Министерство образования Нижегородской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

«Арзамасский коммерческо-технический техникум»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ АКТТ
_____ Е.А. Горшков
«01» сентября 2026 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ (ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ) ПРОГРАММА

Кружка «Основы современной журналистики»

(срок реализации 1 год)

Возраст обучающихся с 15 лет

Автор программы:
Михеева Светлана Михайловна
педагог дополнительного образования,
высшая квалификационная категория

Рассмотрено на заседании
педагогического совета
Протокол № 8
от «30» 06 2026 г.

Содержание программы

I. Пояснительная записка
II. Учебно – тематический план
III. Календарно-тематический план
IV. Содержание изучаемого курса
V. Оценочный материалы
VI. Обеспечение программы
VII. Ожидаемые результаты
VIII. Список литературы

I. Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа Кружка «Основы современной журналистики» (далее – программа) имеет **социально-гуманитарную направленность.**

Уровень освоения данной программы: **базовый.**

Программа разработана в соответствии с основными направлениями государственной образовательной политики и **нормативными документами**, регулирующими деятельность в сфере образования:

- Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
- Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 N 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам». (Приказ от 9 ноября 2018 года N 196 утратил силу с 1 марта 2023)
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 03.09. 2019 г. № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей».
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 сентября 2021 г. N 652 н «Об утверждении профессионального стандарта "Педагог дополнительного образования детей и взрослых».

- Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 № 09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)
- Письмо Минобрнауки России от 29.03.2016 № ВК-641/09 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с Методическими рекомендациями по реализации адаптированных дополнительных общеобразовательных программ, способствующих социально-психологической реабилитации, профессиональному самоопределению детей с ограниченными возможностями здоровья, включая детей-инвалидов, с учетом их особых образовательных потребностей).
- Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. № 996-р.
- Письмо Министерства просвещения РФ от 7 мая 2020 г. № ВБ-976/04 «О реализации курсов внеурочной деятельности, программ

воспитания и социализации, дополнительных общеразвивающих программ с использованием дистанционных образовательных технологий»

- Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года, утвержденная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 марта 2022 г. № 678-р.
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 г. № 816 "Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ"
- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 "Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи".
- СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»
- Распоряжение Правительства Нижегородской области от 30.10.2018 № 1135-р «О реализации мероприятий по внедрению целевой модели развития региональной системы дополнительного образования детей».
- Методические рекомендации по разработке (составлению) дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы ГБОУ ДПО НИРО.
- Устав Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Арзамасский коммерческо-технический техникум»;
- Положение об организации дополнительного образования в Государственном бюджетном профессиональном образовательном учреждении «Арзамасский коммерческо-технический техникум»;
- Локальные акты Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Арзамасский коммерческо-технический техникум».

Проблемы сегодняшних подростков – принятие себя как ценности, укрепление веры в себя и свои силы, ощущение своей уникальности и неповторимости, появление представлений о возможностях своего «Я» в социуме - это поиск собственной значимости. Это своеобразное «окно в мир», желание познать самого себя и окружающих в современной коммуникативной среде.

Важнейшим средством коммуникации является слово. «Словом можно убить - и оживить, ранить - и излечить, посеять смятение и безнадежность – и одухотворить», - писал педагог В.А. Сухомлинский.

Герои книг и видеофильмов, партнеры по связям в Интернет-сайтах расширяют круг наставников и друзей обучающихся, но средства массовой информации, в стремительно изменяющемся мире, становятся все более значимым фактором существования и развития человека в подростковом возрасте. И здесь важно сформировать мировоззрение человека, основанное на его саморазвитии и самоутверждении.

Пройдя курс обучения, обучающиеся приобретут начальные навыки профессии блогера, тележурналиста, оператора, режиссера, узнают историю, виды и формы СМИ, виды жанров телевизионной журналистики, научатся собирать и обрабатывать информацию, сформируют свою жизненную позицию, готовность стать участниками равноправного диалога, иными словами, быть коммуникативно общительными.

Направленность программы.

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа кружка «Основы современной журналистики» имеет *социально-педагогическую направленность*: создаются условия для социальной практики обучающихся в их реальной жизни, накопления нравственного и практического опыта. Программа направлена на привлечение к издательскому делу, которое способствует самореализации, развитию коммуникативности и творческих способностей.

Актуальность программы.

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа кружка «Основы современной журналистики» по обучению теории и практике журналистского дела связана с решением такого блока задач общеобразовательной организации, как социально-творческое развитие личности, профессиональная ориентация, социализация и личностное становление подростков. Введение данной программы обусловлено тем, что подростки стремятся развить в себе умения, способности, необходимые для настоящего журналиста.

Занятия по программе кружка «Основы современной журналистики» предполагают индивидуальный подход, который учитывает личностные особенности обучающихся и учит их свободно и творчески мыслить.

Новизна программы.

Новизной и отличительной особенностью программы является интеграция современных технологий и углубление в культурологическую сферу деятельности, что позволит обогатить и разнообразить сам процесс обучения и воспитания. Форма и методы работы выбраны с учётом осуществления дифференциации и индивидуализации образовательной деятельности, направленной на овладение исследовательской работой.

В ходе обучения большое внимание уделяется вопросам правовой и этической культуры журналиста, его сотрудничеству с аудиторией. Предусмотрено знакомство с риторикой как составной частью подготовки обучающихся к профессиональному обучению, которая учит искусству композиции текста, овладению техникой речи, речевой культурой.

Педагогическая целесообразность.

Обучающиеся получают знания основ журналистики и издательской деятельности газет, журналов, медиаресурсов. Углубленно изучают литературоведение. Программа даёт возможность использовать навыки, полученные во время обучения основам журналистского мастерства, включает обучающихся в систему средств массовой коммуникации общества. Благодаря занятиям по программе кружка «Основы современной журналистики» подростки учатся работать коллективно, решать вопросы с учётом интересов окружающих людей, учатся контактировать с разными людьми, помогать друг другу, оценивать события с нравственных позиций, приобретают навыки контролировать себя, становятся более эрудированными и коммуникабельными людьми; повышается общий уровень культуры учащихся; они ограждены от отрицательного влияния окружающей среды и работают с информацией проверенных медиаресурсов.

Цели и задачи.

Цели программы:

1. Формирование всесторонне развитой личности и реализации творческих интересов и способностей подростков.
2. Практическое участие в работе с информацией; профессиональная ориентация молодёжи.
3. Овладение обучающимися современными методами получения информации, умением заниматься исследовательской деятельностью через массмедиа.
4. Знакомство с основами мультимедийной журналистики.

Задачи программы:

1. Освещение в СМИ студенческой жизни.
2. Содействие в воспитании информационной культуры студентов.
3. Повышение интереса к учёбе (литературе, русскому языку, информатике).
4. Развитие интеллекта, творческих и коммуникативных способностей
5. Знакомство с жанрами масс-медиа.
6. Привитие трудовых навыков и профессиональная ориентация.
7. Социальная адаптация подростков в условиях современного социума.

Организационно-педагогические основы обучения.

Возраст обучающихся:

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа кружка «Основы современной журналистики» рассчитана на возраст 15-18 лет.

Срок реализации:

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа кружка «Основы современной журналистики» рассчитана на 1 год обучения

Программа предполагает постепенное расширение и существенное углубление знаний, развитие умений и навыков обучающихся, более глубокое усвоение материала путем последовательного прохождения по сроку обучения с учетом возрастных и психологических особенностей.

Программа является вариативной, допускает изменения в содержании занятий, форме их проведения, количестве часов на изучение программного материала. При этом педагог может составлять календарно-тематический план занятий на семестр (полугодие, год), который будет являться частью плана учебно-воспитательной работы на текущий учебный год

II. Учебно-тематический план

№	Название темы	Количество часов		
		всего	**теория**	**практика**
1.	Раздел 1. «Погружение в журналистику»	20	16	4
2.	Раздел 2. Журналистика как профессия	24	14	10
3.	Раздел 3. Мастерство журналиста: работа со словом	50	36	14
4.	Раздел 4. Публицистический стиль – основа журналистики	50	22	28
5.	Раздел 5. Основы журналистики	96	60	36
	Итого:	**240**	**144**	**96**

III. Календарно-тематический план

№ п/п	Название темы	Календарный срок	Количество часов
		Сентябрь	**24**
	Введение в образовательный курс. Инструктаж по ТБ и ПБ.	-	2
	Виды средств массовой информации.	-	2
	Свобода, социальные функции СМИ	-	2
	Виды деятельности журналиста (специализации).	-	2
	Принципы творческой деятельности журналиста.	-	2
	Кодекс чести журналиста.	-	2
	Основные понятия и термины журналистики.	-	2
	Психология журналистского труда и творчества.	-	2
	Профессиональная готовность журналиста к работе. Функции журналистики.	-	2
	Основные понятия и термины журналистики (глоссарий журналистики)	-	2
	Зарождение информационной службы	-	2
	Журналистика: призвание, ремесло, профессия	-	2
		Октябрь	**24**
	Слагаемые журналистской профессии. Правовая и этическая культура журналиста	-	2
	Образ журналиста**.** Основные понятия и термины журналистики.	-	2
	Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты, писатели. Развитие отечественной журналистики в XVIII – XIX вв.	-	2
	Влияние прессы на общественную мысль в России. Право знать. Границы гласности. Ориентация в информационной среде	-	2

	Закон РФ о СМИ. Этические кодексы и нормы журналистского поведения. Журналистские заметки В.Пескова.	-	2
	Психологические и коммуникативные особенности профессии «журналист»	-	2
	Приёмы развития и тренировки памяти. Мнемотехника – искусство запоминания. Медиасредства в журналистике.	-	2
	Речь как инструмент деятельности журналиста: языковые средства, стили. Аудитория как объект и субъект общения журналиста	-	2
	Итоговое занятие. Презентация на тему «Слагаемые профессии журналиста.	-	4
	Жанровое разнообразие – залог читаемой, интересной газеты	-	2
	Создание текста – процесс творческий.	-	2
		Ноябрь	**24**
	Основные методы сбора, обработки и формы подачи информации: изучение документов, наблюдение, работа с людьми.	-	2
	Этические нормы в работе с источниками информации.	-	2
	Особенности написания материала для средств массовой информации	-	2
	Основные приёмы редактирования.	-	2
	Совершенствование рукописи.	-	2
	Заголовок в современных газетных и журнальных текстах	-	2
	Социальные функции СМИ.	-	2
	Виды деятельности журналиста (специализации)	-	2
	Новостная журналистика.	-	2
	Спортивная журналистика	-	2
	Портфель творческих достижений. Мое личностное творческое участие.	-	2
	Написание материала *на заданную тему*	-	2
		Декабрь	24
	Дайджест в студенческих СМИ.	-	2

	Понятие «дайджест». Как его составить.	-	2
	Особенности журналистского текста в прессе и на телевидении.	-	2
	Знакомство с законами о СМИ.	-	2
	История техникумовской газеты «Перемена».	-	2
	Информационные жанры: отчет, репортаж, интервью, заметка.	-	2
	Аналитические жанры: статья, обозрение, отзыв, рецензия.	-	2
	Художественные жанры: слово, очерк, эссе, фельетон.	-	2
	Конкурс сочинений в различных публицистических жанрах.	-	2
	Технические средства журналиста.	-	2
	Газетный язык и авторский почерк.	-	2
	Этика и мораль. Поступок и мотив. Плагиат.	-	2
		Январь	24
	Читатель и его интересы.	-	2
	Как и о чем писать для студенческой газеты?	-	2
	Темы, рубрики, полосы.	-	2
	Требования к информации.	-	2
	Источники информации.	-	2
	Как придумывать заголовки?	-	2
	Как вести интервью?	-	2
	Планирование шаг за шагом.	-	2
	Индивидуальный стиль журналиста.	-	2
	Оперативность, точность, правдивость, проверка фактов, привязка к месту и времени.	-	2
	Виды журналистских текстов и принципы их построения.	-	2
	Общая характеристика информационных публицистических жанров.	-	2
		Февраль	24
	Информационные новости в газете, на телевидении**,** Интернет-сайтах, видеоблогах (медиажурналистика).	-	2

	Заметка и её основные черты, виды заметок.	-	2
	Информационный отчёт и его основные черты.	-	2
	Вопрос-ответ, блиц-опрос. Искусство задавать вопросы	-	2
	Этапы работы над информационным интервью.	-	2
	Классификация вопросов	-	2
	Творческие и технические аспекты деятельности фотожурналиста.	-	2
	Фоторепортаж *на заданную тему*	-	2
	Общая характеристика аналитических жанров	-	2
	Колонка. Аналитический отчёт	-	2
	Рецензия	-	2
	Социология как составная часть журналистских знаний.	-	2
		Март	**24**
	Правила составления анкеты.	-	2
	Опрос и его виды.	-	2
	Беседа. Комментарий. Аналитическое интервью	-	2
	Социологическое резюме	-	2
	Общая характеристика художественно-публицистических жанров	-	2
	Способы написания зарисовок	-	2
	Очерк. Типы очерковых публикаций	-	2
	Житейская история	-	2
	Легенда. Пародия. Сатирический комментарий. Шутка и игра	-	2
	Видеоблог	-	2
	Оформление письменной речи в любом выбранном жанре	-	2
	Написание материала на заданную тему.	-	2
		Апрель	24
	Портфель творческих достижений	-	2

	Информация (новость). Что такое информация и ее основные черты.	-	2
	Типы информации.	-	2
	Формы подачи новостей: метод маски, фичер, клиповый заголовок.	-	2
	Методы получения информации.	-	2
	Особенности журналистского текста в сети интернет.	-	2
	Репортаж. Что такое репортаж, его признаки.	-	2
	Предмет репортажа и его основа.	-	2
	Виды и типы репортажа.	-	2
	Тема репортажа и его герой.	-	2
	Подготовка к репортажу.	-	2
	Фоторепортаж.	-	2
		Май	**24**
	Видеорепортаж: телевидение и блог.	-	2
	Как построить видеорепортаж? Поиск сюжета.	-	2
	Сценарий. Структура, приемы журналиста.	-	2
	Работа с техническими средствами.	-	2
	Работа с фотоматериалами.	-	2
	Пресс-релиз. Что такое пресс-релиз.	-	2
	Функции пресс-релиза.	-	2
	Структура пресс-релиза.	-	2
	Обозрение. Комментарий. Понятие «обозрение», «комментарий». Виды признаки.	-	2
	Рецензия. Корреспонденция. Понятие об этих жанрах, видах и признаках.	-	2
	Основные требования рецензии. В чем ее отличие от отзыва.	-	2
	Статья. Что такое статья. Виды статей.	-	2
		Июнь	24
	Приемы написания статей.	-	2
	Описание как элемент любой статьи.	-	2

	Правила проведения опроса. Методика опроса.	-	2
	Знакомство с термином «газетный язык». Требования к языку СМИ.	-	2
	Формы устной и письменной речи: рассуждение, размышление, описание.	-	2
	Искусство обмена информацией в письменном виде.	-	2
	Интернет-журналистика. Медиаобразование.	-	2
	Констатирующие заголовки. Образные заголовки. Лид. Функции лида.	-	2
	Что такое видеоблог? Создание концепции.	-	2
	Как построить контент-план?	-	2
	Что такое публичное выступление и как его не бояться?	-	2
	Итоговое занятие: Создание презентаций собственного проекта и его защита.	-	2

IV. Содержание изучаемого курса

Раздел 1. «Погружение в журналистику»

Задачи: Знакомство с целями и задачами обучения в объединении, направлением деятельности, режимом работы и правилами внутреннего распорядка для обучающихся. Ознакомление с планом работы курса «Основы современной журналистики», с целями, задачами, функциями на текущий учебный год. Формирование представлений о профессии журналиста.

Теория: Ознакомление с программой. Вводный инструктаж. Экскурсия. Правила работы и поведения. Правила по технике безопасности. Решение организационных вопросов. Виды средств массовой информации. Свобода, социальные функции СМИ. Виды деятельности журналиста (специализации). Принципы творческой деятельности журналиста. Кодекс чести журналиста. Психология журналистского труда и творчества. Основные понятия и термины журналистики.

Раздел 2. «Журналистика как профессия».

Задачи: Знакомство с историей возникновения и становления журналистики, основными направлениями и понятиями. Формирование индивидуально-психологических качеств, изучение приёмов развития внимания и наблюдательности - важных профессиональных качеств журналиста. Знакомство с историей развития журналистики до XX века, известными представителями профессии. Формирование индивидуально-психологических качеств, изучение приёмов развития внимания и наблюдательности - важных профессиональных качеств журналиста Права журналиста. Аккредитация. Обязанности журналиста. Специальный статус.

Теория: Зарождение информационной службы. Из истории детской прессы. Журналистика: призвание, ремесло, профессия. Слагаемые журналистской профессии. Правовая и этическая культура журналиста. Образ журналиста. Основные понятия и термины журналистики. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты, писатели. Развитие отечественной журналистики в XVIII – XIX вв. Влияние прессы на общественную мысль в России. Ориентация в информационной среде. Право знать. Границы гласности. Закон РФ о СМИ. Психологические и коммуникативные особенности профессии «журналист». Мнемотехника – искусство запоминания. Приёмы развития и тренировки памяти. Речь как инструмент деятельности журналиста: языковые средства, стили. Аудитория как объект и субъект общения журналиста. Основные понятия и термины журналистики. Итоговое занятие «Слагаемые профессии журналиста». «Равняемся на Валентина Овечкина». Журналистские заметки В.Пескова.

Раздел 3. «Мастерство журналиста: работа со словом».

Задачи: Знакомство с основами редактирования, выработка у обучающихся навыков редакторского анализа.

Теория: Жанровое разнообразие – залог читаемой, интересной газеты. Создание текста – процесс творческий. Основные методы сбора, обработки и формы подачи информации: изучение документов, наблюдение, работа с людьми. Этические нормы в работе с источниками информации. Особенности написания материала для средств массовой информации. Основные приёмы редактирования. Заголовок в современных газетных и журнальных текстах. Творческая лаборатория: написание материала на данную тему. Совершенствование рукописи. Основные понятия и термины журналистики. Итоговое занятие.

Практикум: Работа с периодической печатью. Сопоставительный анализ текстов (первоначальный анализ текста). Собирание материала о последних техникумовских новостях. Подготовка материала к публикации в СМИ или размещению ролика на техникумовском сайте. Кроссворд. Упражнения. Упражнения в редактировании текста.

Раздел 4. «Публицистический стиль – основа журналистики».

Задачи: Знакомство с публицистическими жанрами журналистики, формами и методами получения информации. Развитие умения правильно "конструировать" тексты, придумывать заголовки и работать со словом.

Теория: Виды журналистских текстов и принципы их построения. Индивидуальный стиль журналиста. Оперативность, точность, правдивость, проверка фактов, привязка к месту и времени. Жанровая классификация публицистических текстов: сфера применения и характеристика. Общая характеристика информационных публицистических жанров. Информационные новости в газете, на телевидении. Заметка и её основные черты, типы заметок. Виды заметок: информационная, хроникальная, дискуссионная, заметка с выводами и предложениями. Информационный отчёт и его основные черты. Информационная корреспонденция. Вопрос-ответ, блиц-опрос. Классификация вопросов. Искусство задавать вопросы. Этапы работы над информационным интервью. Творческие и технические аспекты деятельности фотожурналиста. Фоторепортаж. Общая характеристика аналитических жанров. Колонка. Аналитический отчёт. Рецензия. Социология как составная часть журналистских знаний. Правила составления анкеты. Опрос и его виды. Беседа. Комментарий. Аналитическое интервью. Социологическое резюме. Общая характеристика художественно-публицистических жанров. Способы написания зарисовок. Очерк. Типы очерковых публикаций. Житейская история. Легенда. Пародия. Сатирический комментарий. Шутка и игра. Написание материала на

данную тему. Оформление письменной речи в любом выбранном жанре. Основные понятия и термины журналистики. Портфель творческих достижений. Итоговое занятие.

Практикум-тренинг. Упражнение в самостоятельном написании информационной заметки, информационного отчёта, информационной корреспонденции, информационного интервью, аналитического отчёта, аналитической корреспонденции, аналитического интервью, зарисовки, очерка, легенды, сказ, притча.

Раздел 5. «Основы журналистики».

Задачи: Знакомство с современными направлениями журналистики. Журналист-блогер Интернет-сайтов. Применение полученных на предыдущих занятиях навыков и общение со специалистами на интересующие темы.

Теория: Социальные функции СМИ. Виды деятельности журналиста (специализации). Спортивная журналистика. Журналист и корреспондент: сходства, различия, основные понятия. Требования к речи тележурналиста. Речевой этикет. Перед выступлением. Культура устной речи. Подготовка к устному выступлению. Приёмы привлечения и удержания внимания. Требования к выступающему. Совершенствование дикции. Дискуссия, её виды и построение. Специфика языка в современных СМИ. Режиссура интервью. Правила и нормы. Интервью в хронике, в публицистике, в художественной программе. Особенности построения вещательной сети. Особенности работы на телевидении. Наблюдение и его виды. Рубрика. Цикл. Серия. Штампы. Качество журналистской информации в теленовостях. Рекламные ролики и пропаганда здорового образа жизни. Место и роль описания, повествования и рассуждения в газетных, радио- и телетекстах. Написание материала на данную тему. Основные понятия и термины журналистики. Проект «Мир радио- и тележурналистики». Презентация «Портфель творческих достижений». Итоговое занятие.

Практикум: Беседа. Подготовка к интервью. Тренинг. Упражнения. Творческая лаборатория. Особенности работы в теле- и радио- СМИ. Круглый стол – встреча с практикующим журналистом. Особенности работы для информационных агентств. Упражнения в подготовке к устному выступлению. Приёмы привлечения и удержания внимания. Упражнения в совершенствовании дикции. Создание памятки «Требования к речи журналиста», «Языковые средства, стили». Подготовка и защита проектов. Защита портфолио «Портфель творческих достижений». Публичное выступление - защита проекта.

V. **Обеспечение программы**

Техническое оснащение кабинета:

1. Мультимедиа
2. Персональный компьютер
3. Магнитофон
4. Видеокамера
5. Фотоаппарат
6. Многофункциональные гаджеты (телефон, планшет)

Оборудование кабинета:

1. Магнитная доска
2. Рабочие места для педагога и обучающихся (столы и стулья)
3. Шкафы для учебных принадлежностей

VI. **Ожидаемые результаты**

Результат: Система занятий построена таким образом, чтобы на каждом занятии обучающийся узнавал что-то новое, обогащая свой словарный запас, постигая лексическое многообразие и образность родного языка, приобретая навыки самостоятельной и исследовательской работы в различных жанрах. Таким образом обучаемый овладеет основами работы корреспондента, научится создавать фоторепортаж, сможет провести интервью, составить очерк, написать эссе, статью и др.

Ожидаемые результаты:

Обучаемый получит

1. Развитие образного и логического мышления;

2. Развитие литературных способностей;

3. Навыки умения устного и письменного выступления;

4. Развитие умения письменного изложения своих мыслей в форме написания очерков, статей, эссе, репортажей.

Конечные результаты:

Обучаемый должен уметь:

1. Построить устное и письменное сообщение;

2. Работать в различных жанрах публицистического стиля;

3. Уметь общаться с отдельным человеком и аудиторией;

4. Самостоятельно подготовить публикацию материалов в газете.

Контроль результатов учебно-воспитательной работы.

Формы подведения итогов реализации программы проходят в виде итоговых занятий, мониторинга участия в журналистских конкурсах и фестивалях, научно-практических конференциях, рейтинге самосовершенствования.

VII. Список литературы

Список литературы для педагога:

1. Аргановский А.А. Своего дела мастер: заметки писателя. М., 1980 г.
2. Аграновский А. Призвание. [Текст] / А.Аграновский. – М.: Пресс-центр, 2010 – 136 с.
3. Барщевская И.И., Кучумова И.В., Живая О.А. [Текст] / «Дополнительные образовательные программы» (приложение к журналу Внешкольник») - М., ООО «Новое образование», 2014. - 88с.
4. Барашев П. Свидетельствует репортёр. М., 1985 г.
5. Беневольская Т.А. О языке и стиле очерка. [Текст] / Т.А. Беневольская. – М.: Наука, 2009
6. Ворошилов В.В. Журналистика [Текст] / В.В. Ворошилов. — СПб., 2009. – 226 с.
7. Ворошилов В.В. История журналистики России [Текст]: конспекты лекций /В.В. Ворошилов. — СПб., 2009. – 620 с.
8. Гоне Ж. Пресса в школе: формирование активной гражданской позиции [Текст] / Ж. Гоне: сб.: Детская и юношеская самодеятельная пресса: теория и практика. – М.: ЮНПРЕСС, 2009. – 212 с.
9. Горохов В.М. Проблемы журналистского мастерства. [Текст] / В.М. Горохов. - М.: Вентана-граф, 2012
10. Десяева Н.Д. и др. Культура речи педагога [Текст]: учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений / Н.Ц. Десяева, Т.А. Васильева, Л.А. Делаем новости! Теория журналистики. [Текст]: учебное пособие. / Л.А. Васильева – М.: Аспект Пресс, 2010. - 190 с.
11. Журбина Е.И. Теория и практика художественно-публицистических жанров. [Текст] / – М.: Айс, 2008.
12. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» 1991 (с последующими редакциями) [Текст].
13. Закон Российской Федерации «О рекламе» 1991 (с последующими редакциями) [Текст].
14. Зелинская Г.Е. Отделение журналистики на УПК // Школа и производство, 2000, №1.
15. Игры: обучения тренинга, досуг/ под ред. В.В. Петрусинского. К. 6,7. – М., 1995 г.
16. Кеворков В.В. Рекламный текст. [Текст] / В.В. Кеворков.– СПб.: Нева, 2009.
17. Кемарская И. Н. Телевизионный редактор. [Текст] / И.Н. Кемарская, - М.: Аспект Пресс, 2010. - 112 с.
18. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. [Текст] / - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. -128 с.
19. Кин Д. Средства массовой информации и демократия. [Текст] /Д. Кин. - СПб.: Открытая книга, 2010.

20. Крутова О.Н. Человек и мораль. [Текст] / О.Н. Крутова – М.: Умная книга, 2009.
21. Козлова С.В. Как работать над заметкой в газету // Начальная школа, 1999, №3.
22. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста, СПб., 2000 г.
23. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. [Текст] / Г.В. Кузнецов. – М.: МГУ, 2010.
24. Маленкова Л.И. Человековедение. [Текст] / Л.И. Маленкова - М.: Статус, 2009.
25. Минеева С.А. Полемика, диспут, дискуссия. М., 1990 г.
26. Правовое поле журналиста. [Текст] / - М: Столица, 2011.
27. Тодорова Т.П. Дом детской прессы: итоги и перспективы // Бюллетень программно – методических материалов для УДОД, 2001, №4.
28. Ропель К. Как научить детей сотрудничать.
29. Рухленко Н.П. Организация работы кружка юных корреспондентов //Практика административной работы в школе. [Текст] / №6.2010
30. Спирина Н.А. Журналистика в школе. 8-11 классы: программы, материалы к занятиям [Текст] /авт.-сост. Н.А. Спирина. Волгоград: Учитель, 2010.
31. Тарасенко Т.Е., Тарасенко С.Н. Школьные СМИ как фактор развития и воспитания школьников («Неугомонному перу 15 лет») [Текст]: Из опыта работы руководителей школьного медиацентра. Т.Е. Тарасенко, С.Н. Тарасенко. – Барнаул: «САМИ», 2013. - 56с.
32. Н.Н. Субботина "Детская газета в образовательном учреждении (из опыта работы) " – Ярославль, 1996

Список литературы для обучающихся:

1. Вагапова Д. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах. М., 2001 г.
2. Вельц Д.Я., Дорожкина Т.Н. Основы риторики. Уфа 1997 г.
3. Засорина Т., Федосова Н. Профессия журналист. Ростов н/Д., 1999 г.
4. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» 1991 (с последующими редакциями) [Текст].
5. Закон Российской Федерации «О рекламе» 1991 (с последующими редакциями) [Текст].
6. Земцова З.Г. Искать себя // Внешкольник, 2001, №7.
7. Мирошниченко М. Азбука журналистики. [Текст] /М. Мирошниченко. – М. Журфак, 2009.
8. Варустин Л. Тайна газетной строки. [Текст] / Л. Варустин. – М.: Юность, 2010
9. Работа современного репортёра, Под ред. проф. Я.Н. Засурского. [Текст] - М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, / 2010.

10.Система средств массовой информации России/под ред. проф. Я.Н. Засурского. [Текст] - М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008.

11.Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс. [Текст]: учеб. пособие для студентов. / М.Н. Ким / - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 340 с.

12.Кожина М.Н. Стилистика русского языка. - М., 1983

13.Литературная энциклопедия терминов и понятий/Гл.ред. и сост. А.Н. Николюкин.- М., 2001

14.Пичугов Ю.С. Родное слово. Учебное пособие для 8 – 9 классов общеобразовательных учебных заведений. М., 1995 г.

15.Поль Л. Сапер. Основы искусства речи. М., 1992 г.

16.Розенталь Д.Э. А как лучше сказать? – М., 1988

17.Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 1988

18.Сопер П.Л. Основы искусства речи. – М., 1992

19.Толчёнов О. Активизация творческой фантазии // Репертуарно – методическая библиотечка, я вхожу в мир искусств. 2002, №1.

Интернет-ресурсы:

1. http://its-journalist.ru/
2. http://youngjournal.v-teme.com/
3. http://ru·wikipedia.org.
4. http://filolingvia.com/publ/454-1-0-4260
5. http://www.pedlib.ru/Books/1/0474
6. http://luboznaiki.ru/opredelenie/zhurnalistika.html
7. http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm

СОВРЕМЕННЫЙ ГЛОССАРИЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

1.Автор – Author– лицо, создавшее произведение науки, литературы, искусства.

2.Авторский лист - Author's sheet -единица объема текста и изобразительного материала, равная 40 000 печатных знаков прозаического текста с пробелами между словами

3. Анонс –Announcement –предварительное оповещение о чем-либо.

4.Антрефиле – Tidbit - маленькая статья или заметка в газете, используемая для передачи информации о фирме, выставке, ярмарке и т.п. Обычно антрефиле не имеет заголовка и подписи.

5.Аргумет - Argument - утверждение или группа утверждений, приводимые в подтверждение (доказательство) другого утверждения.

6. Астротёрфинг – AstroTurf -формирование и поддержка искусственного общественного мнения.

7. Атрибуция - Attribution – установление первоисточника информации, авторства.

8. Аудитория- Audience - в медиаметрии этот термин подразумевает некое множество потенциальных потребителей медиапродукта, рассматриваемое в заданных границах.

9. Афиша – Poster – объявление о спектакле, концерте, лекции и т.п.

10. Бестселлер – Best-seller – ходовой товар.

11.Бликфанг -Blickfang–рекламный элемент, основной функцией которого является привлечение внимания.

12. Блокбастер – Blockbaster– кассовый фильм

13.Блог – Blog – веб-сайт, основное содержание которого - регулярно добавляемые человеком записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа.
14. Блогер (блоггер) – Blogger – человек, ведущий блог.

15.Браузер (веб-обозреватель) – Web browser- прикладное программное обеспечение для просмотра страниц, содержания документов, компьютерных файлов и их каталогов; управления приложениями и др.

16.Бренд - Brand – популярный товарный знак, который обрел известность благодаря удачным маркетинговым процедурам

17.Брифинг - Briefing – встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой коротко излагается позиция по определенному вопросу.

18.Веб-страница- Web page – документ или информационный ресурс Интернета, доступ к которому осуществляется с помощью веб-браузера.

19.Верификация– Verification - проверка информации на достоверность, правдивость источников.

20. Газета–Newspaper -разновидности СМИ, передающая новости в форме издания на бумаге.

21. Гарнитура- Font - комплект шрифтов, имеющий общие графические признаки.

22.Гонзо журналистика – Gonzo -направление в журналистике, представляющее собой глубоко субъективный стиль повествования, ведущегося от первого лица, в котором репортёр выступает в качестве непосредственного участника описываемых событий и использует свой личный опыт и эмоции для того, чтобы подчеркнуть основной смысл этих событий.

23. Дайджест — Digest - краткое изложение литературного произведения

24. Дед-лайн – Deadline- окончательный срок сдачи материалов перед их выходом в СМИ.

25.Дезинформация–disinformation -заведомо ложная информация, предоставляемая противнику или деловому партнёру для более эффективного ведения боевых действий, сотрудничества, проверки на утечку информации и направление её утечки, выявление потенциальных клиентов чёрного рынка.

26.Джингл – Jingle– короткая музыкальная фраза, анонсирующая или предваряющая радиопередачу, или разделяющая рубрики в радиопрограмме

27. Дизайн – Design -Художественное конструирование предметов быта, интерьеров, промышленных изделий и т. п.

28. Диффамация – Defamation - распространение через СМИ сведений, порочащих кого-либо

29. Жанр – Genre - исторически сложившаяся модификация отображения реальной действительности, обладающая набором повторяющихся сходных содержательно-формальных (жанровых) признаков

30.Журнал – Journal –периодическое печатное издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи по различным вопросам жизни, природы, науки, литературные произведения и т.д.

31.Журналистика – Journalism -Литературно-публицистическая деятельность в журналах, газетах.

32.Журналист – Journalist -Литературный работник, занимающийся журналистикой.

33.Заголовок– Headline - Заголовок - короткая фраза, функциональный смысл которой заключается в отделении материалов друг от друга на полосе издания. Выразительный элемент текста.

34.Издатель – Publisher - особый термин, обозначающий издателя СМИ - лицо, осуществляющее материально-техническое обеспечение производства (подготовку,

производство и выпуск) произведений печати или продукции средства массовой информации.

35.Издательство – Publishing house - предприятие, осуществляющие подготовку, производство и выпуск книжной и другой печатной продукции (документов).

36.Имидж – Image - создание образа товара, услуги, коммерческого или политического фигуранта.

37.Инсайдер– Insider - журналист, имеющий доступ к закрытой информации.

38. Интервью – Interview- жанр журналистики, предполагающий беседу журналиста и интервьюируемого лица.

39. Интерполяция – Interpolation - вставка в текст, отсутствовавшая в тексте авторского оригинала.

40. Информация – Information - сообщения, осведомляющие о положении дел, о состоянии чего-либо.

41. Кадроплан - Storyboarding – визуализация режиссерского замысла перед реализацией проекта: эскизы, зарисовки, фото, видеоматериалы и пр.

42. Канал–Channel -комплекс средств связи между источником и приемником информации – в телефонных, радиовещательных, телетрансляционных и др. коммуникациях

43. Кинематограф – Cinematograph -отрасль человеческой деятельности, заключающаяся в создании движущихся изображений.

44. Колорит – Coloring - система соотношений тонов, образующая определенное единство и являющаяся эстетическим претворением красочного многообразия действительности

45. Комментарий –Comment - как метод применяется во всех формах публикаций: в заметке – в виде цитируемых выражений чужого мнения или различных примечаний, в корреспонденции, статье, очерке, обзоре, рецензии – в формах авторской интерпретации предмета отображения, в виде заключительной мысли, вывода.

46. Коннотация – Connotation- эмоциональная, оценочная или стилистическая окраска языковой единицы.

47. Контекст – Context - фрагмент текста, включающий избранную для анализа единицу, необходимый и достаточный для определения значения этой единицы.

48. Контент – Content- содержание, медиафаилы для материала. Иногда означает содержание СМИ.

49. Контент-анализ - Content analysis - метод выявления и оценки специфических характеристик текстов путем регистрации определенных единиц содержания, а также систематического замера частоты и объема упоминаний этих единиц в отдельных фрагментах текста.

50. Контрафакция – Counterfeiting - подделка, нарушение авторского права путем воспроизведения и распространения чужого произведения

51. Копирайт – Copyright -знак, который используется при массовом тиражировании печатной, кино, видеопродукции, а также в дизайне.

52. Копирайтер – Copywriter - сотрудник рекламного агентства, в обязанности которого входит сочинение оригинальных рекламных текстов (слоганов).

53. Критика –Critic -обсуждение, разбор чего-либо с целью вынести оценку.

54. Лид – Lead - первый абзац статьи, расположенный под заголовком (хэдлайном) и выделенный шрифтовыми средствами или пробелом от основного текста.

55. Логотип – Logotype -визуальное (звуковое) выражение товарного знака, специально разработанное, оригинальное произведение. Базовый элемент фирменного стиля (графического комплекса).

56. Макрейкеры – Muckraker -журналисты и публицисты, обличающие коррупцию в структурах государственной власти.

57. Маркетинг –Marketing - работа с рынком ради осуществления обменов с целью удовлетворения человеческих нужд и потребностей.

58. Массовая коммуникация – Mass communication - процесс обмена информацией между группами людей посредством специальных средств.

59. Масс-медиа– Mass media - печатные и электронные средства массовой информации.

60. Медиапространство – Media space -это электронное окружение, в котором отдельные люди или их группы и другие сообщества могут действовать вместе в одно и то же время. В этом пространстве они могут создавать визуальную и звуковую среду, воздействующую на реальное пространство. В нём они могут, соответственно, производить и контролировать запись и воспроизведение изображения и звука, а также доступ к ним.

61. Медиаисследования – Media research - исследования различных характеристик средств массовой информации (СМИ) и размещаемой в них рекламы.

62. Медиаплан- Media Plan – документ, который включат в себя отбор носителей рекламы для доведения рекламного сообщения до целевых рынков, а так же содержит информацию о том, какие именно носители нужно закупать, сколько денег вкладывать в каждый из них, график размещения рекламы и способы публикации.

63. Медиапланирование- Media Planning- процедура составления оптимального плана размещения рекламы в СМИ на основе маркетинговых данных и медиаисследований.

64. Медиарынок – Media market - район охвата аудитории средствами массовой информации, принадлежащей той или иной компании.

65. Менеджмент - Management - совокупность методов и форм управления.

66. Ментальностъ - Mentality- совокупность этнокультурных, общественных навыков и духовных установок, стереотипов.

67. Мониторинг – Monitoring -процесс отслеживания, анализа и оценки размещения рекламы в СМИ.

68. Мультимедиа –Multimedia -современные цифровые технологии, дающие возможность совмещать достижения аудиовизуальной техники (тексты, звуки, видеоизображения, графика и т. п.) и обеспечивающие интерактивное взаимодействие пользователя с компьютером.

69. Новость – News – оперативная информация.

70. Обратная связь – Feedback - сбор мнений, отзывов от посетителей сайта.

71. Паблисити - Publicity- создание информационных поводов с целью увеличения известности и популярности в коммерческой, политической сфере.

72. Периодическое издание – Periodical -сериальное издание, выходящее через определенные промежутки времени, постоянным для каждого года числом номеров (выпусков).

73. Пилотный номер– Pilot issue- пробный выпуск печатного, телевизионного кинопродукта с целью привлечения инвесторов, рекламодателей, изучения реакции аудитории.

74. Полилог – Polylog - разговор между несколькими лицами, термин является дополнением к понятию диалог, частично совпадая с ним.

75. Полоса – Page - страница печатного издания.

76. Прайм-тайм - Prime time- время наибольшего охвата аудитории телеканалом или радиостанцией.

77. Пресс-Клипинг – Press clipping -отслеживание и анализ выходящей в СМИ информации.

78. Пресс-релиз – Press release - специальные бюллетени о фирме или товаре (услуге), основная цель которых - создание информационных поводов для СМИ.

79. Продюсер – Producer– доверенное (или независимое) лицо кинокомпании, осуществляющее художественный и организационно-финансовый контроль за постановкой фильма.

80. Псевдоним – Pseudonym– условное имя автора или артиста, представителя любой творческой профессии, которое заменяет его настоящее имя и фамилию (либо и то и другое).

81. Публицистика – Publicism - жанровая характеристика литературного или журналистского произведения, спецификой которого является реагирование на актуальные общественно значимые процессы и проблемы путем их документального

отображения, идейно-политического осмысления и эмоционально-художественной оценки.

82. Редакционная статья – Editorial -статья, отражающая точку зрения редакции данного издания.

83. Режиссер – Director -творческий работник зрелищных видов искусства: театра, кинематографа, телевидения, цирка, эстрады.

84. Рейтинг – Rating- попытка экспертов упорядочить исследуемое явление по какому-либо признаку. Для каждого рейтинга должен быть четко прописан критерий рейтингования.

85. Репортаж– Reportage - материал с места событий. Характеризуется оперативностью и объективностью.

86. Репутация – Reputation - общественная оценка, одна из основных имиджевых характеристик, основанная на создании мнения о достоинствах или недостатках чего или кого-либо.

87. Респондент – Respondent - лицо, отвечающее на вопросы при социологических и иных опросах, применительно к журналистской практике может быть синонимично в тех случаях, например, когда журналисты проводят опрос значительного числа людей, выявляя общественное мнение по тем или иным вопросам.

88. Рецензия – Review - жанр, основу которого составляет отзыв (прежде всего – критический) о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики.

89. Сайт (веб-сайт) – Website- одна или несколько логически связанных между собой веб-страниц.

90. Слоган – slogan - рекламный девиз в виде эмоционально заряженной фразы, используемый как элемент корпоративной идентификации

91. Стереотип – Stereotype -термин, обозначающий стойкие эмоционально окрашенные представления об окружающей человека действительности, с оттенком упрощения. Часто сырьем для создания стереотипов являются различные предубеждения.

92. Стрингер - Stringer очевидец событий, приславший новость в редакцию СМИ.

93. Суррогат-спикер - Surrogate speaker- человек пользующийся определенным авторитетом на информационном рынке, которого привлекают для обсуждения актуальных проблем вместо первых лиц.

94. Таблоиды – Tabloids - рекл

95. Тезаурус – Thesaurus - словарь, в котором слова структурированы по предметно-тематическому принципу.

96. Тираж – Circulation - количество экземпляров печатного издания одного названия.

97. Ток-шоу – Talk show - жанр радио- и телепередач, в основе которого динамичный диалог со зрителями или слушателями в прямом эфире.
98. Усредненное количество читателей–Average Issue Readership -термин используется при подсчете среднего количества читателей одного номера издания, в абсолютном значении (тыс. чел.) или в процентах от населения для планирования рекламной кампании.

99. Факт -Fact -Действительное, вполне реальное событие, явление; то, что действительно произошло.
100. Хедлайнер- Jet Lag – специалист по заголовкам, наиболее привлекающий внимание.