

КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ АДМИНИСТРАЦИИ г. УЛАН-УДЭ
Муниципальное автономное учреждение дополнительного образования
Центр дополнительного образования
«Малая академия наук» г. Улан-Удэ

Принята на заседании
педагогического совета
от « 28 » 08 2025 г.,
протокол № 74

«Утверждаю»:

Директор МАУ ДО ЦДО

«МАН» г. Улан-Удэ

С. Г. Гарматарова

Приказ № 3914 « 28 » 08 2025 г.

М.п.



**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа
по основам детской журналистики
«Звонкий голос детства»**

Направленность: техническая

Возраст учащихся: 8-10 лет (2-4 классы)

Срок реализации программы: 1 год (114 часов)

Уровень программы: стортовый

Автор-составитель:

Гармаева Ирина Андреевна,

Педагог дополнительного образования

г. Улан-Удэ, 2025 г.

Рекомендована
методическим советом
Протокол № 42
от « 26 » августа 2025 г.

«Согласовано»:
Зам. директора по УВР МАУ ДО
ЦДО «МАН» г. Улан-Удэ
Хамаганова М.Н.
« 26 » августа 2025 г.

при внесении изменений
в последующие годы:
Протокол № _____
от « ____ » _____ 202__ г.

«Согласовано»:
Зам. директора по УВР МАУ ДО
ЦДО «МАН» г. Улан-Удэ
Хамаганова М.Н.
« ____ » _____ 202__ г.

Внутренняя рецензия от:

1. Ф.И.О., должность МАУ ДО ЦДО «МАН» г. Улан-Удэ

Внешняя рецензия для аттестации на высшую квалификационную категорию от:

2. Ф.И.О., должность внешнего эксперта

Программа реализуется в МАУ ДО ЦДО «МАН» г. Улан-Удэ с 202__ г.

Программа переработана и дополнена:

в _____ г.

в _____ г.

Оглавление

1. Комплекс основных характеристик дополнительной общеразвивающей программы
 - 1.1. Пояснительная записка
 - 1.2. Цель, задачи, ожидаемые результаты
 - 1.3. Содержание программы

2. Комплекс организационно педагогических условий
 - 2.1. Календарный учебный график
 - 2.2. Условия реализации программы
 - 2.3. Формы аттестации
 - 2.4. Оценочные материалы
 - 2.5. Методические материалы
 - 2.6. Список литературы

1. Комплекс основных характеристик дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы

1.1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Основные характеристики программы:

Дополнительная общеразвивающая программа «Детская журналистика» (далее - Программа) реализуется в соответствии **нормативно-правовыми документами:**

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (статья 75, пункт 2) «Об образовании в РФ» <https://www.zakonrf.info/zakon-ob-obrazovanii-v-rf/75/>
- Распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. N 678-р Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 г. и плана мероприятий по ее реализации <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403709682/>
- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 04.07.2014 N 41 "Об утверждении СанПиН 2.4.4.3172-14". <https://docs.cntd.ru/document/420207400>
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 года № 996-р «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года»; <https://rg.ru/documents/2015/06/08/vospitanie-dok.html>
- Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 № 09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»). https://summercamps.ru/wp-content/uploads/documents/document_metodicheskie-rekomendacii-po-proektirovaniyu-obscherazvivayuschih-program.pdf
- Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи"// Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020 №2. <https://укцсон.пф/upload/documents/informatsiya/organizatsiya-otdykha-i-ozdorovleniya-detey/3.%20%D0%A1%D0%9F%202.4.3648-20.pdf>
- Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 07.05.2020г. № ВБ – 976/04 «Рекомендации по реализации внеурочной деятельности, программы воспитания и социализации и дополнительных общеобразовательных программ с применением дистанционных образовательных технологий» <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73931002/>
- Приказ Министерства просвещения РФ от 27 июля 2022 г. N 629 “Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам” <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405245425/>

- Устав МАУ ДО ЦДО «МАН» г.Улан-Удэ, утвержденный Приказом МУ «Комитет по образованию Администрации г. Улан-Удэ» от 20.04.2022 г.№374.

Актуальность:

Актуальность программы дополнительного образования «Звонкий голос детства» определена тем, что в настоящее время дети могут беспрепятственно получать любую информацию с интернет ресурсов. Использование информационных технологий привело к увеличению объема информации, к ее быстрому старению и постоянному обновлению. Изменение информационной структуры общества требует нового подхода к формам работы с детьми.

Программа соответствует познавательным интересам современного ребенка, позволяет детям не только ориентироваться во внешней информации, оценивать и различать ее, но учит добывать знания самостоятельно, творчески развивая свой внутренний потенциал. Новизна данной программы состоит в том, что она даёт возможность использовать навыки, полученные во время обучения основам журналистского мастерства, включая детей в систему средств массовой коммуникации общества. Благодаря занятиям, учащиеся учатся работать коллективно, решать вопросы с учётом интересов окружающих людей, учатся контактировать с разными людьми, благодаря интервью, помогать друг другу, учатся оценивать события с нравственных позиций, приобретают навыки контролировать себя, становятся более эрудированными и коммуникабельными людьми; повышается общий уровень культуры учащихся.

Система занятий построена таким образом, чтобы на каждом занятии ребенок узнавал что-то новое, обогащая свой словарный запас, постигая лексическое многообразие и образность родного языка, приобрел навыки самостоятельной работы в различных жанрах публицистического стиля; научился брать интервью, задавать правильные вопросы и слушать собеседника.

Обучение включает в себя следующие основные предметы:

Журналистика. Тележурналистика. Лингвистика и русский язык. Маркетинг. Философия и логика. Экономика. Социология и психология. Политология и правоведение. Естествознание. Эстетика. Отечественная история.

Вид программы: Модифицированная программа

Направленность программы: техническая

Адресат программы: данная программа по основам детской журналистики «Звонкий голос детства» предназначена для учащихся 2-4 классов (8-10 лет) общеобразовательных школ, дополнительно изучающих журналистику в Центре дополнительного образования детей «Малая академия наук». Программа рассчитана на 1 год обучения (108 часов, 3 часа в неделю).

Срок реализации программы:

«Стартовый уровень» - 1 год обучения, 114 педагогических часов.

Особенности организации образовательной деятельности: группы разновозрастные. Численность обучающихся в группе 10-12 человек. Комплектование групп проводится в конце августа - начале сентября.

Форма обучения: очная

Режим занятий: средняя группа: 3 час (40 мин) x 1 раз в неделю = 3 часа в неделю.

ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ, ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Целью программы является формирование нравственной системы ценностей у детей младшего школьного возраста через знакомство и изучение основ журналистики.

В ходе достижения целей программы решаются следующие задачи:

Обучающие:

- - расширить знания об особенностях газетных, телевизионных жанров: заметки, отзыва, зарисовки, интервью, репортажа;
- - закрепить умения писать зарисовки, заметки, отзывы;
- - научить анализировать текст, определять его смысл и тему, подбирать заголовки;
- - вырабатывать умение собирать информацию, обрабатывать и проверять;
- - познакомить с основами редакторской правки;
- - отрабатывать навыки журналистского мастерства.

Развивающие:

- развивать коммуникативные компетенции (речевые умения и навыки, взаимодействие и сотрудничество);
- развивать информационные компетенции (отбор, обработка, оформление материала);
- развивать наблюдательность, воображение;
- развивать эмоциональную отзывчивость, умение передавать в тексте свои чувства;
- развивать творческие способности.

Воспитательные:

- воспитывать нравственные качества;
- пробудить интерес к СМИ;
- воспитать умение эффективно работать в команде и индивидуально;
- формировать эстетический вкус.

Программа дополнительного образования «Звонкий голос детства» составлена в практико-ориентированной форме подачи материала. Программа создана с учетом особенностей указанной возрастной группы, что позволит с максимальной эффективностью реализовать цели и задачи программы. Также программа позволит детям дать представления о собственных творческих способностях, развить их и сформировать необходимые знания и навыки.

Именно в этом возрасте у детей проявляется потребность участвовать во всех делах на благо окружающих людей, представителей живой природы, потребность в проявлении таких качеств, как сострадание, сочувствие, осознание себя значимой частью окружающего мира.

Итоги реализации программы:

Обучающиеся овладевают следующими знаниями, умениями и способами деятельности:

- умеют оформить собранную информацию, обрабатывать и проверять ее, а также выделять аргументы и факты;
- умеют работать в коллективе;
- умеют владеть основными навыками журналистского мастерства.
- умеют оформить письменную речь и подготовиться к выступлению;
- владеют способами работы с изученными программами и оборудованием;
- имеют положительный опыт коллективного сотрудничества при создании медиапродукции;
- имеют опыт коллективной разработки и публичной защиты мультимедиа проектов;
- способны, осуществлять рефлексивную деятельность, оценивать свои результаты, корректировать дальнейшую деятельность по разработке проектов.

В ходе года обучения обучающиеся создадут:

Портфолио личных творческих работ.

Методы и приемы учебно-воспитательного процесса:

словесные (лекции, семинары, эвристические беседы);

наглядные;

анализ, обобщение, систематизация материалов периодических печатных изданий;

практические (создание сюжетов и распространение сюжетов в ТВ-программе «Школьное телевидение»);

проблемный;

диалоговый;

игровой;

экскурсии.

Дидактические материалы

В качестве дидактических материалов при реализации программы используются:

-видеоархив телепередач;

-архив радионных передач;

-архив газетных материалов.

	Стартовый уровень
Знать	Съёмочный процесс в кадре и за кадром
Уметь	анализировать полученную информацию, работать в команде
Владеть	Терминологией, создание текстов

1.3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ
«Детская журналистика»
Стартовый уровень (1 год обучения)
Учебный план занятий

№	Тематика	Количество часов			Формы аттестации/ контроля
		теория	практика	всего	
0	Раздел 0. Вводное занятие. 0.1.Беседа с детьми «Мы – журналисты».		-	3	Творческое задание
	0.2. Рассматривание иллюстраций, фотографий и составление рассказов по ним.	3	6	9	Устный опрос
	0.3.Просмотр видеофрагментов о работе журналиста.	1.5	1.5	3	Творческое задание
	0.4. История журналистики	1,5	1,5	3	Творческое задание
	05.Презентовать себя. 10 правдивых фактов и 3 ложных	-	3	3	Творческое задание
1	Раздел 1. Тема 1. Знакомство со структурой редакции телевидения. 1.1. Правила поведения в студии. Показ серии передач «Школьного телевидения». Практика: Анализ рубрик передачи	1.5	1.5	3	Творческое задание
	1.2. Жанры. Интервью. Практика: Выделить главные понятия. Составить кроссворд.	1.5	1.5	3	Опрос
	1.3. Создание журналистского текста Практика: Написать актуальную новость	1.5	1.5	3	Творческое задание
2	Раздел 2. Тема 2.1. Работа с фотографией 2.1.Используемая фототехника. Практика: управления данной фототехникой. Правильно построить красивую композицию.	1.5	1.5	3	Устный опрос, творческое задание
	2.2.Как найти нужную информацию? Источники информации в СМИ Практика: съемки в студии и на выезде	1.5	1.5	3	Устный опрос, творческое задание, выпуск передачи
3	Раздел 3. Тема 1. Культура речи 3.1.Особенности культуры речи журналиста	3	-	3	Устный опрос
	3.2.Имидж юного журналиста Практика: Создать «образ» для различных съемок	1.5	1.5	3	Устный опрос
	Раздел 3. Тема 1. Культура речи 3.3.выразительное чтение и пересказ текста.	-	3	3	Творческое задание
4	Раздел 4. Тема 1.Основные телевизионные жанры 4.1.Интервью и сходные с ним жанры, беседа и дискуссия и т.д.	3	-	3	Устный опрос
	4.2. Ток - шоу, пресс-конференция, брифинг. Практика: Провести свою пресс-конференцию	1.5	1.5	3	Творческое задание

	4.3.Очерк, эссе, зарисовка и т.д. Практика: написать эссе - экскурсия - «Тивиком»	1.5	1.5	3	Творческое задание
	Раздел 4. Тема 2.2. Мастерство журналиста: работа со словом	3	-	3	Устный опрос
	4.2.3.Интервью Практика: составление вопросов, отбор фактов их проверка	1.5	1.5	3	тест
	4.2.4. Провести интервью у гостя	-	3	3	Творческое задание
5	Раздел 5. Тема 1. Знакомство со структурой редакции радио. 5.1. Как выглядит звукозаписывающая студия?	-	3	3	Опрос
	5.2. Работа с голосом. Дикция Практика: Артикуляционные упражнения	1.5	1.5	3	
	5.3. Имидж радиоведущего. Практика: Особенности создания выпуска новостей на радио. Голос и умение им владеть.	1.5	1.5	3	опрос
6	Раздел 6. Тема: Аудитория СМИ 6.1.Формы и методы изучения радиоаудитории	3	-	3	опрос
	6.2. рейтинг передачи Практика: анализ местных радиостанций (аудиоматериалов).	1.5	1.5	3	Творческое задание
7	Раздел 7. Тема 1. Основные жанры журналистики Информационный жанр; Аналитический жанр; Знакомство со структурой редакции СМИ	3	-	3	Опрос
8	Раздел 8. Тема 1. Интернет и журналистика 8.1.Какие интернет интернет-ресурсы вы знаете? Практика: Работа с компьютером. Создать	-	3	3	тест
	Раздел 8. Тема 1. Интернет и журналистика 8.2. Сайты, блоги, кабинеты, социальные сети Практика: Анализ сайта газеты «Информ Полис»	-	3	3	Творческое задание
9	Раздел 9. Тема 1. Этика для журналиста. 9.1. Право людей на получение правдивой информации Практика: Найти в тексте ложную информацию. Проверить факты из статьи	1.5	1.5	3	Творческое задание
	9.2.Профессиональная честность журналиста. Практика: Найти в тексте ложную информацию. Проверить факты из статьи	1.5	1.5	3	Творческое задание
	9.3. стандарты журналиста	3	-	3	опрос
10	Раздел 10. Тема 2: Журналистское творчество 10.1. Как ведут себя журналисты в различных ситуациях. Практика: создать алгоритм действий при ЧС	1.5	1.5	3	Творческое задание

10.2 Известные журналисты и их работы. Творческий проект	-	3	3	Творческое задание
10.3. Маргарита Симоньян, Владимир Познер. Творческий проект.	-	3	3	Творческое задание
10.4 Создать обложку для журнала (альбомный лист) про любимого или известного журналисты.	1.5	1.5	3	Творческое задание
10.5. Спортивная журналистика Практика: Анализ спортивной информации в изданиях СМИ	-	3	3	Творческое задание
Итоговое занятие. Чаепитие. Выдача свидетельств об окончании курса	1.5	1.5	3	Тест
Итого:			114	

2. Комплекс организационно - педагогических условий

2.1. КАЛЕНДАРНО-УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Количество учебных недель	38 недель
Количество учебных дней	1 год обучения (114 часов)
Даты начала и окончания учебного года	С 02.09.2025 для обучающихся 1 года обуч.- 26.05.2026 г. (приказ № от)
Сроки промежуточной аттестации	Входная- сентябрь Промежуточная- декабрь Рубежная- май в конце 1 года обучения
Сроки итоговой аттестации (при наличии)	В конце 1 года обучения (май)

2.Календарный учебный график.

Месяц	Число	Время занятия	Форма занятия	Кол-во часов	Тема занятия	Место проведения	Форма контроля
Сентябрь	2 9 16	С 09-00 до 11-20; 15-00 до 17-20;	Беседа, лекция	3	Раздел 0. Вводное занятие. 0.1.Беседа с детьми «Мы – журналисты». Инструктаж, техника безопасности в студии и техника безопасности при работе с профессиональной техникой	Медиацинтр «Школьное	Опрос, тест

	23 30			0.2. Рассматривание иллюстраций, фотографий и составление рассказов по ним.		
Октябрь	07	Лекция, игры		0.3. Просмотр видеофрагментов о работе журналиста.	Творческое задание	
	14			0.4. История журналистики		
	21			05. Презентовать себя. 10 правдивых фактов и 3 ложных		
	28			Раздел 1. Тема 1. Знакомство со структурой редакции телевидения. 1.1. Правила поведения в студии. Показ серии передач «Школьного телевидения». Практика: Анализ рубрик передачи 1.2. Жанры. Интервью. Практика: Выделить главные понятия. Составить кроссворд.		
Ноябрь	11	Практич., упр.,		1.3. Создание журналистского текста Практика: Написать актуальную новость	Творч., эссе, опрос	
	18			Раздел 2. Тема 2.1. Работа с фотографией 2.1. Используемая фототехника. Практика: управления данной фототехникой. Правильно построить красивую композицию.		
	25			2.2. Как найти нужную информацию? Источники информации в СМИ Практика: съемки в студии и на выезде Раздел 3. Тема 1. Культура речи 3.1. Особенности культуры речи журналиста		
Декабрь	02	Лекция, беседа, игра		3.2. Имидж юного журналиста Практика: Создать «образ» для различных съемок	Устный опрос, творческое задание	
	09			Раздел 3. Тема 1. Культура речи 3.3. выразительное чтение и пересказ текста.		
	16			Раздел 4. Тема 1. Основные телевизионные жанры 4.1. Интервью и сходные с ним жанры, беседа и дискуссия и т.д.		
	23			4.2. Ток - шоу, пресс-конференция, брифинг. Практика: Провести свою пресс-конференцию		
	30			4.3. Очерк, эссе, зарисовка и т.д. Практика: написать эссе		

	14			9.2.Профессиональная честность журналиста. Практика: Найти в тексте ложную информацию. Проверить факты из статьи		
	21			9.3. стандарты журналиста		
	28			Раздел 10. Тема 2: Журналистское творчество 10.1. Как ведут себя журналисты в различных ситуациях. Практика: создать алгоритм действий при ЧС 10.2 Известные журналисты и их работы. Творческий проект		
Май	05	Беседа		10.3.Защита проекта. Творческий проект.		Опрос, творческое задание
	12			10.4 Создать обложку для журнала (альбомный лист) про любимого или известного журналисты.		
	19			10.5. Спортивная журналистика Практика: Анализ спортивной информации в изданиях СМИ		
	26			Итоговое занятие. Чаепитие. Выдача свидетельств об окончании курса		
Итого:					114ч	

Формы контроля: тест, зачёт, написание сценария, съёмки телевизионного сюжета, мониторинг.

Содержание учебного плана

ПДО: Гармаева И.А.

1. **Название темы: Вводное занятие/Входная диагностика**
2. Инструктаж о правилах пожарной безопасности, ПДД.
3. «Вводный урок».
4. Цель: Познакомить детей с правилами поведения на дороге, правилами пожарной безопасности, антитеррористическими действиями. Узнать знания предмета, рассказать о предмете.
5. Задачи:
6. 1. формирование понятия «дорога», «проезжая часть», «тротуар»;
7. 2.развивать память, мышление при обобщении знаний о транспортных средствах, о значении сигналов светофора, пешеходного перехода;
8. 3. познакомить с правилами безопасности и антитеррористической жизнедеятельности, соблюдения ПДД во время пожара;
9. 4.развивать смекалку, быстроту мышления, речевую активность.

10. Ожидаемые результаты:

11. 1. У детей закрепятся знания о том, что нельзя разговаривать с незнакомыми людьми, что делать если ты на улице один, не уходи от дома далеко.;

12. 2. Закрепить с детьми знание правил дорожного движения, знать назначение и сигналы светофора, закреплять знания о дорожных знаках;

13. 3. Дети будут развивать умение планирования и контроля своего поведения;

14. 4. Дети будут развивать умение взаимопонимания, поддержки и внимательности к эмоциональному состоянию других детей.

15. Конспект урока

16. . Учитель развивает дискуссию на тему «Безопасность жизнедеятельности».,

17. работа над изучаемым материалом, просмотр презентации, учитель организует рассмотрение проблемных ситуаций по пожарной безопасности, ПДД, АТБ.

Экскурсия по Медиацентру «Школьное телевидение», знакомство с операторами, ознакомление с правилами поведения в студии и при работе с профессиональной техникой.

2.Рассматривание иллюстраций, фотографий и составление рассказов по ним.

Составить рассказ по иллюстрации. Придумать название, главных героев и событие.

3. Просмотр видеофрагментов о работе журналиста.

Просмотреть видео о работе журналиста. Какими качествами обладает журналист? Сильные и слабые стороны журналиста? \

4. История журналистики

Ознакомление с планом работы объединения «Основы журналистики», цель и задачи. Решение организационных вопросов. Выпуск первой газеты в России «Ведомости» при Петре I в XVIII в. Влияние газеты на общественную мысль в России.

5. Презентовать себя. 10 правдивых фактов и 3 ложных

Составить рассказ о себе, указать правдивые и ложные факты о себе.

6. Знакомство со структурой редакции телевидения.

1.1. Правила поведения в студии. Показ серии передач «Школьного телевидения».

Производственно-творческий коллектив, занятый созданием произведений для СМИ и объединенный в целостную организационную структуру, называется редакцией. Редакция газеты «Известия». Редакция журнала «Огонек». Литературно-драматическая редакция радио. Главная редакция информационных программ телевидения. Иногда встречаются и другие наименования. Информационное телевизионное агентство (ИТА ОРТ). Творческое объединение «Экран». Но суть здесь одна: речь идет об организационной структуре, цель деятельности которой – сбор, переработка, хранение и распространение информации в виде журналистских произведений.

Поскольку выпуск газет и журналов, теле- и радиопрограмм – сложное производство, то во всех случаях журналисты существенно зависимы от материально-технической базы: в прессе – это издательства, на радио и ТВ –

технические центры. Однако и то и другое – своеобразная инфраструктура журналистского творчества, поэтому мы будем говорить об их деятельности только в той мере, в какой это влияет на конечный результат работы редакций, в частности, форму журналистских произведений, ареал их распространения.

Во главе редакции газеты или журнала стоит главный редактор, который полностью отвечает за все направления деятельности вверенного ему средства массовой информации: подбор и расстановку кадров, организацию их работы, общее идейное направление издания, его творческое лицо и художественное оформление, тираж, экономические показатели работы и т.д.

Практика: Анализ рубрик передачи

7. Жанры. Интервью.

Существует несколько видов интервью. Вот некоторые из них:

Информационное интервью проводится для освещения новости в прессе.

Аналитическое интервью посвящено раскрытию и анализу важной социальной проблемы.

Портретное интервью проводится с известным человеком.

Блиц-опрос включает 2–3 вопроса, которые предполагают лаконичные ответы.

Массовый блиц-опрос — разновидность социального опроса.

Свободный разговор подразумевает разговор на свободную тему.

Журналистское расследование требует тщательной подготовки. Цель беседы состоит в поиске фактов, которые помогают пролить свет на определенный вопрос.

Требования к интервьюеру

Тот факт, что репортёр берёт на себя роль ведущего в диалоге, предъявляет к нему несколько требований.

Во-первых, журналист обязан уметь расположить к себе человека, а соответственно обладать знаниями психологи. Разговорить собеседника, вовлечь в дискуссию, получив в результате нужный объём и соответствующее качество информации – вот главная задача журналиста.

Её реализация невозможна без наличия базовых знаний по обсуждаемому вопросу. Следовательно, репортёр просто обязан быть компетентным в обсуждаемой проблеме, тщательно готовиться к каждому интервью, и не только изучать предмет будущего диалога, но и выстраивать план с учётом психологических особенностей собеседника и нюансов ситуации.

Практика: Выделить главные понятия. Составить кроссворд.

8. Создание журналистского текста

Цель: дать понятие об этапах работы над журналистским текстом, о методах сбора информации и обработке материала; формировать умение делать редакторскую правку; воспитывать культуру работы в группе.

Практика: Написать актуальную новость

10. Работа с фотографией. Используемая фототехника.

Изучение камеры, планы, композицию.

Практика: управления данной фототехникой. Правильно построить красивую композицию.

11. Как найти нужную информацию? Источники информации в СМИ

Информация (от лат. informatio - разъяснение, изложение). 1 - сведения, передаваемые одними людьми другим людям устным, письменным или каким-либо другим способом. 2 – сигнал к действию или бездействию. 3 – средство снятия неопределенности. 4 – передача или отражение разнообразия в любой организации и природных процессах.

Источники информации – объект, из которого исходит информация (человек, вещь, процесс, документ и т.д.). Классификация источников информации:

Вещественные (недостаток – возможность подделки, не всегда есть возможность полной интерпретации информации);

Визуальные (получаются методом наблюдения, путем непосредственной регистрации исследователем событий, явлений, процессов, происходящих в определенных условиях (очевидцы, фотографии, рисунки, фильмы);

Устные (воспроизводимые и воспринимаемые при помощи речи и слуха – фильмы, сказки, песни, слухи, мнения);

Письменные = опубликованные (первоисточники, документы, статистические материалы, публикации в СМИ, научные труды, художественная литература и т.д.).

Каналы распространения информации – 1. пути и средства распространения информации от адресанта к адресату (Глоссарий.ru) 2. реальная или воображаемая линия связи (контакта), по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту. (А. В. Соколов Общая теория социальной коммуникации)

Классификация каналов информации:

-по способам передачи: телевидение, радио, газеты, Интернет ...

-по направлению передачи: прямые / обратные.

-по степени организованности: формальные / неформальные, официальные / неофициальные.

Источник — это лицо или организация, генерирующее сообщение.

В качестве источника может выступать президент компании или страны, пресс-секретарь, информационное агентство, компания-рекламодатель, агент по личным продажам. Обычно источник имеет представление о том, как бы он хотел, чтобы сообщение интерпретировалось получателем. Однако результат интерпретации, т.е. толкование сообщения получателем, определяется рядом факторов, и прежде всего, кодированием.

Практика: съемки в студии и на выезде

12. Культура речи. Особенности культуры речи журналиста

Основными критериями высокой культуры речи современного журналиста – и одновременно требованиями к его речевому уровню – являются её правильность (соответствие нормам литературного языка), точность (умение чётко и ясно мыслить, рассуждать и излагать аргументацию), содержательность, уместность, логичность и выразительность. Журналист же должен на протяжении всего времени совершенствовать свои навыки письма и манеру речи. Ведь благодаря

образности речи журналиста, его начинают узнавать и со временем говорить о нем, как о талантливом и грамотном человеке, который имеет свой индивидуальный стиль и манеру письма и речи.

Культура речи есть показатель культуры, как отдельного человека, так и всего общества в целом. Чем бережнее будет отношение к культурному наследию, накопленному человечеством, в том числе отношение к родному языку, тем дольше сохранится культура национальная. Журналистов как никого других должны беспокоить эти проблемы, ведь они должны являться лидерами и представителями речевой грамотности и с передовых площадей своих СМИ пропагандировать чистоту языка.

13. Имидж юного журналиста

Имидж журналиста — это образ, который формируется в глазах публики и определяет восприятие его профессиональных навыков и качеств.

Содержание имиджа журналиста включает в себя несколько ключевых аспектов:

Профессионализм. Журналист должен обладать глубокими знаниями в своей области, быть в курсе последних событий и тенденций. **Этика.** Журналист должен придерживаться высоких стандартов этики, таких как достоверность, объективность и справедливость.

Коммуникационные навыки. Журналист должен обладать отличными коммуникативными навыками, чтобы эффективно взаимодействовать с аудиторией, коллегами и источниками информации.

Личностные качества. Журналист должен обладать определенными личностными качествами, которые помогут ему успешно выполнять свою работу.

Хороший имидж журналиста помогает ему получать доверие аудитории, успешно выполнять свою работу и развиваться в профессии.

Практика: Создать «образ» для различных съемок

14. Культура речи

Повтор темы, опрос.

Практика: выразительное чтение и пересказ текста

15. Основные телевизионные жанры. Интервью и сходные с ним жанры, беседа и дискуссия и т.д.

Беседа — это диалогический метод обучения, при котором учитель путём постановки тщательно продуманной системы вопросов подводит учеников к пониманию нового материала или проверяет усвоение ими уже изученного.

Дискуссия — это метод обучения, основанный на обмене взглядами по определённой проблеме, причём эти взгляды отражают собственное мнение участников или опираются на мнения других лиц.

Хорошо проведённая дискуссия имеет большую обучающую и воспитательную ценность: она учит более глубокому пониманию проблемы, умению защищать свою позицию, считаться с мнениями других.

16. Ток - шоу, пресс-конференция, брифинг.

Ток-шоу — это телепередача разговорного жанра, в которой несколько приглашённых участников ведут обсуждение предлагаемой ведущим темы.

Как правило, при этом присутствуют приглашённые в студию зрители. Иногда зрителям предоставляется возможность задать вопрос или высказать своё мнение.

Классическое ток-шоу представляет собой треугольник: ведущий — приглашённые собеседники (эксперты) — зритель в студии.

В некоторых случаях термином «ток-шоу» обозначают любую «разговорную» передачу, например, беседу за круглым столом или простое интервью в студии.

Пресс-конференция, как отмечалось выше, не может считаться интервью в чистом виде, но признаки диалогического жанра здесь также присутствуют.

Есть еще брифинг — обычно краткий инструктаж для журналистов, где они информируются о программе того или иного мероприятия, отдельных аспектах его проведения. Например, МИД может провести брифинг накануне большого международного события, где журналистам расскажут о порядке проведения, целях и задачах, которые устроители ставят перед мероприятием. А вот подобное же действие по итогам события будет являться уже пресс-конференцией. Брифинг проводится работниками пресс-служб, пресс-конференция — непосредственными участниками события. Другая форма брифинга относится к работе того или иного ведомства или официального лица. Идеальным примером могут быть традиционные брифинги пресс-секретаря президента Киргизии в агентстве «Кабар» по понедельникам, где журналистов информируют о планах президента на неделю, обо всех мероприятиях с участием главы государства. Пресс-конференции и брифинги сами по себе не являются поводом для создания телевизионного материала. Фрагменты могут использоваться как простое интервью (об авторских правах в этой ситуации говорилось выше). Исключением являются случаи, когда сама телекомпания становится инициатором проведения пресс-конференции с какой-то социально значимой личностью. В этих случаях приглашаются обычно представители других СМИ, практикуются вопросы зрителей, передаваемые по телефону («горячая линия»). Классическим примером может служить передача «Без ретуши» на канале РТР, закрытая во 2-й половине 90-х годов.

Практика: Провести свою пресс-конференцию

18. Очерк, эссе, зарисовка и т.д.

Выбор жанра обычно обусловлен задачей, которая ставится перед журналистским материалом. Жанровая специфика очерка подробно рассмотрена в теории литературы.

Очерк — это пограничный жанр между документальным исследованием и художественным рассказом. Жизненная реальность фактов — документальная составляющая очерка, использование художественных форм и образов — от рассказа в его литературном определении. Очерк считается основным жанром художественной телепублицистики. В отличие от телеинформации, где приоритет отдается действию, то в очерке на первом плане, как правило, человек как субъект этого действия. Наиболее распространенная разновидность очерка —

портретный. Другая разновидность, также исходящая из литературной традиции – путевой очерк.

Очерк – отражение определенного временного процесса, поэтому одна из специфических черт его на экране – изображение прошедшего. Инсценировка противопоказана документалистике, поэтому тележурналисты, работающие в этом жанре, используют чаще всего метод длительного наблюдения.

Эти жанры используются в современных телевизионных программах все реже. Что, наверное, не повод давать им окончательно исчезнуть с экрана. И даже в рамках информационных программ. Информационная картина одного дня не похожа на картину дня другого. Кроме будней, наполненных политическими кризисами и биржевыми сводками, войнами и автокатастрофами, скандальными разоблачениями и пожарами, есть дни выходные и праздничные. В эти дни большинство телевизионных каналов также не пренебрегает информационными программами, а значит, есть востребованность и зарисовочных сюжетов. Особенность этого жанра в том, что он крайне редко применяется при освещении каких-либо серьезных тем из области политической, социально-экономической, а уж тем более - для освещения событий. Большинство информационных программ в выходные и праздничные дни стремятся не перегружать зрителя серьезной информацией. Это же зачастую относится и к утренним программам.

Сущностная особенность телевизионной зарисовки – преобладание образности над информационностью. В то же время, в отличие от очерка, в зарисовке необязательны композиционная завершенность, глубина осмысления. У зарисовки может не быть четкого информационного повода, зато, учитывая обязательный художественный элемент, непременно должна присутствовать образность в работе оператора, строго выверенная композиционность каждого кадра и монтажа в целом. Естественно, художественная тональность обязательно должна присутствовать и в языке текста. Зарисовка может нести информацию культурного, этнографического характера, либо того, что называют «из жизни». Это может быть рассказ о человеческих увлечениях, способах проведения праздников, о народных обычаях и т.д. и т.п. В отдельных случаях жанр зарисовки может быть использован как иллюстрация к событию. Скажем, выходит какое-то правительственное постановление, например, о пенсионном обеспечении. Выдать в эфир информацию по краткой сути этого постановления может и ведущий, особенно, если постановление не требует особых комментариев специалистов или комментируется непосредственно из студии. В этом случае, после собственно студийной информации, может логично следовать зарисовка о жизни конкретных пенсионеров. Хорошо, если в ней будет затронут и вопрос о том, чем обернется для этих пенсионеров новое постановление. Это может быть сделано короткой репликой героев, либо другим способом.

Эссе – жанр философской, эстетической публицистики, сочетающий в себе акцентировано индивидуальную позицию автора с раскованной, порой до парадоксальности, манерой изложения, ориентированной скорее на разговорную речь.

**Практика: написать эссе
- экскурсия - «Тивиком»**

19. Мастерство журналиста: работа со словом

Научиться писать и писать хорошо – можно. Но с одним непременным условием - необходимо обучиться мастерству, перенять все секреты этой древней профессии, которой владели истинные Мастера. Если вы, мои молодые коллеги, выбрали для себя профессию журналиста, то обязаны учиться всю жизнь. Без этого, в среднем аудитория успевает познакомиться только с четвёртой частью в нашей профессии человеку делать нечего, так что учить творчеству не только можно, но, уверена, и нужно. Хочу ещё дать вам конкретный совет, как возможно будущим профессиональным журналистам: заведите «записную книжку журналиста» и в неё записывайте слова и выражения, которые не затёрты в речах политиков, в телеэфире, печатных СМИ, а звучат свежо, порой неожиданно. Пусть эти слова будут звучать даже «необтёсано - грубовато» (ведь взяты они из самой глубины жизни народной, из нашего повседневного быта), но зато своей «незаштампованностью», неординарностью они обязательно остановят на себе даже беглый взгляд читателя, записывайте все свои мысли, делайте зарисовки

19. Интервью. Подкаст.

Определение предмета ситуации (актуализация проблемы)

предлагаем просмотреть видеоролик. Демонстрируется сюжет, где разговор ведут два человека: интервьюер и ветеран ВОВ, который рассказывает о своей жизни. Все вопросы интервьюера объединены одной темой: они о жизни ветерана.

- Кто и с кем ведет разговор? О чем беседа? Вопросы объединены одной темой или нет? Кто знает, как называется эта беседа? Эта беседа называется интервью.

- Как вы думаете, о чем пойдет у нас речь на сегодняшнем занятии? Какова тема нашего занятия?

20. Провести интервью у гостя

Интервью — это лучший способ узнать человека: его отличительные особенности, мировоззрение, принципы и даже характер. Чтобы получить как можно больше полезной информации, необходимо заранее продумать вопросы, которые будут заданы во время интервью.

Составить вопросы директору, спортсмену, актрисе.

21. Знакомство со структурой редакции радио.

Радио, как и телевидение, охватывает большую аудиторию, однако сами компании могут располагаться компактно — несколько офисов, которые в непосредственной близости от радиовышки. В России радиостанции работают в формате холдингов. Так, ГПМ Радио включает в себя станции от Авторадио до NRJ, а вот сами студии могут разделять считанные метры.

Собственно сами студии, где радиоведущие проводят почти всё время, небольшие, с полной звукоизоляцией, светлые и уютные. Стандартный минимум техники, которая находится внутри каждой студии — рабочий стол с микшер системой, два компьютера, несколько микрофонов и большие наушники.

Ведущему необходимо иметь под рукой именно два компьютера — один для работы с эфиром и фонотекой, второй используется как обычный рабочий — для поиска новостей, обработки аудиозаписей.

К слову о самих новостях, это может удивить, но большинство новостных блоков на радио придерживаются одной структуры. Так, независимо от формата радиостанции, первая новость в блоке охватывает глобальные вопросы — международную или федеральную ситуацию. Далее следует новость регионального характера, которая отражает локальные интересы граждан. Ну а последняя новость в блоке исключает политическую проблематику, даже название в среде медиарботников ей придумали — «новость-бантик».

Что это за зверь? Всё просто: такая новость психологически комфортна для аудитории и создает положительные эмоции, которые останутся после выпуска. Тут диктор расскажет и о котиках, и о фестивале бородачей.

Выборку новостей для выпуска осуществляет сам ведущий, который стремится найти интересную и свежую информацию. Исключением становятся заказные новости, которые проплачены как реклама, однако в эфире это не озвучивается. Например, таким ходом пользуется администрация региона, политики.

Кстати не все новости на радио выходят в прямом эфире. Дикторы иногда записывают выпуски заранее — на поздний вечер или же на ближайшие дни. Это своего рода палочка-выручалочка в праздники, когда в стране официально выходные, а для СМИ «шоу должно продолжаться». Дикторы не сидят без дела: сначала выбирают инфоповоды, дальше составляют новостные блоки и записывают их. Потом очередь доходит до редактирования: склеивают голосовую дорожку и музыкальную. При этом эфирная сетка требует постоянного контроля, как и правильная расстановка рекламы. И так каждый день.

Вернемся к этапу записи новостей и постобработке. Для редактирования звуковой дорожки используют Adobe Audition. Там же голос накладывают на подложку — музыкальный фон. Работа с эфиром часто происходит через программу Digiton Synadin.

Кроме новостной составляющей, на радио не мало работы с музыкой. Эфирное расписание составляют заранее, под каждую программу, рекламный или новостной блок отводят ограниченное количество времени. Поэтому, если рекламный или новостной блок получился меньше, чем выделено времени в сетке, то на помощь приходят джинглы и добивки. Джинглы — короткие аудиоролики, в которых фигурирует название станции, добивки — музыкальные миксы.

22. Работа с голосом. Дикция

Техника речи оратора — один из ключевых предметов для него, так как это понятие сочетает в себе четкую дикцию, правильную интонацию и звучный, громкий голос. Очень важно совершенствовать технику речи и заниматься

постановкой сценической речи, ведь от неё будет зависеть реакция слушателей на оратора. Сценическая речь включает упражнения на дикцию, дыхание.

Развитие техники подразумевает работу над голосом. Для этого есть ряд упражнений для техники речи, которые направлены на улучшение дыхания, артикуляции, дикции, диапазона.

Упражнения для дыхания

Существуют специальные упражнения для постановки голоса и дыхания. Необходимо научиться захватывать воздух носом, а не ртом. Для этого нужно:

начать вдыхать и выдыхать через нос с открытым ртом. При этом надо следить за движением живота, то есть осуществлять диафрагмальное дыхание;

положить руку на живот и сделать медленный вдох на 4 счета, затем сразу выдохнуть также на 4 счета. Надо ощущать движение живота;

каждый следующий вдох и выдох надо делать на больший счет (5, 6, 7, 8, 9 и т. д.).

Также можно работать и на выдохе:

необходимо вдохнуть (как будто для того, чтобы понюхать цветок) и затем плавно выдохнуть, при этом втягивая живот. Выдыхать надо долго (сначала на 5 счетов, затем – увеличивать до максимально возможного времени);

проговаривать какую-либо фразу на выдохе, таким образом, совершенствуя силу дыхания. Артикуляция — работа органов речи для произнесения определенных звуков. Чем лучше будет развита артикуляция, тем четче будет дикция человека

Практика: Артикуляционные упражнения

23. Имидж радиоведущего.

Практика: Особенности создания выпуска новостей на радио. Голос и умение им владеть

Формирование имиджа радиоведущего, его репутации в глазах слушателей, коллег - это задача, разрешить которую в одночасье не представляется возможным. Создание индивидуального имиджа - это продуманный и хорошо организованный процесс, на его решение требуются затраты эмоциональных, интеллектуальных и материальных ресурсов. Свообразный, непохожий на других, имидж приходит с годами, в течение которых ведущий ведет кропотливую, но очень интересную работу - завоевание любви слушателя. Достигнув уважения аудитории, ведущий должен будет направить все усилия на поддержание своего имиджа.

Одна из особенностей формирования имиджа радиоведущего - это соответствие его поведения и образа формату радиостанции, на которой он работает. Формат - это концепция радиостанции, включающая в себя содержание, ритм вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории. Но по существу, формат - это подбор и расположение программных элементов (часто музыкальных записей) в последовательности, способной привлечь и удержать тот

сегмент аудитории, в котором заинтересована станция. Если разумно сочетать программные элементы и музыкальные записи, то станция привлечет именно "необходимую" возрастную или социальную группу. Чем больший процент целевой аудитории слушает радиостанцию, тем больше станция может запросить с рекламодателей, желающих использовать радио для получения коммерческой реакции этой целевой группы. Таким образом, станция приносит коммерческую прибыль. Выбирая формат вещания, и определяя программную политику радиостанции, руководство уже заранее имеет представление о том, какими профессиональными и личностными качествами должен обладать идеальный ведущий для той или иной программы.

24. Аудитория СМИ. Формы и методы изучения радиоаудитории

Аудитория СМИ — это совокупность людей, пользующихся и привлекаемых определённым типом средств массовой информации (газетами, радио, телевидением, ресурсами Интернета).

Также аудитория может быть:

публикой конкретного СМИ (периодического издания, радиостанции, телеканала, интернет-сайта);

потребителями единичного текста или медиатекста (радиопередачи, телепрограммы и т. П.).

Аудитория как составная часть функционирующей системы журналистики достаточно самостоятельна. Читателями, зрителями, слушателями становятся по собственной воле. Если определённый орган СМИ отвечает информационным запросам индивида, он остаётся в составе его аудитории.

25. Рейтинг передачи

Телевизионный рейтинг — это средний показатель численности людей, посмотревших телепередачу.

Он выражается в процентном соотношении от общего числа исследуемой аудитории, в которую входит население крупных городов не моложе 4 лет.

Для вычисления рейтинга используются следующие методы:

заполнение анкеты;

опрос по телефону;

ведение «дневника телезрителя»;

использование электронного счётчика или TV-метра.

Самые точные данные получаются при использовании всех четырёх методов в комплексе.

Практика: анализ местных радиостанций (аудиоматериалов).

26. Информационный жанр. Аналитический жанр

Информационные жанры: оперативность, локальность, особые приемы в передаче информации, емкость, сжатость, новизна, социальная значимость.

В основе аналитических жанров лежит комментарий. Новость в аналитическом материале передается через систему мнений. Требование: взвешенность фактов, доказательность выводов, четкая авторская позиция.

Художественно-публицистические жанры:

Проявляется повышенная требовательность к языку, художественной образности, эмоциональной насыщенности текстов, глубине авторского обобщения действительности.

27. Интернет и журналистика

Интернет-журналистика (онлайн-журналистика, цифровое медиа) — новая разновидность журналистики, появившаяся в конце XX века с развитием и распространением Интернета. Контент доставляется до потребителя с помощью сайтов и приложений. Новости и анонсы предстоящих событий, как большая часть журналистских сообщений, может выпускаться онлайн в форме текстов, видео, аудио и любых других интерактивных форм. Например, игровых механик.

28. Сайты, блоги, кабинеты, социальные сети

Википедия определяет блог, как веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи (посты), содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху).

Другими словами, блоги – это индивидуальные страницы в интернете, которые, проще говоря, являются публичными дневниками. В них человек может проявить себя совершенно не так, как проявляет себя в реальной жизни, таким образом, он может создать для себя «второе лицо» - такое, какое он сам захочет.

У блогов есть несколько важных особенностей, во-первых, у него всегда есть конкретный автор, и любой комментарий будет обращен к определённой личности. Во-вторых, блог пишется для того, что его прочитали, следовательно, образуется круг лиц объединённых определёнными интересами, или темой, или личностью. В-третьих, блог всегда ведётся в реальном времени, и является, по сути, путевыми заметками автора. В-четвёртых, блог всегда подразумевает комментарии к нему, т.е. формируется разговор между автором высказывания и читателями, что в последствие влияет на будущие тексты автора.

29. Этика для журналиста.

Для того чтобы избежать неприятных случаев, журналистами и издателями был разработан некий свод «правил журналистской этики», регламентирующих, что журналист может себе позволить, а что — не может. Эти правила не являются абсолютными — в принципе, у каждой крупной газеты есть свой «кодекс чести журналиста», хотя большая часть правил одинакова у всех. Существующее законодательство требует выполнять часть этих правил (например, не распространять клевету, не призывать к нарушению закона и т.п.), но часть опирается лишь на добрую волю журналиста.

Следование правилам журналистской этики зачастую избавляет автора от возможных проблем с представителями закона (как, впрочем, и с их антиподами), работает на его репутацию и позволяет ему, хоть это и звучит несколько напыщенно, не утратить чести и сохранить самоуважение. Серьезный журналист, являющийся (или желающий стать) профессионалом, сознающий свою ответственность перед читателями — такой человек приложит все силы к тому, чтобы не нарушить правила «кодекса чести журналиста».

Единого списка не существует, но практически каждый список включает в себя следующие пункты:

1) Исходить из фактов! Это первое — и самое главное правило, основа основ журналистской этики. Суть работы журналиста в том, чтобы сообщать читателям факты — и на этом фундаменте он должен строить свои материалы. Автор может анализировать, выдвигать гипотезы, полемизировать, призывать к тем или иным действиям — но все это опирается на факты. Грубо говоря, журналисту не позволено иметь собственного мнения, если он не может подкрепить его фактами. Иначе это просто не журналистика. Если автор любит придумывать истории, пусть пишет фантастику. Если автор любит убеждать людей, воздействуя на их эмоции, он может заняться рекламой или PR. Журналист работает в первую очередь с фактами.

2) Работа над статьей должна быть честным поиском правды.

Собирая материал для статьи, журналист не должен стараться любой ценой доказать или опровергнуть какую-то определенную точку зрения. Это вовсе не значит, что автор не может начать сбор фактов, чтобы попытаться доказать какую-то свою гипотезу. Но если факты, которые ему удалось собрать, противоречат его гипотезе, журналист должен отказаться от этой точки зрения, не пытаясь «доработать напильником» собранную информацию, чтобы подогнать факты под свою теорию.

3) Нельзя получать информацию обманным путем.

Этот пункт, вероятно, наиболее спорный. Очевидно, что информация, которую журналист получит, сообщив о том, что он готовит материал для газеты, скорее всего будет отличаться от той информации, которую он получит, представившись кем-нибудь другим. С одной стороны, если человек говорит с журналистом свободно, как с любым другим человеком с улицы, он вряд ли будет следить за документальной точностью и корректностью своих слов, где-то приврет, что-то скроет... одним словом, полученная от него информация будет не вполне достоверной. С другой стороны, есть вещи, которые человек никогда не скажет (или не сделает), если будет знать, что имеет дело с журналистом. Так, если журналист хочет проверить, правда ли, что в каком-то баре регулярно обсчитывают клиентов и заменяют дорогие спиртные напитки на более дешевые, вряд ли с его стороны будет разумно с порога представиться журналистом и спросить в лоб: «А правда, что вы обсчитываете клиентов?»

Большинство серьезных журналистов решают для себя этот вопрос следующим образом: они всегда представляются и объясняют, что собирают материал для статей, за исключением случаев, когда они ведут журналистское расследование деятельности какого-либо человека или организации. Но даже в этом случае информация, полученная от введенного в заблуждение собеседника, обычно используется лишь как зацепка для дальнейшей работы, а не как материал для печати (исключение составляют документы).

4) Следует исправлять свои ошибки.

Если журналист все же допустил ошибку, исказил факты, поторопился с выводами и т.п. — он должен сам написать об этом и восстановить истину, не дожидаясь, пока это сделает кто-то другой. Конечно, возможность или

невозможность напечатать опровержение обычно зависит от политики газеты и от позиции редактора, но журналист должен, по меньшей мере, попытаться это сделать.

5) Нельзя нарушать соглашения с источниками информации.

Если в процессе сбора информации журналист договорился о чем-то с человеком, предоставившим ему информацию, эта договоренность должна соблюдаться любой ценой. Если журналист пообещал человеку не называть его имени, он не имеет права это сделать. Если в разговоре было сказано, что передаваемая информация не предназначена для печати, ее публикация будет грубым нарушением журналистской этики. Если была достигнута какая-то другая договоренность (например, о сроках публикации), ее тоже следует неукоснительно придерживаться.

6) Нельзя использовать свое положение как оружие.

В случае какого-либо конфликта с каким-то деятелем или организацией, журналист порой испытывает искушение воспользоваться своей профессией как оружием устрашения: «Или ты..., или я про тебя ТАКОЕ напишу!» Однако поступать так нельзя ни в коем случае, каким бы сильным не было это искушение. Что шантаж уголовно наказуем. Если событие действительно заслуживает написания статьи, надо не угрожать, а сесть и подготовить материал. Если же дело яйца выеденного не стоит, журналист таким поведением просто дискредитирует себя, свое издание и свою профессию.

7) Любое утверждение, способное причинить кому-либо вред, должно подкрепляться фактами.

Не важно, пишете ли Вы предвыборную статью о кандидате в мэры крупного города, разоблачаете мошенническую фирму или же сравниваете принтеры «Epson» и «HP». Любая критика в чей-либо адрес, любое высказывание, способное повредить чьей-либо репутации, должно подкрепляться фактами. Впрочем, точно так же должна подкрепляться фактами и любая положительная оценка — чтобы не причинить ущерб читателям, введя их в заблуждение.

Все факты обязательно должны быть приведены в тексте статьи.

8) Писать «правду, всю правду, и ничего, кроме правды».

Как гласит известный анекдот, существует пять степеней лжи — обычная ложь, наглая ложь, свержнаглая ложь, статистика и цитирование. «Полуправда» зачастую является большей ложью, нежели домысел или клевета. Существует множество демагогических приемов, позволяющих «лгать правдой». Это и собственно полуправда, и «избранное цитирование», и «ad absurdum», и фокусирование на второстепенном, и наклеивание ярлыка с последующей его критикой, и переход на личности и другие приемы.

9) Нельзя искажать истину ради получения выгоды.

29. Профессиональная честность журналиста.

Профессиональная честность журналиста — это принцип, согласно которому журналист должен оперировать только фактами, которые установлены лично им, и не скрывать важную информацию или фальсифицировать документы.

Также профессиональная честность запрещает журналисту принимать вознаграждения в любой форме за представление чьего-либо частного интереса в противовес общественному благу. Кодекс журналиста.

30. Стандарты журналиста

Федеральный закон о СМИ (официальный сайт союза журналистов России). <https://ruj.ru/law/federal-laws>

2. Кодексы журналиста (сайт международного информационно-просветительского проекта) <http://www.oshibok-net.ru/for-journalists/beginners/kodeks-jur/>

3. Международные стандарты профессиональной этики журналистов (методическое пособие) http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1412239663_9146.pdf

31. Известные журналисты и их работы. Творческий проект

Ученики выбирают известную личность в медиа пространстве и делают творческий проект.

32. Защита проектов.

33. Создать обложку для журнала (альбомный лист) про любимого или известного журналисты.

34. Спортивная журналистика

Спортивная журналистика – узкоспециализированная область профессиональной реализации журналистов, занятых сбором, обработкой и анализом информации о мероприятиях и событиях для освещения в печатных и онлайн СМИ.

Практика: Анализ спортивной информации в изданиях СМИ

35. Итоговое занятие.

Чаепитие.

Выдача свидетельств об окончании курса

2.2. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

Аспекты	Характеристика
Материально-техническое обеспечение	электронная доска, проектор, компьютер
Информационное обеспечение	- аудио - видео - фото

2.3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ.

Формами аттестации являются: тестирование, написание сценария, творческая работа на основе созданного телевизионного сюжета.

2.4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ.

Специфика данной программы позволяет использовать многообразные формы обучения и различные методы и приемы:

- словесный метод (рассказ, объяснение);
- наглядный метод (личный показ педагога);
- практический метод (упражнения, решение задач);
- метод самостоятельной работы;

Дидактические материалы

В качестве дидактических материалов при реализации программы используются:

- кроссворд Ольшванга,
- архив газет,
- видеоархив телепередач «Школьное телевидение»;
- видеоархив федеральных телепередач;

Техническое оснащение

Для реализации программы на одну учебную группу необходимо иметь соответствующее оборудование и материалы.

Светлое, чистое, проветриваемое помещение, наличие вентиляции.

Профессиональная видеокамера; Фоны для съемки; Штатив; Микрофоны; Компьютеры; Фотоаппараты; Съемочный павильон; Классная доска; Учебники; Студийное световое оборудование.

2.5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.

Показатели качества реализации ДООП	Методики
Уровень развития творческого потенциала учащихся	Учебно-методическое пособие «Мониторинг качества образовательного процесса в УДОД» Р.Д. Хабдаева, И.К. Михайлова
Уровень развития социального опыта учащихся	«Мастерство журналиста», К.И. Акимов. М., 2007 Психология для будущих журналистов / сборник статей под редакцией В.Ясина, М., 2006
Уровень развития творческого потенциала учащихся	Методика «Креативность личности» Д. Джонсона
Уровень сохранения и укрепления здоровья учащихся	«Организация и оценка здоровьесберегающей деятельности образовательных учреждений» под ред. М.М. Безруких
Уровень теоретической подготовки учащихся	Монахова М., Чернышев В. Тебе, юный корреспондент. - М., 1965г.; Это трудное искусство писать. АПН, 1987г.; Д.Э. Розенталь. Практическая стилистика русского языка. - М., 1974.
Оценочные материалы	https://disk.yandex.ru/i/GUNEcEcWapg0BQ

2.6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.

Печатные пособия

1. Ахмадулин Е. Краткий курс теории журналистики. М. - Ростов-на-Дону, 2006
2. Березин В. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. - М.: 2004
3. Ворошилов В.В. История журналистики России. Конспект лекций. – СПб.: 1999
4. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. – М.: 2000
5. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. – М.: 2001
6. Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: 2002
7. Кихтан В.В. Информационные технологии в журналистике. – Ростов н/Д: Феникс, 2004
8. Лазутина Г. Основы творческой деятельности журналиста. - М.: 2000
9. Шишкин Н. Введение в теорию журналистики. Тюмень, 2004

Цифровые ресурсы:

21. http://kriv-krschool.edu.tomsk.ru/wp-content/uploads/2013/11/IvanovaГ.Р_vneurochka_Vvedenie-v-zhurnalistiku-5-klass.pdf
http://alenushka.opendev.ru/u/programma_krujka_yunyi_jurnalist.pdf
- Гурский Ю., Гурская И., Жвалевский А. Компьютерная графика: Photoshop CS, CorelDraw 12, Illustrator CS. Трюки и эффекты (+CD). – СПб.: Питер, 2004. – 812 с.: ил. – (Серия “Трюки и эффекты”).
- Разработки учителей, опубликованные в Фестивале педагогических идей “Открытый урок” на сайте WWW:<http://www.1september.ru>