

**Бюджетное общеобразовательное учреждение г. Омска «Средняя общеобразовательная школа №95 с углубленным изучением отдельных предметов»**

**Утверждаю**

Исполняющий обязанности директора БОУ г. Омска «Средняя общеобразовательная школа № 95 с углубленным изучением отдельных предметов»

О.В. Левина

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023г.

**ВНЕУРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Школьный пресс-центр

Возраст 14 - 18 лет

Срок реализации: 1 год

Составитель: Татаурова Полина Александровна

Омск, 2024г.

**Тип образовательной программы** – программа дополнительного образования, предназначена для руководителей редакционных коллективов в образовательных учреждениях.

**Категория учащихся** – школьники с 8-го по 11-й класс.

**Срок (продолжительность) обучения** – 1 год

**Количество групп** – 2.

**Общая цель программы** – создание условий для социальной и творческой самореализации школьников, развитие у них специальных профессиональных и коммуникативных навыков для создания собственных информационных продуктов.

**Общие задачи программы:**

1. Организация творческой интерактивной среды для создания и реализации школьных информационных продуктов и проектов;
2. Развитие (формирование) специальных коммуникативных и профессиональных навыков;
3. Развитие (формирование) организационных навыков;
4. Освоение технологий социального партнерства, формирование активной жизненной позиции;
5. Представление творческих продуктов в виде информационных изданий (газеты, литературно-художественного альманаха, спецвыпусков и др.), PR-акций и мероприятий.
6. Просвещение и образование современного гражданина в сфере СМИ, превращение его в креативного и критически мыслящего пользователя СМИ.

**Области базовой подготовки:**

- практическая журналистика;
- история журналистики и теория жанров;
- основы редактирования;
- основы эффективного общения;
- информационные технологии и издательское дело

**Области дополнительной подготовки:**

- медиаобразование;
- основы менеджмента и PR;
- основы социологии;
- медиа-проектирование.

**Руководство:** Организатором всей деятельности редакционного коллектива является руководитель. Он следит за четким выполнением учениками самостоятельных заданий, оказывает помощь в разработке и выборе тем, написании материалов, верстке. В процессе обучения руководитель должен проанализировать работу лично с каждым учеником, организовать необходимые консультации и помочь каждому справиться с возникшей проблемой.

**Формы обучения** – лекции, творческие задания, пресс-конференции, тренинги, деловые игры, творческие сборы, лабораторные работы, практические задания, мастер-классы.

**Объем учебного времени:** всего – 68 учебных часов в год (2 часа в неделю).

**Режим занятий** – индивидуально-групповой; по звеньям, в микрогруппах.

Занятия в группе журналистов первого года обучения – 1 раз в неделю по 1 учебному часу, всего – 34 часа в год.

занятия в издательской группе – 1 час в неделю; всего – 34 часа в год.

Практическая работа над выпуском газеты ведется в микрогруппах, в зависимости от количества и объема заданий и материалов.

**Входная диагностика и контроль:** тесты; выполнение практических заданий; организация и продвижение медиа-проекта.

**Итоговый продукт:** школьный блог в социальных сетях, школьные периодические издания (газета, художественно-литературный альманах, информационные спецвыпуски и др.), проведение PR-акций и профильных массовых мероприятий.

## **1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМАТИКА ПРОГРАММЫ**

Образование в России переживает период подъема, причем не столько в материальном, сколько в духовном и творческом плане. Ищутся новые пути и средства для развития личности ребенка, а потому проявляется значительный интерес к различным видам социального творчества, в частности журналистике и издательскому делу. Сегодня, благодаря техническим возможностям, многие российские школы и Дома творчества выпускают собственные издания, и это становится делом престижа. Внедрение средств массовой коммуникации в учреждения образования предполагает свободные отношения детей и взрослых, смелость в обсуждении проблем, повышенное внимание к душе людей, то есть все те качества, которые присущи *открытому современному обществу*.

Профессия журналиста всегда привлекала школьников в силу своей востребованности и социальной значимости. Но, к сожалению, в сложившейся системе СМИ (средств массовой информации) юный журналист не может в полной мере реализовать потребность высказывать и утверждать свои взгляды, обращаться к общественному мнению, передавать и получать информацию через собственные издания и программы, т.к. их в городе непросто найти. Поэтому возникла необходимость в разработке и создании специальной образовательной Программы, которая предполагает разработку теоретических и методических основ включения юных журналистов в систему массовой коммуникации и создание практических условий для их самореализации на базе учебных заведений. Это становится возможным через создание издательских центров, редакций и выпусков собственных информационных продуктов – школьных газет, журналов, альманахов, PR-проектов и т.д.

Опыт работы показывает, что работа в школьной редакции привлекает внимание учеников как новой формой (обсуждение тематики, сбор информации, редактирование газеты), так и новым содержанием (новые знакомства и общение со сверстниками, педагогами, возможность выразить собственное мнение по проблемным вопросам, формировать общественное мнение и т.д.). Осваивая такую область человеческой деятельности, как журналистика и издательское дело, школьники учатся не только излагать свои мысли, работать над материалом и выпускать газету. Они приобретают умение общаться и сотрудничать с окружающими, концентрировать внимание, самостоятельно мыслить и работать, созидать новое – одним словом, все то, что пригодится им не только в профессиональной деятельности, но и в жизни.

Для школьников участие в работе издательского центра – это:

- интересные занятия;
- разнообразный досуг;
- общение с людьми, разделяющими его интересы;
- ощущение собственной нужности, повышение самооценки;

- активное участие в жизни школы или дома творчества, формирование активной жизненной позиции;
- возможность выражать собственное мнение.

## **МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК ПОДГОТОВКА К ЖИЗНИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Рассматривая вопросы, касаемые развития личности подростка и его интересов в современной системе образования, нельзя обойти вниманием проблему, которая затрагивает взаимоотношения общества и СМИ в целом.

Средства массовой информации (СМИ) играют важную роль в современной жизни. Через них люди узнают о различных событиях, получают не только необходимые знания, но и эмоциональную разгрузку. Газеты, журналы, телевидение, радио, Интернет определяют сегодня не только видение картины мира, но и формируют общественное мнение, отношение к обществу, важным политическим и экономическим событиям, создают социальные идеалы и стремления.

СМИ являются не только источником социальной информации и мощным фактором общественного развития («четвертая власть»), но и манипулятором общественного сознания, действующим по вполне определенным социально-психологическим правилам. Между тем, несмотря на высокую социальную значимость СМИ, в обществе наблюдается явно заниженное знание об этом регуляторе общественных отношений.

Одним из направлений современной науки, которое занимается изучением процессов, осуществляемых СМИ, является **медиаобразование. Оно позволяет сформировать у школьников представление о том, что такое средства коммуникации (медиа), как они функционируют, как создаются сообщения (единицы информации), как эти сообщения распространяются, представляя собой особый тип реконструкции действительности.** Таким образом, работа по медиаобразованию состоит прежде всего в том, чтобы «размонтировать» эту новую «реальность» (псевдореальность), навязанную медиа, понять, как СМИ оказывают влияние на восприятие окружающей действительности и как можно самим сконструировать ту «реальность», которая адекватно бы отражала жизнь и интересы подрастающего поколения.

Второе направление медиаобразования – научить тому, как производится информационная продукция.

**Медиаобразование** связано прежде всего с **гражданским воспитанием**. Социализация детей и подростков в большей степени происходит через СМИ: познание мира, других стран, жизни своей страны, различных социальных категорий, с которыми они непосредственно не сталкиваются; именно так они погружаются в социум, в общество своей страны и мировое сообщество.

Погружение в событийную среду учебного заведения, организация в нем редакции, выпуск газеты, проведение мероприятий и акций – все это способствует тому, что школьная жизнь осознается учащимися как социум, как система общественных отношений. Поэтому сосуществование образовательной системы и СМИ весьма плодотворно влияет на социальное развитие и мышление школьников.

Когда это взаимодействие удачно, выигрывают не только те, кто занимается журналистикой, но и все школьное сообщество в целом. Редакция становится неким центром общественно-политической жизни учебного заведения, где школьники учатся выражать не только собственные мысли, отстаивать свои интересы и права, но и учатся смотреть «шире», уважать и понимать интересы других – как взрослых, так и сверстников.

## 2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

N	Тема	Всего часов	Группа корреспондентов всего часов (теория + практика)	Издательская группа всего часов (теория + практика)
1.	<b>Вводное занятие.</b> Кто такой журналист? Кто такой блогер? Школьный блог как СМИ.	<b>2 часа</b>	1 (0,5+0,5)	1 (0,5+0,5)
2.	<b>Основы журналистики.</b> Значение СМИ в обществе. Понятие факта. Методы поиска информации, критерии отбора. Этапы создания материала, композиция.	<b>4 часа</b>	3 (1+2)	1 (0,5+0,5)
3.	<b>Изучение целевой аудитории.</b> Методы и аспекты исследования своей целевой аудитории. Статистические данные в блоге как инструмент исследования целевой аудитории.	<b>2 часа</b>	1 (0,5+0,5)	1 (0,5+0,5)
4.	<b>Изучение информационных жанров.</b> Информация, заметка, корреспонденция, интервью, репортаж	<b>7 часов</b>	5 (2+3)	2 (1+1)
5.	<b>Изучение аналитических и художественных жанров.</b> Очерк, статья, рецензия, фельетон, зарисовка.	<b>7 часов</b>	5 (2+3)	2 (1+1)
6.	<b>Концепция блога.</b> Контент-план. Создание постов: иллюстративные материалы, принципы оформления. Специфика создания текста для социальных сетей.	<b>8 часов</b>	5 (2+3)	3 (1+2)
7.	<b>Организация и</b>	<b>5 часов</b>	3	2

	<b>продвижение медиа-проектов.</b> Типология СМИ. Основные принципы менеджмента и СММ. Реклама и PR-технологии в журналистике.		(1+2)	(1+1)
8.	<b>Основы социологии.</b> Принципы работы социологической службы. Правила составления анкеты. Методики опроса: мониторинг, документ, контент-анализ	<b>5 часов</b>	3 (1+2)	2 (1+1)
9.	<b>Основы эффективного общения.</b> Общение в профессиональной среде. Деловые тренинги, игры.	<b>5 часов</b>	3 (1+2)	2 (1+1)
10.	<b>Технология СМИ.</b> Модель газеты. Композиция газетной полосы. Макетирование. Процесс выпуска номера.	<b>5 часов</b>	1 (0,5+0,5)	4 (2+2)
11.	<b>Издательское дело.</b> Основы печатного дизайна. Оригинал-макет. Издательские программы и системы. Обработка иллюстраций. Вёрстка. Вёрстка лонгридов в конструкторе сайтов Tilda.	<b>10 часов</b>	0	10 (3+7)
12.	<b>Консультирование, индивидуальная работа</b>	<b>4 часа</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
	<b>Итого:</b>	<b>68 часов</b>	<b>34 часа</b> Теория – 16 часов Практ – 18 часов	<b>34 часа</b> Теория – 17 часов Практ – 17 часов

## 2.1. Первая группа – корреспонденты «ШКОЛА НАЧИНАЮЩЕГО РЕПОРТЕРА»

### 2.1.1. Цели и задачи:

- **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ:**

**ЦЕЛИ:** Получение и освоение школьниками теоретических знаний в области журналистики и издательского дела; овладение навыками самостоятельной творческой и практической работы.

**ЗАДАЧИ:**

- знакомство с принципами журналистской и издательской деятельности
- изучение основ социологии, журналистики и издательского дела;

• **ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ:**

**ЦЕЛИ:** Воспитание потребности к самоотдаче, умения сочетать свои интересы с интересами коллектива, формирование активной общественной позиции.

**ЗАДАЧИ:**

- побуждение интереса к прессе, формирование потребности в постоянном повышении информированности;
- воспитание потребности в содружестве, сотворчестве и сотрудничестве;
- воспитание необходимости самосовершенствоваться, творчески расти;
- поощрение активной позиции ребенка в коллективе;

• **РАЗВИВАЮЩИЕ:**

**ЦЕЛИ:** Развитие творческого мышления и интеллектуальных способностей.

**ЗАДАЧИ:**

- развитие практических навыков самостоятельной работы;
- развитие культуры речи и навыков общения;
- развитие памяти, интереса, внимания, расширение активного словарного запаса.

### 2.1.2. Учебно-тематический план

(1 час в неделю)

N	Тема	Теория и практика часы в год	Форма занятия
1	2	3	4
1.	<b>Вводное занятие.</b> Кто такой журналист? Кто такой блогер? Школьный блог как СМИ.	1 (0,5+0,5)	Беседа, анкетирование, творческий конкурс.
2.	<b>Основы журналистики.</b> Значение СМИ в обществе. Понятие факта. Методы поиска информации, критерии отбора. Этапы создания материала, композиция.	3 (1+2)	Лекция
3.	<b>Изучение целевой аудитории.</b> Методы и аспекты исследования своей целевой аудитории. Статистические данные в блоге как инструмент исследования целевой аудитории.	1 (0,5+0,5)	Лекция, лабораторный практикум.
4.	<b>Изучение информационных жанров.</b> Информация, заметка, корреспонденция, интервью, репортаж	5 (2+3)	Лекция. Игровое задание. Творческая лаборатория. Посещение мероприятий. Деловая игра

5.	<b>Изучение аналитических и художественных жанров.</b> Очерк, статья, рецензия, фельетон, зарисовка.	5 (2+3)	Лекция, творческое задание, посещение спектакля или концерта.
6.	<b>Концепция блога.</b> Контент-план. Создание постов: иллюстративные материалы, принципы оформления. Специфика создания текста для социальных сетей.	5 (2+3)	Лекция, практикум, творческое задание
7.	<b>Организация и продвижение медиа-проектов.</b> Типология СМИ. Основные принципы менеджмента и СММ. Реклама и PR-технологии в журналистике.	3 (1+2)	Лекция, ролевая игра.
8.	<b>Основы социологии.</b> Принципы работы социологической службы. Правила составления анкеты. Методики опроса: мониторинг, документ, контент-анализ	3 (1+2)	Лекция. Практикум. Творческое задание. Посещение мероприятий.
9.	<b>Основы эффективного общения.</b> Общение в профессиональной среде. Деловые тренинги, игры.	3 (1+2)	Творческая встреча. Пресс-конференция. Дискуссионный клуб. Деловые тренинги, игры.
10.	<b>Технология СМИ.</b> Модель газеты. Композиция газетной полосы. Макетирование. Процесс выпуска номера.	1 (0,5+0,5)	Лекция, практикум, творческое задание
11.	<b>Консультирование, индивидуальная работа</b>	<b>4</b>	

### 2.1.3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

34 часа

#### Вводное занятие (1 час)

Знакомство с учениками. Кто такой журналист? Кто такой блогер? Понятие средств массовой информации. Соотношение понятий блогинга и СМИ. Какие существуют блоги, какие функции они могут выполнять. Функции школьного блога. Тематическое наполнение блога в связи с функциями. Цели, задачи, предмет журналистики. Понятие прессы. Задачи школьной газеты. Разработка шапки блога. Анкетирование. Творческие задания на неделю.

#### Основы журналистики (3 часа)

Значение СМИ в обществе. Журналистский способ осмысления окружающей действительности. Факт – основа журналистики. Методы поиска информации, критерии ее отбора. Этапы создания газетного материала, структура, композиция. Лид и его варианты. Лабораторная работа.

Тема и идея газетного материала. Лабораторная работа.

Язык газеты. Болезнь «школьного сочинения». Как писать интересно? Свод правил хорошего текста. Специфика изложения фактов (простота, доходчивость, лаконичность, выразительность). Газетный язык – способ общения журналиста с читателем, помощь в обретении авторского лица. Умение пользоваться словом – личное качество журналиста.

Смысловая точность, острота языка. Основа языка – движение и его выражение **глагол**. Глагол движет фразу.

### **Изучение целевой аудитории (1 час)**

Методы и аспекты исследования своей целевой аудитории. Кому я пишу? Что интересно этим людям? Что я могу им дать? Золотое правило соотношения интересов. Статистические данные в блоге как инструмент исследования целевой аудитории: диагностика охватов и вовлечённости.

### **Информационные жанры (5 часов)**

Газетные жанры как форма подачи новостей, призванных информировать читателя. Событие – основа жанра (сегодня, вчера, завтра). Оперативность, достоверность. Факты – действительное, невыдуманное событие, происшествие (то, что объективно существует). «Жареные факты». «Утка». Подтасовка фактов. Расшифровка фактов. Логика воссоздания события. Формула Квинтилиана. Ответы на вопросы: Что? Где? Когда? Почему? Как? Для какой цели?

**Информация** - краткое сообщение о событии, которое произошло или произойдет (выставки, конкурсы, начало спортивного сезона, премьеры, юбилеи).

**Заметка** - расширенное сообщение о событии. Превращение информации в заметку путем сбора дополнительных фактов. Сходство и отличие заметки и информации. Виды заметки.

**Репортаж** – оперативный и подробный рассказ о событии с места события. Виды репортажа. Язык репортажа. Сходство и различие с другими жанрами. Король московских репортеров – Владимир Гиляровский.

**Интервью** – беседа в форме вопросов и ответов. Структура построения. Виды и типы интервью. Открытые и закрытые вопросы.

#### **Практические задания:**

Работа над информацией, заметкой, репортажем из школьной жизни, подготовка их для публикации в школьной газете.

Работа над мини-интервью «Интересный человек»

Деловая игра «Лента школьных новостей». Поиск новостей и сбор фактов.

Ситуационный тренинг.

### **Аналитические и художественно-публицистические жанры (5 часов)**

Обзорное ознакомление с данной группой жанров. Портрет. Зарисовка – штрихи к портрету человека (заготовка к очерку). Рецензия.

#### **Практические задания:**

Творческая лаборатория «Рассказ о близком человеке»;

Специализация по жанрам «Зарисовка», «Рецензия».

Экспресс-анализ образцов жанров.

### **Концепция блога (5 часов)**

Контент-план. Создание постов: иллюстративные материалы, принципы оформления. Специфика создания текста для социальных сетей. Как писать, чтобы дочитывали? Методы вовлечения. Методы поддержания контакта с аудиторией. Реакции, комментарии и репосты как показатели вовлечённости.

### **Организация и продвижение медиа-проектов (3 часа)**

Типология СМИ. Виды газет: массовые, малотиражные, стенные, рукописные. Издатели и читатели. Как сделать газету популярной? PR-технологии в журналистике.

#### **Практические задания:**

Десять способов сделать газету популярной.

Подготовить проект PR-акции для популяризации школьного издания.

### **Основы социологии (3 часа)**

Чем занимается социология? Задачи, функции, принципы работы и формирование социологической службы. Вопросы. Правила составления анкеты. Правила проведения опросов. Методики опроса: мониторинг, документ, контент-анализ, рейтинг. Схема подсчета полученных данных.

#### **Практические задания:**

Пять тем для опроса школьников и учителей. Разработка анкеты. «Хождение» в народ.

Супер-анкетирование: «Если бы директором был я...»; «Зачем школе газета?», «Школьная форма – за или против?»

### **Основы эффективного общения (3 часа).**

Общение в профессиональной среде. Этический кодекс журналиста.

Как обратить на себя внимание и расположить к себе собеседника. Этика делового телефонного разговора.

Личность. Способы ставить цель. Умение принять решение и оценивать свои поступки. Тест «Уверенный ли я человек?»

Самовоспитание. Вежливость. Деликатность. Такт. Простота. Искусство слушать собеседника. Умение «разговорить» собеседника.

Тренинг коммуникативных навыков. Моя будущая профессия. Карта интересов. Дифференциально-диагностический опросник.

### **Технология СМИ (1 час)**

Модель газеты. Композиция газетной полосы. Рубрикация. Форма газеты. Дизайн, оформление. Титул. Колонтитул. Заголовки.

Правила создания газеты. Принципы расположения заметок на полосе. Макет. Планирование, редактирование номера.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ:**

#### **К концу года обучения учащиеся должны знать:**

- специфику и структуру информационных жанров: различать информацию, репортаж, заметку, интервью;

- обзорно аналитические и художественные жанры;

#### **К концу года обучения учащиеся должны уметь:**

- грамотно изложить информацию в жанре заметки, репортажа, интервью;

- вести беседу с людьми,

- отредактировать текст, придумать заголовки, составить макет газетной полосы;

- проводить анкетирование, социологический опрос

**Результат:** творческие отчеты, публикации в газете.

## **2.2. ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА**

### **2.2.1. Цели и задачи:**

- **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ:**

ЦЕЛИ: Получение и освоение школьниками теоретических знаний в области дизайна и издательского дела; овладение навыками самостоятельной творческой и практической работы.

ЗАДАЧИ:

- знакомство с принципами издательской деятельности;
- изучение основ дизайна, издательского дела и компьютерных технологий;
- изучение основ фотодела.

• **ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ:**

ЦЕЛИ: Воспитание потребности к самоотдаче, умения сочетать свои интересы с интересами коллектива, формирование активной общественной позиции.

ЗАДАЧИ:

- побуждение интереса к прессе, формирование потребности в постоянном повышении информированности;
- воспитание потребности в содружестве, сотворчестве и сотрудничестве;
- воспитание необходимости самосовершенствоваться, творчески расти;
- поощрение самостоятельности и активной позиции в коллективе;

• **РАЗВИВАЮЩИЕ:**

ЦЕЛИ: Развитие творческого мышления и интеллектуальных способностей.

ЗАДАЧИ:

- развитие практических навыков самостоятельной работы;
- развитие навыков общения;
- развитие памяти, интереса и внимания.

**2.2.2. Учебно-тематический план  
(1 час в неделю)**

N	Тема	Теория и практика часы в год	Форма занятия
1	2	3	4
1.	<b>Вводное занятие.</b> Кто такой журналист? Кто такой блогер? Школьный блог как СМИ.	1 (0,5+0,5)	Беседа, анкетирование, творческий конкурс.
2.	<b>Основы журналистики.</b> Значение СМИ в обществе. Понятие факта. Методы поиска информации, критерии отбора. Этапы создания материала, композиция.	1 (0,5+0,5)	Лекция, знакомство с детско-юношеской прессой, обсуждение визуального облика изданий
3.	<b>Изучение целевой аудитории.</b> Методы и аспекты исследования своей целевой аудитории. Статистические данные в блоге как инструмент исследования целевой аудитории.	1 (0,5+0,5)	Лекция, лабораторный практикум.
4.	<b>Изучение информационных жанров.</b> Информация, заметка, корреспонденция, интервью, репортаж	2 (1+1)	Лекция. Лабораторный практикум.
5.	<b>Изучение аналитических и художественных</b>	2	Лекция, лабораторный практикум.

	<b>жанров.</b> Очерк, статья, рецензия, фельетон, зарисовка.	(1+1)	
6.	<b>Концепция блога.</b> Контент-план. Создание постов: иллюстративные материалы, принципы оформления. Специфика создания текста для социальных сетей.	3 (1+2)	Лекция, практические задания.
7.	<b>Организация и продвижение медиа-проектов.</b> Типология СМИ. Основные принципы менеджмента и СММ. Реклама и PR-технологии в журналистике.	2 (1+1)	Лекция, тренинг креативности.
8.	<b>Основы социологии.</b> Принципы работы социоло-гической службы. Правила составления анкеты. Методики опроса: мониторинг, документ, контент-анализ	2 (1+1)	Лекция. Практикум. Творческое задание.
9.	<b>Основы эффективного общения.</b> Общение в профессиональной среде. Деловые тренинги, игры.	2 (1+1)	Деловой тренинг, игра.
10.	<b>Технология СМИ.</b> Модель газеты. Композиция газетной полосы. Макетирование. Процесс выпуска номера.	4 (2+2)	Лекции, практические и творческие задания.
11.	<b>Издательское дело.</b> Основы печатного дизайна. Оригинал-макет. Издательские программы и системы. Обработка иллюстраций. Вёрстка. Вёрстка лонгридов в конструкторе сайтов Tilda.	10 (3+7)	Лекции, практические и творческие задания.
12.	<b>Консультирование, индивидуальная работа</b>	4	

### 2.2.3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

#### Издательская группа (34 часа)

##### 1. Вводное занятие (1 час)

Постановка цели и задач на новый учебный год. Игра на знакомство. Анкетирование.

##### 2. Основы журналистики (1 час)

Типология современной прессы: политическая, деловая, «желтая», информационно-коммерческая.

Практические задания:

Лабораторная работа «Визуальный облик и дизайн изданий в зависимости от типологии».

Отметить оформительские элементы.

##### 3. Изучение целевой аудитории (1 час)

Методы и аспекты исследования своей целевой аудитории. Статистические данные в блоге как инструмент исследования целевой аудитории.

##### 4. Информационные жанры (2 часа)

Задачи, осуществляемые информационной журналистикой. Рубрикаторы новостей. Оформление в газете. Элементы подачи.

### **5. Аналитические и художественно-публицистические жанры (2 часа)**

Задачи, осуществляемые публицистикой и аналитической журналистикой. Расположение материалов на полосе. Элементы подачи. Иллюстрации и фотографии – визуальные приемы, помогающие раскрытию основной темы.

### **6. Концепция блога (5 часов)**

Сервисы отложенного постинга. Постинг в соответствии с контент-планом.

Обложки к постам.

Верстка лонгридов в конструкторе сайтов Tilda.

Каталог шаблонов. Смысловое представление информации. Настройки параметров шрифта. Расположение объектов. Редактирование. Добавление фото и текста из файла.

Инструменты автоматического редактирования.

Публикация готового материала в сети Интернет. Распространение.

### **7. Организация и продвижение медиа-проектов (2 часа).**

Организация работы редакционной команды. Функционал и должности. PR-технологии в журналистике. PR-акции как способ раскрутки медиа-проектов.

Имидж издания.

Практические задания:

Составление слоганов, рекламных обращений.

Подготовка и проведение PR-акции.

### **8. Основы социологии (2 часа)**

Задачи работы школьной социологической службы. Вопросы. Тематика опросов. Подбор иллюстраций к опросам. Оформление (таблицы, рейтинги).

Практические задания:

Пять тем для опроса школьников и учителей.

Лабораторная работа. Найти в печатных изданиях примеры оформления итогов соцопросов.

### **9. Основы эффективного общения (2 часа).**

Общение в профессиональной среде. Самоопределение. Тренинг креативности. Деловые игры.

Личность. Способы ставить цель. Умение принять решение и оценивать свои поступки. Тест «Уверенный ли я человек?»

Тренинг коммуникативных навыков. Моя будущая профессия. Карта интересов. Дифференциально-диагностический опросник.

Практическое задание «Пресс-релиз».

### **10. Технология СМИ (4 часа)**

Макетирование газеты. Принципы макетирования с учетом интересов читателей. Соотношение планирования и макетирования.

Дизайн газеты как первооснова ее макета.

Композиция газетной полосы. Постоянные составные элементы газеты (название, нумерация, логотип, колонтитул, выходные данные и т.д.)

Основные элементы газетного материала (заголовок, лид, иллюстрация и т.д.)

Верстка. Редактирование номера. Корректурные знаки. Приемы исправления ошибок (слитно-раздельно; заглавная – прописная, удаление ненужной буквы, обозначение абзаца и т.д.)

Практическое задание:

Творческое задание «Первая полоса – лицо издания!» (придумать дизайн первой полосы газеты или журнала)

Самостоятельная работа по макетированию. Выполнить макет газетной полосы на основе отобранных материалов.

Написать текст с ошибками. Обменяться текстами, исправить ошибки, употребляя корректурные знаки.

### **11. Издательское дело (10 часов)**

Основы печатного дизайна. Художественное оформление изданий. Обязательные элементы. Дизайнер, верстальщик, фотограф, художник – профессиональные задачи и функционал в редакционной команде.

Шрифты. Виды и типы шрифтов. Правила использования шрифтов на газетной полосе.

Издательские программы и системы.

Текстовый редактор.

Издательская настольная система «Adobe In Design». Палитра инструментов и интерфейс. Создание и сохранение новой публикации.

Каталог макетов. Типы публикаций и образцы макетов. Создание публикаций.

Работа с текстом. Текстовый блок. Фрейм. Размещение текста в колонках.

Автоформатирование. Стили. Работа с рамками и объектами на газетной полосе. Редактирование. Добавление текста из файла. Настройка параметров шрифта.

Работа с иллюстрациями и фотографиями. Добавление иллюстраций из файла. Операции над изображениями. Палитра инструментов: контраст, обрезка, яркость. Добавление подписи к рисунку.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

За время обучения в издательской группе учащиеся должны знать:

- основы верстки;
- основы печатного дизайна;
- типологию шрифтов и правила их использования;
- корректурные знаки.

К концу года обучения учащиеся должны уметь:

- работать в издательской настольной системе «Adobe In Design», в конструкторе сайтов Tilda;
- сканировать и обрабатывать фотографии и иллюстрации;
- организовать и провести PR-акцию по популяризации и продвижению собственного медиа-проекта;
- самостоятельно работать – осуществлять верстку, корректуру материалов, самостоятельно готовить номер к печати.

## **3. ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Аграновский В.А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 1999
2. Васильева Л. Делаем новости. М., 2002
3. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе, М., 2002
4. Гонне Ж. Школьная и лицейская пресса во Франции. М., 2000
5. Ильина Т., Корб В. Делаем хорошие новости. Омск, 2002
6. Болкунов А.Н. Гражданская журналистика в учебной газете. Саратов, 2000

7. Копперуд Р., Нельсон Р.П. Как преподносить новости. М.,1998
8. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001
9. Лазутина Г. Профессиональная этика журналиста. М.,1999
10. Ныркова Л. Как делается газета. М., 1998
11. Тертычный А. Аналитическая журналистика: познавательный-психологический подход. М.,1998
12. Тулупов В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Воронеж, 2001
13. Ученова Г. Беседы о журналистике. М., 1978
14. Цымбаленко С.Б. Российские подростки в информационном мире. М., 2000
15. Шостак М. Репортер: профессионализм и этика. М., 2002
16. Шостак М. Журналист и его произведение. М., 1998
17. Щеглова С.Н. Как изучать детство. Социологические методы исследования современных детей и современного детства. М., 2000
18. Программа педагога дополнительного образования: от разработки до реализации. Практическое пособие. М., 2004
19. Глушаков С.В., Кнабе Г.А. Учебный курс Adobe. Все для дизайнера. М., 2001
20. Шаг за шагом. Самоучитель PUBLISHER-2000. М., 2002

### 3.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ УЧАЩИХСЯ

1. Гиляровский В. А. Москва газетная. - М., 1989.
2. Засорина Т., Федосова Н. Профессия – журналист. - Ростов-на-Дону, 1999
3. Избранные страницы школьной прессы. Дайджест. - М., 2004
4. Карелин И.Ю. Как правильно писать. - Уфа, 2004
5. Кузин Е., Кулакова Н. Твой друг – газета. - М., 1998
6. Сб.: О детях, лете и газете, а также обо всем на свете. - М., 1997
7. Стюарт К. Ораторское искусство. Притворись его знатоком. – С.-Петербург, 2001
8. Фостер Н. Реклама. Притворись ее знатоком. – С.-Петербург, 2001
9. Щеглова С.Н. Ответы, за которые не ставят отметок (Как создать детскую социологическую службу). – М., 1995