тип шрифта, сходная цветовая гамма). <b>Недопустимо</b> использование в одной презентации разных шаблонов оформления!	
	<b>Сохранение презентаций.</b>	Сохранять презентацию лучше как «Демонстрация PowerPoint». С расширением <b>.pps</b>	Тогда в одном файле окажутся <b>ВСЕ</b> приложения (музыка, ссылки, текстовые документы и т.д.)

***Дидактическое обеспечение.***

Дидактическое обеспечение программы располагает широким набором материалов и включает:

- литература для обучающихся;
- таблицы, схемы, фотоматериалы;
- электронные учебно-наглядные пособия, в т.ч. компьютерные презентации, видеоролики.

***Оборудование:*** столы, стулья, шкафы, доска.

***Нормативное обеспечение.***

Требование к безопасности образовательной среды. Инструкции по технике безопасности.

Занятия проходят в кабинете.

***Кадровое обеспечение.***

К реализации программы привлекается педагог дополнительного образования, имеющий педагогическое образование и опыт.

### ***Информационное обеспечение.***

Ноутбук, мультимедийный проектор, колонки, электронные учебники и электронные учебные пособия, программы Movavi Photo Editor, Sony Vegas, Picture Manager, Paint.Net, Corel Photo-Paint, Photoshop и др.

### **2.3. Список литературы.**

#### **Для педагога:**

1. Бондаренко Е.А. Творческий проект как элективный курс Образовательные технологии XXI века ОТ'07 / под ред. С.И. Гудиловой, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой. М., 2007 С. 188-194.
2. Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудилова.
3. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. -М.: Просвещение, 2002 – 144 с.
4. Медиакультура. Программа для 1-11 кл. // Основы экранной культуры. Медиакультура: сб. программ / под ред. Ю.Н. Усова. М., МИПКРО, 1996.
5. Мuryюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006 200 с.
6. Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры», Арт-Родник, 2006 г.
7. Бондаренко Е.А. Творческий проект как элективный курс Образовательные технологии XXI века ОТ'07 / под ред. С.И. Гудиловой, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой. М., 2007 С. 188-194.
8. Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудилова.
9. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. -М.: Просвещение, 2002 – 144 с.
10. Медиакультура. Программа для 1-11 кл. // Основы экранной культуры. Медиакультура: сб. программ / под ред. Ю.Н. Усова. М., МИПКРО, 1996.
11. Мuryюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006 200 с.
12. Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры», Арт-Родник, 2006 г.
13. Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях // Медиаобразование. 2005, № 4 С.40-48.
14. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

#### **Для учащихся:**

1. Агафонов А.В. , Пожарская С.Г. // Фотобукварь. М. , 1993, - 200с.

2. Андерес Г.Ф., Панфилов Н.Д.. «Справочная книга кинолюбителя» (под общей редакцией Д.Н. Шемякина) – Лениздат, 1977 г.
3. Бабкин Е.В., Баканова А.И. //Фото и видео. М.,Дрофа, 1995, - 380с.
4. Гурский Ю., Корабельникова Г. Photoshop7.0. Трюки и эффекты - Спб.: Питер, 2002
5. Игры для интенсивного обучения / Под ред. В.В. Петрусинского. М., 1991.
6. Кеворков В.В. Рекламный текст. М., 1996.
7. Кишик А.Н. Adobe Photoshop 7.0. Эффективный самоучитель
8. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. -М., 1983
9. Курский Л.Д., Фельдман Я.Д. //Иллюстрированное пособие по обучению фотосъемке. Практическое пособие. М., Высшая школа, 1991, - 160 с.
- 10.Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1974.
- 11.Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 1988