

Муниципальное общеобразовательное учреждение

«Суоярвская средняя общеобразовательная школа им. Ф.А. Шельшакова»

Принято
на заседании методического объединения
Протокол
от «28» августа 2025 г. № 1
Руководитель ШМО Муравченко Н.А.

Согласовано
на заседании методического совета
Протокол от "28" августа 2025 г. № 1
Руководитель Метод. совета
Семенова И.С.

Рабочая программа

кружка по дополнительному образованию

«Медиацентр»

Составитель: Вейс Е.П,
учитель истории и
обществознания

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
Результаты освоения курса внеурочной деятельности.....	5
Личностные результаты	5
Метапредметные результаты	6
Предметные результаты	7
СОДЕРЖАНИЕ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	8
Тематическое планирование.....	12

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа курса внеурочной деятельности «Медиацентр» разработана в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Программа данного курса разработана для занятий с обучающимися 5-11-ых классов во второй половине дня в соответствии с требованиями ФГОС основного общего образования. Рабочая программа разработана в соответствии с Положением о рабочих программах курсов внеурочной деятельности педагога Программа внеурочной деятельности «Медиацентр» представляет собой комплекс мероприятий, направленных на развитие у учащихся медиакультуры и ключевых информационных компетентностей современного общества. Учащиеся получают возможность познакомиться и поработать с различными видами информации, представленными в разных форматах. Программа курса внеурочной деятельности предусматривает непрерывность обучения и возможность привлечения учащихся разных классов и возрастов.

Актуальность данного курса заключается в следующем: 21 век – век информационных технологий, компьютеризации, внедрения гаджетов во все сферы деятельности человека. Средства массовой информации стремительно переходят на цифровые платформы. Это позволяет передать необходимую информацию большому количеству читателей (слушателей) в значительно небольшой промежуток времени. Учащиеся-подростки являются основным каналом получения информации из электронных и печатных СМИ. Задача школы – не только научить подростка вычленять из любого источника информации ту, которая будет для него полезна и актуальна, но и научить самому создавать то, что будет полезно ему и окружающим. Работа в школьном медиацентре позволит учащимся развить свои навыки в сфере журналистики, попробовать себя в роли журналиста, корреспондента. Работа над страницами школьной газеты позволит сконцентрировать в одном месте

полезную, актуальную, необходимую информацию для учащихся и учителей школы.

Перспективность курса «Медиацентр» заключается, во-первых, в профориентационной направленности, учащиеся смогут попробовать себя в сфере журналистики. Во-вторых, каждый ученик, решивший посещать данный курс, сможет ежегодно совершенствовать свои навыки независимо от возраста и класса. В-третьих, в медиацентре предполагается наставничество старших товарищей для обучения ребят младшего возраста, что также немаловажно для развития подростка.

Цели данного курса:

Создание и развитие информационного пространства школы;

Создание условий для развития творческого потенциала школьников.

Курс «Школьный медиацентр» ставит перед собой следующие задачи:

Организовать деятельность медиацентра по выпуску школьной газеты - одного из инструментов воспитательного воздействия для успешной социализации обучающихся;

Развивать речевые навыки обучающихся;

Развивать навыки работы с информацией (сбор, систематизация, хранение, использование);

Привить детям и подросткам интерес к таким профессиям как журналист, корреспондент, дизайнер, корректор, и др.

Обучать детей умению выражать свои мысли чётко и грамотно, ответственно и критически анализировать содержание информации.

Воспитывать чувство коллективизма, взаимопомощи и взаимовыручки;

Научить детей работать в группе, обсуждать различные вопросы, приходить к компромиссу;

Научить старших участников медиацентра помогать младшим, обучать их тому, чему уже они научились.

Формы занятий, которые будут использованы для реализации данного курса:

Лекционное слово учителя;
Эвристическая беседа;
Индивидуальная работа;
Работа в парах;
Работа в группах;
Коллективная работа;
Работа с различными источниками информации;
Создание проблемной ситуации;
Мозговой штурм;
Написание и редактирование собственных текстов;
Публичное выступление;

Методы обучения:

Объяснительно-иллюстративный;
Частично-поисковый;
Исследовательский;
Словесно-наглядный;
Практический.

Программа по курсу «Медиацентр» составлена на 34 часа в год (1 час в неделю) в соответствии с учебным планом школы, рассчитана на 1 год обучения.

Результаты освоения курса внеурочной деятельности

Личностные результаты

- **Формирование активной гражданской позиции:** понимание роли СМИ и соцсетей в современном обществе, осознание ответственности за публикуемую информацию.

- **Развитие этических принципов:** соблюдение норм информационной этики и авторского права, уважение к чужому мнению, недопустимость распространения фейков и оскорблений.
- **Самореализация и самоопределение:** возможность проявить творческие способности, найти своё направление в медиа (фото, видео, тексты), задуматься о будущей профессии в сфере журналистики, SMM, контент-мейкинга.
- **Коммуникативная культура:** умение вести конструктивный диалог в комментариях, корректно отвечать на критику, работать в команде над общим проектом.
- **Критическое мышление:** способность отличать достоверную информацию от недостоверной, анализировать источники, не поддаваться манипуляциям.
- **Ответственность и дисциплина:** понимание важности соблюдения графика публикаций, сроков сдачи материалов, выполнения своих обязанностей в команде.
- **Уверенность в себе:** преодоление страха перед публичными выступлениями (в т. ч. на камеру), готовность представлять результаты своей работы аудитории.

Метапредметные результаты

Регулятивные УУД:

- умение ставить цели для отдельного поста или контент-плана на неделю/месяц;
- планирование этапов создания медиапродукта (замысел → сбор информации → создание → публикация → анализ отклика);
- самоконтроль и взаимоконтроль качества контента;
- оценка эффективности публикаций (по реакциям аудитории), корректировка стратегии.

Познавательные УУД:

- поиск и отбор актуальной информации по школьной жизни и не только;
- анализ и систематизация данных (например, для дайджеста новостей);
- преобразование информации из одного формата в другой (новость → пост с картинкой, интервью → видеоролик);
- использование цифровых инструментов для создания контента (графические редакторы, видеоредакторы, сервисы планирования публикаций);
- освоение основ медиаграмотности и информационной безопасности.

Коммуникативные УУД:

- чёткое и грамотное изложение мыслей в письменной и устной форме (для текстов, сюжетов, прямых эфиров);
- работа в команде: распределение ролей (автор, фотограф, дизайнер, SMM-специалист), согласование идей, помощь коллегам;
- взаимодействие с аудиторией: ответы на комментарии, проведение опросов, организация конкурсов;
- презентация своих идей и проектов перед одноклассниками и учителями.

Предметные результаты

К концу обучения участники кружка смогут:

- **Понимать основы журналистики и SMM:**
 - различать жанры медиатекстов (новость, репортаж, интервью, обзор, лайфхак);
 - знать принципы построения информационного сообщения (структура «перевернутой пирамиды»);
 - ориентироваться в особенностях разных соцсетей и их аудитории.
- **Создавать контент для соцсетей:**
 - писать короткие, цепляющие тексты для постов и сторис;
 - подбирать релевантные хештеги и геотеги;
 - снимать и обрабатывать фото для публикаций;
 - монтировать короткие видеоролики (Reels, Shorts, TikTok-формат);
 - создавать простые графические элементы (обложки, карточки, мемы) в онлайн-редакторах (Canva и т. п.).
- **Вести паблик:**
 - составлять контент-план;
 - планировать и публиковать посты с помощью встроенных инструментов соцсетей или сервисов-планировщиков;
 - взаимодействовать с подписчиками (отвечать на комментарии и сообщения);
 - запускать простые интерактивные форматы (опросы, викторины, конкурсы).
- **Анализировать результаты:**
 - читать статистику публикаций (охваты, лайки, комментарии, сохранения, переходы);
 - делать выводы о том, какой контент интересен аудитории;
 - предлагать идеи для улучшения работы паблика.
- **Соблюдать правила:**
 - основы авторского права (поиск бесплатных фото/музыки, указание источников);

- правила информационной безопасности (не публиковать личные данные без согласия, не переходить по подозрительным ссылкам);
- нормы сетевого этикета.

Средства обучения

Печатные пособия (таблицы, схемы, демонстрационные карточки);

Информационно-коммуникативные средства (электронные библиотеки, игровые программы и др.);

Экранно-звуковые пособия (слайды, видеофильмы, аудиозаписи).

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Модуль 1. Знакомство с понятиями «СМИ», «медиацентр»

- Теория: что такое СМИ, их виды и функции. Роль школьных СМИ в жизни образовательного учреждения. Понятие «медиацентр», его задачи и структура.
- Практика: экскурсия по школьным медиаресурсам (сайт, соцсети, стенгазета). Мозговой штурм: «Зачем школе свой медиацентр?».
- Результат: понимание роли и значения школьных СМИ, представление о структуре медиацентра.

Модуль 2. Знакомство с понятием «источник информации»

- Теория: какие бывают источники информации (первичные, вторичные). Надёжные и ненадёжные источники.
- Практика: упражнение «Найди источник» — поиск информации о школьном событии в разных источниках.
- Результат: умение различать типы источников информации.

Модуль 3. Анализ источников средств массовой информации

- Теория: критерии оценки надёжности источников (авторитетность, актуальность, объективность). Признаки фейковых новостей.
- Практика: сравнительный анализ одной новости в 3–4 разных СМИ.
- Результат: навык проверки достоверности информации.

Модуль 4. Знакомство с правовыми документами о соблюдении авторских прав

- Теория: основы авторского права в медиа. Что такое плагиат. Правила цитирования. Лицензии Creative Commons.
- Практика: разбор кейсов — где есть нарушение авторских прав, а где нет.
- Результат: знание базовых норм авторского права, умение правильно оформлять цитаты и ссылки.

Модуль 5. Обзор бесплатных версий программ для создания картинок, плакатов, видеороликов и др.

- Теория: обзор инструментов для медиаконтента (Canva, CapCut, InShot, Supra, Figma и др.). Их возможности и ограничения.
- Практика: создание простого постера в Canva и короткого видео в CapCut.
- Результат: владение базовыми функциями бесплатных программ для медиаконтента.

Модуль 6. Анализ контент-плана школьных СМИ

- Теория: что такое контент-план, зачем он нужен. Структура и периодичность публикаций.
- Практика: разбор реального контент-плана школьного паблика. Выявление сильных и слабых сторон.
- Результат: понимание принципов планирования публикаций.

Модуль 7. Определение своего вектора работы медиацентра

- Теория: роли в медиацентре (автор, фотограф, дизайнер, SMM-специалист, редактор).
- Практика: профориентационная игра «Выбери роль». Составление индивидуального плана развития.
- Результат: определение личных интересов и задач в рамках медиацентра.

Модули 8–

9. Просмотр фильмов и видеоматериалов для постоянных рубрик

- Теория: анализ удачных и неудачных примеров медиаконтента. Разбор стилистики, подачи, форматов.
- Практика: просмотр и обсуждение тематических роликов (новости, интервью, обзоры).
- Результат: формирование вкуса и понимания качественных медиапродуктов.

Модули 10–11. Разработка постоянных рубрик

- Теория: что такое рубрикация, зачем она нужна. Виды рубрик для школьного паблика.
- Практика: мозговой штурм и голосование за лучшие рубрики. Создание концепции 3–5 рубрик.
- Результат: утверждённый набор постоянных рубрик для школьного медиа.

Модули 12–13. Критерии отбора новостей

- Теория: какие события достойны публикации? Критерии: актуальность, значимость, интерес аудитории, позитивность.
- Практика: игра «Стоит ли публиковать?» — оценка гипотетических событий.
- Результат: чёткое понимание, какие новости подходят для школьного паблика.

Модули 14–15. Апробация своих навыков в написании текстов

- Теория: структура новостного текста (лид, основная часть, бэкграунд). Язык соцсетей: коротко и ярко.
- Практика: написание 2–3 постов по реальным школьным событиям. Редактирование текстов в группе.
- Результат: первые опубликованные тексты в школьном паблике.

Модули 16–17. Вёрстка новостного выпуска

- Теория: основы вёрстки для соцсетей (шрифты, абзацы, выделения). Как сделать текст читабельным.
- Практика: вёрстка мини-выпуска новостей (3–4 поста) в едином стиле.
- Результат: готовый выпуск новостей для публикации.

Модули 18–19. Оформление и дизайн

- Теория: базовые принципы дизайна (цвет, композиция, шрифты). Фирменный стиль школьного медиа.
- Практика: создание шаблонов для постов, сторис, обложек.
- Результат: набор готовых дизайнерских решений для публикаций.

Модуль 20. «Классический», «домашний», «публицистический» стиль новостей

- Теория: особенности разных стилей подачи информации. Когда какой стиль уместен.
- Практика: написание одного события в трёх стилях. Голосование за лучший вариант.

- Результат: понимание стилистических различий в медиатекстах.

Модули 21–22. Коммуникативные техники

- Теория: как общаться с аудиторией в соцсетях. Тон публикаций, ответы на комментарии.
- Практика: ролевая игра «Модератор паблика» — ответы на гипотетические комментарии (позитивные, негативные, провокационные).
- Результат: навыки конструктивного общения в онлайн-среде.

Модуль 23. Активное слушание

- Теория: принципы активного слушания. Почему это важно для журналиста.
- Практика: упражнения на пересказ, уточнение, эмпатичное реагирование.
- Результат: развитие навыков внимательного восприятия информации.

Модули 24–25. Подготовка вопросов для интервью

- Теория: виды вопросов (открытые, закрытые, уточняющие). Структура интервью.
- Практика: составление списка вопросов для интервью с учителем, учеником, гостем школы.
- Результат: готовые вопросы для реального интервью.

Модуль 26. Требования к вопросу

- Теория: чёткость, конкретность, уместность. Вопросы, которых стоит избегать.
- Практика: редактирование «плохих» вопросов в «хорошие».
- Результат: умение формулировать грамотные вопросы.

Модули 27–28. Апробация своих навыков в написании текстов интервью

- Теория: структура текста интервью (вступление, диалог, заключение). Оформление цитат.
- Практика: проведение мини-интервью в парах и написание текста на его основе.
- Результат: первый опубликованный текст интервью.

Модули 29–

33. Регулярное пополнение текстов для постоянных рубрик школьной газеты

- Теория: планирование публикаций по рубрикам. Распределение задач в команде.
- Практика: ежемесячный выпуск материалов (по 1–2 поста на рубрику). Ротация ролей в медицентре.
- Результат: регулярная работа школьного паблика, опыт командной деятельности.

Модуль 34. Подведение итогов

- Теория: рефлексия — что получилось, что нет? Планы на следующий год.
- Практика: презентация достижений медицентра (лучшие посты, видео, фото). Награждение активных участников.
- Результат: осознание личного прогресса, мотивация на дальнейшее развитие.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ (34 Ч.)

	Тема	Дата
1	1. Знакомство с понятиями «СМИ», «МЕДИАЦЕНТР.	
2	2. Знакомство с понятием «источник информации».	
3	3. Анализ источников средств массовой информации.	
4	4. Знакомство с правовыми документами о соблюдении авторских прав.	
5	5. Обзор бесплатных версий программ для создания картинок, плакатов, видеороликов и др.	
6	6. Анализ контент-плана школьных СМИ.	

7	7. Определение своего вектора работы медиацентра.	
8	8. Просмотр фильмов и видеоматериалов для постоянных рубрик.	
9	9. Просмотр фильмов и видеоматериалов для постоянных рубрик.	
10	10.Разработка постоянных рубрик	
11	11.Разработка постоянных рубрик	
12	12.Критерии отбора новостей.	
13	13.Критерии отбора новостей.	
14	14.Апробация своих навыков в написании текстов	
15	15.Апробация своих навыков в написании текстов	
16	16.Вёрстка новостного выпуска.	
17	17.Вёрстка новостного выпуска.	
18	18.Оформление и дизайн	
19	19.Оформление и дизайн	
20	20.«Классический», «домашний», «публицистический» стиль новостей.	
	21.Коммуникативные техники.	

21		
22	22.Коммуникативные техники.	
23	23.Активное слушание.	
24	24.Подготовка вопросов для интервью.	
25	25.Подготовка вопросов для интервью.	
26	26.Требования к вопросу.	
27	27.Апробация своих навыков в написании текстов интервью.	
28	28.Апробация своих навыков в написании текстов интервью.	
29	29.Регулярное пополнение текстов для постоянных рубрик школьной газеты	
30	30.Регулярное пополнение текстов для постоянных рубрик школьной газеты	
31	31.Регулярное пополнение текстов для постоянных рубрик школьной газеты	
32	32.Регулярное пополнение текстов для постоянных рубрик школьной газеты	
33	33.Регулярное пополнение текстов для постоянных рубрик школьной газеты	
34	34.Подведение итогов	

