



# МЕДИАТОР

СБОРНИК УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ  
МАТЕРИАЛОВ

Программа реализуется при финансовой поддержке  
Министерства образования Красноярского края

**Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования  
«Центр образования «Перспектива»**



# МЕДИАТОР

**СБОРНИК УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ**

**Авторы-составители:**

**Филон В.Ф., методист**

**Ширкина И.М., педагог-организатор**

**Козлихин А.Ю., педагог дополнительного образования**

**Степанова Л.Е., педагог дополнительного образования**

**Зеленогорск, 2019**

Сборник учебно-методических материалов подготовлен на основе педагогического опыта сопровождения модульной общеобразовательной программы по основам мультимедийной журналистики «МедиаТОР», прошел экспертизу методического совета образовательного учреждения, рекомендован к внедрению в образовательный процесс и тиражированию.

В 2018г. программа стала финалистом краевого конкурса программ, реализуемых в сетевой форме, в 2019г. опубликована в региональном атласе образовательных практик, оценена экспертами как практика, претендующая на высший уровень, получила грант Министерства образования Красноярского края в форме субсидии на реализацию программы.

Программа «МедиаТОР», реализуется при финансовой поддержке Министерства образования Красноярского края.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА,  
реализуемая в сетевой форме,  
«МедиаТОР»**

Возраст обучающихся: 14 – 17 лет

Срок реализации: 1 год

Авторы:

Ширкина И.М., педагог дополнительного образования  
МБУ ДО «ЦО «Перспектива»;

Козлихин А.Ю., педагог дополнительного образования  
МБУ ДО «ЦО «Перспектива»;

Степанова Л.Е., педагог дополнительного образования  
МБУ ДО «ЦО «Перспектива»;

Филон В.Ф., методист МБУ ДО «ЦО «Перспектива»

Зеленогорск, 2019г.

## **Пояснительная записка**

**Направленность программы** – техническая.

**Новизна программы** заключается в приобщении подростков к основам мультимедийной журналистики и творческому преобразованию информационного контента (текст, видео, фотография, инфографика) в формате мультимедийного лонгрида. Образовательные модули программы реализуются при профессиональной поддержке отдела общественных коммуникаций АО «Производственное объединение «Электрохимический завод», корпоративной газеты «Импульс-ЭХЗ» и Муниципального унитарного предприятия «Телерадиокомпания «Зеленогорск».

Привлечение в качестве партнеров профессиональных журналистов для реализации отдельных модулей программы создает условия для профессионального самоопределения и формирования компетентностных образовательных результатов средствами медиаобразования.

Мы рассматриваем детскую журналистику как компетентностную пробу, способ проектирования своего профессионального будущего, опыт социализации.

В качестве отражения идеологии программы взято творческое название «МедиаТОР». Многозначность названия определяет основные проектные линии. Медиатор (лат. mediātor) – посредник, роль которого сводится к взаимодействию медиа-сферы и социума. Медиа как способ и средство коммуникации и ТОР (аббревиатура актуального термина для городов присутствия Госкорпорации «Росатом» – территория опережающего развития) задают вектор движения участникам программы, детским и молодёжным СМИ школ-партнеров

**Актуальность программы** определяется значительным познавательным и технологическим ресурсом, которым обладают современные медиатехнологии. Мультимедийная журналистика – это сегодня наиболее продвинутая с точки зрения технологий сфера

коммуникаций. «Цифровое поколение» и новый образ жизни в технологической среде заставляет искать нестандартные формы обучения в логике компетентностного подхода. Программа предоставляет возможность освоения медиатекста (фотография, видео, текст, инфографика, гипертекст и другой контент) и медийного способа подачи журналистского материала (лонгрид).

Программа направлена на использование закономерностей массовой коммуникации в рамках медиаобразования как актуальной области педагогической практики, которое развивается в рамках отечественной педагогики как одно из инновационных направлений. ЮНЕСКО рекомендует медиаобразование «к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования» [UNESCO, 1999, стр. 273-274].

Согласно документам ЮНЕСКО (1999, 2002) «Медиаобразование – направление в образовании с помощью и на материале средств массовой коммуникации с целью формирования культуры общения с медиа, развития творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов; обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» [14].

Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми. В этом заключается подготовка подрастающего поколения к жизни в информационном обществе.

Особенностью программы является её практико-ориентированный характер. Деятельностный подход в обучении реализуется в процессе работы над реальным медиапродуктом: видеоролики для участия в социально-творческих конкурсах, работа над заданиями всероссийского

образовательного проекта «Школьная пресса России». Создание лонгрида актуально в рамках регионального этапа чемпионата JuniorSkills по мультимедийной журналистике, «Чемпионата юных профессионалов Топливной компании «ТВЭЛ».

### **Педагогическая целесообразность программы**

В Центре образования «Перспектива» работают творческие объединения «Основы экранного мастерства», «Основы журналистики»; издается межшкольная газета «Секундочку!», на местном телеканале выходит молодежная телевизионная передача «Стоп! Мотор! Снято!». Предпосылками к разработке программы стала необходимость освоения технологической культуры современной журналистики, расширения творческих контактов между подростками, молодёжью и взрослыми, максимального включения в сложившиеся в ЦО «Перспектива» форматы работы детских и молодёжных СМИ школ-партнеров.

Реализация сетевой общеобразовательной программы «МедиаТОР» предполагает формирование инновационной площадки для изучения педагогического потенциала детско-юношеских СМИ, апробации способов интеграции издательской деятельности и медиа технологий в образовательный процесс. Производство медийного и информационного контента открывает для учеников возможность создавать социально значимую информационную продукцию в форматах текста, фото, видео, графики. Занимаясь созданием медиатекстов, излагая свои идеи и взгляды, обучающиеся включаются в процесс творчества и самовыражения.

Медийная журналистика рассматриваются в рамках данной программы как сфера технологий и социальной практики детей и подростков, в рамках которой они приобщаются к технологической культуре современной журналистики и приобретают культурный, нравственный, мировоззренческий и социальный опыт.

Учет возрастных особенностей участников программы выражен в способах организации образовательного процесса: командный и проектный формат работы ориентирован на сотрудничество, создание ситуаций успешности, партнерства, увлеченности общим делом.

Программа предусматривает включение в качестве образовательного материала ситуации школьного, городского, регионального уровней; дает возможность интерпретировать различные городские и региональные ресурсы в качестве образовательных. Смысл медиаобразовательной деятельности ориентирован на создание медиатекстов как продуктов творческой деятельности с использованием медиасоциальных инициатив для решения молодежных проблем. На наш взгляд, это отвечает присущему подростковому и юношескому возрасту стремлению к действию «от себя», расширению горизонтов, выходу за пределы социальных институтов семьи и школы, непосредственного окружения, на осуществление лично, социально, культурно значимого действия.

Успешности профессионального самоопределения, развитию и продвижению молодежных инициатив через СМИ способствует участие в краевой «Школе проектирования «Конструктор будущего» (Школа социальной рекламы «Кактус»), во Всероссийском конкурсе школьных изданий «Больше изданий хороших и разных» в рамках всероссийского образовательного проекта «Школьная пресса России», проектов «Атом-ТВ» и «Rosatom'sCOOL» «Школы Росатома», регионального этапа чемпионата по стандартам JuniorSkills по мультимедийной журналистике, «Чемпионата юных профессионалов Топливной компании «ТВЭЛ».

**Образовательный процесс выстраивается по принципу гуманизации воспитания, основанному на создании условий для самоопределения, самореализации, самоутверждения, самоактуализации личности человека, учета его интересов и потребностей.**

Принцип открытости программы означает работу с самоопределением в социально-культурном пространстве; освоение проектных способов деятельности; построение новых образов и представлений будущего; ориентацию на аналитику и интерпретацию современных событий, на активное включение в процессы социокультурного развития своей школы, города и края. Журналистика дает ребенку возможность свободно выразить и выработать собственное мнение, провести своеобразную «ревизию» своего внутреннего и окружающего мира, определить свое место в социуме.

Построение образовательного процесса предусматривает опору на содержание основного образования, применение широкого комплекса знаний по базовым учебным дисциплинам: литература, русский язык, обществознание.

Особый акцент сделан на использовании образовательного ресурса медиатехнологий как сферы живого человеческого опыта.

Исходя из полифункциональности СМИ, в программе используется различные подходы:

- технологический – СМИ как технические средства создания и передачи информации;
- коммуникативный – СМИ как способ коммуникации, сочетающий различные знаковые системы;
- когнитивный – материалы СМИ как учебные материалы, способствующие развитию ассоциативного, образного, визуального мышления;
- креативный – как способ развития на материале СМИ творческих умений и навыков;
- социальный – СМИ как средства получения информации для критического осмысления событий общественной жизни.

Программа является модифицированной. При разработке программы использованы материалы специализированной литературы: научно-

образовательного пособия А.П. Верстакова, С.С. Смирнова, С.А. Шувалова «Медиаобразование в школе: школьная телестудия» факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, методического пособия Санкт-Петербургской межрегиональной ассоциации дополнительного образования «Школа журналистики и PR», А.И.Акопова «Электронные сети как новый вид СМИ».

Отличительной особенностью данной программы является сетевая организация системы деятельности, направленная на расширение творческих контактов между подростками, молодёжью и взрослыми. В программе заложено широкое поле для выбора направления деятельности в соответствии с индивидуальными образовательными запросами участников: печатные СМИ, и тележурналистика, сетевые СМИ.

Программа предоставляет возможность для реализации индивидуальных образовательных маршрутов в части внеурочных видов деятельности в учреждениях дополнительного образования: проектную деятельность, встречи с профессионалами, образовательные экскурсии в редакции, создание и защита портфолио, – обеспечивающих профессиональное самоопределение учащихся.

**Цель программы** – развитие творческого потенциала личности обучающегося в процессе формирования мультимедийной компетентности.

Задачи программы

1. Расширить знания обучающихся в области теории и практики средств массовой коммуникации: терминология, язык и формы средств массовой коммуникации (СМК);
2. Сформировать практические навыки создания медиатекстов в различных форматах: текст, фото, инфографика, видео, аудио;
3. Обеспечить развитие способности к анализу различных медиатекстов, умение ориентироваться в потоке информации, оценивать качество и достоверность информационных сообщений;

4. Сформировать опыт самоорганизации и саморегуляции, подразумевающей планирование этапов выполнения работы, отслеживание продвижения в выполнении задания, соблюдение сроков подготовки и предоставления материалов, контроль качества выполнения работы, самостоятельной оценки собственного продукта с позиций соответствия полученных результатов учебной задаче, целям и способам действий:
5. Сформировать готовность и способность к профессиональному самоопределению.

### **Основные формы и методы работы с обучающимися**

Мастер-классы от профессионалов «Найди свой жанр», «Организация работы редакции», «Имидж телеведущего», «ФотоИДЕЯ»; медиа-квест, ярмарка вакансий, лекции, экскурсии в редакции, коммуникативные тренинги, ситуативные тренинги, мозговые штурмы, ролевые игры, творческие задания, творческая дискуссия, лабораторные работы, экспертная оценка, консультации, презентация творческих работ, публикация статей в изданиях различных форматов.

**Возраст обучающихся.** Образовательная программа «Основы мультимедийной журналистики «МедиаТОР» разработана для учащихся 8-11 классов, представителей детских и юношеских СМИ образовательных учреждений города.

Предполагаемое количество учащихся – 24 человека, 2 группы по 12 человек.

### **Условия приема обучающихся в программу.**

Перед началом реализации программы проводится PR-кампания, в рамках которой демонстрируются презентации, ведется информационно-консультационная работа по набору участников из числа детских СМИ образовательных учреждений-партнеров.

Прием осуществляется на добровольной основе в соответствии с интересами и склонностями детей на основании письменного заявления родителей (законных представителей, опекунов).

**Места реализации программы:** Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования «Центр образования «Перспектива», Муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа № 169», Муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа № 176».

**Сроки реализации программы:** Модульная дополнительная общеобразовательная программа по основам журналистики «МедиаТОР» реализуется в течение 1 года. Программа включает в себя три образовательных модуля и межмодульное сопровождение, четвёртый модуль – презентационный. Программа рассчитана на 144 часа в год: из них 72 часа на 3 образовательных модуля, 6 часов – презентационный модуль, 66 часов на межмодульное сопровождение. Школы-партнеры планируют на педагогическое сопровождение проектов 1 час в неделю в объеме 34 часов на индивидуальное и групповое консультирование при выполнении технических заданий модуля, при создании контента лонгрида в рамках подготовки к региональному этапу чемпионата по стандартам JuniorSkills по мультимедийной журналистике, «Чемпионата юных профессионалов Топливной компании «ТВЭЛ».

В период межмодульного сопровождения практическая работа строится малыми группами и индивидуально на базе МБУ ДО «ЦО «Перспектива» и школ-партнеров по предварительному согласованию места и времени с участниками программы, исходя из тематики технических заданий, разработанных в рамках модуля; заданий всероссийского проекта «Школьная пресса России», индивидуальных и коллективных проектов обучающихся. В межмодульный период работают творческие команды, детско-взрослые творческие сообщества, которые функционируют в логике наставничества, является средством личностного развития и социализации каждого члена команды образовательного учреждения-партнера.

## **Ожидаемые результаты**

1. Получение практических навыков в области мультимедийной журналистики для профессионального самоопределения;
2. Создание творческого портфолио для поступления в профильные высшие учебные заведения;
3. Создание, наполнение и продвижение контента лонгрида.

## **Образовательные результаты**

Компетентностный образовательный результат – мультимедийная компетентность как способность и стремление создавать медиатекст и способ его предъявления. Под медиатекстом мы понимаем сообщение любого медийного вида и жанра. Медиатекстом может являться видеоролик, текст, фотография, инфорграфика и другой контент. Способ предъявления – лонгрид

Обучающийся владеет основными жанрами публицистики, создает собственный текст в различных жанрах публицистики (заметка, репортаж, статья, интервью, эссе). Корректирует чужой и собственный текст. Производит оценку выполненной работы.

Знает современную техническую базу и новые цифровые технологии, применяемые в мультимедийной журналистике. Знает особенности работы в условиях мультимедийной среды, методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика). Ориентируется в современных тенденциях дизайна в СМИ. Творчески использует полученные знания и умения в практической работе. Оперативно готовит материал с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической), в различных жанрах и форматах для размещения на различных мультимедийных платформах – печатных, вещательных, онлайн-овых. Редактирует печатный текст, аудио-, видео- или интернет-материал в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями. Участвует в процессе выхода издания, телепрограммы (верстке номера или программы, монтаже

аудио-, видеоматериала) на базе современных технологий. Готов выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности.

### **Метапредметные результаты**

Самостоятельно ставит новые учебные цели и задачи; учитывает условия и средства их достижения. Прогнозирует и планирует необходимые умственные и практические действия для получения результата.

Знает виды информации, методы ее сбора (наблюдение, работа с документами, интервью, беседа, анкетирование). Анализирует источники информации. Находит источники интересной информации. Воспринимает, анализирует и оценивает информацию.

### **Личностные результаты**

Вступает в общение, соблюдает правила общения, аргументировано выражает свою точку зрения, умеет слушать другого. Учитывает позиции других людей в сотрудничестве. Вступает в диалог, участвует в коллективном обсуждении проблем, в дискуссии, умеет аргументировать свою позицию, владеет монологической и диалогической формами речи, осуществляет коммуникативную рефлекссию как осознание оснований собственных действий и действий партнёра.

**Способы реализации сетевого взаимодействия** Программа реализуется в рамках концентрированной модели сети. В качестве ресурсного центра выступает МБУ ДО «ЦО «Перспектива», при этом каждое учреждение-партнер обладает уникальными ресурсами: кадровыми, методическими, материально-техническими.

Школьные команды участвуют в программе с тьютором, который сопровождает работу команды на всех этапах от теоретического до формирования и выполнения технического задания, групповой или индивидуальной проектной работы.

Для учащихся 8-9 классов пилотных школ-партнеров программа реализуется в рамках внеурочной деятельности, цель которой заключается в создании условий для проявления и развития интересов ребёнка на основе свободного выбора, постижения духовно-нравственных ценностей и культурных традиций. Участие в программе способствует достижению результатов освоения основной образовательной программы основного общего образования; возникновению у ребёнка потребностей в саморазвитии, самоопределении; формированию у ребёнка готовности и привычки к творческой деятельности.

Для учащихся 10 классов результатом освоения программы может стать завершённый индивидуальный образовательный медиапроект (творческий, социальный или прикладной).

## Учебно-тематический план

	Наименование темы	кол-во часов всего	теория	практика	Консультации тьюторов школ-партнеров	Формы организации работы
<b>I.</b>	<b>МОДУЛЬ 1 «Типы журналистских специализаций. Основные элементы медиатекста»</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>16</b>		
	<b>День 1-ый</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>5</b>		
1.1	Понятие масс-медиа. Типы журналистских специализаций.	1	1			Лекция-диалог
1.2	Секреты взаимодействия успешной медиаредакции	1		1		Тренинг «Знакомство»
1.3	Кем ты можешь быть в мультимедийной редакции?	1		1		Входное тестирование
1.4	Секреты взаимодействия успешной медиаредакции	1		1		Тренинг на командообразование
1.5.	О силе слова и не только. Структура журналистского текста.	2	1	1		Лекция Практикум журналиста
1.6	Заголовок. Его роль, разновидности, способы создания	1	0,5	0,5		Практикум журналиста Работа в минигруппах
1.7	Лид: разновидности, способы создания	1	0,5	0,5		Творческий кросс
	Что мне дал сегодняшний день?					Рефлексия
	<b>День 2-ой</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		
1.8	Заметка. Типичные ошибки при написании текста	1		1		Практикум журналиста
1.9	Интервью. Золотые правила интервью	1	0,5	0,5		Лекция-практикум
1.10	Особенности новостного текста в социальных сетях	1	0,5	0,5		Лекция-практикум
1.11	Жанры фотожурналистики: фоторепортаж, фотоэтнод, фотозарисовка	1	1			Лекция
1.12	Фотосъемка Фотограф не отбрасывает тень	1	1			Мастер-класс от профессионала

1.13	Фоторедактирование. Волшебный кадр	2	1	1		Лекция Практикум
1.14	Фотоквест «По следам фотографа»	1		1		Квест-игра
	Что мне дал сегодняшний день?					Рефлексия
	<b>День 3-ий</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>7</b>		
1.15	Особенности репортажной съемки. Ракурс, реальная история и замысел	2	1	1		Лекция Практикум
1.16	Фоторепортаж «МедиаТОР». День третий»	2		2		Творческое задание
1.17	Особенности и элементы мобильной фотографии					Практикум
1.18	Формирование папок «Текст», «Фото» по технологии «Junior Skills»	1		1		Практикум
1.19	Пост в группе «МедиаТОР» «Вконтакте» по результатам первого модуля	1		1		Мониторинг Работа в группах постоянного состава
1.20	Рефлексия, разработка и уточнение технического задания на межмодульный период.	1		1		Рефлексия
	<b>Межмодульное сопровождение</b>	<b>22</b>		<b>22</b>	<b>10</b>	
1.21	Работа над техническим заданием: создание индивидуальных или коллективных медиапродуктов. Практическая работа в заданных медиажанрах	4		4	4	Индивидуальные, групповые консультации
1.22	Работа над заданиями краевой интенсивной школы «Школа социальной рекламы «Кактус»	4		4		Координация и тьюторское сопровождение Консультации
1.23	Работа над заданиями Всероссийского образовательного проекта «Школьная пресса»	4		4		Индивидуальные, групповые консультации
1.24	Работа в проекте «Атом-ТВ» Школы Росатома»	2		2		Индивидуальные, групповые консультации
1.25	Работа в проекте «Rosatom'sCOOL» Школы	2		2		Индивидуальные, групповые

	Росатома»					консультации
1.26	Работа над заданиям регионального отборочного этапа чемпионата «Junior Skills»	4		4	4	Творческий практикум
1.27	Работа над заданиям регионального отборочного этапа «Чемпионата юных профессионалов Топливной компании «ТВЭЛ»	2		2	2	Творческий практикум
<b>II</b>	<b>МОДУЛЬ 2 «Основные элементы медиатекста. Видеоролик»</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>18</b>		
	<b>День 1-ый</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>5</b>		
2.1.	Секреты взаимодействия успешной медиаредакции	1		1		Тренинг на командообразование
2.2.	Аппаратура имеет значение. Презентация новинок в области видеосъемки	1		1		Мастер-класс от профессионала
2.3	Устройство и принцип работы цифровой видеокамеры, штативов, осветительных приборов, микрофона. Приемы обращения с видеокамерой	2	1	1		Лекция Практикум
2.4	Видеосъемка. Видеооператор не отражается в зеркале:	1	1			Мастер-класс от профессионала
2.5	Основные правила видеосъемки в студийных условиях, съемки со штативом и без штатива. Упражнения на отработку техники съемки	2	1	1		Лекция Практикум
2.6.	Особенности работы телевизионной редакции. Оборудование телевизионной профессиональной студии	1		1		Образовательная экскурсия в городскую теле- радиокomпанию ТВИН
	Что мне дал сегодняшний день?					Рефлексия
	<b>День 2-ой</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		
2.7	Видеосюжет. Композиция, структура сюжета. Сбор информации. Подготовка к съемке	1	1			Лекция

2.8	Просмотр и анализ видеосюжетов. Создание концепции видеосюжета	2		2		Практикум журналиста Работа в группах
2.9	Взаимодействие журналиста и оператора. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап».	1	1			Лекция
2.10	Композиция кадра. План крупный, средний, общий. Ракурс, перспектива, глубина кадра. Съемка стенд-апа.	2		2		Практикум журналиста
2.11	Принципы монтажа видеоряда Программы для видеомонтажа, основные инструменты. Звуковой ряд видеосюжета.	2		2		Практикум
	Что мне дал сегодняшний день?					Рефлексия
	<b>День 3-ий</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>7</b>		
2.12	Видеомонтаж. Импортирование видеофайлов на компьютер. Создание видеофайлов для монтажа. Размещение видео на дорожке видеоредактора.	1		1		Практикум
2.13	Видеоредактирование. Волшебный кадр	2	1	1		Лекция-практикум
2.14	Видеоквест. По следам видеографа	2		2		Квест-игра
2.15	Формирование папки «Видео» по технологии «Junior Skills»	1		1		Практикум
2.16	Пост в группе «МедиаТОР» «Вконтакте» по результатам первого модуля	1		1		Мониторинг
2.17	Рефлексия, разработка и уточнение технического задания на межмодульный период.	1		1		Рефлексия
	<b>Межмодульное сопровождение</b>	<b>22</b>		<b>22</b>	<b>12</b>	
2.18.	Работа над техническим заданием: создание индивидуальных или	4		4	6	Индивидуальные, групповые консультации

	коллективных медиапродуктов. Практическая работа в заданных медиажанрах					
2.19	Работа над заданиями краевой интенсивной школы «Школа социальной рекламы «Кактус»	4		4	2	Координация и тьюторское сопровождение Консультации
2.20	Работа над заданиями Всероссийского образовательного проекта «Школьная пресса»	4		4		Индивидуальные, групповые консультации
2.21	Работа в проекте «Атом-ТВ» Школы Росатома»	2		2		Индивидуальные, групповые консультации
2.22	Работа в проекте «Rosatom'sCOOL» Школы Росатома»	2		2		Индивидуальные, групповые консультации
2.23	Работа над заданиям регионального отборочного этапа чемпионата «Junior Skills»	4		4	4	Творческий практикум
<b>III.</b>	<b>Модуль 3 «Основные элементы медиатекста. Инфографика. Форма воплощения медиатекста – лонгрид»</b>	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>21</b>		
	<b>День 1-ый</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		
3.1	Секреты взаимодействия успешной редакции	1		1		Тренинг на командообразование
3.2	Особенности языка медиаплатформ: текст, звук, картинка. Инфографика – что это?	2	1	1		Лекция-практикум
3.3	Формирование папки «Инфографика по технологии «Junior Skills»	1		1		Творческий практикум
3.4	Лонгрид. Читаем длинно	1	1			Лекция
3.5.	Просмотр и анализ примеров мультимедийных лонгридов. Разработка концепции собственного лонгрида	2		2		Творческий практикум
3.6	Дизайн и содержательное наполнение лонгрида	1		1		Консультации журналистов городских СМИ
	Что мне дал сегодняшний день?					Рефлексия

	<b>День 2-ой</b>	<b>8</b>		<b>8</b>		
3.7	Лонгквест	3		3		Квест-игра
3.8	Создание и оформление тематического лонгрида	3		3		Творческий практикум
3.9	Пост в группе «МедиаТОР» «Вконтакте» по результатам первого модуля	1		1		Мониторинг
3.10	Дизайн и содержательное наполнение лонгрида	1		1		Групповые и индивидуальные консультации
	Что мне дал сегодняшний день?					Рефлексия
	<b>День 3-ий</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>7</b>		
3.11	Платформа «Tilda Publishing» Особенности, основные ресурсы и полезные советы. Типовые элементы, дизайн	2	1	1		Мастер-класс от профессионала
3.12	Освоение ресурсов платформы «Tilda Publishing»	2		2		Практикум
3.13	Мой первый мультимедийный лонгрид	2		2		Творческий практикум
3.14	Создание электронной презентации лонгрида	1		1		Творческий практикум
3.15	Рефлексия, разработка и уточнение технического задания на межмодульный период.	1		1		Рефлексия
	<b>Межмодульное сопровождение</b>	<b>22</b>		<b>22</b>	<b>12</b>	
3.16	Работа над техническим заданием: создание индивидуальных или коллективных медиапродуктов. Практическая работа в заданных медиажанрах. Подготовка к «Ярмарке проектов»	4		4	6	Индивидуальные, групповые консультации
3.17	Работа над заданиями краевой интенсивной школы «Школа социальной рекламы «Кактус»	4		4	2	Координация и тьюторское сопровождение Консультации
3.18	Работа над заданиями Всероссийского	4		4		Индивидуальные, групповые

	образовательного проекта «Школьная пресса»					консультации
3.19	Работа в проекте «Атом- ТВ» Школы Росатома»	2		2		Индивидуальные, групповые консультации
3.20	Работа в проекте «Rosatom'sCOOL» Школы Росатома»	2		2		Индивидуальные, групповые консультации
3.21	Формирование творческого портфолио	4		4	4	Индивидуальные, групповые консультации
IV	Модуль 4 «Презентационный: ярмарка медиапроектов»	<b>6</b>		<b>6</b>		
4.1.	Выставка медийных проектов Презентация «Портфолио творческих успехов»	3		3		Демонстрация видео на мониторах, стендовое размещение издательских продуктов
4.2	Церемония награждения, вручения сертификатов	1		1		Экспертная оценка проектов
4.3	«Ярмарка вакансий: кем я могу быть в мультимедийной редакции»	2		2		Деловая игра с привлечением журналистского сообщества города
	<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	17	127	34	

## СОДЕРЖАНИЕ

### МОДУЛЬ 1 «Типы журналистских специализаций. Основные элементы медиатекста»

**Введение.** Понятие масс-медиа. Типы журналистских специализаций. Специфика работы в медиаредакции. Медиатекст как основная категория медиалингвистики.

**Тема 1. Журналистский текст.** «Главное орудие журналиста». Языковые особенности журналистики. Правила написания текста. Текстовые ошибки. Типы слов и выражений, которых нужно избегать. Особенности текста в социальных сетях

**Тема 2. Жанр как метод работы с информацией.** Новость. Новость – факт, новость-событие, новость-цитата. Критерии отбора новостей. Особенности новостного текста в социальных сетях. Структура новости: заголовок – лид – контекст – цитата – бэкграунд. Передача слов ньюсмейкера в прямой и косвенной речи.

Информационный жанр: заметка, репортаж, интервью. Аналитический жанр: статья, интервью. Золотые правила интервью

«Порядок осмотра мира»: выбор темы авторского материала, осознание творческой задачи и поиск способов ее решения. Информационный повод.

**Тема 3. Редактирование и корректура текста.** Виды правки. Текстовый редактор.

#### **Практикум**

Игровое задание: «Потолкуем с толковым словарём».

«Горячие новости». Выявление актуальной повестки дня, поиск интересных информационных поводов. Подготовка материала для новостной ленты портала «Школьная пресса России».

Формирование папки «Текст» по технологии «Junior Skills».

**Тема 4. Фотография как элемент медиатекста.** Устройство цифровой фотокамеры. Понятия «выдержка», «диафрагма», «экспозиция», «фокус»,

«фокусное расстояние», «глубина резкости», «баланс белого». Основные изобразительные средства фотографии. Жанры фотожурналистики: фоторепортаж, фотоэтюд, фотозарисовка. Репортажная фотография. Особенности репортажной съемки. Ракурс, реальная история и замысел. Основы компьютерной обработки цифровой фотографии. Особенности и основные мобильной фотографии.

**Практикум.** Формирование папки «Фото» по технологии «Junior Skills».

**Творческое задание.** Фотоквест «По следам фотографа». Вариативная часть: подготовка фоторепортажа на портал «Школьная пресса России».

## **МОДУЛЬ 2 «Основные элементы медиатекста. Видеоролик»**

**Тема 1. Телевизионное оборудование.** Устройство и принцип работы цифровой видеокамеры, штативов (трипода, монопода), осветительных приборов, микрофона. Виды видеокамер. Видеоформаты. Правила обращения с видеокамерой. Устройство: расположение и значение кнопок, входы-выходы. Основные функции видеокамер. Специальные функции и спецэффекты.

**Тема 2. Основные правила видеосъемки.** Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съемках без штатива. Съемка с рук: основные приемы и положения тела, ракурсы. Тряска – дрожание камеры и методы борьбы с этим. Съемка со штатива: правила пользования штативами.

**Тема 3. Видеосюжет.** Умение рассказывать картинками. Композиция видеосюжета. Типы и элементы видеосюжетов. Структура сюжета. Подготовка к съемке. Взаимодействие журналиста и оператора при работе над сюжетом. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап».

**Тема 4. Композиция кадра.** План: крупный, средний, общий. Ракурс. Перспектива. Глубина кадра. Выбор плана при съемке человека.

**Тема 5. Видеомонтаж.** Основные инструменты программы видеомонтажа. Интерфейс программы. Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр. Использование «перебивок», деталей.

### **Практикум**

Импортирование видеофайлов на компьютер. Создание видеофайлов для монтажа видеосюжета. Размещение видео на дорожке видеоредактора. Звуковой ряд телесюжета: сочетание звукового ряда с видеорядом сюжета. размещение на дорожке видеоредактора закадрового теста и синхронov. Создание файла проекта.

Работа с программой видеомонтажа. Использование аудиофильтров. Специальные инструменты видеомонтажа: создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Использование изображений и аудиофайлов при создании видеофайла. Создание видеофайла телесюжета: экспортирование файла. Форматы видеофайлов.

Публикация на видеохостинге YouTube. Возможности и особенности.

**Экскурсия.** Особенности работы телевизионной редакции. Оборудование профессиональной телевизионной студии: свет, камеры, звуковое оборудование (микрофон, «ухо», аудиомониторы). Оборудование эфирной аппаратной.

**Варианты практических заданий.** Упражнения на отработку приемов обращения с видеокамерой и аксессуарами к ней, техники съёмки. демонстрация основных функций видеокамер в процессе съёмки. Упражнения на применение основных функций видеокамер в процессе съёмки, отработка приемов работы с камерой в студийных условиях. Упражнения на отработку техники съёмки из различных положений; съёмки с разных ракурсов. Отработка техники съёмки со штатива. Анализ кадров, отснятых обучающимися.

Формирование папки «Видео» по технологии «Junior Skills».

**Творческое задание.** «Создание концепции телесюжета». Съемка стенд-апа. Видеоквест. По следам видеографа

### **Модуль 3 «Основные элементы медиатекста. Инфографика. Форма воплощения медиатекста – лонгрид»**

**Тема 1.** Особенности языка медиаплатформ: текст, звук, картинка. Инфографика. Понятие лонгрида. Дизайн и содержательное наполнение лонгрида. Создание и оформление тематического лонгрида.

**Тема 2.** Платформа «Tilda Publishing» Особенности, основные ресурсы и полезные советы. Типовые элементы, дизайн. Освоение ресурсов Платформы «Tilda Publishing».

#### **Практикум.**

Формирование папки «Инфографика по технологии «Junior Skills». Просмотр и анализ примеров мультимедийных лонгридов. Разработка концепции собственного лонгрида. Пост в группе «МедиаТОР» «ВКонтакте» по результатам модуля. Лонгквест. Создание электронной презентации лонгрида.

### **Модуль 4 «Презентационный: ярмарка медиапроектов»**

Выставка медийных проектов. Презентация «Портфолио творческих успехов». Церемония награждения, вручения сертификатов. Деловая игра «Ярмарка вакансий: кем я могу быть в мультимедийной редакции» с привлечением журналистского сообщества города.

**Межмодульное сопровождение** предполагает групповые и индивидуальные консультации при выполнении технического задания, сформированного в ходе тематических модулей, при работе над творческими заданиями и проектами.

**Работа в межмодульный период.** Создание индивидуальных или коллективных медиапродуктов. Практическая работа в заданных медиажанрах. Работа над заданиями краевой интенсивной школы «Школа социальной рекламы «Кактус». Работа над заданиями Всероссийского

образовательного проекта «Школьная пресса». Работа в проекте «Атом-ТВ» Школы Росатома». Работа в проекте «Rosatom'sCOOL» Школы Росатома». Работа над заданиям регионального отборочного этапа чемпионата «Junior Skills». Формирование творческого портфолио. Подготовка самостоятельного мультимедийного проекта (концепция, структура, содержание, выпуск).

**Диагностика освоения программы** и индивидуального продвижения обучающихся предусматривает текущий контроль в форме наблюдений, фиксации индивидуальной работы, анализа творческих продуктов (выполнение творческих заданий, разработка групповых и индивидуальных медиапродуктов, публикации самооценка). В логике проекта «Реальное образование» в программе спланирован событийный мониторинг образовательных результатов (Приложение 4).

### **Условия реализации программы**

#### **Кадровое обеспечение:**

##### **состав педагогической команды, реализующей Программу**

Педагоги дополнительного образования, реализующие программы «Основы журналистики», «Основы тележурналистики», имеющие опыт работы в СМИ; педагог-психолог, методист отдела «Открытый университет школьников», педагоги дополнительного образования МБУ ДО «ЦО «Перспектива», МБОУ «СОШ№169», МБОУ «СОШ№176», организующие работу школьных редакций печатных, телевизионных и электронных СМИ.

В качестве экспертов работают приглашенные специалисты из числа представителей городских СМИ.

#### **Материально-техническое обеспечение**

Оборудованные учебные кабинеты с выходом в интернет, телестудия, компьютерный кабинет, фотоаппараты, диктофоны, видеокамера, принтер, сканер, канцелярские материалы, программное обеспечение видеомонтажа, фоторедактирования.

## Список литературы

1. Акопов А.И. «Электронные сети как новый вид СМИ // А.И. Акопов – Филологический вестник РГУ. – 1998, №3. – С. 76.
2. Баранов О.А. Медиаобразование в школе и вузе /О.А. Баранов. – Тверь: изд-во тверского государственного университета, 2002. – 87с.
3. Васильева Л.А. ДЕЛАЕМ НОВОСТИ! Учебное пособие / Л.А. Васильева. – М.:Аспект Пресс, 2003. – 86с.
4. Верстаков А.П., Смирнов С.С., Шувалов С.А. Медиаобразование в школе: школьная телестудия/ А.П. Верстаков., С.С. Смирнов, С.А. Шувалов – М.: Факультет журналистики МГУим. М.В. Ломоносова, 2009. – 64с.
5. Интернет-СМИ: теория, история, практика: Учебное пособие / Под ред. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 346 с.
6. Картер М. А. Современный дизайн газет/ М. А. Картер. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.internews.ru](http://www.internews.ru)
7. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text/71.htm>
8. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество: Учебное пособие для курсов «Основы журналистики» и «Основы творческой деятельности журналиста» / В. Ф. Олешко. – М.: РИП-холдинг, 2003. серия «Практическая журналистика»
9. Радиожурналистика /под ред. А.А. Шереля: Учебное пособие, издательство Московского университета, 2000
10. Сергеев Е.Ю. Учебная газета: теория и методы создания: Монография/ Е.Ю. Сергеев. – Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://books.google.ru/>
11. Сетевые СМИ российского мегаполиса / под ред. И. Н. Блохина, С. Г. Корконосенко. – СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2011. – 218 с.

12. Система средств массовой информации России/ Под ред. Я Засурского. – М., 2002. – 259с.
13. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000.
14. Федоров А.В., Новикова А. Основные теоретические концепции медиобразования/ А.В. Федоров, А. Новикова. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [viperson.ru](http://viperson.ru)
15. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А.В. Федоров.– Таганрог: Изд-во Таганрог.гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.
16. Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / Э. Фихтелиус. – Стокгольм, 1999 г.
17. Шестеркина Л. П., Николаева Т.Д.. Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие / Л. П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. –М.: Аспект Пресс, 2012.
18. Шишлянникова А.М. Текстовые ошибки: Пособие / А.М. Шишлянникова. – Воронеж, 2004г.

**Интернет-ресурсы. Электронные библиотеки:**

Библиотекарь.ru – <http://bibliotekar.ru>

<http://www.gumer.info> – библиотека гуманитарных наук «Гумер»

<http://www.knigafund.ru/> – электронная библиотечная система «Книгофонд»

<http://www.bibliotech.ru/> – электронная библиотечная система «Библиотех»

[www.book-portal.info](http://www.book-portal.info) – Крупнейший Портал Электронных Книг

Специализированные сайты Интернете:

Информационно-справочный портал «Русский язык» - [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)

Сайт «Культура письменной речи» - [www.gramma.ru](http://www.gramma.ru)

Сайт «Словесник», некоммерческая он-лайн библиотека - [www.slovesnik.ru](http://www.slovesnik.ru)

Интерактивные словари русского языка на сайте ИРЯ им.В.В.Виноградова - [www.slovari.ru/lang/ru/](http://www.slovari.ru/lang/ru/)

Русский филологический портал “Philology.Ru” - [www.philology.ru](http://www.philology.ru)  
<http://evartist.narod.ru/text11/34.htm> (Библиотека текстов учебников и монографий по журналистике) <http://www.integrumworld.com/rus/services.html>

## МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

### МОНИТОРИНГ ПОЛНОТЫ И КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (КРИТЕРИИ, ПОКАЗАТЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ)

#### Пояснительная записка

Развитие – основное понятие, которым педагогический коллектив МБУ ДО «ЦО «Перспектива» руководствуется при оценке результатов.

Поскольку в дополнительном образовании используется безотметочное обучение, разработка содержательной и критериальной базы для оценки освоения программы ведется с позиций уровневого подхода. Это достаточно оптимально в условиях дополнительного образования, поскольку позволяет вести оценку достижения всех групп результатов: личностных, метапредметных и предметных, выстраивать индивидуальные траектории движения одаренного ребенка в зоне ближайшего развития, формировать положительную учебную мотивацию.

**Базовый уровень** предполагает – решение типовой задачи, где требуется действие по алгоритму. Это достаточно для продолжения обучения. Качественная оценка – «хорошо, но не отлично». Бальная оценка – 3 балла.

**Повышенный уровень** – решение нестандартной задачи, где требуется: действие в новой, непривычной ситуации, использование новых знаний, Качественные оценки – «очень хорошо». «отлично». Бальная оценка – 4 балла.

**Творческий** уровень – решение «сверхзадачи», доля которой требуются самостоятельно добытые знания, новые самостоятельно усвоенные умения и действия. Это по сути – исключительные успехи. Качественная оценка – превосходно». Бальная оценка – 5 баллов.

Уровневый подход определяет актуальный уровень и перспективу развития .повышает ответственность обучающихся за свои образовательные результаты

Организация мониторинга регламентируется Положением о текущем контроле и промежуточной и итоговой аттестации. В осуществлении мониторинга участвуют психолог, администрация, педагоги, сами обучающиеся.

Мониторинг освоения программы включает процедуры внутренней и внешней оценки:

**Стартовая диагностика** – процедура оценки готовности к освоению программы: тестирование, собеседование, изучение образовательных запросов.

**Текущая, тематическая оценка** – процедура индивидуального продвижения в освоении программы. Используются практические, творческие работы, само- и взаимооценка, задания по отдельным универсальным учебным действиям, наблюдения на основе карт компетенций по отдельным компетенциям, участие в конкурсных мероприятиях, наблюдение, рефлексия.

**Промежуточная аттестация** проводится по полугодиям и в конце учебного года. **Итоговая аттестация** завершает освоение программы.

**Независимая экспертная оценка** творческих работ осуществляется экспертами проектов «Школа Росатома», «Школьная пресса России», регионального чемпионата JuniorSkills по мультимедийной журналистике, специалистами городских и региональных СМИ.

**Портфолио** – современная эффективная форма оценивания, и действенное средство для решения ряда важных педагогических задач, позволяющее поощрять активность и самостоятельность, расширять возможности обучения и самообучения; развивать навыки рефлексивной и оценочной (в том числе самооценочной) деятельности обучающихся; - формировать умение учиться — ставить цели, планировать и организовывать собственную учебную деятельность.

Портфолио может включать в себя: творческие, исследовательские, проектные работы. Обязательной составляющей портфеля достижений являются материалы стартовой диагностики, творческие, исследовательские, проектные работы, демонстрирующие достижение высоких уровней формируемых учебных действий; материалы, характеризующие достижения обучающихся: результаты участия в олимпиадах, конкурсах, концертах.

#### **ОПИСАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ «МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА»**

Мультимедийная журналистика – это раздел в журналистике, который ориентирован на размещение информации на цифровых носителях, в том числе и в сети интернет. Это определяет и требования к предоставляемому журналистом материалу: упор на визуальный ряд, интерактивность, краткость и комплексность. Это медиапродукт, который посвящен одной теме и сочетает в себе несколько форматов: фото, видео, текст, инфографика, интерактив. Комбинации форматов могут быть разные, но у этого материала всегда есть общий смысл, цель, тема, идея, проблема.

Мультимедийная журналистика в этом понимании встает в один ряд с телевизионной, радио, газетной журналистикой. Мультимедийный журналист рассказывает аудитории одну историю, но использует различные формы подачи информации. Мультимедийного журналиста часто называют

универсальным. Он должен уметь подготовить текстовый материал, проиллюстрировать его фотографиями или видео.

Интернет-технологии позволяют максимально комплексно подходить к подаче журналистских материалов. Мультимедийный журналист должен владеть навыком подготовки журналистских текстов с учетом требований редакции, уметь подобрать и обработать фотоматериал к собственному тексту, а также снять и смонтировать видео. Однако, мультимедийный журналист – это не только и не столько человек, который может писать, снимать и монтировать. Это человек, который умеет мультимедийно думать, который может взять на себя разные роли в команде создателей мультимедийных проектов.

Критерии оценки творческих работ по мультимедийной журналистике

- уникальность содержания;
- качество оформления проекта (дизайн) и используемые мультимедийные технологии;
- продуманность интернет-ресурса (юзабилити, удобство пользования);
- креативность мультимедиаконтента (подача материала, концепция);
- соответствие целевой аудитории.
- время выполнения заданий.

## КАРТЫ КОМПЕТЕНЦИЙ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

### Уровни сформированности метапредметных результатов

	Уровни сформированности/ критерии	Базовый	Повышенный	Творческий
	<b>Учебно-познавательные компетенции</b>			
1.	<b>Формулирование и обоснование представленной проблемы</b>	описывает проблему, только в общих чертах, затрудняется в определении причин	объясняет суть представленной проблемы, указывает на противоречия,	самостоятельно определяет и формулирует проблему; анализирует

		ее возникновения	лежащие в ее основе; отмечает вероятные причины возникновения проблемы	проблему, указывая причины и вероятные последствия ее существования
2.	<b>Целеполагание и планирование деятельности</b>	определяет цель и последовательность действий, необходимых для ее достижения с помощью педагога	обозначает цель, соответствующую заданной проблеме. определяет задачи, адекватные заданной цели; самостоятельно планирует последовательность действий	определяет цель на основе анализа альтернативных способов разрешения проблемы; отмечает риски, которые могут возникнуть при достижении цели, и обосновывает достижимость поставленной цели
3.	<b>Применение технологий</b>	корректно воспроизводит технологию по предлагаемой инструкции опирается на помощь педагога	выбирает технологию деятельности (способ решения) из предложенных или выделяет часть известного алгоритма для решения конкретной задачи и составляет план деятельности	изменяет предлагаемую в инструкции технологию с учетом условий; комбинирует несколько известных технологий, самостоятельно определяя свой план деятельности
4.	<b>Оценка деятельности и ее коррекция</b>	выполняет текущий контроль своей деятельности по заданному алгоритму	самостоятельно осуществляет текущий контроль своей деятельности	вносит изменения в свою деятельность по результатам текущего контроля
5.	<b>Оценка полученного результата</b>	по предлагаемой схеме сравнивает характеристики запланированного и полученного результата, делает вывод о их соответствии	оценивает продукт своей деятельности по критериям, определенным самостоятельно в соответствии с поставленной целью	предлагает способ убедиться в достижении поставленной цели и определяет показатели достижения цели
6.	<b>Оценка собственного продвижения (рефлексия)</b>	указывает на сильные и слабые стороны своей деятельности; раскрывает мотивы своих действий	указывает причины успехов и неудач в деятельности;  отмечает трудности, с которыми столкнулся при	проводит полный анализ своей деятельности, раскрывая причины успехов и неудач; аргументирует возможность использования

			решении задачи и определяет возможности их преодоления в дальнейшей деятельности; анализирует собственные мотивы и внешнюю ситуацию при принятии решений	полученных результатов в других видах деятельности
<b>Информационные компетенции</b>				
1.	<b>Планирование информационного поиска</b>	с помощью педагога выделяет из представленной информации ту, которая необходима для решения поставленной задачи; использует справочную литературу, энциклопедии, ориентируется в книге по содержанию, ищет информацию в интернете по заданным ссылкам	указывает, какая информация требуется для решения поставленной задачи; указывает, в каких источниках следует искать данную информацию или характеризует источник в соответствии с задачей информационного поиска; использует карточный и электронный каталог, поисковые системы Интернет, библиографические издания, публикации в периодической печати	планирует информационный поиск в соответствии с поставленной задачей деятельности; оценивает полученную информацию с точки зрения достаточности для решения задачи; отмечает те вопросы, ответы на которые необходимо получить для решения поставленной задачи из разных по типу источников; обосновывает использование различных типов источников информации, исходя из цели деятельности
2.	<b>Обработка информации</b>	точно излагает полученную информацию; формулирует вопросы, указывающие на недостаточность информации или свое непонимание информации; делает выводы (присоединяется к	излагает информацию в контексте решаемой задачи; реализует предложенный учителем способ проверки достоверности информации; делает вывод на основе полученной	самостоятельно указывает информацию, нуждающуюся в проверке, и применяет способ проверки ее достоверности; делает вывод на основе критического анализа разных точек зрения или сопоставления

		одному из предлагаемых выводов) информации, представленной источнике	из из в	информации и приводит несколько аргументов для его подтверждения	первичной и вторичной информации, подтверждает вывод собственной аргументацией или самостоятельно полученными данными
<b>Коммуникативные компетенции</b>					
1.	<b>Письменная коммуникация</b>	оформляет свою мысль в форме стандартных продуктов письменной коммуникации простой структуры; излагает вопрос с соблюдением лексических норм		оформляет свою мысль в форме стандартных продуктов письменной коммуникации сложной структуры определяет жанр и структуру письменного документа (из числа известных форм) в соответствии с поставленной целью коммуникации и адресатом	представляет результаты обработки информации в письменном продукте нерегламентированной формы; создает письменный документ, содержащий аргументацию за и / или против предъявленной для обсуждения позиции; определяет цель и задачи адресата письменной коммуникации в соответствии с поставленной проблемой
2.	<b>Участие в диалоге</b>	начинает и заканчивает разговор в соответствии с нормами, отвечает на вопросы и задает вопросы в соответствии с целью и форматом диалога		высказывает свое мнение и запрашивает мнение партнера в рамках диалога	устраняет разрывы в коммуникации в рамках диалога
3.	<b>Работа в команде</b>	Принимает установленные в группе правила коммуникации; Принимает решение в обсуждении поставленной перед группой задачей, задает вопросы на уточнение и понимание		самостоятельно договаривается о правилах и вопросах для обсуждения в соответствии с поставленной перед группой задачей; следит за соблюдением процедуры	использует приемы выхода из ситуации, когда дискуссия зашла в тупик, или резюмирует причины, по которым группа не смогла добиться результатов; следит за соблюдением процедуры

			<p>обсуждения и обобщает решение в конце работы; задает вопросы на уточнение и понимание идей друг друга, сопоставляя свои идеи с идеями других членов группы, развивает и уточняет идеи друг друга</p>	<p>обсуждения и обобщает промежуточные результаты; называет области совпадения и расхождения позиций, выявляя суть разногласий, дает сравнительную оценку предложенных идей относительно цели групповой работы</p>
--	--	--	---	--

## СОБЫТИЙНЫЙ МОНИТОРИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

### Пример СМОР: пост в социальной сети Вконтакте:

1. Момент проведения: третий день каждого модуля.
2. Состав участников: обучающиеся по программе.
3. Место проведения: учебные аудитории МБУ ДО «ЦО «Перспектива».
4. Продолжительность проведения: входной и промежуточный мониторинг – 45 минут. Итоговый мониторинг 3 часа в рамках презентационного модуля.
4. Условия, обеспечивающие мониторинг способностей: выполнение заданий, которые невозможно выполнить без соответствующих умений. А именно: умение писать текст, осуществлять фото- и видеосъемку, монтаж, иметь навыки работы в сети интернет, на платформе Тильда.
5. Условия, обеспечивающие мониторинг стремлений: участники добровольно принимают участие в мониторинге, свободно выбирают задания для выполнения, могут отказаться от выполнения заданий. Форма фиксации – педагогическое наблюдение.
6. Форма фиксации результатов мониторинга: общий протокол и ачивки.
7. Фото или видео демонстрация процесса выполнения задания: фото и видеосъемка осуществляется одним из педагогов в течение двух дней каждого из очных модулей.

8. ЕСИ: я вижу опубликованный медиатекст на стене личного аккаунта участника социальной сети «ВКонтакте». Пост информирует об участии ребенка вместе с семьей в шествии акции «Бессмертный полк».

9. ИСИ: я вижу опубликованный медиатекст участника на стене в группе «Медиатор» социальной сети «ВКонтакте». Пост информирует о ходе проведения медиашколы «МедиаТОР».

10. Формулировка задания, которое получит участник: в течение первого дня модуля опубликуйте медиатекст на стене в группе «Медиатор» социальной сети «ВКонтакте» о ходе проведения медиашколы «МедиаТОР».

11. Система оценки задания: оценивание происходит в номинациях «Текст», «Видео», «Фото», «Инфографика», «Дополнительная» по трёхбалльной системе. Дополнительно авторам лучших публикаций присваиваются звания (ачивки) «Суперкор», «Фотокор», «Видеоблогер», «Инфорграфик», «Мультижурналист».

12. Оцениваемый параметр:

Один балл – наличие медиатекста с ошибками;

Два балла – наличие медиатекста без ошибок, в соответствии с техническим заданием;

Три балла – наличие медиатекста без ошибок, в соответствии с техническим заданием + творческий подход.

**Примечание:** ЕСИ – естественные события-индикаторы, ИСИ – искусственные события-индикаторы,

# ВХОДНОЕ (ИТОГОВОЕ) ТЕСТИРОВАНИЕ ПО МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ В РАМКАХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ "МЕДИАТОР"

ФИО участника, школа, класс:

---

---

1. Посмотрите Видео ПО ССЫЛКЕ:

[www.youtube.com/watch?v=kLHYKCO1WHM&t=3s](http://www.youtube.com/watch?v=kLHYKCO1WHM&t=3s) и определите, чем оно является? Это...

- a. социальный эксперимент;
- b. социальная реклама;
- c. видеоблог;
- d. новостной сюжет.

2. Какой план изображён на фотографии 1?

- a. средний первый;
- b. общий;
- c. средний второй;
- d. деталь;
- e. крупный.

3. Как правильно говорить?

- a. Надену одежду;
- b. Одену одежду;
- c. Надену Надежду.

4. Что такое лонгрид?

- a. Одностраничный сайт;
- b. Видеоблок;
- c. Короткое чтение.

5. Что такое ЛИД?

- a. Деталь штатива;
  - b. Множественное число, именительный падеж имени Лида;
  - c. Лидирующий абзац.
  - d.
6. Что изображено на фото 2?
- a. Картридер;
  - b. Монопод;
  - c. Экшенкамера.
7. Кто такой мультимедийный журналист?
- a. Это телевизионный журналист;
  - b. Это журналист – путешественник;
  - c. Журналист, владеющий навыками фото, видеосъемки, написания текста.
8. Что из нижеперечисленного является программой для видеомонтажа?
- a. Adobe Photoshop;
  - b. Power Point;
  - c. Adobe Premier.
9. Что такое изображено на фото 3?
- a. Афиша;
  - b. Социальный плакат;
  - c. Инфографика.
10. Что изображено на фото 4?
- a. Монопод;
  - b. Штатив;
  - c. Подзорная труба.
11. Что такое Junior Skills?
- a. Название мультимедийной компании;
  - b. Соревнование по мультимедийной журналистике;

- c. Олимпиада по информатике.
- 
- 12. Что изображено на фото 5?
    - a. Флешмоб;
    - b. Социальная акция;
    - c. Перформанс.
  
  - 13. Что такое сторителлинг?
    - a. Сказительство;
    - b. Троллинг в сети;
    - c. Историческое моделирование.
  
  - 14. Какой микрофон изображен на фото 6?
    - a. Петличка;
    - b. Пушка;
    - c. Беспроводной микрофон.
  
  - 15. Рефлексия - это...
    - a. Обращение внимания субъекта на самого себя и на продукты своей активности;
    - b. Врождённая способность совершать целесообразные действия;
    - c. Стил ь уличного танца.
  
  - 16. Тильда - это...
    - a. Имя девушки;
    - b. Обувная платформа;
    - c. Платформа для сторителлинга.
  
  - 17. Для чего нужна социальная сеть?
    - a. Выкладывать пост;
    - b. Ловить рыбу;
    - c. Монтировать видео.

## Фотоприложение ко входному (итоговому) тестированию



Фотография 1



Фотография 3



Фотография 2



Фотография 4

## Фотоприложение ко входному (итоговому) тестированию



Фотография 5



Фотография 6

## ЧТО ТАКОЕ СТОРИТЕЛЛИНГ?

### МАТЕРИАЛ ДЛЯ ЛЕКЦИИ

Многим знакома ситуация, когда сложно сделать правильный выбор в процессе принятия ответственного решения. В поисках ответа мы обращаемся к книгам или штудлируем интернет. Но в результате огромное количество переработанной информации не разрешает проблемы. И внезапно в поле нашего внимания попадает история, которая позволяет достаточно просто решить проблему. Это может быть обыкновенный анекдот, жизненная история или точно подмеченная фраза. Подобные метафоры способны глубоко проникать в наше подсознание. В результате правильный ответ к нам приходит сам собой.

В древние времена подобные истории назывались сказительством. Наши предки придумывали рассказы, основой для которых были вполне реальные факты. При этом историям придавался мистический характер. В результате на свет появлялась сказка. Сегодня же подобное искусство носит название сторителлинга.

Сторителлинг – это искусство донесение поучительной информации, с помощью знаний, рассказов, историй, которые возбуждают у человека эмоции и мышление.

Storytelling (сторителлинг) это английское слово. *В переводе на русский — рассказывание различных историй.* Они бывают трогательные, смешные, выдуманные образы, реальные персонажи. Анекдот, сказка, короткая фраза, жизненная история все это относится к разновидности сторителлинга.

Подобные рассказы призваны оказывать воздействие путем понятного и простого намека. Главным принципом сторителлинга является то, что слушателю нужно понять суть рассказа, для чего необходимо активизировать

правое полушарие. Именно эта часть головного мозга обрабатывает информацию, выраженную в образах или символах. Результат прослушивания подобных историй следующий: человеческое подсознание получит некоторый опыт, о котором говорилось в притче. Таким образом, сторителлинг – это отличный инструмент для работы с бессознательным.

В детстве мы все любили сказки, а теперь делаем кассу захватывающим киносюжетам. Интригующее начало, насыщенная середина и, если повезет, то счастливый конец – нам нравятся интересные истории. Специалист по нейроэкономике Пол Зак утверждает, что конфликт в истории стимулирует выработку кортизола – гормона стресса, который вводит человека в «боевое» состояние и подталкивает к решительным действиям.

Данная методика была разработана Дэвидом Армстронгом, являющимся главой корпорации Armstrong International. В процессе создания сторителлинга им был учтен следующий психологический фактор: рассказы значительно легче воспринимаются, они более увлекательны и интересны, чем логические доводы и сухие рассуждения. После того, как человек выслушал вас, он начинает вам доверять. Вам же становится существенно проще убедить его в чем-то или мотивировать на какие-то действия.

Люди эмоциональны по своей природе. Маркетолог Геральд Зальтман уверен, что на 95% процесс принятия любого решения, в том числе и о покупке, происходит в подсознании человека, поэтому необходимо апеллировать именно к эмоциям своих потенциальных клиентов.

Индейцы говорят: «Кто рассказывает истории, тот управляет миром». Каждый, кто активно использует сторителлинг, сможет подтвердить правдивость этой поговорки. А все потому, что правильно рассказанная история дает возможность воздействовать на человека и его поступки.

Сторителлинг как прием работает, если вы делитесь настоящей историей, и умеете ее правильно оформить и преподнести. В настоящее время наблюдается активное использование сторителлинга в психотерапии, в

коучинге, бизнесе и во многих других областях. Когда же речь идет об использовании сторителлинга в менеджменте, он называется «корпоративный сторителлинг».

Не у всех компаний богатая история, но это не означает, что нужно отказаться от использования сторителлинга. Наоборот: необходимо «делать» свою историю из тех фактов, что у вас есть, создавать устойчивую связь между потребителем и брендом. Своим рассказом важно вдохновлять людей, призывать их к чему-то, обучать, транслировать свои ценности и вызывать у них эмоции: восторг, радость, возмущение и даже гнев.

В одной из своих статей основатель Storyworks.in Индранил Чакраборти, доказывая силу историй, нашел ответ на вопрос, какую финансовую прибыль приносит компании сторителлинг. По его мнению, эта технология позволяет возвращать в 28 раз больше, чем было инвестировано. Автор даже установил точную прибыльность сторителлинга – €17 за слово.

Еще пример: несколько лет назад американские маркетологи Роб Уокер и Джошуа Гленн провели любопытный эксперимент. Они купили дешевые безделушки на гаражной распродаже, попросили писателей придумать каждой вещи неповторимую историю и разместили эти товары с рассказами на eBay. Их затраты в \$128.74 принесли \$3,612.51 (т.е. в 28 раз больше). Через некоторое время они повторили этот опыт, чтобы собрать деньги на благотворительность, и получили аналогичный результат. А, например, авторы книги «Корпоративная культура и производительность» Джон Коттер и Джеймс Хескетт утверждают, что у компаний, использующих сторителлинг, выручка растет в 4 раза быстрее, а цена акций – в 12 раз быстрее в сравнении с компаниями, этот прием не использующими.

Цели сторителлинга: передача традиций, продвижение своих идей, передача ценностей, создание связей между прошлым и будущим.

Чаще всего применение сторителлинга можно наблюдать в сфере работы с персоналом при возникновении следующих ситуаций:

В процессе передачи некоторых сформировавшихся традиций в конкретной организации, которые основываются на принципе «У нас принято/не принято». Сторителлинг позволяет создать понятную взаимосвязь между прошлым, настоящим и будущим. Человек более явно понимает, кто создал конкретные правила и с какой целью.

Для того чтобы внедрить новую или укрепить ранее принятую корпоративную идеологию. Подобный метод передачи ценностей упрощает отношения между сотрудниками, а также заметно сокращает количество возникающих конфликтов. При этом самооценка каждого сотрудника повышается. К примеру, Дэвид Армстронг использует множество рассказов о выдающихся поступках обыкновенных служащих. Больше всех он любит историю о девушке, прошедшую в три часа ночи ради клиента мимо, и о пожилом сотруднике бухгалтерского отдела, который сумел разобраться в весьма непростой ситуации и сохранил для фирмы очень ценного клиента. Такие рассказы дают возможность работникам осознать, каким должен быть хороший сотрудник компании и какое поведение будет поощряться руководством.

В процессе обучения новых кадров технике ведения переговоров или работе с возражениями. Истории о том, как компания успешно смогла реализовать какой-то проект, очень ценны. Вот почему сегодня даже некоторые российские фирмы приняли концепцию сохранения информации об основных достижениях ведущих менеджеров.

Для эффективной мотивации работника. Нужно прививать сотрудникам мнение, что на работе не стоит просто формально отбивать время. Каждый кадр должен рассматривать свой труд как важнейший вклад в продуктивное развитие компании и личную карьеру. Подобные рассказы могут быть о том, как какой-то сотрудник достиг невероятного карьерного роста, а также истории об отцах-основателях фирмы. Сегодня практически каждая западная компания может поделиться со своими сотрудниками

историей о том, как сообразительный и хваткий молодой человек, начинавший работать курьером, в итоге дорос до руководителя департамента или, того более, до главного акционера. В СССР на крупных промышленных предприятиях также довольно часто использовался сторителлинг. Это побуждало людей на активные действия.

Для развития лояльности работников. Когда каждый трудящийся любит и гордится своей компанией, значительно уменьшаются издержки на материальное поощрение персонала и на устранение последствий нелояльного отношения сотрудников.

Для возвышения менеджера в глазах подчиненных с целью придания ему большего авторитета, сделав при этом образцом для подражания.

Для контроля отношения сотрудников к ошибкам руководителей и трудным ситуациям, которые случаются в компании. Среди работников фирмы ИКЕА весьма популярны рассказы о том, насколько скуп основатель бизнеса Кампрад Ингвард. Человек, владеющий крупнейшей сетью магазинов, во время командировок обитает в трехзвездочных отелях и практически не использует такси, выбирая общественный транспорт. Именно там, по словам Ингварда, он узнает предпочтения народа. Недавно журналисты узнали, что возраст автомобиля, на котором ездит основатель крупной компании, перевалил отметку в пятнадцать лет. Также Ингвард предпочитает летать в эконом-классе, а во время совещаний требует от работников использовать две стороны бумажного листа. Подобные рассказы не будут лишними, если распространять их среди сотрудников в тяжелые для компании времена.

Таким образом, зная основные цели сторителлинга, можно смело использовать данный инструмент в подобных ситуациях.

#### Правила сторителлинга

Чтобы результат от рассказов был максимально высоким, стоит иметь ввиду следующие правила сторителлинга:

Рассказы должны быть короткими и трактоваться однозначно. Хорошая история – та, в которой делается акцент на главной мысли. Важно, чтобы рассказ завершился поучением. История не должна быть сухой констатацией факта. Она должна быть эмоционально насыщенной и побуждать слушателей к действиям.

Тот, кто рассказывает историю, должен делать это убедительно. Такую задачу стоит поручать более опытным сотрудникам по сравнению со слушателями. Если история повествуется достаточно увлекательно – окружающие хорошо ее воспримут, не посчитав такой шаг занудством или бесцельным отвлечением от главной темы. Рассказ не будет воспринят, если его мораль не соответствует принятым в компании ценностям.

Также корпоративный сторителлинг должен быть максимально ненавязчивым. Не нужно рассказывать одну и ту же историю по несколько раз. В историю не будет лишним привносить какие-то новые факты, которые ранее игнорировались. Иначе такие рассказы могут со временем наскучить работникам, которые не первый год трудятся в компании.

Чтобы сторителлинг был эффективным, надо делать рассказы сквозными. То есть знакомить с ними нужно сотрудников на всех уровнях. Однако для каждого уровня интерпретация должна быть своя.

Отвечая на вопрос, что такое сторителлинг, стоит сказать, что он представляет собой целое искусство, которое сочетает в себе психологические и управленческие моменты. Он дает возможность донести до нужного человека некоторую историю, которая будет мотивировать его к действию. Индейцы говорят: «Кто рассказывает истории, тот управляет миром». Каждый, кто активно использует сторителлинг, сможет подтвердить правдивость этой поговорки. А все потому, что правильно рассказанная история дает возможность воздействовать на человека и его поступки

По материалам сайта <https://special.theoryandpractice.ru/storytelling>

## ПРАВИЛА СТОРИТЕЛЛИНГА

Кто рассказывает истории, тот управляет миром  
Storytelling (сторителлинг) – рассказывание различных историй.

Цели сторителлинга: передача традиций, ценностей, продвижение своих идей, создание связей между прошлым и будущим.

Разновидности сторителлинга: рассказ, анекдот, жизненная история, точно подмеченная фраза, удачная развернута метафора.

Достоинства: глубоко проникают в наше подсознание, возбуждают у человека эмоции и мышление.

Контент – это главное (от английского content – содержание). Хороший материал должен быть интересен и полезен читателю. Подумайте, что ценного и нового человек получит от прочтения вашего материала. Когда сюжет спроектирован, подумайте о том, что может его дополнить и помочь раскрыть тему. Наличие нескольких точек зрения и разных контекстов всегда идет на пользу. Хороший контент, прямая речь эксперта и качественное визуальное оформление дадут в сумме интересный и исчерпывающий материал.

Чтобы составить хорошо усваиваемый рассказ, пользуйтесь пирамидой информации.



## **Будьте исследователем и дизайнером своей истории**

Именно глубокая проработка темы отличает хорошую историю от поверхностной. Существуют понятия первичного и вторичного исследования, которым должен заниматься каждый, кто рассказывает историю в интернете. Любой дизайнер или редактор, работая над материалом, должен уметь быстро погружаться в тему.

Сторителлинг – это как кино, которое играет, пока ты скроллишь. Именно визуальная часть помогает передать атмосферу, раскрыть тему и погрузить пользователя в контекст. Подумайте, что могло бы помочь вашей истории раскрыться. Это может быть, например, фотосессия, видео, иллюстрация или инфографика. Начиная оформлять историю, сразу же озадачьтесь вопросом создания визуального контента.

### **Прорабатывайте заголовки**

Заголовок должен быть говорящим.

Хороший заголовок вызывает интерес и обозначает тему статьи. Хорошо работают заголовки с цифрой, заголовки-вопросы. Очень хорошо работает вынесенная в заголовок хлесткая цитата. Например – «Весь дискурс терроризма направлен на установление госконтроля»: интервью с Йонасом Стаалом».

Каламбуры в заголовках, которые были популярны с середины нулевых, в последнее время стали считаться моветоном (например, обзор холодных летних супов: «Окрошка моя, я по тебе скучаю»).

Всегда будут популярны заголовки с цифрой (которые продиктованы жанром подборки): «25 мест в России, где очень весело живется», «20 фотографий о том, как весело быть детьми».

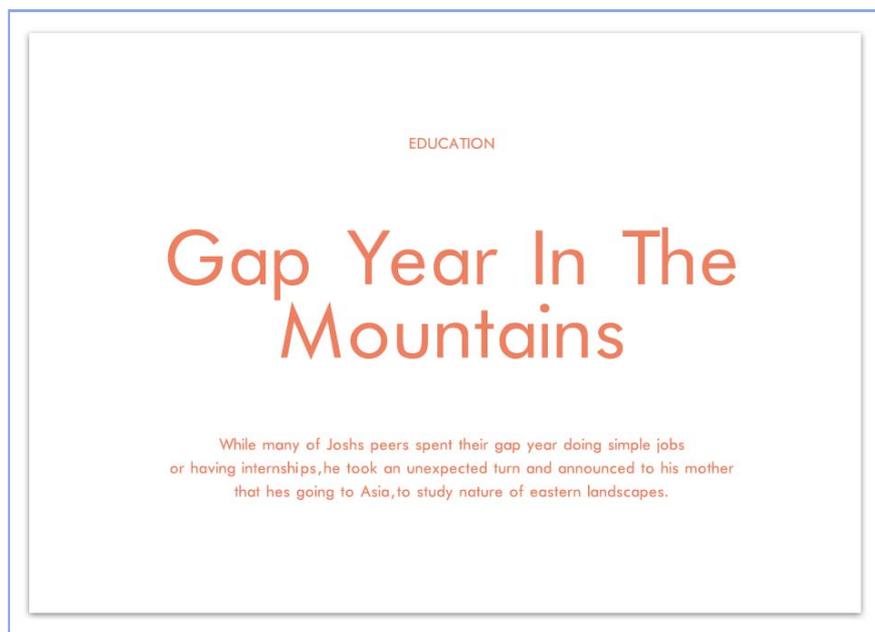
### **Проектируйте несколько слоев чтения**

Существует два типа чтения: первое – линейное. Сначала идет оценка материала, затем – чтение текста по порядку. Традиционный вариант. Второе – кросс-чтение (скимминг): чтение идет только по заголовкам, врезам и так

далее. Плюс, если попадаете что-то интересное, внимание останавливается на тексте. Важно учитывать чтение второго типа. Позаботьтесь о том, чтобы структура материала считывалась без проблем даже беглым взглядом.

**Думайте паттернами:** паттерн оформления заголовка: раздел, заголовок, лид. Паттерн – некий повторяющийся шаблон, также им можно назвать образец, модель, схему или образ.

### Образец паттерна



### Избегайте монотонности

Подумайте, что и в какой последовательности увидит читатель. подача материала должна быть разнообразной. Хороший паттерн, примененный 10 раз подряд, может мозолить глаза почти так же, как простыня текста. Ищите способ показать известное, типичное по-новому.

**ПРИНЦИП:** единство и контраст

Используйте большие отступы между блоками. Не бойтесь воздуха, дайте информации дышать. Когда тексту отведено большое пространство, он раскрывается и становится читаемее.

Не переборщите с дизайном и цветом – обилие стилей перетягивает внимание и мешает усвоению информации. Развивайте в себе аскета. Найдите подходящую тональность. Для хорошо оформленной статьи вполне

достаточно одного шрифта. Допустимо также использование двух шрифтов – это создает эффектный контраст.

Хорошо учитывать культурный контекст шрифтов. Например, в материале про Нью-Йорк будет логично смотреться Helvetica (используется в городской навигации, отражает идеологию модернизма), а про Венецию — Bodoni (один из старейших итальянских шрифтов, до сих пор широко применяемый дизайнерами).

### **Забодишься о расширении читательской аудитории?**

Не забываете поставить социальные кнопки. Лучше использовать так называемые «залипающие» кнопки, которые остаются в поле зрения при скроллинге страницы.

По материалам сайта <https://special.theoryandpractice.ru/storytelling>

# Лекция с электронной презентацией «Пишем новость»

Слайд 1



Слайд 2

## Бесценный питомец



Слайд 3

Курица снесла золотое яйцо 585  
пробы массой 480 граммов



Слайд 4

### ЗАДАНИЕ:

1. Пишем новость про любое школьное событие.
2. Используем для написания принцип перевернутой пирамиды.
3. Пользуемся сайтом для подбора синонимов: [Synonymizer](#).

# Лекция с электронной презентацией «Инфографика»

Слайд 1

## Инфографика

Почему она нам  
нравится?

Слайд 2

- читают всего 1/4 текста на веб-странице
- количество картинок в книгах увеличилось в 5 раз
- наличие цветной картинки на 80% повышает вероятность того, что текст рядом с ней будет прочитан.
- мы обрабатываем 34 Гб информации ежедневно
- 90% информации обрабатывается мозгом в визуальной форме
- 65% всех людей в мире — визуалы

### Слайд 3

- список,
- визуальная статья,
- карта,
- сравнение,
- визуализация данных,
- последовательность действий,
- линия времени.



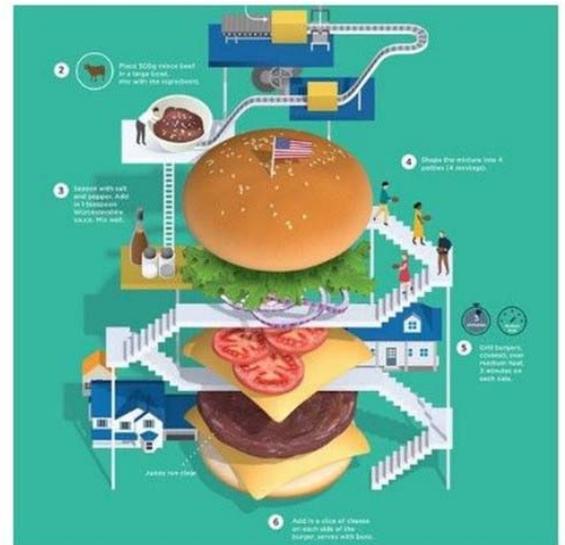
### Слайд 4

Плохо	Хорошо
<p>Процесс написания контента. Показана только последовательность шагов и ничего больше. Это вполне хорошо бы воспринималось и обычным нумерованным списком.</p>	<p>Варианты приготовления кофе. Показан объем и тип чашки, последовательность «слоев», состав, дозировка ингредиентов. Текстом получилось бы длиннее и не так понятно.</p>



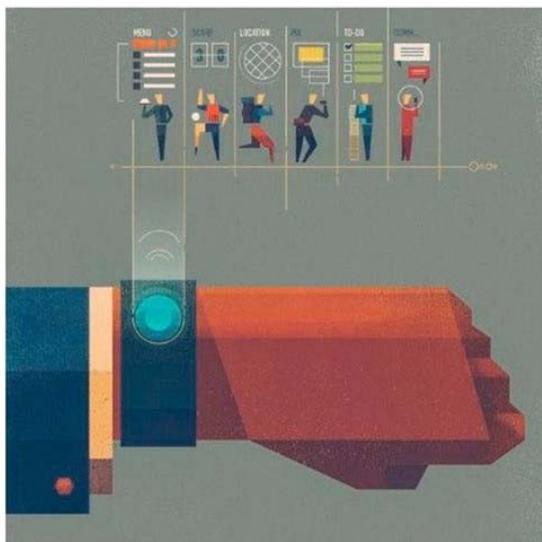
## Слайд 5

Плохо	Хорошо
Отличный визуальный стиль и рисовка, но смысла ровно несколько. Визуализация одного числа — сомнительная задача для инфографики.	Тот же стиль иллюстрации, но показано гораздо больше — состав бургера и откуда берутся все его ингредиенты. Уже лучше.



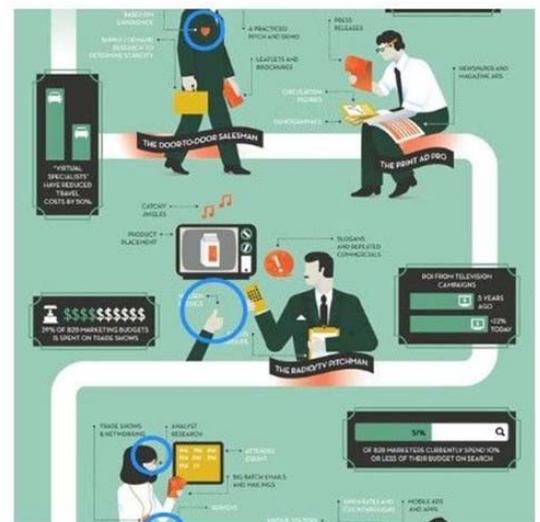
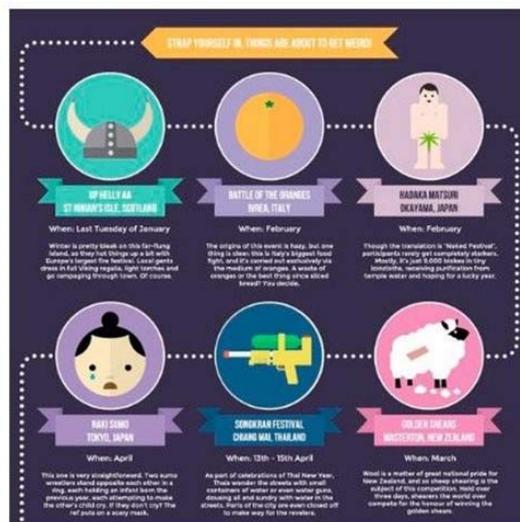
## Слайд 6

Плохо	Хорошо
Функции смарт-часов. Общий план понятен — перед нами все возможности часов. В детали нужно всматриваться — некоторые иллюстрации непонятны.	Места обитания и рацион птиц в США. Зрителю понятен общий посыл, также он быстро считывает данные по каждой птице: где живет, чем питается.



## Слайд 7

Плохо	Хорошо
<p>Визуализация самых безумных праздников мира. Пунктирная линия не показывает связь, цвета не несут смысловой нагрузки. Зачем это здесь?</p>	<p>Эволюция маркетинга. Показан процесс во времени, поэтому соединительная кривая линия здесь более, чем уместна.</p>



## Слайд 8

1. Узнайте особенности аудитории.
2. Сформулируйте тезис / ключевой вопрос.
3. Сфокусируйтесь на идее.
4. Расскажите историю (связав все факты в одну линию).
5. Мыслите смело.
6. Помните: картинка стоит тысячи слов.
7. Ограничьте количество цветов и шрифтов.
8. Сделайте инфографику разборчивой и удобной для восприятия.
9. Пустое пространство — это хорошо.
10. Не делайте инфографику слишком большой.
11. Используйте проверенные данные.
12. Указывайте источники.
13. Подписывайте инфографику.

Слайд 9

<https://www.canva.com/>

## Вход в учетную запись



Войти через Facebook



Войти через Google

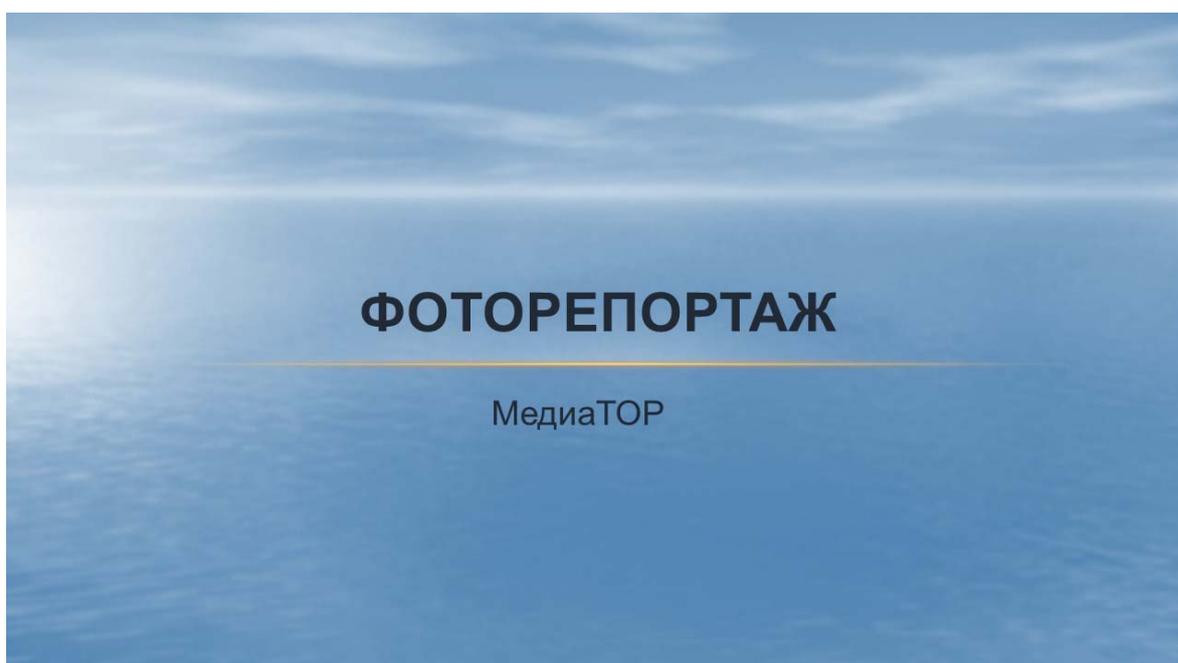
Слайд 10

## Задание:

- Сделать инфографику в любом шаблоне по теме «MY STORY»
- За основу берётся история придуманная в ходе квеста
- Время выполнения: 40 минут

# Лекция с электронной презентацией «Фоторепортаж»

Слайд 1



Слайд 2

## ЭКСПОЗИЦИЯ

**Дифрагма**

**Выдержка**

**Светочувствительность ISO**

### Слайд 3

## РЕЖИМ СЪЕМКИ



### Зона базовых режимов

- M — ручной
- A, Av — приоритет диафрагмы
- S, TV — приоритет выдержки
- P — программный режим

### Зона творческих режимов

- Портрет. Пейзаж. Дети. Спорт
- Автоматический режим**

### Слайд 4

## ФОТОРЕПОРТАЖ = ?

- Событийный



- Тематический



Слайд 5

## РЕПОРТАЖНЫЙ КАДР



### Композиция

- Правило третей
- Золотое сечение

### Планы

- З... С... П...

### Композиционный центр

- Предмет, силуэт, деталь

Слайд 6

## ФОТОРЕПА

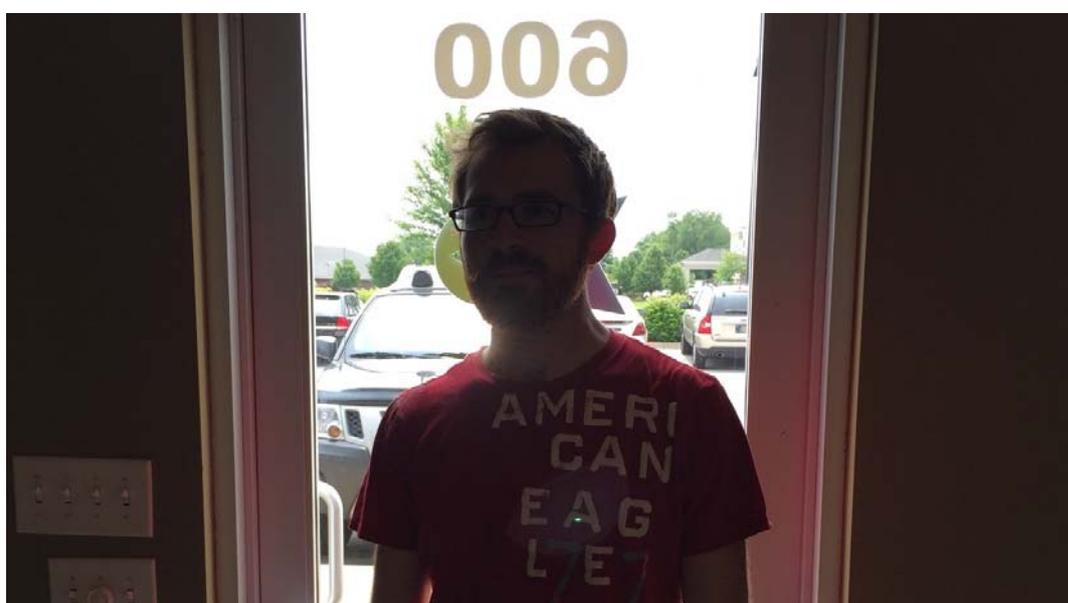


# Лекция с электронной презентацией «Фотопарадоксы»

Слайд 1 НАДПИСЬ: «ФОТОПАРАДОКСЫ. ПРАВИЛА  
СУЩЕСТВУЮТ, ЧТОБЫ ИХ НАРУШАТЬ»

Слайд 2 НАДПИСЬ: «ЗАТЕМНЕНИЕ»

Слайд 3 ДЕФЕКТ



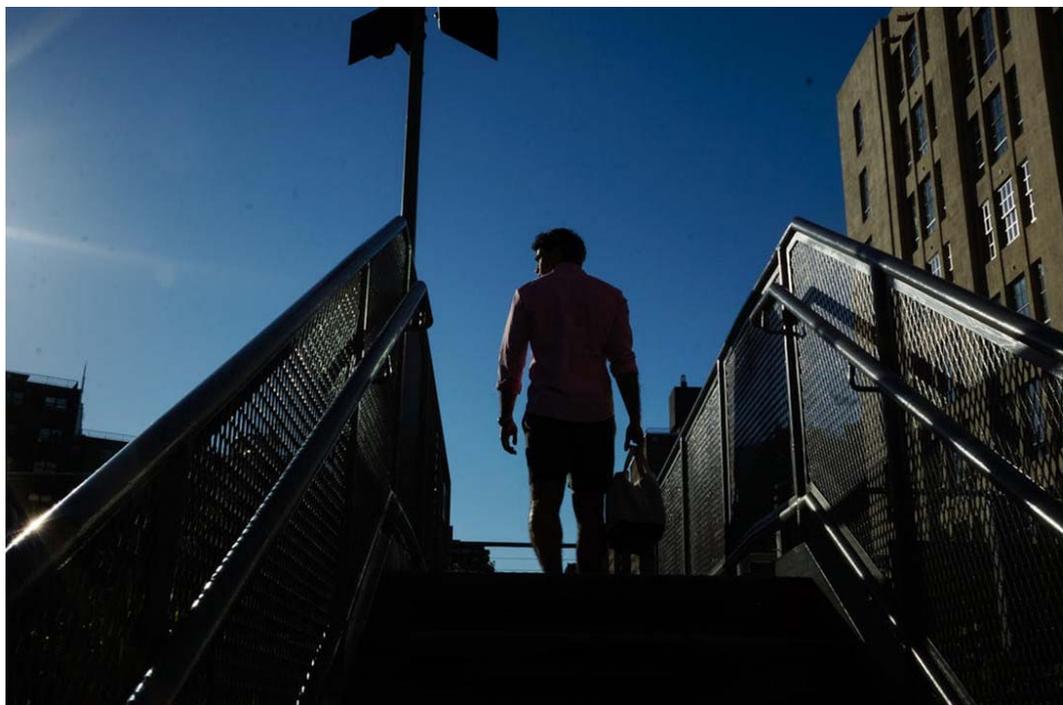
Слайд 4 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 5

НАДПИСЬ: «КОНТРОВОЙ СВЕТ»

Слайд 6 ДЕФЕКТ



Слайд 7 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



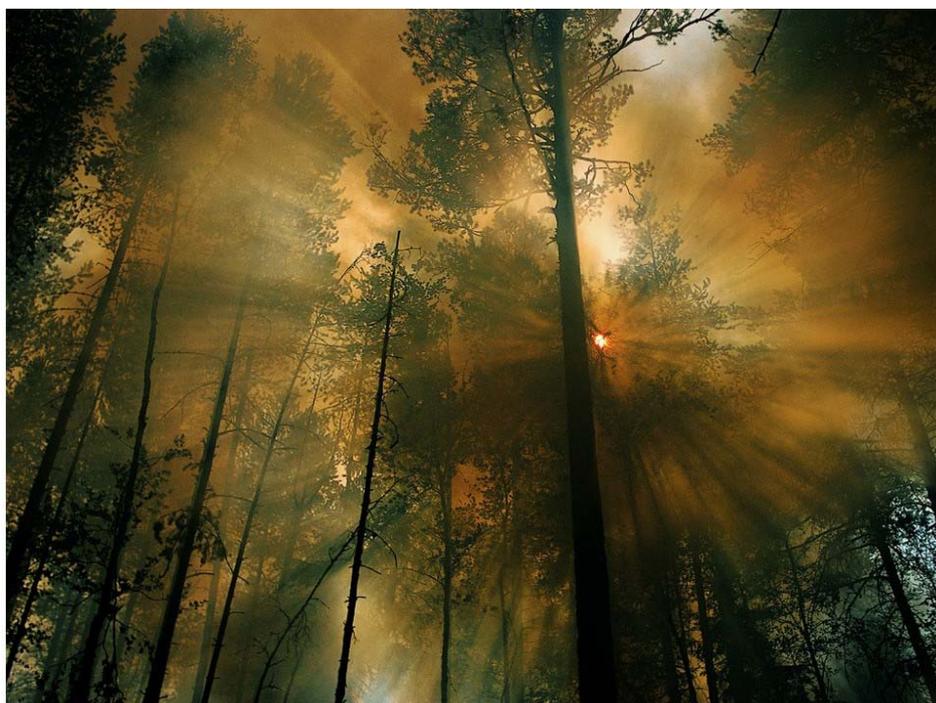
Слайд 8

НАДПИСЬ: «ПРОТИВ СОЛНЦА»

Слайд 9 ДЕФЕКТ



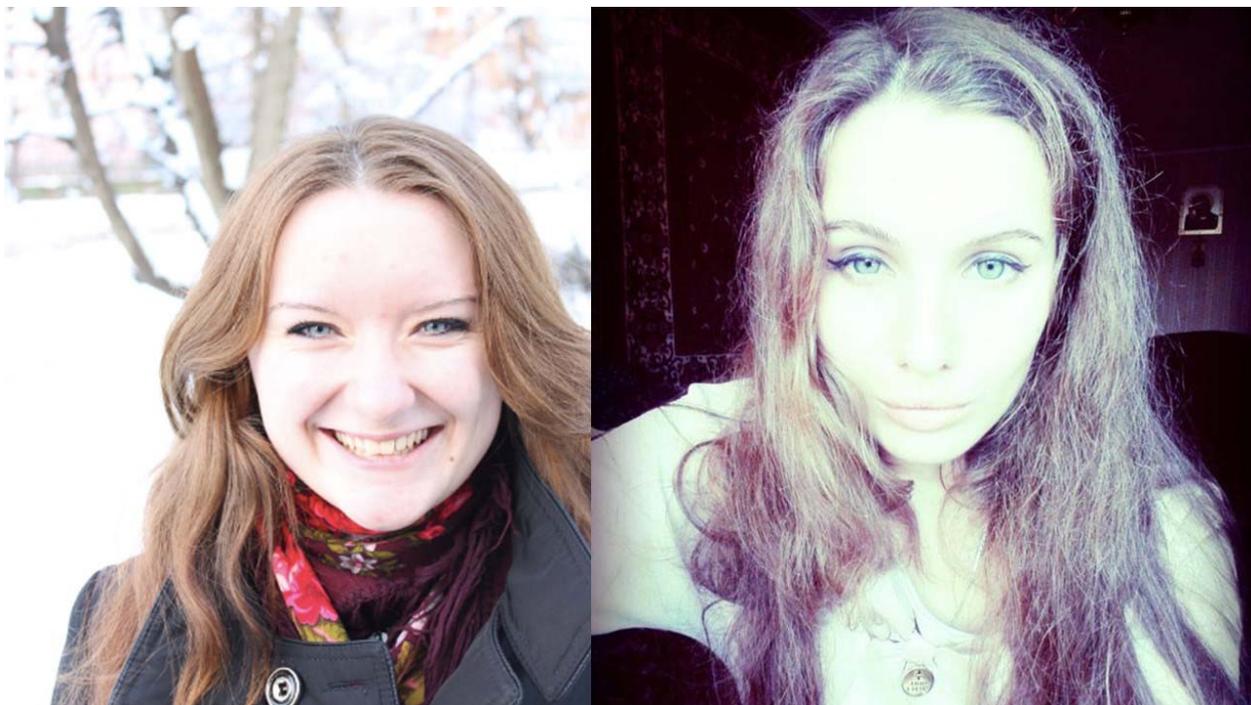
Слайд 10 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



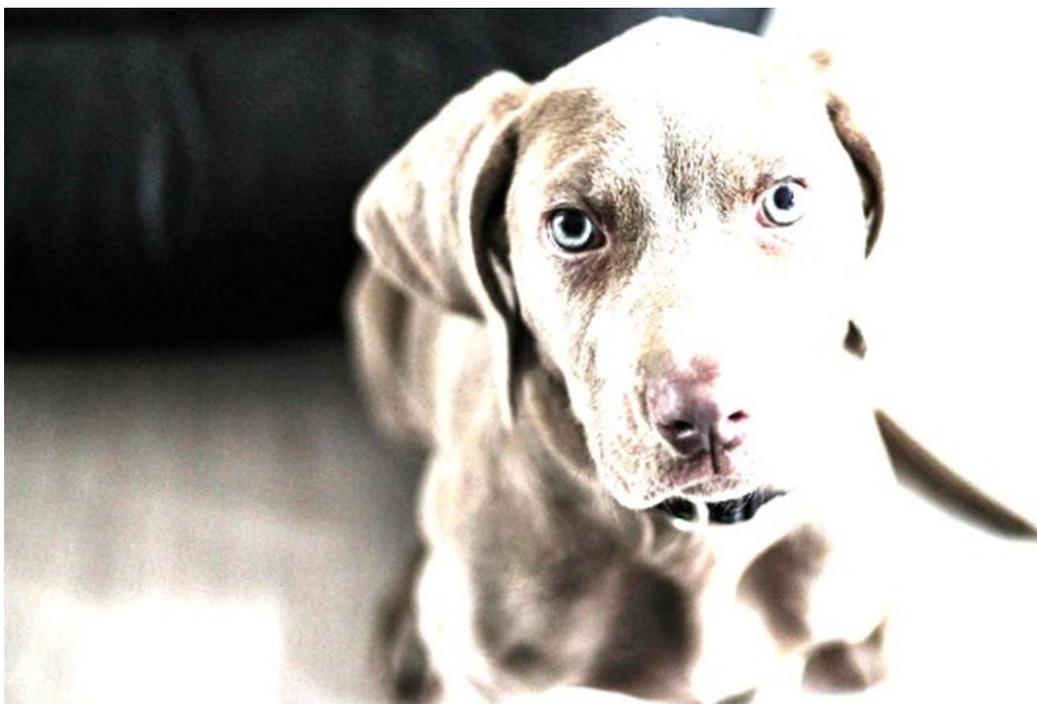
Слайд 11

НАДПИСЬ: «ПЕРЕСВЕТ»

Слайд 12 ДЕФЕКТ



Слайд 13 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 14

**НАДПИСЬ: «ФОН»**

Слайд 15 ДЕФЕКТ



Слайд 16 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 17

НАДПИСЬ: «ФОКУС»

Слайд 18 ДЕФЕКТ



Слайд 19 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 20

НАДПИСЬ: «КТО ГЛАВНЫЙ?»

Слайд 21 ДЕФЕКТ



Слайд 22 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 23

НАДПИСЬ: «КТО ГЛАВНЫЙ?»

Слайд 24 ДЕФЕКТ



Слайд 25 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 26

НАДПИСЬ: «РАЗМЫТИЕ»

Слайд 27 ДЕФЕКТ



Слайд 28 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 29

НАДПИСЬ: «ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ»

Слайд 30 ДЕФЕКТ



Слайд 31 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 32

НАДПИСЬ: «МНОГО ВОЗДУХА»

Слайд 33 ДЕФЕКТ



Слайд 34 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 35

НАДПИСЬ: «СРЕЗ»

Слайд 36 ДЕФЕКТ



Слайд 37 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 38

НАДПИСЬ: «ОКОНЧАНИЕ КАДРА»

Слайд 39 ДЕФЕКТ



Слайд 40 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 41

НАДПИСЬ: «РАКУРС»

Слайд 42 ДЕФЕКТ



Слайд 43 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 44

НАДПИСЬ: «ВИД СЗАДИ»

Слайд 45 ДЕФЕКТ



Слайд 46 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 47

НАДПИСЬ: «ЗАКРЫТЫЕ ГЛАЗА»

Слайд 48 ДЕФЕКТ



Слайд 49 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 50

НАДПИСЬ: «ТЕНИ НА ЛИЦЕ»

Слайд 51 ДЕФЕКТ



Слайд 52 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 53

НАДПИСЬ: «ПОРТРЕТ»

Слайд 54 ДЕФЕКТ



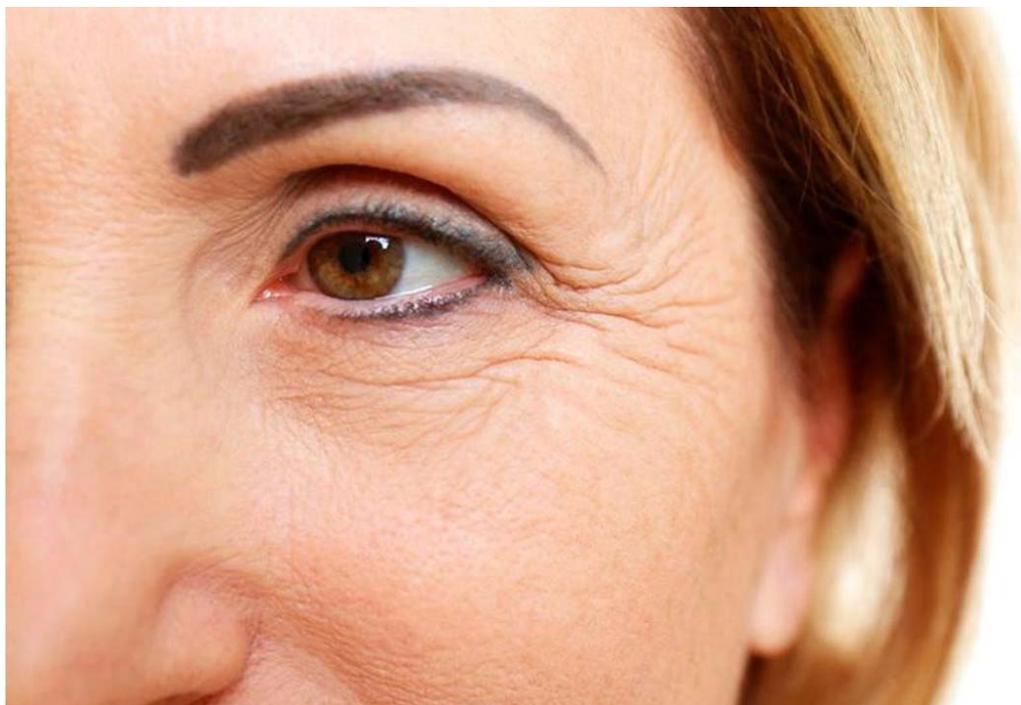
Слайд 55 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



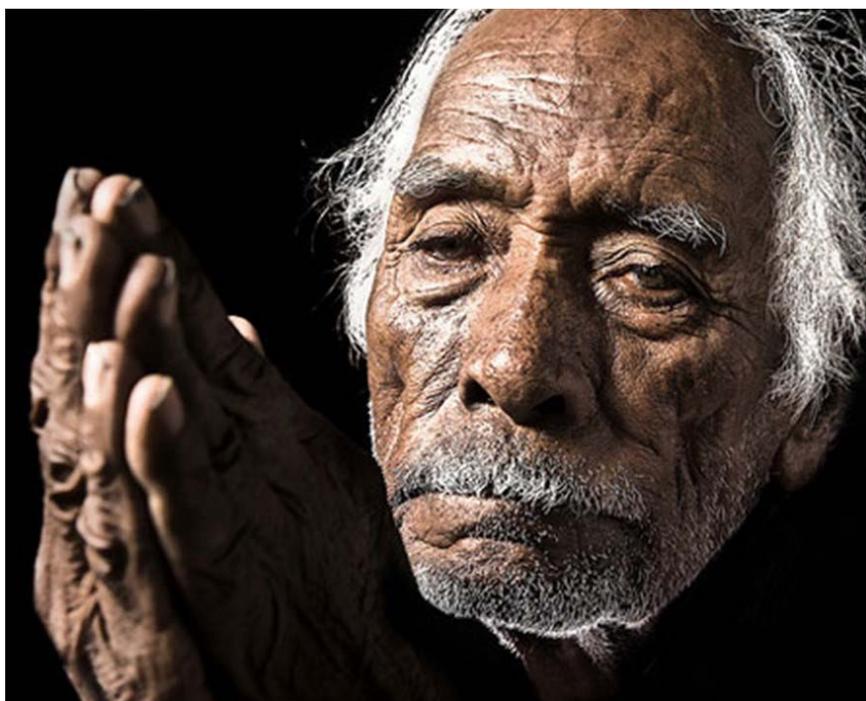
Слайд 56

НАДПИСЬ: «МОРЩИНЫ»

Слайд 57 ДЕФЕКТ



Слайд 58 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



Слайд 59

НАДПИСЬ: «ГОРИЗОНТ»

Слайд 60 ДЕФЕКТ

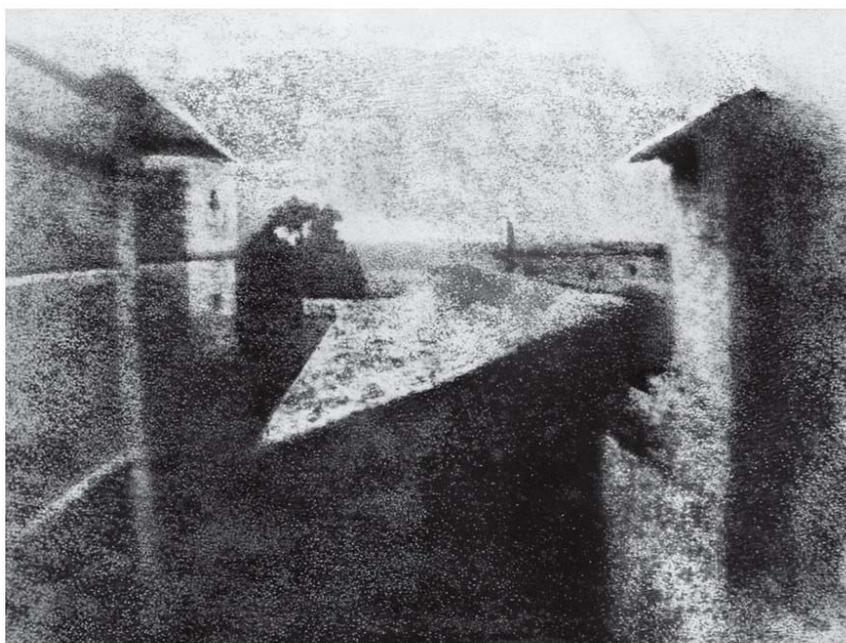


Слайд 61 ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ



# Лекция с электронной презентацией «Фотографии, изменившие мир»

Слайд 1



ВИД ИЗ  
ОКНА  
В ЛЕ ГРА

ЖОЗЕФ  
НИСЕФОР

1826

Слайд 2



РУКА  
МИССИС  
РЕНТГЕН

ВИЛЬГЕЛЬ  
РЕНТГЕН

1895

Слайд 3



ОБЕД НА  
НЕБОСКРЕБЕ

АВТОР  
НЕИЗВЕСТЕН

1932

Слайд 4



ЗНАМЯ  
ПОБЕДЫ  
НАД  
РЕЙСТАГОМ

ЕВГЕНИЙ  
ХАЛДЕЙ

1945

Слайд 5



ГРИБНОЕ  
ОБЛАКО  
НАД  
НАГАСАКИ

ЛЕЙТЕНАНТ  
ЧАРЛЬЗ

1945

Слайд 6



БИТВА  
ПОДУШКАМИ

ГАРРИ  
БЭНСОН

1964

Слайд 7



ТЕРРОР  
ВОЙНЫ

НИК УТ

1972

Слайд 8



ГОЛОДАЮЩИЙ  
РЕБЕНОК И  
СТЕРВЯТНИК

КЕВИН КАРТЕР

1993

Слайд 9



АЙЛАН  
КУРДИ

НИЛЮФЕР  
ДЕМИР

2015

Слайд 10



СЕМЬЯ  
РОМАНОВЫХ

АВТОР  
НЕИЗВЕСТЕН

Слайд 11



ГАГАРИН  
ПОСЛЕ  
ПРИЗЕМЛЕНИЯ

1961

Слайд 12



ЗАКРЫТИЕ  
ЛЕТНЕЙ  
ОЛИМПИАДЫ  
В МОСКВЕ

1980

Слайд 13



ЗАХВАТ  
ЗАЛОЖНИКОВ  
В БЕСЛАНЕ

2004

Слайд 14



ЧЕЛЯБИНСКИЙ  
МЕТЕОРИТ

2013



**ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ПРОГРАММЕ**

## ПРАКТИКУМ ЖУРНАЛИСТА

1. Составьте список медиа, которые отражают современную повседневную жизнь учащихся и педагогов. Каковы основные роли и функции каждого из этих изданий? Что, по вашему мнению, означает слово «грамотный» в контексте услуг, предоставляемых медиа и другими поставщиками информации? Какими знаниями, навыками и умениями следует обладать?

2. В течение одного дня ведите дневник использования медиа и обращения к услугам информационных служб, в т.ч. государственных и частных Интернет-провайдеров. Каков алгоритм ваших действий? Сколько часов вы посвящаете работе с медиа и такими технологиями как Интернет, телевидение или радио? Какую роль в вашей жизни играют медиа и другие поставщики информации?

3. Представьте, что в один прекрасный день вы просыпаетесь, а медиа, библиотеки, Интернет и мобильные телефоны исчезли; нет газет, журналов, радиостанций и телевизионных каналов. Разделитесь на небольшие группы и подумайте, каковы будут последствия для граждан:

- как их теперь будут информировать?
- как они будут обмениваться новостями, фактами и информацией о событиях?
- что произойдет с решениями, которые вы обычно принимаете?
- чего лично вам будет больше всего не хватать в этой ситуации?
- каковы будут потери общества при возникновении этой проблемы?

4. Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ. Напишите «Письмо редактору», изложив в нем выводы о ценности медиа и информации в демократическом обществе.

5. Напишите краткое сочинение о том, что читатели обязаны подходить к новостям без предубеждений, а не только с целью найти в них подтверждение своего мнения.

6. Согласны ли вы с тем, что хорошо информированный гражданин лучше вооружен для принятия решений и участия в жизни демократического общества? Почему? Напишите редакционную статью для газеты и выразите в ней свое мнение.

7. Обсудите следующие вопросы: какова роль и ценность информации в жизни общества? Есть ли связь между информацией и знанием и между информацией и властью? Оцените роль альтернативных или независимых медиа в вашем городе. Выберите одно издание для примера и опишите основные факторы, определяющие его независимость. Что оно делает, чтобы дать людям возможность участвовать в демократическом процессе? Чем оно отличается от медийного мейнстрима?

8. Проанализируйте работу организаций, способствующих свободе самовыражения или защите журналистов (обратитесь, к примеру, к формулировке Статьи 19, деятельности Комитета по защите журналистов, Репортеров без границ или региональных или национальных неправительственных организаций). Обратите внимание на работу журналистов, поддерживаемых этими организациями, и определите, какие ключевые элементы их работы требуют поддержки.

9. Выберите медиа текст или текст и задайте применительно к нему перечисленные вопросы. Что вы можете узнать из данного текста; какие основные идеи он несет, и какова его целевая аудитория?

Вопросы для анализа медиатекста

- Каково предназначение этого медиа текста/текста?
- Как он был создан?
- Кто его создал?
- Для какой аудитории он был создан? Откуда вы это знаете?

- В чем его основной смысл?
- Кому он полезен и какую пользу он принес?
- Каковы мои информационные потребности?
- Как я определяю эти потребности?
- Существует ли интересующая меня информация в той форме, которая меня устраивает?
- Если нет, что я могу предпринять?
- Что нужно сделать, чтобы понять, организовать и оценить найденную информацию?  
Что нужно сделать, чтобы представить эту информацию в удобном для использования формате?

- Что нужно сделать для обеспечения сохранности информации, ее многократного использования, записи и архивирования?

10. Обдумайте частную, общественную или учебную деятельность, которую вы хотели бы предпринять. Запишите свои идеи. Задайте основные вопросы, начиная с вопроса «Каковы мои информационные потребности?»

11. Запишите все, что вы делаете в течение дня, начиная с того момента, когда просыпаетесь утром, и заканчивая моментом, когда ложитесь спать. В небольших группах проанализируйте, нужна ли вам информация, чтобы совершать все эти действия? Напротив каждого действия запишите, какая информация для него нужна. Например: вам нужно знать температуру воздуха на улице, чтобы одеться по погоде; вам нужно знать ситуацию на дорогах прежде чем сесть в автобус. Обсудите: насколько важна информация в вашей повседневной жизни? Сколько решений она помогла вам принять?

12. Используя библиотеку или Интернет, изучите несколько наиболее популярных телевизионных и радиопередач, фильмов или рекламных объявлений, выпущенных за последний год. Какие темы из приведенного выше списка определили их успех? Опишите на конкретном примере способы освещения одной или нескольких тем.

13. Объясните, почему журналисты должны обладать правом не раскрывать источники своей информации никому, кроме своих редакторов.

14. Обсудите тему «Журналистика как профессия, основанная на проверке достоверности информации».

15. Дайте оценку новостной ценности медийного текста по следующим критериям: своевременность; возможное воздействие и важность; значение; присутствие; конфликт; необычность/человеческий интерес; актуальность; необходимость.

16. Проведите небольшое исследование роли новых медиа и новых медиатехнологий в изменении способов коммуникации людей в вашей стране, изучите, как изменение способов коммуникации влияет на изменение способов взаимодействия людей, обмен информацией и принятие ими осознанных решений.

## **РЕЧЕВОЙ ПРАКТИКУМ**

### **Словесное действие**

Человек говорит с определенной целью, с определенными намерениями. Он говорит, чтобы:

- передать информацию,
- поделиться пережитым чувством радости, возмущения, удивления и др.,
- выразить сочувствие, поддержку слушателю,
- дать совет, наставление, поделиться житейской мудростью,
- найти ответ на свои сомнения, недоумения, колебания и многое другое.

Например, пословицу «Тише едешь – дальше будешь» можно произнести как ободрение для старательного, но медлительного человека, как насмешку над медлительным человеком, как совет небрежному торопыге и т. д.

### **Упражнение 1.**

Произнесите пословицу «Из-под топота копыт пыль по полю летит» со следующим подтекстом «Какие brave кавалеристы!», «Фу, как напылили!», «Ужас, ничего не видно!».

### **Упражнение 2.**

Произнесите следующие фразы со строго определенной целевой установкой словесного действия.

**«Аня приехала».** 1. Констатация факта. 2. Сообщение важной новости. 3. Удивите ею. 4. Порадуйте. 5. Огорчите.

**«Перестаньте».** 1. Выразите тревогу. 2. Обиду. 3. Кокетство. 4. Раздражение

**«Я пойду».** 1. Решимость. 2. Предупреждение. 3. Радость. 4. Угроза. 5. Категоричность.

**«Оставьте их».** 1. Просьба. 2. Мольба. 3. Приказ. 4. Предупреждение.

**Упражнение 3.** Это упражнение на удлинение выдоха. Каждую строфу произнесите на одном выдохе.

Вот дом,

Который построил Джек!

А это пшеница,

Которая в темном чулане хранится

В доме,

Который построил Джек!

А это веселая птица-синица,

Которая ловко ворует пшеницу,

Которая в темном чулане хранится

В доме,

Который построил Джек!

Вот кот,

Который пугает и ловит синицу,

Которая ловко ворует пшеницу,

Которая в темном чулане хранится

В доме,  
Который построил Джек!

(С. Маршак )

#### **Упражнение 4.**

Скакалка

Легко крутите воображаемую скакалку (можно использовать и настоящую), прыгая на одной или на двух ногах и произносите текст:

Со скакалкой я скачу, научиться я хочу

Так владеть своим дыханьем, чтобы

Звук держать оно могло бы,

Глубоко, ритмично было

И меня не подводило!

Я скачу без передышки и не чувствую одышки,

Голос звучен, льется ровно, и не прыгаю я словно.

Раз-два! Раз! Раз!

Можно прыгать целый час!

Эти стихи следует произносить, скандируя, то есть по слогам, четко выделяя ударный слог. Нужно добиться синхронности прыжков, движения рук и речи.

Не задерживайте дыхание во время прыжков.

#### **Упражнение 5.**

Дикция – это ясное, четкое выговаривание слов. При хорошей дикции активно работают подвижные органы речи – губы, язык, нижняя челюсть.

Типичные дефекты дикции – картавость, шепелявость, гнусавость, сюсюканье, комканье слов, проглатывание концов слов. Выполнение

упражнений на дикцию обязательно должно совмещаться с соблюдением норм орфоэпии, то есть правильного (нормативного) произношения.

1. Рапортовал, да не дорапортовал; дорапортовал, да зарпортовался.
2. Шла Саша по шоссе и сосала сушку.
3. Жутко жуку жить на суку.

4. Шли сорок мышей и шесть нашли грошей, а мыши, что поплоше,  
нашли по два гроша.
5. У осы не усы и не усища, а усики.
6. Ткёт ткач ткани на платки Тане.
7. Тридцать три корабля лавировали-лавировали, да не вылавировали.
8. Карл у Клары украл кораллы, а Клара у Карла украла кларнет.
9. Сшит колпак, да не по-колпаковски,  
    вылит колокол, да не по-колоколовски.  
    Надо колпак переколпаковать, перевыколпаковать.  
    Надо колокол переколоколовать, перевыколоколовать.
10. Около кола колокола, около ворот коловорот.
11. Стоит поп на копне,  
    Колпак на попе,  
    Копна под попом,  
    Поп под колпаком.
12. Купила бабуся бусы Марусе.
13. От топота копыт пыль по полю летит.
14. Четыре чёрненьких  
    Чумазеньких чертёнка  
    Чертили чёрными  
    Чернилами чертёж  
    чрезвычайно чётко.
15. Карл у Клары украл кораллы,  
    А Клара у Карла украла кларнет.  
    Если бы Карл не крал у Клары кораллы,  
    То Клара не крала б у Карла кларнет.
16. 14.Шесть мышат в камыше шуршат.
17. У Кондрата куртка коротковата.
18. Проворонила ворона воронёнка.

## **Упражнение 6.**

Логические паузы членят высказывания на речевые звенья – группы слов, тесно связанных между собой по смыслу, т.е. место паузы строго определено строением мысли, выражаемой произносимым текстом. Случайные, произносимые паузы или их отсутствие затрудняют понимание произносимого текста, делают высказываемую мысль неясной или искажают ее (ср.: Казнить нельзя помиловать).

Для выяснения места логической паузы необходимо разобраться в смысловых связях между словами текста, чтобы наиболее тесно примыкающие друг к другу слова оказались в одном речевом звене, не были разъединены паузой.

Объясните изменение смысла вопроса при перестановке или отсутствии запятой, означающей логическую паузу.

1. Ну что, споем? 2. Ну, что споем? 3. «Что болит?» – спросил доктор.
4. «Что, болит?» – спросил доктор.

## **ПРАКТИКУМ**

### **ОБРАЗНЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ: ТРОПЫ**

**Упражнение 1.** Определите значения слов: прямое или переносное (метафорическое, метонимическое, на основе функционального переноса).

Большая волна, волна гнева, въезд в город, город оборонялся от врагов, а город подумал..., потолок скорости, побелить потолок, сливки общества, фабрика выдвинула представителей, вход в метро, вход бесплатный, каталог античного стекла, хвост поезда, холодный прием, всю тарелку съел, перебить все тарелки, нестись стрелой, окно в расписании, старинное серебро, серебро на висках, выставка серебра, добыча серебра, сердечный клапан, клапан первого котла, время торопится, пожар в душе, пожар разгорается, экранизация Чехова, повесть Чехова.

**Упражнение 2.** Определите типы переносного значения слов: метафора, метонимия, синекдоха.

Не хватает рабочих рук, уколоть самолюбие, хвост кометы, разжечь страсти, на площадь высыпали синие блузы, кислое настроение, в сердце России, он – светлая голова, золотые руки, косматое солнце, мягкий человек, цепь рассуждений, первая скрипка оркестра, влиятельное лицо, выпить стакан, лишний рот в семье, кольцо садов, отчаянная голова, замораживание цен, весь факультет присутствовал, черные дни, костер рябины, университет объявил набор, заря жизни, бросать слова, вторая ракетка мира, зал аплодировал.

**Упражнение 3.** Назовите случаи, в которых метафоры утратили образность, сохраняют образность, являются индивидуально-авторскими.

Неверный глаз, море смеялось, ушко иголки, горечь обид, огонь губ, корень слова, страна березового ситца, березы белые кипят, часы идут, бисерный почерк, револьверный лай, надергать цитат, близкая подруга, бег времени, весь как есть искусан злобой, алмазные брызги, дым волос над пожарами глаз, дождь прошел, солнце садилось, глаза страниц усталые капли пота, дремлет дорога, шепчется листва.

### **Визитная карточка команды Школы**

1. Кто мы?
2. Что мы можем вместе?
3. Что каждый из нас привносит в команду?
4. Чему мы хотим научиться?

## Алгоритм самооценки

Фамилия, имя, школа, класс \_\_\_\_\_

Диагностика: «Что я могу?» \_\_\_\_\_

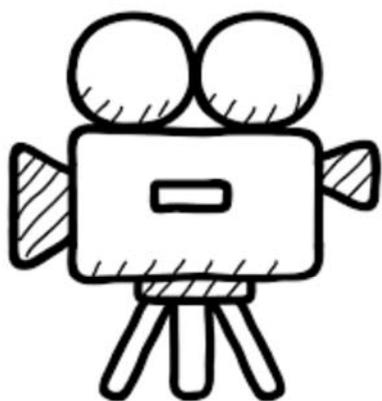
Осмысление: «Что я должен знать и уметь?» \_\_\_\_\_

Проектирование: «Что я хочу знать и уметь?» \_\_\_\_\_

Реализация: «Как я буду идти к поставленной цели?» \_\_\_\_\_

Оценка и корректировка: «Чему я научился и что мне нужно еще доработать?» \_\_\_\_\_

# АЧИВКИ



Лучшее видео



Лучшая фотография



Лучшая режиссура



Лучший текст



## МЕДИАТОР РЕФЛЕКСИЯ



Мне понравилось...

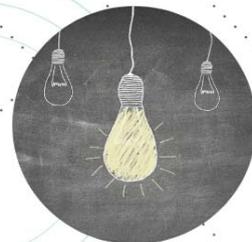
Для меня было новым...

**NEW**



Я хотел(а) бы...

У меня появилась идея...



## СОДЕРЖАНИЕ

Раздел	Номер страницы
I <b>ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА. РЕАЛИЗУЕМАЯ В СЕТЕВОЙ ФОРМЕ «МЕДИАТОР»</b>	3
II <b>МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ</b>	29
1. Мониторинг полноты и качества реализации образовательной программы (критерии, показатели измерители)	29
1.1. Портфолио	31
1.2. Описание компетенции «Мультимедийная журналистика»	31
1.3. Карты компетенций и индикаторы их достижения «Уровни сформированности метапредметных результатов»	32
1.4. Событийный мониторинг образовательных результатов	36
1.5. Входное (итоговое) тестирование	38
2. Материал для лекций	43
2.1. Что такое сторителлинг?	43
2.2. Правила сторителлинга	49
2.3. Лекция с электронной презентацией «Пишем новость»	53
2.4. Лекция с электронной презентацией «Инфографика»	55
2.5. Лекция с электронной презентацией «Фоторепортаж»	60
2.6. Лекция с электронной презентацией «Фотопарадоксы»	63
2.7. Лекция с электронной презентацией «Фотографии, изменившие мир»	83
III <b>ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ</b>	90
1. Практикум журналиста	91
2. Речевой практикум	94
3. Практикум. Образные средства выразительности. Тропы	98
4. Визитная карточка команды Школы	99
5. Алгоритм самооценки	100
6. Ачивки	101
7.	