

**Аннотация к рабочей программе курса внеурочной деятельности
«Медиастрарт: от школы к профессии» в рамках проекта
«Предпрофессиональные классы» (Медиакласс)**

Составлена на основании следующих нормативно-правовых документов: Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Приказ Минобрнауки РФ от 17.05.2012 № 413 «Об утверждении ФГОС СОО» (с изм.); Приказ Минпросвещения России от 18.05.2023 N 371 «Об утверждении ФОП СОО»; Распоряжение МО МО «Об утверждении типового положения о профильных предпрофессиональных классах/группах» от 12.09.2023 № Р-917; Методические рекомендации Минпросвещения России о реализации единой модели профориентации от 23.08.2024 № АЗ-1705/05)

Программа предназначена для обучающихся 10–11 классов и рассчитана на 204 часа (3 часа в неделю в течение двух лет).

Цель — создать условия для профессионального самоопределения школьников в сфере медиа и журналистики через освоение базовых теоретических знаний и практических навыков.

Актуальность программы обусловлена быстрым развитием медиасреды и ростом спроса на специалистов, умеющих работать с информацией, создавать контент и критически его анализировать. Курс помогает подросткам не только познакомиться с разнообразием профессий в медиа (журналист, корреспондент, фотограф, видеооператор, монтажёр, редактор, специалист по SMM), но и сформировать медиаграмотность — умение оценивать достоверность источников, понимать механизмы воздействия медиатекстов и соблюдать нормы медиаэтики.

Задачи программы:

- познакомить с основами журналистики, принципами работы СМИ и особенностями разных жанров (заметка, репортаж, интервью, очерк);
- сформировать навыки работы с информацией: поиск, анализ, проверка на достоверность, структурирование;
- обучить практическим умениям: написание текстов, фото- и видеосъёмка, основы монтажа, вёрстка, работа с графическими редакторами;
- развить коммуникативные навыки, включая техники активного слушания и подготовки вопросов для интервью;

- сформировать понимание правовых и этических аспектов работы в медиа (авторские права, защита персональных данных);
- создать условия для пробы себя в разных медиаролях и командной работы над реальными проектами (школьная газета, видеосюжет, подкаст, страница в соцсетях).

В содержании программы логично выстроены блоки, которые последовательно ведут от теории к практике: введение в медиасреду и профессии, основы журналистики и работы с текстом, техники сбора информации (наблюдение, опрос, работа с документами), жанры журналистики, основы фото- и видеосъёмки, монтаж и обработка контента, вёрстка и дизайн, работа с целевой аудиторией и продвижение медиапродукта, итоговый проект.

Формы организации деятельности разнообразны и ориентированы на активность учащихся: лекции и эвристические беседы, практические и творческие мастерские, проектная работа, деловые игры, «мозговые штурмы», круглые столы, рефлексивные занятия. Значительная часть времени отводится именно на практику — создание собственного медиапродукта.

Планируемые результаты можно структурировать по направлениям:

- **Предметные:** знание ключевых понятий и терминов, умение применять различные журналистские приёмы, владение базовыми инструментами для создания контента.
- **Метапредметные:** развитие навыков самостоятельной и командной работы, критического мышления, умения планировать деятельность, анализировать результаты и корректировать действия.
- **Личностные:** формирование активной жизненной позиции, интереса к медиасфере, способности к рефлексии и осознанному выбору профессионального пути.

В качестве итогового контроля предусмотрена защита группового или индивидуального проекта (например, выпуск номера школьной газеты, съёмка и монтаж репортажа, создание тематического подкаста) с последующей рефлексией.

Условия реализации: для успешной работы программы необходимо наличие оборудованного кабинета (компьютер, доступ к интернету, цифровая фото- и видеотехника, микрофон, штатив, принтер), а также материально-техническая база для практической работы.

Программа будет реализована в рамках сетевого взаимодействия с местными СМИ, медиастудиями или вузами, что усилит профориентационный эффект.