

Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа
деятельности медицентра «ТелеШОК»

Срок реализации: 1 год
Возраст детей: 11-16 лет

Программу разработал:
педагог дополнительного образования
высшей категории
МАОУ «СОШ № 36 г. Челябинска»
Баруля Оксана Александровна

Информационная карта программы

Полное название программы	Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа деятельности медицентра «ТелеШОК»
Тип программы	Авторская
Целевое назначение	Способствовать созданию оптимальной модели медиапространства школы, посредством организации деятельности медицентра на базе МАОУ «СОШ № 36 г. Челябинска, формирование условий повышения уровня медиаграмотности учащихся и привлечения их к участию в медиапроизводстве
Результат	1. Видеообзор с места событий, 2. ШОУ программа «День Имиджа» (интервью, встреча гостей) 3. Школьные рубрики 4. Новостная лента
Направленность деятельности	Социально-гуманитарная
Продолжительность реализации программы	<u>1 год</u>
Уровень реализации программы	1 ступень обучения – Аналитико-синтетический 2 ступень обучения – Практико-ориентированный 3 ступень обучения – Профорientационный
Возрастная категория	(11-16 лет) 5-9 классы

Пояснительная записка

Актуальность программы деятельности медиацентра «ТелеШОК» в МАОУ «СОШ № 36 г. Челябинска» обусловлена тем, что отличительной особенностью современного образования является его деятельностный характер, ставящий главной целью развитие личности школьника и медиаобразование выступает здесь как особая педагогическая система, позволяющая использовать современные методики и технологии на основе формирования критического мышления и собственного мировоззрения, которое происходит под влиянием информационных потоков. Таким образом, основной задачей становится уже не просто передача знаний школьнику, а научение его овладевать новыми видами деятельности. Важную роль в системе всевозможных форм и видов деятельности, нацеленных на применение и открытие знаний, играет медиaprостранство современной школы. При этом, важно учитывать, что если раньше информационные потоки концентрировались внутри школы, от педагогов к ученикам, то сегодня крайне важно становится внешнее информационное обеспечение деятельности образовательного учреждения.

Цель программы:

Способствовать созданию оптимальной модели медиaprостранства школы, посредством организации деятельности медиацентра на базе МАОУ «СОШ № 36 г. Челябинска, формирование условий повышения уровня медиаграмотности учащихся и привлечения их к участию в медиапроизводстве.

Задачи программы:

- ✓ выявить особенности медиaprостранства образовательной организации;
- ✓ охарактеризовать сущность понятия «медиапространство»;
- ✓ рассмотреть понятие медиаграмотности, как части информационной культуры общества;
- ✓ описать специфику медиаобразования и медиаобразовательной работы;
- ✓ описать основные элементы медиaprостранства образовательной организации;
- ✓ повысить уровень медиаграмотности у учащихся;
- ✓ привлечь обучающихся к участию в медиапроизводстве.

Практическая значимость программы

Медиаобразование дает возможность обучающимся понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми, обеспечивает знание того, как:

- 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
- 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
- 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
- 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения

заинтересованной в них аудитории;

- 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции.

Структура медиапространства МАОУ «СОШ № 36 г. Челябинска»

Медиацентр «ТелеШОК» выступает как открытая социальная система средств массовой коммуникации.

Коммуникационные технологии, используемые в рамках медиапространства школы, представлены:

1. web-страницей на сайте школы,
2. в интернет-пространстве (социальные сети)
3. выпусками телевизионных новостей и передач

Целевая аудитория:

Аудитория медиапространства школы – ученики, учителя, администрация, родители, представители образовательных учреждений разного уровня, специалисты из области управления образованием и другие социальные партнеры

1 год обучения – интегрированный

Аналитико-синтетическая деятельность обучающихся

Анализ полученной информации – обобщение – определение к дальнейшему действию, опираясь на полученные знания

В современном обществе информационная культура становится не только важным критерием развития личности, но и критерием овладения личностью навыками поиска, передачи, обработки и анализа информации. Все мы живем в условиях постоянно растущего потока информации. Если несколько десятков лет назад основными источниками информации были журналы, газеты и книги, то благодаря изобретению интернета возможности в создании и передаче данных значительно выросли. Коснулось это и научной информации. Но возникает вопрос: как не «утонуть» во всем этом обилии статей, монографий, учебников и т.д. и найти нужное? Во многом помочь призвана так называемая аналитико-синтетическая переработка информации, где в основе лежит анализ и извлечение необходимой информации, а также оценка, сопоставление, обобщение и предоставление информации в виде, соответствующем запросу. Запрос исходит от законов современного общества, образования, которое технологически и содержательно подводит школу к выходу в глобальное информационное пространство.

9 часов – 324 часа в год (36 недель)

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота
12:30 – 13:10 (1 ч)		11:00 – 11:40 (1 ч)		11:00 – 11:40 (1 ч)	11:30 – 12:10 (1 ч)
13:15 – 13:55 (1 ч)		11:50 – 12:30 (1 ч)		11:50 – 12:30 (1 ч)	12:15 – 12:55 (1 ч)
					13:00 – 13:40 (1 ч)
2 часа		2 часа		2 часа	3 часа
1 час – теория		1 час – теория		1 час – теория	1 час – теория
1 час – практика (планирование)		1 час – практика (съёмка)		1 час – практика (съёмка)	2 часа практика (монтирование)
9 часов в неделю					
4 часа в неделю – теория (144 часов), 5 часов в неделю – практика (180 часов)					

Календарно-тематическое содержание теоретического материала

№ п/п	Наименование темы	Уровень подачи материала (теория практика)	Нагрузка
1 Глава: Пространственный подход в системе медиаисследований			
1.	Медиа, массмедиа, СМИ: определение понятий	теория	3 час
2.	Категория «пространство» в разных измерениях	теория	3 час
3.	Медиапространство: интегральные характеристики	теория	3 час
2 Глава: Структура медиапространства			
4.	Типологический подход	теория	3 час
5.	Структурный подход	теория	3 час
6.	Профессионально-этический подход	теория	3 час
7.	Политологический подход	теория	3 час
8.	Структурообразующие элементы медиапространства	теория	3 час
3 Глава: Традиционные и новые медиа в системе медиапространства			
9.	Два класса средств массовой коммуникации.	теория	3 час
10.	Телевидение	теория	3 час
11.	Жанровая структура вещания телеканалов	теория	3 час
12.	Радиовещание	теория	3 час
13.	Печатная пресса	теория	3 час
4 Глава: Виртуальные коммуникации			
14.	Интернет в системе медиапространства	теория	3 час
15.	Новые медиа: общее и особенное	теория	3 час
16.	Технологические схемы цифровой коммуникации	теория	3 час
17.	Фид – как инструмент, упрощающий потребление контента интернет- пользователями.	теория	3 час
18.	Роль блогов и блогеров в сети Интернет	теория	3 час
19.	Посредник в коммуникации между несколькими людьми	теория	3 час
20.	Сетевое аудио и видео	теория	3 час
21.	Формы взаимодействия традиционных и новых медиа	теория	3 час
22.	Медиапространство: Субъекты и процессы	теория	3 час

5 Глава: Российские журналисты: психологические, социальные и профессиональные особенности			
23.	Профессиональные журналисты	теория	3 час
23.	«Гражданская», или «любительская», журналистика	теория	3 час
24.	Корпоративная культура в цифровой цивилизации	теория	3 час
6 Глава: Контролирующие и регулирующие органы			
25.	Метафора - управление пространством	теория	3 час
26.	Органы власти	теория	3 час
27.	Профессиональные сообщества	теория	3 час
28.	Самоуправление в интернет-сообществах	теория	3 час
29	Информационный спор	теория	3 час
7 Глава: Медиааудитория			
30.	Медиапотребление как характеристика медиааудитории	теория	3 час
31.	Типологические модели аудитории	теория	3 час
32.	Массовое сознание	теория	3 час
33.	Толпа, как тип социальной общности	теория	3 час
34.	Социальный круг	теория	3 час
35.	Малая социальная группа	теория	3 час
36.	Онлайн-сообщества	теория	3 час
			108

37.	Техники, виды и приёмы монтажа	теория	36 часов
-----	--------------------------------	--------	----------

Календарно-тематическое содержание практического материала

1.	Дискурс. Планирование	практика	36 час
2.	Репортаж (съёмка)	практика	72 часа
3.	Монтаж и обработка кадров	практика	72 часа
			180

Формы работы

(контрольно-измерительный материал)

1.	Медиа, массмедиа, СМИ: определение понятий	1. Контент-анализ (разбор крылатого выражения «Казнить нельзя помиловать») 2. создать Демотиватор к ТелеШОКу
2.	Категория «пространство» в разных измерениях	Составление ментальной карты - выделение ментального пространства у различных молодёжных группировок, что их объединяет.
3.	Медиапространство: интегральные характеристики	Понятийный аппарат - выделение основных компонентов информационного пространства
4.	Типологический подход	Типологическая модель СМИ 1. По характеру аудитории, 2. По предметно-тематической направленности, 3. По функционально-целевому назначению, 4. По периодичности, 5. По времени выхода
5.	Структурный подход	Предложить группу автономных медиа, позволяющих человеку самостоятельно создавать образы. Привести пример медиапространства специфики различных регионов
6.	Профессионально-этический подход	Журналистика «модератор диалога» предложение вариантов решения проблемных, конфликтных ситуаций
7.	Политологический подход	Проект «Общественная экспертиза» анатомия свободы слова
8.	Структурообразующие элементы медиапространства	Атлас толерантности
9.	Два класса средств массовой коммуникации.	Карта «Медиа аббревиатуры».
10.	Телевидение	Выведение актуальных тем потребления телевизионного контента.
11.	Жанровая структура вещания телеканалов	Разработка собственного детского телеканала (направление, название, содержание, аудитория).
12.	Радиовещание	Варианты продуктов для привлечения аудитории к прослушиванию радиоканалу.
13.	Печатная пресса	Механизм оказания поддержки. Выработка целевой аудитории.
14.	Интернет в системе медиапространства	Основные цели выхода в Интернет, с учетом разной возрастной аудиторией.
15.	Новые медиа: общее и особенное	Критерии определения цифровых медиа и их отличительные характеристики.

16.	Технологические схемы цифровой коммуникации	Плакат (рисунок) Интернет безопасность.
17.	Фид – как инструмент, упрощающий потребление контента интернет-пользователями.	Создать фид, в котором содержатся данные о товарах или услугах, продвигаемых на рекламной платформе.
18.	Роль блогов и блогеров в сети Интернет	Выделить выделила положительные и отрицательные стороны ведения блога.
19.	Посредник в коммуникации между несколькими людьми	Признаки, объединяющие пользователей, на примере предложенной своей социальной сети.
20.	Сетевое аудио и видео	Плейлист на тему своей рубрики (здесь и сейчас) Зримая песня, как основа визуализации.
21.	Формы взаимодействия традиционных и новых медиа	Пример конвергентного развития в школьной среде
22.	Медиапространство: Субъекты и процессы	Сравнительный анализ совмещения ролей: Инициатор и производитель, производитель и распространитель...
23.	Профессиональные журналисты	Важные задачи журналиста. Определить главное препятствие успешной деятельности журналиста
23.	«Гражданская», или «любительская», журналистика	Альтернатива профессиональной журналистики, отличительные черты
24.	Корпоративная культура в цифровой цивилизации	Обобщение множества точек зрения по поводу определения понятия «коммуникативная культура»
25.	Метафора - управление пространством	Индивидуальное обозначение информационной повестки дня
26.	Органы власти	Деловая игра «Встать, суд идёт» Статья 29. Каждому гарантируется свобода мысли и слова...
27.	Профессиональные сообщества	Воображаемые персонажи, которые получают высокую оценку в профессиональном обществе, и, таким образом, становятся примером для подражания.
28.	Самоуправление в интернет-сообществах	Обозначить структуру самоуправления в школе
29.	Информационный спор	Алгоритм регулирования собственных конфликтных ситуаций, информационных споров в локальной среде медиапространства школы
30.	Медиапотребление как характеристика медиааудитории	Продукт (контент) для привлечения разновозрастной медиааудитории к школьному телевидению

31.	Типологические модели аудитории	Отличия участника массы от индивидуума
32.	Массовое сознание	Механизм влияния на массовое сознание
33.	Толпа, как тип социальной общности	Подобрать мотивирующие элементы для проведения мероприятия на экологическую тему, побуждающие принимать участие в субботниках
34.	Социальный круг	Процесс образования активных социальных групп
35.	Малая социальная группа	Рекламный ролик – для чего и зачем нужно вступать в социальную группу нашего телецентра
36.	Онлайн-сообщества	Технологическая карта ведения блога и процесс выстраивания обратной связи с онлайн-сообществом
37.	Техники, виды и приёмы монтажа	Макет новостной ленты для эфира
1.	Дискурс. Планирование	Создание базового (изначального) материала и способы его кодирования Разработка сценария поведения при дальнейшей съёмке.
2.	Репортаж (съёмка)	Интервью, комментарий, опрос
3.	Монтаж и обработка кадров	Подбор и сортировка подходящих кадров. Обсуждение и утверждение точек склейки. Окончательное создание последовательности кадров.

Краткое содержание

Медиа, массмедиа, СМИ: определение понятий	Смысловое наполнение понятия «Медиапространство», способ мировосприятия и образ жизни. Синоним русскоязычного термина «Средства массовой информации» (СМИ). Знакомство профессиями СМИ и их функционалом. Раскрытие понятия контент
Категория «пространство» в разных измерениях	Две основные концепции пространства. Два принципиально различных подхода к пониманию пространства в социологической науке. Понятия информационное пространство, среда, поле, сфера для описания медиапространства
Медиапространство: интегральные характеристики	Как социальные процессы влияют на пространство, воздействуя на построенную среду. Социальное пространство для взаимодействия. «информационное пространство», «коммуникативное пространство», «информационная среда»
2 Глава: Структура медиапространства	
Типологический подход	совокупность устойчивых отношений и связей между элементами системы. (предмет, процесса, явления). Структурирование медиапространства. Набор типологических признаков
Структурный подход	Перечень элементов их взаимосвязь в структуре медиапространства по мнению Е. Н. Юдиной. Три взаимосвязанные системы в структуре информационно-коммуникационного универсума: общественные, публичные и приватные коммуникации
Профессионально-этический подход	Суть журналистской культуры, отраженной в несколько альтернативных парадигмах профессиональной деятельности
Политологический подход	Третий этап поисков структурных моделей медиапространства. Семь типологических параметров карты медиапространства
Структурообразующие элементы медиапространства	Взаимодействие элементов и субъектов медиапространства
3 Глава: Традиционные и новые медиа в системе медиапространства	
Два класса средств массовой коммуникации.	Традиционные и нетрадиционные средства массовой коммуникации. Синонимы понятия «традиционные медиа» в России используются аббревиатуры СМИ и СМК.
Телевидение	Вектор динамики телесмотрения в молодежных и старших группах населения.
Жанровая структура вещания телеканалов	Сегмент развлекательных, познавательных, спортивных, информационных каналов.
Радиовещание	Распределение радиостанций по вещательным форматам содержательные особенности современного российского радио.

Печатная пресса	Характеристика ситуации в печатных медиа. Причины сокращения печатных тиражей и увеличение спроса на интернет-издания.
4 Глава: Виртуальные коммуникации	
Интернет в системе медиaprостранства	Виртуальная реальность, выступающая в качестве оболочки, защищающей индивида от реальной действительности.
Новые медиа: общее и особенное	Понятие «новые медиа», которая является интерактивной и распространяется цифровыми методами. Ключевая характеристика новых средств массовой информации.
Технологические схемы цифровой коммуникации	Что такое база данных, как она формируется.
Фид – как инструмент, упрощающий потребление контента интернет-пользователями.	Что такое фид и для чего он нужен. Где нужны фиды. Рекомендации по увеличению эффективности фида.
Роль блогов и блогеров в сети Интернет	история зарождения, развитие и популярность блогов. Ключевые слова «блог», «блогер». Характерные отличительные черты блога.
Посредник в коммуникации между несколькими людьми	Всестороннее рассмотрение термина «социальные сети».
Сетевое аудио и видео	Популярные видеохостинги их назначение, роль, плюсы и минусы. Варианты музыкальных форматов.
Формы взаимодействия традиционных и новых медиа	Различные аспекты процессов, происходящих в медиaprостранстве в связи с развитием Интернета понятия. Шесть интерпретаций понятия «конвергенция» сдвиг «субъектности СМИ» от печатного формата к мультимедийной редакции
Медиaprостранство: Субъекты и процессы	Категории влияния субъектов на конфигурацию медиaprостранства. Контроль за содержанием всего контента
5 Глава: Российские журналисты: психологические, социальные и профессиональные особенности	
Профессиональные журналисты	Создатель контента в российском медиaprостранств. Мнение аналитиков о современных журналистах. Профессиональная миссия.
«Гражданская», или «любительская», журналистика	Понятие «Нетрадиционные журналисты». Причины возникновения самодеятельной, любительской журналистики. Независимость СМИ
Корпоративная культура в цифровой цивилизации	Понятие коммуникативная культура. выделение структурных подсистем. Схема коммуникативной культуры. Особенности новой коммуникационной

	ситуации, связанных с цифровой и социокультурной глобализацией.
6 Глава: Контролирующие и регулирующие органы	
Метафора - управление пространством	Понятие «регулирование» как вид управления. Целенаправленное изменение его характеристик на нормативной основе. Понятия «свобода информации», «свобода коммуникации»
Органы власти	Механизм государственного регулирования. Цензура - система надзора за содержанием и распространением информации. Две системы регулирования
Профессиональные сообщества	Понятие «профессиональное сообщество». Виртуальные и личные коммуникации. Профессиональная журналистская культура. Усвоение профессиональных стандартов и ценностей данной среды
Самоуправление в интернет-сообществах	Эффективность самоуправления в интернет-сообществах. Проблема самоуправления. Утверждение и описание статуса определение его прав и обязанностей
Информационный спор	Причины возникновения конфликтных ситуаций в треугольнике «СМИ — человек (или организация, ведомство), ставший объектом журналистского интереса, — аудитория». Роль омбудсмена в информационных спорах
7 Глава: Медиааудитория	
Медиапотребление как характеристика медиааудитории	Пространственный подход к медиа, медиапотреблению. Три группы целевых ресурсов медиапотребления
Типологические модели аудитории	Определение – «социальная общность» Типовая разновидность общностей. Раскрытие понятия «масса» сходные с ним явления. Пять основных значений термина – «масса». Основные признаки массы.
Массовое сознание	Особенности и характеристики массового сознания. Карнавализация и театрализация. Мифологизм, как продукт массового производства. Скрытый характер управления человеком массы.
Толпа, как тип социальной общности	Понятием «толпа». жизненные ситуации, в которых легко образуются многочисленные скопления людей (толпы). Признаки скопления людей
Социальный круг	Отличительная черта социальных кругов. Основная функция социальных кругов. Критерии отбора. разновидностей социальных кругов
Малая социальная группа	Продуктивность социальной группы. Параметры взаимодействия малых социальных групп. Мотивы, обуславливающие участие человека в той или иной группе

Онлайн-сообщества	Процесс двусторонней связи между отправителем и получателем сообщений. Коммуникационные технологии. Типы виртуальных сообществ
Техники, виды и приёмы монтажа	Базовые правила и приёмы работы с программами. Правила и критерии монтажа.
Дискурс. Планирование	Способы кодирования информации. Кодирование текстовой информации. Подбор, определение и выстраивание дальнейшей траектории для съёмки контента
Репортаж (съёмка)	Новостной контент.
Монтаж и обработка кадров	Варианты эмоциональное воздействие и влияние на зрителя.

Освоение материала

Что относится к медиа и какую роль играют в коммуникации человека с окружающим миром.

Связь между контентом и формой его выражения. Как правильно организовать рабочее пространство

Структура, включающая множество сопряженных, функционально выделяемых пространственных компонентов. Соотношение термина пространство.

Комплекс пространственных компонентов.

Типологические модели СМИ. Подразделения СМИ на легитимные (законные); квазилегитимные (не разрешенные и не запрещенные законом, нелегитимные (не имеющие права на существование и не признающие властные структуры)

Три вектора фундаментальной социально-профессиональной установки, детерминирующие общий характер отношения журналиста к аудитории.

Выведении индексов свободы слова по трем составляющим: свободы доступа к информации, свободы производства информации и свободы распространения информации.

Медиаобщество (производитель контента). Потребители контента
Формы и способы потребления информации в современном мире.

Разнонаправленная динамика телепросмотра.

Отличительные характеристики существующих телеканалов.

Классификация радиоконтента. Три характерные черты современного российского радио.

Уровень печатных тиражей. Перечень действий по повышению интереса к печатным СМИ.

Понятие «виртуальные коммуникации». Плюсы и минусы процесса общения как важного социокультурного процесса.

Новый принцип организации медиaprостранства в Интернете.

Вариативность базы данных.

Как создать фид. требования к фидам для запуска рекламы.

Четыре типа блога. Типы блогеров Тематические признаки объединяющие блоги.

Роль и возможности социальных сетей в медиaprостранстве

Проблемы сетевых аудио- и видеосервисов. Технология загрузки файлов из разных источников сети.

Этапы перехода от мультимедийности к конвергенции. Три главных вызова, которые стоят перед современными редакциями Эффективность инструмента управления медиаконтентом. Теоретические и практические аспекты, специфика и этические нормы профессии.

Перспектива «партизанской» журналистики, три варианта развития событий

Взаимосвязь культуры связанной с человеческим взаимодействием

Два вида регулирования управления деятельностью средств массовой коммуникации. Основных субъектов, которые участвуют в генерации регулирующих воздействий на систему медиaprостранства

Нормативные акты разного типа и уровня, влияющих на конфигурацию медиaprостранства

Характеристика профессионального сообществ и отличительные черты.

Журналистская корпорация

Условия существования самоуправления и функционирование. От чего зависит авторитет интернет-сообщества

Причины, побуждающие людей и организации вступать в споры с прессой. Формы мировой практики по разрешению информационных споров

Кто есть - Потребители контента. Социальные, экономические, психологические факторы участия общности в процессах медиапотребления.

Принадлежность к одной или нескольким социальным общностям. Совокупность потребителей массовой коммуникации.

Характеристика феноменологического свойства современного сознания. Три основных вида форм смеховой культуры.

Параметры и характеристика, описывающие термин «толпа» Направленность взаимодействий членов социальных кругов. Определение малой группы.

Классификация малых групп. Процесс самоосознания, влияющие факторы Три модели: «аудитория-как-масса», «аудитория-как-объект» и «аудитория-как-агент»

Условия реализации программы

В программу принимаются дети в возрасте 11-16 лет, проявляющие интерес к журналистике, информатике, фотографированию. Необходимо наличие желания познавать новое, быть все время в курсе всех новостей, коммуникабельными.

Наличие отдельного кабинета, наличие ПК с установленными программами Movavi Photo Editor, Sony Vegas, Corel Photo-Paint, Photoshop и др., видео- и фотоаппаратуры, видеоматериалов, обучающих роликов.

Для эффективного освоения технических приёмов, работы с графическими редакторами и программами по обработке видео и звука на занятиях проводятся индивидуальные и групповые упражнения, в парах, тройках и микрогруппах. Особое внимание здесь уделяется ребятам, которые «на ты» с компьютером. Индивидуально-ориентированный подход применяется для пишущих ребят или выступающих в роли ведущих, интервьюеров, с которыми необходим детальный анализ их ошибок и успехов. Практические работы и задания призваны облегчить и ускорить овладение основными навыками и содействовать повышению их эффективности и надёжности.

Существенное место в подготовке юных занимают игры и творческие проекты. В них заключены богатые возможности для формирования норм коллективного поведения, воспитанники учатся не только организовывать своё поведение, но и активно влиять на действия своих товарищей, воспринимать задачи коллектива как свои собственные, мобилизовать деятельность других в интересах объединения.

Игры, соревнования, занятия объединяют подростков, у них воспитывается дисциплинированность, ответственность перед коллективом, формируется культура поведения и общения, приобретает опыт коллективного взаимодействия, развивается самостоятельность в принятии решений, воля и терпение, появляется осознанное желание вести активный образ жизни.

Для определения результативности обучающихся по программе педагогом проводится мониторинг: отслеживается теоретический уровень подготовки обучающихся по основным разделам программы; уровень личностного развития, активное участие обучающихся в играх, проектах. Педагог использует различные способы диагностики: наблюдение, собеседование, тестирование, выставки и т.д.

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.

Список литературы

Для учащихся:

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

Андерес Г.Ф., Панфилов Н.Д.. «Справочная книга кинолюбителя» (под общей редакцией Д.Н. Шемякина) – Лениздат, 1977 г.

Бабкин Е.В., Баканова А.И. //Фото и видео. М.,Дрофа, 1995, - 380с.

Гурский Ю., Корабельникова Г. Photoshop7.0. Трюки и эффекты - Спб.: Питер, 2002

Игры для интенсивного обучения / Под ред. В.В. Петрусинского. М., 1991.

Кеворков В.В. Рекламный текст. М., 1996.

Кишик А.Н. Adobe Photoshop 7.0. Эффективный самоучитель

Кожина М.Н. Стилистика русского языка. -М., 1983

Для педагога:

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.

Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудилова.

Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. -М.: Просвещение, 2002 – 144 с.

Медиакультура. Программа для 1-11 кл. // Основы экранной культуры. Медиакультура: сб. программ / под ред. Ю.Н. Усова. М., МИПКРО, 1996.

Мурюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006 200 с.

Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры», Арт-Родник, 2006 г.

Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях // Медиаобразование. 2005, № 4 С.40-48.

СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.