Рохманийко Мария Петровна

Подписан: Рохманийко Мария Петровна
DN: ИНН=780612743757, СНИЛС=07468304281, E=statecourses@gmail.com, C=RU, S=г. Санкт-Петербург, O="САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ НЕТИПОВОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ""ЦЕНТР РЕГИОНАЛЬНОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА""", G=Мария Петровна, SN=Рохманийко, T=Директор, CN=Рохманийко Мария Петровна
Основание: я подтверждаю этот документ
Местоположение: место вашего подписания

ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ НЕТИПОВОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ЦЕНТР РЕГИОНАЛЬНОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА»

«ПРИНЯТА»
Педагогическим советом
Протокол № 1
от «31» августа 2022 г.

«УТВЕРЖДЕНА»
Приказом № 55-У/Д
от «31» августа 2022 г.
Директор _____ М.П. Рохманийко

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«Медиаблогинг в современном информационном пространстве»

Срок реализации: 2 года
Возраст учащихся 15-18 лет

Разработчик:
Криштал Юлия Александровна,
педагог дополнительного образования

Санкт-Петербург
2022

Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиаблогинг в современном информационном пространстве» (далее – Программа) имеет социально-гуманитарную направленность.

Медиа сегодня играют ключевую роль в успешной реализации различных инициатив. Медиа – это не только традиционные каналы коммуникации (печать, телевидение, радио), это также новые коммуникационные средства (социальные сети, интернет).

Актуальность

В современном обществе информационная культура становится не только важным критерием развития личности, но и критерием овладения навыками поиска, передачи, обработки и анализа информации. Таким образом, основной задачей современного человека становится уже не просто передача знаний , а овладение новыми видами деятельности.

Значимость проблемы формирования медиакультуры учащихся в условиях образовательной организации обусловлена рядом факторов, в числе которых стремительная медиатизация и интернетизация общества, возрастающий объем медиатекстовой информации, ежедневно потребляемой современными молодыми людьми.

Стремительно возрастает популярность блогерства, особенно среди молодежи. Блогинг все больше и больше становится уделом современных людей и подтверждает актуальность программы. Блогер – это критик, главный редактор, журналист в одном лице. Это человек, который сам пишет и публикует. В результате последовательного освоения программы учащиеся получают основные компетенции в работе с текстом, создании видео и ведении собственного блога.

Актуальность программы определяется:

- потребностью общества в молодых специалистах, владеющих широким профилем профессиональных знаний, навыками использования современных информационных и медиатехнологий;
- потребностью образовательных организаций в формировании открытого информационного пространства и в представлении результатов деятельности образовательного учреждения в публичном пространстве.

В рамках освоения данной программы особое внимание уделяется:

- социальным медиа;
- новым подходам к структурированию информации и репрезентации фактов;

- управлению медиапроектами;
- прикладной эстетике современных медиатехнологий;
- пространственным, территориальным медийным коммуникациям и медиатерриториям.

В процессе обучения учащиеся научатся ориентироваться в информационной повестке; создавать медиапроекты и информационные поводы.В рамках практических занятий обучающиеся освоят фотосъемку, работу с аудио, видеосъемку, производство видеороликов,создание лэндингов, а также проектные коммуникации в социальных сетях, проекты с использованием мультимедийных технологий.

Программа представляет собой трансформер: при необходимости возможно варьировать модули (в рамках года обучения). Программа реализуется в течение двух лет.

Программа составлена на основе следующих нормативно-правовых документов, в том числе регламентирующих применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий образовательными организациями, а именно:

- - Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказа Министерства просвещения РФ от 09.11.2018 № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Приказ Министерства Просвещения РФ № 533 от 30.08.2020 «О внесении изменений в порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам, утвержденным приказом Министерства Просвещения РФ 09.11.20218 № 196
- Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 31.03.2022г. № 678-р);
- Постановления Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодёжи»;
- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 30.06.2020 № 16 «Об утверждении санитарно-эпидемиологических правил СП 3.1/2.4.3598-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и

организации работы образовательных организаций и других объектов социальной инфраструктуры для детей и молодежи в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)».

Адресат программы: данная программа предназначена для учащихся 15-18 лет, желающих познакомиться со сферой общественных связей и медиаиндустрии. Данная программа ориентирована на студентов профессиональных образовательных организаций 1-2 курсов.

Цель программы: формирование основ владения инструментами ведения блога и его продвижения, представления о блогинге, как явлении современной медиаиндустрии.

Задачи

Обучающие:

- сформировать у обучающихся навыки владения техникой и технологиями массовых, деловых и профессиональных коммуникаций; создания и обработки фото- и видеоматериалов;
- изучить основные методы работы с источниками информации, а также методы проверки информации, применяемые в редакциях СМИ.

Развивающие:

- пробудить интерес к деятельности в сфере современной медиаиндустрии;
- развивать творческую активность и воображение в сфере блогинга ;
- развивать познавательные способности, наблюдательность, креативность,

Воспитательные:

- сформировать навыки работы в группе;
- сформировать культуру общения;
- сформировать позитивную установку на общественную жизнь.

Условия реализации программы

***Условия набора и формирования групп*:**

Списочный состав формируется в соответствии с технологическим регламентом и составляет:

1-й год обучения – не менее 15 человек;

2-й год обучения – не менее 12 человек.

Объём и сроки освоения программы:

Программа рассчитана на **2 года** обучения: объем **288 часов (1 год обучения 144 часа, 2 год обучения 144 часа)**; режим занятий – **4 ч.** в неделю; форма занятий – очная.

Организационно-педагогические условия

Программа реализуется в очной форме с возможным применением дистанционных образовательных технологий, электронных образовательных ресурсов, интернет-ресурсов и облачных сервисов, электронных учебников, платформ видео-конференц-связи.

При условии проведения занятий в очном режиме учебные аудитории оснащены оргтехникой и предназначены для организации фронтальной, групповой и индивидуальной работы обучающихся. Все участники учебного процесса обеспечены учебными материалами, в том числе в электронном виде.

При реализации программы для проведения занятий в дистанционной форме используются следующие ЭОР: Zoom, Discord, социальные сети, инструменты Яндекс и т.д.

Для эффективного взаимодействия всех участников образовательного процесса в качестве платформы для онлайн-обучения возможно использование Якласс для публикации и оценивания заданий, организации совместной работы, комментирования работы обучающихся.

Материально-техническая база:

- компьютер (ноутбук) с монитором, клавиатурой и мышкой;
- соответствующее задачам образовательной программы компьютерное программное обеспечение;
- презентационное оборудование (интерактивная доска/проектор с экраном/телевизор с большим экраном) с возможностью подключения к компьютеру (ноутбуку);
- флипчарт с комплектом листов/маркерная доска, соответствующий набор письменных принадлежностей;

- экшн-камеры, полупрофессиональные видеокамеры, стабилизаторы для камеры, съёмочный инвентарь и иное оборудование для съёмки, микрофон.

Организация образовательного процесса. Методические материалы

Технологии реализации программы:

- развивающего обучения;
- игровые;
- мультисенсорная и др.

Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие ***виды учебных занятий и учебных работ***:

- практические занятия;
- консультации;
- лекции;
- работа с материалами СМИ;
- индивидуальные занятия по разработке авторских проектов;
- практическая работа с техникой (компьютеры, диктофоны, фотоаппараты, видеокамера, пр.);
- мастер-классы;
- творческие встречи;
- развивающие игры и тренинги.

Формы организации деятельности обучающихся на занятии:

- фронтальная;
- групповая;
- индивидуальная;
- коллективная.

Методы обучения

Процесс достижения поставленных задач дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Медиаблогинг в современном информационном пространстве» осуществляется в сотрудничестве обучающихся и педагога. При этом реализуются различные методы осуществления целостного педагогического процесса. На разных его этапах ведущими выступают отдельные, приведенные ниже методы.

- словесные – беседа, рассказ, монолог, диалог;
- наглядные – демонстрация иллюстраций, публикаций в электронных СМИ, сайтов и т.п.;

- практические – практикумы по созданию информационного продукта;
- проблемно-поисковые – выполнение заданий по собственному замыслу, выполнение творческих заданий;
- метод проектов;
- индивидуальные – задания в зависимости от достигнутого уровня развития обучающегося;
- игровые.

Методы воспитания:

- беседы;
- метод примера;
- педагогическое требование;
- создание воспитательных ситуаций;
- наблюдение, анкетирование, анализ результатов деятельности обучающихся,
- поощрение.

Выбор метода обучения зависит от содержания занятия, уровня подготовки и опыта обучающихся. На занятиях в первый год обучения преобладают репродуктивный и репродуктивно-творческий методы. По мере приобретения обучающимися определенных знаний, умений и навыков – метод проектов и проблемно-поисковый метод.

Одной из основных форм проведения занятий является практическая работа по созданию информационного продукта с использованием технологий создания блога. В качестве результата выполнения заданий могут выступать: тексты, видео, паблики/аккаунты/страницы в социальных сетях, проекты по продвижению образовательной организации, др.

Планируемые результаты

В итоге успешного освоения Программы будут получены следующие результаты:

Предметные

- Будут сформированы основы владения технологиями массовых, деловых и профессиональных коммуникаций;
- Будут сформированы навыки создания и обработки фото- и видеоматериалов;
- Будут освоены методы работы с источниками информации, а также методами проверки информации, применяемые в редакциях СМИ. .

Метапредметные

- Будут развиты компетенции в области медиаиндустрии ;
- Будут развиты творческая активность и воображение в сфере блогинга;
- Будут развиты деловые качества и потребность в саморазвитии;

Личностные

- Будут развиты навыки работы в группе;
- Сформирована культура общения;
- сформирована активна жизненна позиция

Оценочные материалы

Диагностика и формы контроля

Виды контроля:

- Входной контроль (для выявления стартового уровня образовательных возможностей, обучающихся в форме педагогического наблюдения).
- Текущий (наблюдение, опрос, анкетирование, анализ выполненных работ) фиксируется в «Журнале учета посещаемости курсов» как учёт посещаемости обучающихся. Предполагается, что, присутствуя на занятиях, обучающийся задействован в процессе раскрытия и развития творческого потенциала, получает новые знания, приобретает умения и навыки.
- Промежуточный (по итогам освоения модуля в форме тестирования/промежуточной творческой работы) с целью выявления уровня освоения модуля обучающимися и корректировки процесса обучения;
- Итоговый контроль (проводится в конце обучения по программе, осуществляется в форме итоговой творческой работы) для определения итогового уровня освоения программы обучающимися, включая учёт их творческих достижений.

Методы контроля: тестирование, презентации творческих работ.

Методы диагностики:

- наблюдение (получение информации через органы чувств);
- опрос (получение информации па основе словесного общения);
- анкетирование (получение письменной информации или в электронном виде с помощью заранее составленной информации);
- анализ (изучение динамики развития обучающихся в образовательной, развивающей и воспитательной сферах).

Формы фиксации результатов

Диагностика контроля результативности обучения осуществляется по «Карте аттестации учащихся по дополнительной общеразвивающей программе» (Приложение 1).

Результаты промежуточного и итогового контроля фиксируются в Ведомости (Приложение 2,3).

По завершении обучения по программе «Медиаблогинг в современном информационном пространстве» в целях оценки обучающимися содержания, организации и качества образовательного процесса проводится анкетирование (Приложение 4).

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Список литературы для учащихся

1. Ильченко С.Н. Телевидение в эпоху Интернета / С. Ильченко, О. Окнер – СПб., 2005.
2. Как новые медиа изменили журналистику / Амзин А.А., Галустян А., Гатов В // 2012-2016, Кабинетный ученый – М., 2016..
3. Новая журналистика и Антология новой журналистики / под ред.
4. Современные теории массовых коммуникаций: учеб. пособие / под ред. Яковлев И.П. – СПб., 2004.
5. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. 2.0. Курс лекций по теории и практике современной журналистике – М.: Ладомир, 2016.

Электронные ресурсы

1. 8 трендов рекламы в медиа [Электронный ресурс]. – URL: https://adindex.ru/publication/opinion/ media/2019/02/26/270206.phtml.
2. Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация - Издательство "ФЛИНТА" - 2015 - 288с. - ISBN: 978-5-9765-1927-5 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: https://e.lanbook.com/book/74582

3. Бонцанини М. - Анализ социальных медиа на Python. Извлекайте и анализируйте данные из всех уголков социальной паутины на Python - Издательство "ДМК Пресс" - 2018 - 288с. - ISBN: 978-5-97060-574-5 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: https://e.lanbook.com/book/108129
4. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст электронный. - URL: https://new.znanium.com/catalog/product/1028523
5. Вирин Ф. - Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2012 - 288с. - ISBN: 978-5-699-54355-7 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: https://e.lanbook.com/book/62186
6. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. - Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства - Новиков Дмитрий Александрович - 2010 - 226с. - ISBN: 9785-94052-194-5 - Текст электронный // ЭБС BOOKRU - URL: https://book.ru/book/917309
7. Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. - СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 345с. - ISBN: 978-5-534-11621-2 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: https://urait.ru/book/sovremennyy-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-445761
8. Дзялошинский И.М. - Современное медиапространство России: учебное пособие для студентов вузов - Издательство "Аспект Пресс" - 2017 - 312с. - ISBN: 978-5-7567-0890-5 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: https://e.lanbook.com/book/97220
9. Жилавская, И.В. Медиаобразование молодежи : монография / И. В. Жилавская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : МПГУ, 2018. - 214 с. - ISBN 978-5-4263-0611-0 . - Текст : электронный. - URL: https://new.znanium.com/catalog/product/1021235 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1021235

10. Интернет-дневники журналистов на сайтах печатных СМИ: проблема ответственности перед читателем [Электронный ресурс] // Материалы XV Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». - М., 2008. - 3 с. - Текст электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/506047

11. Интернет-психология / А.Е. Баранов. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 264 с.: 84x108 1/32. - (Практическая психология). (обложка) ISBN 978-5-369-01000-6 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/390625

12. Касьянов В. В., Нечипуренко В. Н. - СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА. Учебник для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 424с. - ISBN: 978-5-534-04944-2 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: https://urait.ru/book/sociologiya-interneta-438739

13. Кокрум Дж. - Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2013 - 382с. - ISBN: 978-5-91657-816-4 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: https://e.lanbook.com/book/62174

14. Куличкина Г. В. - ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. МАСС-МЕДИА 2-е изд. Учебное пособие для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 197с. - ISBN: 978-5-534-07954-8 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: https://urait.ru/book/tehnologicheskie-osnovy-socialno-kulturnoy-deyatelnosti-mass-media-442249

Одден Л. - Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2014 - 384с. - ISBN: 978-5-91657-895-9 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: https://e.lanbook.com/book/62205

Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 301с. - ISBN: 978-5-534-04238-2 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: https://urait.ru/book/internet-marketing-432128

15. Продвижение в Одноклассниках: полный обзор. Санкт-Петербург [Электронный ресурс]. – URL: https://webevolution.ru/blog/marketing/prodvizhenie-v-odnoklassnikah-polnij-obzor/.

16. Реклама в социальных сетях (2020) Digital-агентство «AMDG». [Электронный ресурс]. – URL: https://amdg.ru/blog/ reklama-v-socialnyh-setyah/.
17. Реклама в социальных сетях [Электронный ресурс]. – URL: https://amdg.ru/blog/reklama-vsocialnyh-setyah/.
18. Силамедиа/Silamedia. Лаборатория мультимедийных коммуникаций. [Электронный ресурс]. – URL: https://sila.media/.

Стелзнер М. - Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2013 - 288с. - ISBN: 978-5-91657-620-7 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL:

Тараскин М.М., и др. - Интернет: механизмы распространения информации - Русайнс - 2017 - 161с. - ISBN: 978-5-4365-1731-5 - Текст электронный // ЭБС BOOKRU - URL: https://book.ru/book/922855

Хайятт М. - Платформа: как стать заметным в интернете. Пошаговое руководство для всех, кому есть что сказать или продать - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2013 - 304с. - ISBN: 978-5-91657-601-6 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: https://e.lanbook.com/book/62235

Список литературы для педагога.

1. Adobe After Effects Pro CC. Официальный учебный курс. – М., 2014.
2. Азарова Л.В. Ситуационный анализ в связях с общественностью: уч. пособие / Л. Азарова, В. Ачкасова, К. Иванова, А. Кривоносов, О. Филатова – СПб., 2018.
3. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М., 2012.
4. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – М.: Весь Мир, 2004.
5. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения. – М.: Вильямс, 2015.
6. Буари Ф.А. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия. – М.: Инфра-М., 2001.
7. Гонне Ж. Школьные и лицейские газеты. – М.: ЮНПРЕСС, 2000.
8. Горячев А.А. Технологии сетевого продвижения: трансформация традиционных жанров и форматов в цифровой среде. Коммуникационные технологии XXI века. К десятилетию кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью СПБГЭУ: коллективная монография – Спб.: СПбГЭУ, 2019. – С. 101-108.

9. Де Куарто Д. Цифровые технологии как фактор развития современных медиа и новых типов журналистики. Мировая журналистика: Единство многообразия. – М.: РУДН, 2018. – С.195-201.

10. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2001.

11. Коханая, О. Е. Формирование информационного пространства нового поколения России: медиаобразовательные практики / О.Е. Коханая // Вопросы культурологии. – 2020. - №5 – С. 14−19.

12. Ситников В.П. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание. – М.: Филол, о-во «СЛОВО», «Эксмо», 2004.

Образовательные электронные ресурсы:

- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов http://fcior.edu.ru/;
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов http://school-collection.edu.ru/;
- ПроеКТОриЯ https://proektoria.online/;
- «Просвещение» https://media.prosv.ru/;
- «Библиотекарь.Ру» http://www.bibliotekar.ru/.

Общедоступные онлайн-платформы, социальные сети:

- Учи.ру https://uchi.ru/;
- Якласс https://www.yaklass.ru;
- ВКонтакте https://vk.com/;
- Discord https://discordapp.com/;
- BigBlueButton https://bigbluebutton.ru/.

Учебный план

дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы

«Медиаблогинг в современном информационном пространстве»

№ п/п	Наименование модулей, тем	Всего часов	В том числе:		Форма контроля
			Теория	Практика	
	1-й год обучения				
1.	**Модуль 1. Медиа в современном информационном пространстве**	**68**	**22**	**46**	**Тестирование**
1.1	Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности	2	2	-	Беседа
1.2	Рунет: возникновение и развитие	8	2	6	Тестирование
1.3	Типы медиа. Интернет-медиа	8	2	6	Тестирование, практическая работа
1.4	Визуальные технологии	8	2	6	Тестирование
1.5	Информационное пространство	6	2	4	Практическая работа
1.6	Медиа и информационная грамотность	6	2	4	Практическая работа
1.7	Интернет-безопасность	4	2	2	Практическая работа
1.8	История российской блогосферы. Появление LiveJournal Форумы и чаты – как сообщества, предшествующие созданию блогов.	8	2	6	Тестирование
1.9	Развитие социальных сетей и появление популярных блогов.	8	2	6	Тестирование
1.10	Целевая аудитория. Формы обратной связи с аудиторией	4	2	2	Практическая работа

1.11	Имидж образовательной организации	6	2	4	Деловая игра
1.12	Промежуточный контроль	2	-	2	Творческая работа
2.	**Модуль 2. Теория создания контента**	**76**	**22**	**54**	**Творческая работа**
2.1.	Основы теории текста	8	2	6	Тестирование
2.2	Практика журналистской работы с информацией в интернете	8	2	6	Проверочная работа
2.3	Заголовок и подзаголовок в интернет-СМИ	6	2	4	Тестирование
2.4	Инфоповод	4	2	2	Деловая игра
2.5	Журналистские жанры и работа с ними в рамках сетевого медиаресурса	8	2	6	Практическая работа
2.6	Принципы работы журналиста и редактора. Редакторская работа над текстом	8	2	6	Тестирование
2.7	Журналистские информационные тренды	8	2	6	Практическая работа
2.8	Тренды блогосферы.	8	2	6	Практическая работа
2.9	Качество контента. Форматы подачи информации в блогах.	8	4	4	Тестирование
2.10	Типология блогов. Анализ блог-платформ LiveJournal, Яндекс.Дзен, Вконтакте, Одноклассники.	6	2	4	Тестирование

2.11	Промежуточный контроль	4	-	4	Творческая работа
Итого за 1-й год обучения:		**144**	**44**	**100**	
	2-й год обучения				
3.	**Модуль 3. Аудиовизуальные технологии**	**68**	**18**	**50**	**Зачёт**
3.1	Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности	2	2	-	Беседа
3.2	**Элементы таблицы ссылок не найдены.**идеопроизводство. Путь от замысла до зрителя	6	2	4	Тестирование
3.3	Практика работы со съёмочным оборудованием. На что и как снимать?	6	2	4	Практическая работа
3.4	Методы работы с новостями. Видеосюжет	6	2	4	Практическая работа
3.5	Видеоряд – канал коммуникации со зрителем. Композиция кадра	6	2	4	Практическая работа
3.6	Техника речи. Говорить так, чтобы тебя понимали	6	2	4	Практическая работа
3.7	Ведущий в кадре. Работа с камерой и фокус внимания.	6	2	4	Практическая работа
3.8	Интервью: разговор по правилам	4	-	4	Практическая работа
3.9	Монтаж как аудиовизуальный инструмент для передачи информации. Ритм монтажа	14	2	12	Практическая работа

3.10	Основные этапы производства видеоконтента	10	2	8	Практическая работа
3.11	Промежуточный контроль	2	-	2	Тестирование
4.	**Раздел 4. Анализ блогосферы и продвижение блога: основы, инструменты, стратегии**	**76**	**16**	**60**	**Творческая работа**
4.1	Социальные сети как базовые компоненты медиакультуры	2	1	1	Педагогическое наблюдение
4.2	Особенности социальной сети «ВКонтакте»	4	1	3	Педагогическое наблюдение
4.3	Анализ статистики и способы вовлечения пользователей. Инструменты для сбора и анализа статистики блогов.	4	2	2	Педагогическое наблюдение
4.4	Маркетинг Влияния – работа с лидерами мнений. Что такое маркетинг влияния. Типы лидеров мнений	10	2	8	Педагогическое наблюдение
4.5	Медиапродукт и способы его продвижения. Разработка концепции продвижения блогов	10	2	8	Практическая работа
4.6	Инструменты визуализации: оформление аккаунта в социальной сети	12	2	10	Презентация

4.7	PR-технологии (Public Relations). Привлечение инфлюэнсеров и использование их каналов коммуникации.	10	2	8	Тренинг
4.8	Разработка контент-плана. Формулы копирайтинга	10	2	8	Практическая работа
4.9	Разработка концепции пресс-центра	10	2	8	Практическая работа
4.10	Итоговый контроль	4	-	4	Творческая работа (защита проекта)
Итого за 2-й год обучения:		**144**	**34**	**110**	
Итого по программе:		**288**	**78**	**210**	

Календарный учебный график
дополнительной общеразвивающей программы
«Медиаблогинг в современном информационном пространстве»

Год обучения	**Всего учебных недель**	**Количество учебных часов**	**Режим занятий**
1 год	36	144	2 раз в неделю по 2 часа
2 год	36	144	2 раз в неделю по 2 часа

Календарный учебный график
дополнительной общеразвивающей программы
«Медиаблогинг в современном информационном пространстве»
1-й год обучения

Год обучения	Дата начала освоения программы	Дата окончания освоения программы	Количество учебных недель	Количество учебных часов	Режим занятий
1 год обучения Медиа 2022.144.1.1	05.09.2022	23.05.2023	36	144	2 раза в неделю по 2 ч.
1 год обучения Медиа 2022.144.1.2	07.09.2022	24.05.2023	36	144	2 раза в неделю по 2 ч.

ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ НЕТИПОВОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ЦЕНТР РЕГИОНАЛЬНОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА»

«ПРИНЯТА»
Педагогическим советом
Протокол № 1
от «31» августа 2022 г.

«УТВЕРЖДЕНА»
Приказом № 55-У/Д
от «31» августа 2022 г.
Директор _____ М.П. Рохманийко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
к дополнительной общеразвивающей программе «Медиаблогинг в современном информационном пространстве»

(первый год обучения)
Группа Медиа 2022.144.1.1

Разработчик:
Криштал Юлия Александровна, педагог дополнительного образования

Санкт-Петербург
2022

Задачи первого года обучения:

Обучающие:

- изучить основные методы работы с источниками информации, а также методы проверки информации, применяемые в редакциях СМИ;
- познакомить с основными жанрами журналистики;
- сформировать основы практической деятельности журналистской работы с информацией в интернете;

Развивающие:

- пробудить интерес к деятельности в сфере современной медиаиндустрии;
- развить творческую активность и воображение в сфере блогинга;
- развить познавательные способности, наблюдательность, креативность.

Воспитательные:

- сформировать навыки работы в группе
- сформировать культуру общения;
- сформировать позитивный взгляд на общественную жизнь.

Содержание программы первого года обучения

Модуль 1. Медиа в современном информационном пространстве

Тема 1.1. Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности

Инструктаж по технике безопасности при работе с компьютером проводится до начала самостоятельной работы обучающихся.

Техника безопасности в начале работы на компьютере требует выполнения следующих операций: проверить исправность элементов электросистемы, обеспечивающей питание компьютера, включая электропроводку, выключатели, вилки и розетки, при помощи которых аппаратура подключается к сети; проконтролировать заземление компьютера; проверить его работоспособность.

В процессе работы за компьютером нужно соблюдать следующие правила: запрещается класть на корпус и дисплей компьютера посторонние предметы, прикасаться к элементам аппаратуры мокрыми руками, производить чистку корпуса оборудования, находящегося под напряжением; в случае обнаружения неисправности компьютера немедленно прекратить

работу и сообщить об этом преподавателю; избегать частого и необоснованного включения и выключения компьютера во время работы.

После завершения работы обучающиеся должны выключить компьютер с использованием алгоритма, установленного производителем; обесточить периферийное оборудование; убедиться в отключении техники.

Тема 1.2 Рунет: возникновение и развитие

Рунет. Зарождение. Ключевые игроки Рунета. Категории ресурсов, которые относятся к Рунету (сайты, находящиеся в доменной зоне .ru, рф. и su; сайты, которые вовсе не имеют домена, а серверы физически расположены за пределами РФ; почтовые рассылки, FTP-сервера, локальные сетки различных масштабов, IRC-конференции и пр. на русском языке). Рунет сегодня. Домены российского интернета.

Тема 1.3 Типы медиа. Интернет-медиа

Классификация медиа по основным категориям: печатные СМИ (газеты, журналы, книги, комиксы и пр.); вещательные (видео, аудио или письменный контент, который предоставляет важную или развлекательную информацию, передаваемую различными способами); интернет-СМИ (социальные сети, веб-сайты, интернет-форумы, подкасты).

Интернет-медиа как совокупность всех видов информационных ресурсов, которые доступны пользователям Всемирной паутины.

Информационные сайты. Ресурсы, представляющие собой тематичные или нетематичные сборники информационного материала (статей, аудио- и видеоматериалов, изображений и т. п.). В эту же категорию попадают всевозможные новостные порталы, в том числе те, которые основаны на принципе user-generated content.

Поисковые системы. Сервисы, позволяющие найти контент определенного вида в соответствии с запросами пользователей.

Социальные сервисы. Многофункциональные ресурсы, основной целью которых является организация общения и взаимодействия их пользователей друг с другом. Среди них можно выделить социальные сети, форумы, блог-платформы и другие сервисы.

Файлообменные сайты. В эту категорию попадают видеохостинги, хостинги изображений, сервисы для облачного хранения файлов и другие.

Почтовые службы. Сервисы, предоставляющие возможность обмена сообщениями по электронной почте.

Другие категории интернет-медиа (развлекательные и игровые порталы, сервисы онлайн-ТВ и онлайн-радио и т. п.).

Тема 1.4 Визуальные технологии

Визуальные коммуникации как новый способ восприятия медиатекста, возникающего в условиях развития сверхновых медиа. Визуальный контент как тенденция современной журналистики. Формы визуализации (графические символы, инфографика, фотографии, рисунки, типографика). *Первичное формирование у обучающихся понимания специфики визуальной коммуникации в интернет-СМИ. Более подробное изучение визуальных технологий предполагается при изучении раздела 3 данной программы.*

Тема 1.5 Информационное пространство

Понятие «информационное пространство». Структура информационного пространства. Подходы в изучении информационного пространства – технический и гуманитарный. Специфика технического подхода как системы, осуществляющей передачу, обработку и хранение информации с использованием технических средств и других ресурсов, а именно базы и банки данных, технические средства хранения, передачи и обработки информации, коммуникационные сети. Специфика гуманитарного подхода как совокупности знаний и информации, формирующейся и постоянно изменяющейся в процессе эволюции общества. Производители и потребители информации, каналы коммуникации.

Тема 1.6 Медиа и информационная грамотность

Медийно-информационная грамотность как один из ключевых векторов развития общества. Компетенции, необходимые для взаимодействия с традиционными СМИ и новыми технологиями. Роль и функции СМИ; условия, при которых СМИ выполняют свои функции; критическое оценивание медиаконтента; взаимодействие с различными медиа для самовыражения и потребления качественного контента; навыки и умения для создания любого медиаконтента.

Изучение перечня терминов: «медийная грамотность», «информационная грамотность», «свобода самовыражения и информационная грамотность», «новостная грамотность», «компьютерная грамотность», «интернет-грамотность», «цифровая грамотность», «телевизионная грамотность», «грамотность в сфере рекламы».

Тема 1.7 Интернет-безопасность

Основные риски действия интернет-угроз. Классификация интернет-угроз. Электронная безопасность. Вредоносные программы. Спам. Кибермошенничество. Виды кибермошенничества (нигерийские письма, фишинг, вишинг, фарминг). Коммуникационные риски. Контентные риск. Неподобающий контент. Незаконный контакт. Киберпреследования.

Тема 1.8 История российской блогосферы. Появление LiveJournal Форумы и чаты – как сообщества, предшествующие созданию блогов.

Появление первых платформ, Живого журнала, дневников и протоблогов. Рассматриваются причины появления блогов и актуальные на тот момент темы. Широкая популярность текстового жанра, распространение форумов и чатов.

Тема 1.9 Развитие социальных сетей и появление популярных блогов

Появление социальных сетей. Появление социальной сети «Вконтакте». Особенности ее развития. Условия ее популярности среди молодежи. Развитие блогов. Основные тренды и причины популярности.

Тема 1.10 Целевая аудитория. Формы обратной связи с аудиторией

Базовые принципы работы с целевой аудиторией. Ядро и виды целевой аудитории. Основная целевая аудитория. Косвенная целевая аудитория.

Социально-демографические характеристики в описании целевой аудитории. Психографические характеристики.

Формы обратной связи с аудиторией (эпистолярная; мгновенная; соавторская; тестирующая; консультативная; экспертная; исследовательская)

Тема 1.11 Имидж образовательной организации

Имидж как инструмент достижения стратегических целей образовательной организации. Основные компоненты структуры имиджа образовательной организации. Ключевые моменты плана по созданию эффективного комплексного имиджа образовательной организации (внешний имидж образовательного учреждения; внутренний имидж образовательного учреждения). Разработка философии учебного заведения. Основные этапы формирования имиджа: определение миссии; определение целевой аудитории (учащиеся, родители, социальные партнеры, СМИ); планирование; реализация запланированных мероприятий; проверка эффективности.

Тема 1.12 Итоговое повторение и тестирование (промежуточный контроль)

Проверка полученных и усвоенных знаний путём выполнения практических заданий и теоретического тестирования.

Модуль 2. Теория создания контента

Тема 2.1 Основы теории текста

Текст и его восприятие. Функциональный и прагматический аспекты в изучении текста. Текст как законченное информационное и структурное целое. Единицы текста. Целостность и связность как конструктивные признаки текста. Повторная номинация. Абзац как композиционно-стилистическая единица текста. Виды тематического (классического) абзаца. Функции абзаца. Виды информации и функционально-смысловые типы речи (способы изложения). Авторская модальность. Образ автора. Типы текстов. Категории времени и пространства в художественном и нехудожественном тексте. Текст в тексте. Формы представления авторства в художественном и нехудожественном тексте. Текст монологический и диалогический. Проявление авторской индивидуальности в стиле текста. Информативность текста и способы ее повышения.

Тема 2.2 Тема Практика журналистской работы с информацией в интернете

Что такое новость? Актуальность и оперативность информации. Информационный повод.

Характеристика источников информации. Открытые источники информации. Закрытые источники информации. Неназванные источники информации. Структура источников информации. Наблюдение, интервью и документы, как система поиска информации. Особенности поиска информации в интернете.

Информационные агентства: принцип работы и структура. Применение стандартов создания новостных текстов в информационных агентствах. Некоторые проблемы использования текстов информационных агентств интернет-сайтами.

Тема 2.3 Заголовок и подзаголовок в интернет-СМИ

Виды заголовков. Основной, главный заголовок. «Шапка». Рубрика. Виды рубрик (постоянные; временные, эпизодические; специальные). Отличие основного заголовка от рубрики. Формы рубрик (служебные; тематические). Суперрубрика. Надзаголовок. Подзаголовок. Внутренний подзаголовок. Вводка. Афишка. «Крик». Создание заголовка для статьи в СМИ. Формы, требования и качества хороших заголовков. Формы заголовков. Основные требования к заголовкам.

Тема 2.4 Инфоповод

Инфоповод: понятие. Как найти инфоповод. Классификация информационных поводов и их применение. Ньюсджекинг. Что не является инфоповодом. Информационные каналы. Популярные поисковые запросы. Исследования, прогнозы и опросы. Коллаборация: привлечение авторитетного мнения. Круглые даты и календарь событий. Флэшмобы и челленджи (вирусный контент). Конкурсы и розыгрыши. Внутренние новости организации (компании). Примеры инфоповодов в интернете.

Тема 2.5 Журналистские жанры и работа с ними в рамках сетевого медиаресурса

Общее понятие о жанровой структуре интернет-публикаций. Информационные жанры в структуре жанров журналистики. Основные жанры: заметка, расширенная заметка, отчет, блиц-опрос, интервью, репортаж, фоторепортаж.

Заметка как основной вид информационных сообщений. Место информационных заметок в структуре интернет-публикаций. Основные правила написания заметки. Правило шести обязательных вопросов (что? где? когда? как? с кем? и почему? произошло. Плюс седьмой вопрос, также являющийся сегодня обязательным: откуда нам это известно?). Принцип перевернутой пирамиды — основное правило композиционного построения заметки. Журналистские ошибки.

Расширенная заметка. Современные методы написания заметок. Основные правила расширения новости. Структура расширенной заметки: ядро, детали и бэкграунд. Различные виды новостных заметок: «мягкая» новость, многопредметная новость, ньюс-фиче и др.

Интервью как метод и жанр (Разновидность интервью. Подготовка к интервью. Вопросы в интервью. Способы проведения интервью).

Тема 2.6 Принципы работы журналиста и редактора. Редакторская работа над текстом

Основные элементы редакционной структуры. Новые элементы структуры в конвергентных редакциях: NewsDeck. Сочетание принципов единоначалия и коллегиальности в работе редакций. Основные этапы производства интернет-СМИ. Функции и обязанности журналиста. Функции и обязанности редактора. Планирование работы интернет-редакции.

Знакомство редактора с авторским текстом. Постановка задачи редактирования. Доработка текста. Правка текста. Работа над содержанием, композицией, языком и стилем текста. Перекомпоновка абзацев.

Шлифовочное чтение, чтение-«скольжение», избирательное чтение. Проверка фактического материала.

Тема 2.7 Журналистские новостные тренды

Вычислительная журналистика. Алгоритмические расследования. Голосовые новостные интерфейсы. Изучение толпы. Радикальная прозрачность. Цифровая хрупкость. Новостные продукты, выпущенные ограниченным тиражом. Генерирование естественного языка для разных уровней чтения. Вычислительная фотография. Журналистика как услуга (JaaS — Journalism as a Service). Фактчекинг в реальном времени. Синтетические наборы данных. Новые форматы видео- и аудиоисторий. Подстройка алгоритмов социальных сетей.

Тема 2.8 Тренды блогосферы

Что популярно в среде блогинга. Отличие интервью на онлайн платформах от телеинтервью. Подача информации через развлекательный формат. Сокращение продолжительности видеоконтента.

Тема 2.9 Качество контента. Форматы подачи информации в блогах

Насколько важно соблюдать правила монтажа и грамотность при создании контента для блогов? Жанры, характерные для сферы блогинга. Работа с информацией в различных форматах.

Тема 2.10 Типология блогов. Анализ блог-платформ. LiveJournal, Яндекс. Дзен, Вконтакте, Одноклассники.

Виды блогов. Разные подходы к анализу и оцениванию контента в блогах различной тематической направленности. Разбор платформ.

Тема 2.11 Итоговое повторение и тестирование (промежуточный контроль)

Проверка полученных и усвоенных знаний путём выполнения практических заданий и теоретического тестирования.

Планируемые результаты первого года обучения

В итоге успешного освоения учащимися программы первого года обучения будут достигнуты следующие результаты:

Предметные:

- будут знать общие принципы организации интернет-СМИ, работы с информационными источниками

- будут знать приемы редакторской и коррекционной работы, письменной и устной журналистской речи;
- будут знать виды и жанры журналистских материалов

Метапредметные:

- будут развиты творческая активность и воображение в сфере блогинга;
- будут развиты деловые качества и потребность в саморазвитии;
- будут развиты познавательные способности и наблюдательность.

Личностные:

- будут сформированы навыки работы в группе
- сформирована культура общения;
- сформирована активная жизненная позиция.

Учебно-тематический план

дополнительной общеразвивающей программы

«Медиаблогинг в современном информационном пространстве»

Модуль 1

Первый год обучения, объем 144 часа.

Период обучения: с сентября по декабрь 2022 (17 недель)

Объем модуля: 68 часов

Режим занятий: 2 раза в неделю по 2 часа.

№ п/п	Наименование модулей, тем	Всего часов	В том числе:		Воспитательный компонент	Реализация	
			Теория	Практика			
	1-й год обучения						
1.	**Модуль 1. Медиа в современном информационном пространстве**	**68**	**22**	**46**		По плану	По факту
1.1	Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности	2	2	-	Беседа		
1.2	Рунет: возникновение и развитие Темы: Рунет. Зарождение. Ключевые игроки Рунета. Категории ресурсов, которые относятся к Рунету (сайты, находящиеся в доменной зоне .ru, рф. и su; сайты, которые вовсе не имеют домена, а серверы физически расположены	8	2	6	Социализация молодежи в соответствии с нормами общественного поведения; позитивное отношение к		

	за пределами РФ; почтовые рассылки, FTP-сервера, локальные сетки различных масштабов, IRC-конференции и пр. на русском языке). Рунет сегодня. Домены российского интернета.				общественным ценностям		
1.3	Типы медиа. Интернет-медиа Темы: Классификация медиа по основным категориям: печатные СМИ (газеты, журналы, книги, комиксы и пр.); вещательные (видео, аудио или письменный контент, который предоставляет важную или развлекательную информацию, передаваемую различными способами); интернет-СМИ (социальные сети, веб-сайты, интернет-форумы, подкасты). Интернет-медиа как совокупность всех видов информационных ресурсов, которые доступны пользователям Всемирной паутины	8	2	6	Социализация молодежи, развитие коммуникативной культуры; формирование ценностных ориентиров		
1.4	Визуальные технологии Темы: Визуальные коммуникации как новый способ восприятия медиатекста, возникающего в условиях развития сверхновых медиа. Визуальный контент как тенденция современной	8	2	6	Формирование убеждений, взглядов, ценностных ориентиров; развитие коммуникативной культуры обучающихся на основе знакомства с		

	журналистики. Формы визуализации (графические символы, инфографика, фотографии, рисунки, типографика).				различными категориями медиа		
1.5	Информационное пространство Темы: Понятие «информационное пространство». Структура информационного пространства. Подходы в изучении информационного пространства – технический и гуманитарный. Специфика технического подхода как системы, осуществляющей передачу, обработку и хранение информации с использованием технических средств и других ресурсов, а именно базы и банки данных, технические средства хранения, передачи и обработки информации, коммуникационные сети. Специфика гуманитарного подхода как совокупности знаний и информации, формирующейся и постоянно изменяющейся в процессе эволюции общества. Производители и потребители информации, каналы коммуникации.	6	2	4	Формирование навыков работы с информационными источниками; развитие позитивного отношения к общественным ценностям. Развитие коммуникативных навыков на основе различных информационных ресурсов		

1.6	Медиа и информационная грамотность Темы: Медийно-информационная грамотность как один из ключевых векторов развития общества. Компетенции, необходимые для взаимодействия с традиционными СМИ и новыми технологиями. Роль и функции СМИ; условия, при которых СМИ выполняют свои функции; критическое оценивание медиаконтента; взаимодействие с различными медиа для самовыражения и потребления качественного контента; навыки и умения для создания любого медиаконтента. Изучение перечня терминов: «медийная грамотность», «информационная грамотность», «свобода самовыражения и информационная грамотность», «новостная грамотность», «компьютерная грамотность», «интернет-грамотность», «цифровая грамотность», «телевизионная грамотность», «грамотность в сфере рекламы».	6	2	4	Формирование коммуникативной компетенции обучающихся *через визуальную коммуникацию в интернет-СМИ*		
1.7	Интернет-безопасность Темы: Основные риски действия интернет-угроз. Классификация интернет-угроз. Электронная безопасность. Вредоносные программы. Спам. Кибермошенничество. Виды	4	2	2	Формирование умения работать с информацией в соответствии с		

	кибермошенничества (нигерийские письма, фишинг, вишинг, фарминг). Коммуникационные риски. Контентные риск. Неподобающий контент. Незаконный контакт. Киберпреследования.				нормами, принятым в обществе; отбирать нужное в информационном потоке. Развитие критического мышления		
1.8	История российской блогосферы. Появление LiveJournal Форумы и чаты – как сообщества, предшествующие созданию блогов. Темы: Появление первых платформ, Живого журнала, дневников и протоблогов. Рассматриваются причины появления блогов и актуальные на тот момент темы. Широкая популярность текстового жанра, распространение форумов и чатов.	8	2	6	Умение работать с информацией в соответствии с нормами, принятым в обществе; отбирать нужное в информационном потоке. Критическое оценивание медиаконтента; взаимодействие с различными медиа для самовыражения и потребления качественного контента		
1.9	Развитие социальных сетей и появление популярных блогов. Темы: Появление социальных сетей. Появление социальной сети «Вконтакте». Особенности	8	2	6	Формирование в соответствии с общечеловеческими ценностями убеждений, взглядов, определенных		

	ее развития. Условия ее популярности среди молодежи. Развитие блогов. Основные тренды и причины популярности.				качеств личности. Развитие критического мышления		
1.10	Целевая аудитория. Формы обратной связи с аудиторией Темы: Базовые принципы работы с целевой аудиторией. Ядро и виды целевой аудитории. Основная целевая аудитория. Косвенная целевая аудитория. Социально-демографические характеристики в описании целевой аудитории. Психографические характеристики. Формы обратной связи с аудиторией (эпистолярная; мгновенная; соавторская; тестирующая; конс ультативная; экспертная; исследовательская)	4	2	2	Формирование коммуникативной компетенции обучающихся; социализация молодежи		
1.11	Имидж образовательной организации Темы: Имидж как инструмент достижения стратегических целей образовательной организации. Основные компоненты структуры имиджа образовательной организации. Ключевые моменты плана по созданию эффективного комплексного имиджа образовательной организации	6	2	4	Формирование коммуникативной культуры обучающихся; социализация		

	(внешний имидж образовательного учреждения; внутренний имидж образовательного учреждения). Разработка философии учебного заведения. Основные этапы формирования имиджа: определение миссии; определение целевой аудитории (учащиеся, родители, социальные партнеры, СМИ); планирование; реализация запланированных мероприятий; проверка эффективности.						
1.12	Промежуточный контроль	2	-	2	Социализация обучающихся, формирование навыков эффективной коммуникации		

Учебно-тематический план

дополнительной общеразвивающей программы

«Медиаблогинг в современном информационном пространстве»

Модуль 2

Первый год обучения, объем 144 часа.

Период обучения: с января по май 2023 (19 недель)

Объем модуля: 76 часов

Режим занятий: 2 раза в неделю по 2 часа.

№ п/п	Наименование модулей, тем	Всего часов	В том числе:		Воспитательный компонент	Реализация программы	
			Теория	Практика			
	1-й год обучения						
2.	**Модуль 2. Теория создания контента**	**76**	**22**	**54**		По плану	По факту
2.1.	**Основы теории текста** Текст и его восприятие. Функциональный и прагматический аспекты в изучении текста. Текст как законченное информационное и структурное целое. Единицы текста. Целостность и связность как конструктивные признаки текста. Повторная номинация. Абзац как композиционно-стилистическая единица текста. Виды тематического (классического) абзаца. Функции абзаца. Виды информации и функционально-смысловые типы	8	2	6	Социализация обучающихся, формирование навыков эффективной коммуникации		

	речи (способы изложения). Авторская модальность. Образ автора. Типы текстов. Категории времени и пространства в художественном и нехудожественном тексте. Текст в тексте. Формы представления авторства в художественном и нехудожественном тексте. Текст монологический и диалогический. Проявление авторской индивидуальности в стиле текста. Информативность текста и способы ее повышения						
2.2	**Практика журналистской работы с информацией в интернете** Что такое новость? Актуальность и оперативность информации. Информационный повод. Характеристика источников информации. Открытые источники информации. Закрытые источники информации. Неназванные источники информации. Структура источников информации. Наблюдение, интервью и документы, как система поиска информации. Особенности поиска информации в интернете. Информационные агентства: принцип работы и структура. Применение стандартов создания новостных текстов в информационных агентствах. Некоторые проблемы использования текстов информационных агентств интернет-сайтами	8	2	6	Социализация молодежи; позитивное отношение к общественным ценностям		

2.3	**Заголовок и подзаголовок в интернет-СМИ** Виды заголовков. Основной, главный заголовок. «Шапка». Рубрика. Виды рубрик (постоянные; временные, эпизодические; специальные). Отличие основного заголовка от рубрики. Формы рубрик (служебные; тематические). Суперрубрика. Надзаголовок. Подзаголовок. Внутренний подзаголовок. Вводка. Афишка. «Крик». Создание заголовка для статьи в СМИ. Формы, требования и качества хороших заголовков. Формы заголовков. Основные требования к заголовкам.	6	2	4	Социализация молодежи, развитие коммуникативной культуры; формирование ценностных ориентиров		
2.4	**Инфоповод** Инфоповод: понятие. Как найти инфоповод. Классификация информационных поводов и их применение. Ньюсджекинг. Что не является инфоповодом. Информационные каналы. Популярные поисковые запросы. Исследования, прогнозы и опросы. Коллаборация: привлечение авторитетного мнения. Круглые даты и календарь событий. Флэшмобы и челленджи (вирусный контент). Конкурсы и розыгрыши. Внутренние новости организации (компании). Примеры инфоповодов в интернете.	4	2	2	Формирование убеждений, взглядов, ценностных ориентиров; развитие коммуникативной культуры обучающихся		

2.5	**Журналистские жанры и работа с ними в рамках сетевого медиаресурса** Общее понятие о жанровой структуре интернет-публикаций. Информационные жанры в структуре жанров журналистики. Основные жанры: заметка, расширенная заметка, отчет, блиц-опрос, интервью, репортаж, фоторепортаж. Заметка как основной вид информационных сообщений. Место информационных заметок в структуре интернет-публикаций. Основные правила написания заметки. Правило шести обязательных вопросов (что? где? когда? как? с кем? и почему? произошло. Плюс седьмой вопрос, также являющийся сегодня обязательным: откуда нам это известно?). Принцип перевернутой пирамиды — основное правило композиционного построения заметки. Журналистские ошибки. Расширенная заметка. Современные методы написания заметок. Основные правила расширения новости. Структура расширенной заметки: ядро, детали и бэкграунд. Различные виды новостных заметок: «мягкая» новость, многопредметная новость, ньюс-фиче и др. Интервью как метод и жанр (Разновидность интервью. Подготовка к интервью. Вопросы в интервью. Способы проведения интервью).	8	2	6	Формирование навыков работы с информационными источниками; развитие позитивного отношения к общественным ценностям. Развитие коммуникативных навыков на основе различных информационных ресурсов		

2.6	**Принципы работы журналиста и редактора. Редакторская работа над текстом** Основные элементы редакционной структуры. Новые элементы структуры в конвергентных редакциях: NewsDeck. Сочетание принципов единоначалия и коллегиальности в работе редакций. Основные этапы производства интернет-СМИ. Функции и обязанности журналиста. Функции и обязанности редактора. Планирование работы интернет-редакции. Знакомство редактора с авторским текстом. Постановка задачи редактирования. Доработка текста. Правка текста. Работа над содержанием, композицией, языком и стилем текста. Перекомпоновка абзацев. Шлифовочное чтение, чтение-«скольжение», избирательное чтение. Проверка фактического материала.	8	2	6	Формирование коммуникативной компетенции через принципы работы журналиста и редактора		
2.7	**Журналистские информационные тренды** Вычислительная журналистика. Алгоритмические расследования. Голосовые новостные интерфейсы. Изучение толпы. Радикальная прозрачность. Цифровая хрупкость. Новостные продукты, выпущенные ограниченным тиражом. Генерирование естественного языка	8	2	6	Формирование умения работать с информацией; отбирать нужное в информационном потоке. Развитие критического мышления		

	для разных уровней чтения. Вычислительная фотография. Журналистика как услуга (JaaS — Journalism as a Service). Фактчекинг в реальном времени. Синтетические наборы данных. Новые форматы видео- и аудио-историй. Подстройка алгоритмов социальных сетей.						
2.8	**Тренды блогосферы.** Что популярно в среде блоггинга. Отличие интервью на онлайн платформах от телеинтервью. Подача информации через развлекательный формат. Сокращение продолжительности видеоконтента.	8	2	6	Умение работать с информацией в соответствии с нормами, принятым в обществе; отбирать нужное в информационном потоке		
2.9	**Качество контента. Форматы подачи информации в блогах.** Насколько важно соблюдать правила монтажа и грамотность при создании контента для блогов? Жанры, характерные для сферы блоггинга. Работа с информацией в различных форматах	8	4	4	Формирование убеждений, взглядов, коммуникативных качеств личности. Развитие критического мышления		
2.10	**Типология блогов. Анализ блог-платформ LiveJournal, Яндекс.Дзен, Вконтакте,Одноклассники.** Виды блогов. Разные подходы к анализу и оцениванию контента в блогах различной тематической направленности. Разбор платформ.	6	2	4	Формирование коммуникативной компетенции обучающихся; социализация молодежи		
2.11	**Промежуточный контроль**	4	-	4	Формирование коммуникативной		

	Проверка полученных знаний путём выполнения практических и теоретических заданий.				культуры, навыков самопрезентации		

Приложение № 1

Карта аттестации учащегося по дополнительной общеразвивающей программе

№ п/п	Параметры оценки уровня освоения программы	Характеристика низкого уровня освоения программы	Оценка уровня освоения программы (в баллах)					Характеристика высокого уровня освоения программы
			Очень слабо	Слабо	Удовлетворительно	Хорошо	Очень хорошо	
1	**Опыт освоения теоретической информации (объём, прочность, глубина)**	Информация не освоена	1	2	3	4	5	Информация освоена полностью в соответствии с задачами программы
2	**Опыт практической деятельности (степень освоения способов деятельности: умения и навыки)**	Способы деятельности не освоены	1	2	3	4	5	Способы деятельности освоены полностью в соответствии с задачами программы
3	**Опыт эмоционально-ценностных отношений (вклад в формирование личностных качеств учащегося)**	Отсутствует позитивный опыт эмоционально-ценностных отношений (проявление элементов агрессии, защитных реакций, негативное, неадекватное поведение)	1	2	3	4	5	Приобретён полноценный, разнообразный, адекватный содержанию программы опыт эмоционально-ценностных отношений, способствующий развитию личностных качеств учащегося
4	**Опыт творчества**	Освоены элементы репродуктивной, имитационной деятельности	1	2	3	4	5	Приобретён опыт самостоятельной творческой деятельности (оригинальность, индивидуальность, качественная завершенность результата)
5	**Опыт общения**	Общение отсутствовало (ребёнок закрыт для общения)	1	2	3	4	5	Приобретён опыт взаимодействия и сотрудничества в системах «педагог-учащийся» и «учащийся-учащийся». Доминируют субъект-субъектные отношения
6	**Осознание ребенком актуальных достижений. Фиксированный успех и вера ребёнка в свои силы (позитивная «Я-концепция»)**	Рефлексия отсутствует	1	2	3	4	5	Актуальные достижения ребёнком осознаны и сформулированы
7	**Мотивация и осознание перспективы**	Мотивация и осознание перспективы отсутствуют	1	2	3	4	5	Стремление ребёнка к дальнейшему совершенствованию в данной области (у ребёнка активизированы познавательные интересы и потребности)
		Итоговый балл:						-

Общая оценка уровня освоения программы:

7-20 баллов – программа освоена на низком уровне; 21-28 баллов – программа освоена на среднем уровне; 29-35 баллов – программа освоена на высоком уровне.

Приложение № 2

Ведомость промежуточного контроля учащихся по дополнительной общеразвивающей программе

Код группы:_____учебный период:_____ФИО педагога:_____
Название программы: _____

№ п/п	Фамилия Имя учащегося	Оценка уровня освоения программы учащимися (1-5 баллов)							Итоговый балл	Уровень освоения программы (низкий, средний, высокий)
		Опыт освоения теоретической информации (объём, прочность, глубина)	Опыт практической деятельности (степень освоения способов деятельности: умения и навыки)	Опыт эмоционально-ценностных отношений (вклад в формирование личностных качеств учащегося)	Опыт творчества	Опыт общения	Осознание ребенком актуальных достижений. Фиксированный успех и вера ребёнка в свои силы (позитивная «Я-концепция»)	Мотивация и осознание перспективы		
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
6.										
7.										
8.										
9.										
10.										
11.										

_____ _____ _____
Дата Подпись ФИО педагога

Приложение № 3

Ведомость итогового контроля результативности освоения учащимися общеобразовательной общеразвивающей программы

Код группы: _____ **Период обучения:** _____ **ФИО педагога:** _
Название программы: _____

№ п/п	Фамилия имя учащегося	Оценка уровня освоения программы							
		I полугодие первого года обучения		II полугодие первого года обучения		…		Весь курс (итоговый результат)	
		Балл	Уровень	Балл	Уровень	Балл	Уровень	Балл	Уровень
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
8.									
9.									
10.									
11.									
12.									
13.									
14.									
15.									

_____ _____ _____
Дата Подпись ФИО педагога

Приложение 4

Анкета обратной связи

по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе

Уважаемые учащиеся, Вам предлагается заполнить анкету по итогам обучения в СПб ГБНОУ "Центр регионального и международного сотрудничества".

Правила заполнения анкеты: внимательно прочитайте вопросы и варианты ответов. Отметьте, пожалуйста, номера ответов, которые соответствуют Вашему мнению.

1. Код группы
   _____
2. Ф.И.О. учащегося
   _____
3. Укажите, пожалуйста, название образовательного учреждения, где Вы обучаетесь.
   _____
4. Откуда Вы узнали об учреждении, в котором обучаетесь? (можно выбрать несколько вариантов ответов)

- ☐ Из средств массовой информации
- ☐ Из социальных сетей
- ☐ От друзей и знакомых
- ☐ Из интернет-ресурса образовательного учреждения
- ☐ В колледже
- ☐ От родителей
- ☐ В этом учреждении занимаются (занимались) мои братья и сестры
- ☐ Из рекламных объявлений, афиш
- ☐ Другое_____

5. С какой целью Вы пришли заниматься в учреждение? (не более пяти вариантов ответов)

- ☐ Узнать новое и интересное
- ☐ По желанию родителей
- ☐ Повысить уровень владения иностранным языком
- ☐ С пользой провести свободное время
- ☐ Развить свои способности
- ☐ Здесь занимается друг (подруга)
- ☐ Найти новых друзей и общаться с ними
- ☐ Преодолеть трудности в учебе
- ☐ Научиться самостоятельно приобретать новые знания
- ☐ Получить знания и умения, которые помогут в приобретении будущей профессии
- ☐ Другое_____

6. Что Вам нравится в этом учреждении? (несколько вариантов ответов)

- ☐ Интересные занятия
- ☐ Личность педагога
- ☐ Хорошее материально-техническое оснащение занятий
- ☐ Обеспеченность занятий мультимедийным оборудованием и доступность Интернета
- ☐ Есть возможность проявления инициативы и самостоятельности

7. Сколько лет Вы занимаетесь в этом учреждении?

- ☐ полгода
- ☐ 1 год
- ☐ 2 года

8. Довольны ли Вы своими успехами и достижениями в изучении языка?

- ☐ Да, вполне
- ☐ Скорее да, чем нет
- ☐ Скорее нет, чем да
- ☐ Нет

9. Что дают Вам занятия в этом учреждении?

- ☐ Узнаю новое и интересное
- ☐ Повышаю уровень владения иностранным языком
- ☐ Развиваю свои способности
- ☐ Нашел новых друзей и общаюсь с ними
- ☐ Учусь самостоятельно приобретать новые знания
- ☐ Получаю знания и умения, которые помогут в приобретении будущей профессии
- ☐ Добиваюсь высоких результатов в выбранном направлении
- ☐ Другое_____

10. Укажите Ваш пол

- ☐ Мужской
- ☐ Женский