

КИРОВСКОЕ ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВЯТСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ЛИЦЕЙ»

РАССМОТРЕНО

на заседании методического совета
протокол № 1 от 28.08.2023 г.

Заместитель директора по ВР

 Е.В. Потапова

УТВЕРЖДАЮ:

Директор КОГОАУ ВТЛ

 Т. В. Долгих

Приказ № 42-О от 28.08.2023 г.



**ПРОГРАММА
ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
«Лицейский медиацентр «ВЗЛЕТАЙ»»
10 - 11 классы**

на 2023-2024 учебный год

Составители программы:

Потапова Е.В.,

заместитель директора по ВР

Пыхтеева Е.В.,

советник директора по ВР

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа внеурочной деятельности «Лицейский медиацентр «ВЗЛЕТАЙ»» направлена на развитие у учащихся медиакультуры и ключевых информационных и телекоммуникационных компетентностей современного общества. Они познакомятся с особенностями работы с медиатекстами, их написание и обработку информации. А также проявить свои творческие способности в работе над контентом.

АКТУАЛЬНОСТЬ

Большую актуальность в последнее время приобретает внедрение информационных технологий. Средства массовой коммуникации для оперативной передачи информации до целевой аудитории. Также в связи с быстрым развитием информационных технологий медиaprостранство стало неотъемлемой частью повседневной жизни учащихся. В связи с этим особенно важно становится приобщение подрастающего поколения к созданию и работе с информационным контентом.

Медиатекст - любой текст, который создается в сфере массовых коммуникаций и имеет социальную значимость. Для создания и развития контента лицеисты должны научиться правильно работать текстом, создавать его, а также научиться его доступно и интересно донести до аудитории. Именно благодаря аудитории формируется тот или иной медиапродукт.

Потенциальная аудитория – максимальная аудитория, которая может использовать данный источник информации.

Целевая аудитория – конкретные социально-демографические характеристики аудитории (возраст, пол, социальный состав, национальная, религиозная принадлежность).

Создание лицейского медиaprостранства невозможно без участия самих лицеистов, именно поэтому необходимо их активное участие. Специфика информационно – коммуникационных технологий требует непосредственного участия детей в создании, обработке и передаче информации. Это поможет проявить им свои творческие способности, проявить креатив и реализовать свои идеи.

Деятельность медиацентра лицея, ориентирована на развитие личности учащихся в различных сферах в условиях жизнедеятельности лицейского сообщества.

ЦЕЛЬ

Создание информационного медиaprостранства в лицее посредством сети Интернет.

ЗАДАЧИ

1. Провести опрос среди лицеистов о предпочтениях социальных сетей. Проанализировать полученные данные

2. Познакомить учащихся с основными понятиями медиакультуры, познакомить с особенностями написания медиатекстов.
3. Научить писать тексты для медиacentра, работать с информацией.
4. Создать каждому классу информационное медиaprостранство в лицее в сети Интернет, в котором будут отражены события как лицейской жизни, так и общественной, которые затрагивают интересы лицейского общества
5. Участвовать в создании материала для основной группы лицея.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Программа социального направления «Лицейский медиацентр «ВЗЛЕТАЙ» (лицейское телевидение, журналистика, социальные сети)» рассчитана на учащихся 10-11 классов, увлекающихся общественной деятельностью.

Занятия проходят во внеурочное время по 2 часа в неделю. Задания направлены на освоение учащимися материала по работе с медиатекстами и знакомство с основами медиакультуры.

Программа направлена на формирование универсальных учебных действий (УУД):

Личностные УУД – широкие познавательные интересы, инициатива и любознательность; готовность и способность учащихся к саморазвитию и реализации творческого потенциала в духовной и предметно-продуктивной деятельности; способность к избирательному отношению к получаемой информации за счет умений ее анализа и критичного оценивания; ответственное отношение к информации с учетом правовых и этических аспектов ее распространения.

Регулятивные УУД – умение ставить цель и задачи, а также достигать их; корректировать свои работы (внесение необходимых дополнений, исправление ошибок); оценка проделанной работы.

Познавательные УУД - осуществлять поиск нужной информации, умение грамотно ее обрабатывать и выкладывать в медиaprостранство. Знакомство с особенностями работы с медиатекстами. Практическая работа в написании новостей, освещении мероприятий и событий, происходящих в лицее.

Коммуникативные УУД – готовность сотрудничества между обучающимися; коллективная работа; понимание различных позиций других людей, отличных от собственной; наблюдать и описывать события, происходящие в лицее.

ЛИЧНОСТНЫЕ И МЕТАПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Личностные результаты:

- формирование познавательных интересов;
- ответственное отношение к распространяемой информации;

- проявление творческих способностей;
- формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками, взрослыми в процессе образовательной, творческой деятельности.

Метапредметные результаты:

- овладение способностью принимать и сохранять цели и задачи учебной деятельности, а также находить средства её осуществления;
- формирование умений планировать, контролировать и оценивать учебные действия в соответствии с поставленной задачей и условиями её реализации;
- вносить соответствующие коррективы в их выполнение на основе оценки и с учётом характера ошибок;
- адекватное использование речевых средств и средств информационно-коммуникационных технологий для решения различных коммуникативных и познавательных задач;
- умение осуществлять информационный поиск для выполнения учебных заданий;
- готовность слушать собеседника, вести диалог, признавать возможность существования различных точек зрения и права каждого иметь свою собственную; излагать своё мнение и аргументировать свою точку зрения и оценку событий.

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Тема	Количество часов		
		Всего	Теория	Практика
1.	Вводное занятие. Цели и задачи Медиacentра	2	1	1
2.	Медиатекст как часть медиакультуры	2	1	1
3.	Проектирование официальной страницы Медиacentра ВТЛ в социальной сети «ВКонтакте»	4		4
4.	Новости как медиапродукт	2	1	1
5.	Написание новостных продуктов (постов) на официальной странице Медиacentра ВТЛ	4		4
6.	Интернет-новости. Особенности и структура	2	2	
7.	Написание новостных продуктов (постов) на официальной странице Медиacentра ВТЛ	4		4
8.	Визуальные компоненты медиатекста	6	4	2
9.	Создание и применение визуальных компонентов медиатекста	6	2	4

10.	Особенности проведения интервью	6	4	2
11.	Съемка и монтаж интервью	10		10
12.	Основы проведения социологического исследования. Опрос. Анкетирование	8	2	6
13.	Проведение социологического исследования о наиболее распространенных и востребованных социальных сетях	6		6
14.	Проведение социологического исследования о влиянии социальных сетей на подростков	6	2	4
Всего		68	19	49

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

№	Темы	Характеристика основной деятельности учащихся	Количество часов
1	Вводное занятие. Цели и задачи медицентра	Знакомство учащихся с планом деятельности медицентра.	2
2	Медиатекст как часть медиакультуры	Формирование у учащихся знаний и умений. Знакомство с понятиями «медиатекст», «медиа», «аудитория». Особенности СМИ.	2
3	Проектирование официальной страницы Медицентра ВТЛ в социальной сети «ВКонтакте»	Создание группы «Медицентра» во ВКонтакте. Заполнение группы. Официальная информация, добавление участников, графическое оформление (разработка аватара группы) Создание постов о каждом участнике группы. Краткая информация об учащемся, его навыки и умения. Цели вступления в Медицентр, что нового хочет внести, какие события отразить	4
4	Новости как медиапродукт	Формирование у учащихся знаний и умений. Знакомство с понятиями «новости». Виды новостей. Их анализ. Написание новостного текста каждого вида.	2
5	Написание новостных продуктов (постов) на официальной странице Медицентра ВТЛ	Создание постов о проведенном этапе школьных олимпиад. Формат отзыва, формат репортажа	4
6	Интернет-новости. Особенности и структура	Формирование у учащихся знаний и умений. Знакомство с понятием «Интернет-новости». Структура. Написание «интернет-новости»	2
7	Написание новостных продуктов (постов) на		4

	официальной странице Медиацентра ВТЛ		
8	Визуальные компоненты медиатекста	Формирование у учащихся знаний и умений Знакомство с визуальными медиа (мем, гиф, коллаж, скриншот, скринкаст, панорама) Создание визуального медиапродукта	6
9	Создание и применение визуальных компонентов медиатекста		6
10	Особенности проведения интервью	Формирование у учащихся знаний и умений Знакомство с понятием «интервью». Правила проведения. Виды вопросов. Понятия «интервьюер», «интервьюируемый» Поведение интервьюера. Создание тренировочного интервью	6
11	Съемка и монтаж интервью	Проведение интервью, посвящённого Совету лицеистов. Определение темы. Постановка цели и задач, выбор интервьюируемых. Знакомство учащихся с членами Совета лицеистов. Выявление его значения у учащихся. Подготовка к интервью: изучение темы. Изучение положения о Совете. Составление списка вопросов. Основные вопросы: «Почему вступил?», «Что хотел бы внести в жизнь Совета и всего лицея?»; подготовка оборудования (камера, микрофоны) Съемка интервью. Обработка полученного материала. Монтаж Публикация в группе во Вконтакте	10
12	Основы проведения социологического исследования. Опрос. Анкетирование	Формирование у учащихся знаний и умений Цели проведения социологического исследования. Его роль в создании медиаконтента Знакомство с понятиями «опрос», «анкетирование» Этапы проведения. Обработка данных. Платформы для их создания Создание тренировочной анкеты	8
13	Проведение социологического исследования о наиболее распространенных и востребованных социальных сетях	Проведение социологического исследования Цель – выявление популярной сети среди учащихся Постановка задач совместно с учащимися Определение аудитории (возраст, пол, социальная группа)	6

		<p>Выдвижение гипотез. Подготовка вопросов: «В каких социальных сетях Вы зарегистрированы?», «Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?»</p> <p>Публикация опроса в сети Интернет</p> <p>Обработка полученного материала.</p> <p>Подтверждение/не подтверждение выдвинутых гипотез. Выводы по результатам проведенного исследования.</p> <p>Публикация выводов в группе во Вконтакте</p>	
14	<p>Проведение социологического исследования о влиянии социальных сетей на подростков</p>	<p>Проведение социологического исследования</p> <p>Цель – определить уровень влияния социальных сетей на современных подростков.</p> <p>Постановка задач совместно с учащимися</p> <p>Определение аудитории. Возраст, социальная группа</p> <p>Выдвижение гипотез. Подготовка вопросов: «Во сколько социальных сетях Вы зарегистрированы?», «Как часто Вы заходите в социальные сети?», «С какой целью Вы заходите в соц. Сети?», «Сколько времени в день Вы тратите на социальные сети?»</p> <p>Публикация анкеты</p> <p>Обработка полученных результатов, подтверждение/ не подтверждение выдвинутых гипотез</p> <p>Выводы исследования. Их публикация в группе во Вконтакте</p>	6

ФОРМЫ И МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

В работе используются различные методы:

- проектный;
- объяснительно-иллюстративный;
- репродуктивный;
- частично-поисковый;
- проблемный;
- исследовательский;
- практический;
- методы стимулирования и поощрения;
- логический.

ФОРМЫ РАБОТЫ:

- беседы со специалистами, встречи с интересными людьми;
- создание информационно-обучающих презентаций, листовок, видео;
- размещение информации на лицейском сайте;
- акции, рейды, опросы;
- круглые столы, семинары;

- проекты, фестивали, флешмобы;
- конкурсы, викторины, экскурсии и др.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- Компьютер
- Проектор
- Сеть Интернет

ЛИТЕРАТУРА

1. Дэвид Рэндалл. Универсальный журналист. СПб 1999, Национальный Институт прессы, 2000
2. Васильева Л.А. «Делаем новости!» М.: Аспект Пресс, 2003
3. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.