

ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»  
Ключевой центр развития детей  
«Дом научной коллаборации имени В.А. Витязевой»  
(ДНК им. В.А. Витязевой))

СОГЛАСОВАНО  
Проректор по учебной работе  
О.Н. Кушнир О.Н. Кушнир  
«1» апреля 2019 г.



УТВЕРЖДЕНО  
И.о. ректора  
О.А. Сотникова О.А. Сотникова  
«1» апреля 2019 г.  
М.П.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА –  
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
«Медиаобразование в XXI веке: СМИ по-взрослому»**

Направленность программы – социально-педагогическая  
для учащихся 16 – 17 лет, 1 год обучения

Форма реализации – сетевая

Составители: к.филол.н., доцент Пыстина О.В.

к.филол.н., доцент Рыжова Е.А.

к.и.н., доцент Лейман И.И.

г. Сыктывкар

2019

## **1. Пояснительная записка**

Дополнительная общеразвивающая программа является нормативным документом, содержащим максимально полную информацию о предлагаемом дополнительном образовании по определенному виду деятельности, имеющим конкретные образовательные цели и диагностируемые образовательные результаты.

Перечень документов, на основе которых разработана дополнительная общеобразовательная программа – дополнительная общеразвивающая программа:

- Конституция РФ;
- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Конвенция о правах ребенка;
- СанПиН 2.4.4.3172-14;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Распоряжение Правительства РФ от 04.09.2014 № 1726-р «Об утверждении концепции развития дополнительного образования детей»;
- Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 № 996-р «Об утверждении стратегии развития воспитания на период до 2025 года»;
- «Примерные требования к программам дополнительного образования детей», предложенные в приложении к письму Департамента молодежной политики, воспитания и социальной поддержки детей Минобрнауки России от 11.12.2006 № 06-1844 и требованиями, содержащимися в письмах МО и ВШ РК от 12.08.2003 № 07-18/94, от 11.01.2007 № 07-18/2 на основании типовых (примерных) программ»;
- «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам», утвержденным приказом ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина» от 05.02.2016 №92/01-14;

### **1. Цель и задачи программы**

**Цель дополнительной общеразвивающей программы** – повышение уровня медиакомпетентности обучающихся и воспитание у школьников культуры поиска, полноценного восприятия, интерпретации и оценки массовой информации; формирование у обучающихся коммуникативных навыков в сфере функционирования СМИ для привлечения к журналистской деятельности, а также вовлечение школьников в процесс создания качественного контента и грамотного его распространения среди целевых групп.

### **Задачи дополнительной общеразвивающей программы:**

#### **Личностные:**

1. Сформировать активную гражданскую позицию обучающихся.
2. Повысить общий культурный уровень общения и поведения в медиасфере и в сети Интернет.

#### **Метапредметные:**

1. Познакомить обучающихся с базовыми представлениями о массмедиа, СМИ и рекламе.

#### **Предметные:**

1. Обучить с использованием мультимедийных приемов профессиональным методам создания и редактирования журналистских, рекламных и PR-текстов при помощи современной медиатехники и медиатехнологий.
2. Организовать и/или поддержать школьные СМИ с привлечением представителей средств массовой информации.
3. Ознакомить с современными технологиями создания и продвижения контента в социальных медиа.

## **2. Направленность программы – социально-педагогическая.**

### **3. Новизна**

Программа предполагает создание на базе СГУ им. Питирима Сорокина новой интерактивной и мультимедийной площадки по медиаобразованию школьников Республики Коми, позволяющей учащимся ориентироваться в информационных потоках и определяться в профессиональном плане. При проведении занятий предполагается использовать такие современные педагогические и мультимедийные технологии, как тренинги, деловые и интерактивные игры, мастер-классы, видеоигры, квесты, кейс-стади, экскурсии в редакции СМИ, вирусные видео, онлайн-трансляции, видеосоветы, лайфхаки, слайд-шоу, таймлинии и др. Под руководством практикующих журналистов и специалистов в сфере массмедиа учащиеся смогут создавать собственные газеты, сайты, блоги, новостные программы и др., таким образом развивая свой творческий потенциал и приобретая навыки, необходимые для овладения коммуникативно ориентированными профессиями.

### **4. Актуальность программы**

По оценкам российских экспертов в области журналистики, современное состояние отечественных массмедиа, в том числе и региональных, можно охарактеризовать как ситуацию «информационного хаоса», чему способствует обнародование необъективных сведений, публикация большого количества непроверенной информации и т.д. Наиболее подвержены неблагоприятному воздействию некачественной продукции массмедиа школьники, у которых только начинает формироваться личностная система ценностей и отношений.

### **5. Педагогическая целесообразность**

Необходимость сформировать у молодежи региона культуру восприятия медийных текстов и защитить ее от манипулятивного воздействия СМИ, а также реализовать эффективные механизмы вовлечения профессионально ориентированной, медиаграмотной молодежи в деятельность региональных СМИ, имеющих невысокое качество медийной продукции и значительно отстающих в плане использования мультимедийных технологий, делает медиаобразование актуальным.

### **6. Практическая значимость программы:**

В результате усвоения данной образовательной программы обучающиеся смогут заниматься изданием качественных СМИ в образовательных учреждениях, а также создавать и на высоком уровне вести персональные аккаунты и группы образовательных учреждений в популярных социальных сетях. Кроме того, обучающиеся, которые заинтересованы в получении коммуникативно ориентированных профессий, смогут продолжить обучение в вузе по направлениям подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и 42.03.02 «Журналистика».

### **Характеристика программы**

Тип программы

- По целевой направленности – образовательно-досуговая
- По форме составления – авторская
- По продолжительности – долгосрочная
- Уровневая дифференциация программы – стартовая

Вид – дополнительная общеобразовательная программа.

Адресат программы – учащиеся 10-11 классов общеобразовательных учреждений.

Объем и срок освоения программы – 72 часа, 1 год.

Формы обучения – очная, очная с использованием ДОТ.

Режим занятий в соответствии с санитарно-эпидемиологическими требованиями к образовательной организации дополнительного образования.

### **Ожидаемый (прогнозируемый) результат освоения программы**

Реализация программы «Медиаобразование в XXI веке: СМИ по-взрослому» предполагает следующие результаты:

- улучшение информационной культуры и повышение уровня медиаграмотности обучающихся.
- Выявление талантливой в медиасфере молодежи и вовлечение ее в деятельность СМИ.
- Формирование у обучающихся установок в области корректного использования социальных медиа как в бытовом, так и в образовательном и профессиональном плане.
- Выпуск информационных сюжетов, подготовленных участниками Школы тележурналистики.
- Создание и ведение персональных аккаунтов или аккаунтов образовательных учреждений на подходящих онлайн-площадках; продвижение данных площадок в сети Интернет.
- Увеличение числа абитуриентов, поступающих в СГУ им. Питирима Сорокина на направления подготовки «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью».

а) Обучающийся в процессе занятий по программе должен **знать** профессиональные методы создания и редактирования журналистских, рекламных и PR-текстов при помощи современной медиатехники и медиатехнологий и **уметь** создавать собственные газеты, сайты, блоги, новостные программы и др. с использованием современных мультимедийных технологий, таким образом развивая свой творческий потенциал и приобретая навыки, необходимые для овладения коммуникативно ориентированными профессиями.

б) Обучающийся по итогам освоения программы получает следующие результаты:

Личностные: навыки творческого подхода к решению любых задач и стремление к работе на результат.

Метапредметные: умение работать индивидуально и в группе, а также осуществлять практическую деятельность с использованием различных источников информации.

Предметные: навыки работы в области журналистской, рекламной и PR-деятельности.

## **2. Условия реализации программы**

К материально-техническому обеспечению проекта относится оборудование Учебного центра практической теле- и радиожурналистики в 505 аудитории (учебный корпус № 4 СГУ им. Питирима Сорокина): 3 видеокамеры, 2 монтажные линии для обработки видео, 6 радио- и шнуровых микрофонов, 2 штатива, 2 накамерных света, звукозаписывающий комплекс; программное обеспечение Sony Vegas Pro, Adobe Premier Pro, Sony Sound Forge и др.; компьютерный класс в 507 (учебный корпус № 4 СГУ им. Питирима Сорокина) аудитории с доступом к сети Интернет (на компьютерах установлена программа Sony Sound Forge), с оборудованием для презентаций (мультимедиа-проектор, ноутбук).

**3. Учебно-тематический план**  
(по годам обучения)

№ п/п	Раздел	Количество часов			Формы аттестации/ контроля
		Всего	Теория	Практика	
<b>I.</b>	<b>Раздел «Журналистика в XXI веке»</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	творческая работа (написание новости, создание рекламного текста)
I.1.	Тема: «Откуда берутся новости и как их правильно писать»	2	1	1	
I.2.	Тема: «Где журналист находит материал для публикации?»	2	1	1	
I.3.	Тема: «Как построить медиатекст, чтобы привлечь внимание»	2	1	1	
I.4.	Тема: «СМИ в Интернете: зачем и как рассказывать мультимедийные истории»	2	1	1	
I.5.	Тема: «Фейковые новости: как проверить правдивость полученной информации»	2	1	1	
I.6.	Тема: «Журналист в социальных сетях»	2	1	1	
I.7.	Тема: «Блоги как новые медиа»	2	1	1	
I.8.	Тема: «Профессиональная этика журналиста»	2	1	1	
I.9.	Тема: «Редактирование текстов СМИ»	2	1	1	
I.10.	Тема: «Как написать эффективный рекламный текст»	2	1	1	
<b>II.</b>	<b>Раздел «Кинематограф как аудиовизуальное СМИ»</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	творческая работа (написание рецензий)
II.1.	Тема: «История кино от рождения до наших дней»	2	1	1	
II.2.	Тема: «Великий немой»: как кино обрело свой язык»	2	1	1	
II.3.	Тема: «Мировое кино 20-х гг. XX в. Время авангардных экспериментов»	2	1	1	
II.4.	Тема: «30-е гг. XX в. В кино приходит звук.»	2	1	1	

	Киноискусство тоталитаризма»				
II.5.	Тема: «Развитие кино в 40-е гг. XX в. Нуар и неореализм – два взгляда на действительность»	2	1	1	
II.6.	Тема: «1950-70-е гг. «Новая волна» - от Франции до Голливуда»	2	1	1	
II.7.	Тема: «Постмодернизм в кино – фильмы тотальной иронии»	2	1	1	
II.8.	Тема: «Кино начала третьего тысячелетия: тенденции развития»	2	1	1	
<b>III.</b>	<b>Раздел «Школа тележурналистики»</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	творческая работа (выпуск информационных сюжетов)
III.1.	Тема: «Терминология и понятия телевизионной журналистики»	1	1	-	
III.2.	Тема: «Поиск информационных поводов для материала»	1	-	1	
III.3.	Тема: «Элементы и структура новостного репортажа»	1	-	1	
III.4.	Тема: «Стилистика телевизионного текста»	2	1	1	
III.5.	Тема: «Составление текстов новостного репортажа»	2	1	1	
III.6.	Тема: «Особенности и виды стендапов»	2	1	1	
III.7.	Тема: «Особенности текста прямого включения»	2	1	1	
III.8.	Тема: «Операторская работа на телевидении»	2	1	1	
III.9.	Тема: «Правила монтажа видеоряда»	2	1	1	
III.10.	Тема: «Съемки интервью, типы интервью»	2	1	1	
III.11.	Тема: «Работа ведущего в кадре»	1	1	-	
<b>IV.</b>	<b>Раздел «SMM-щик: профессия XXI века»</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	творческая работа
IV.1.	Тема: «Популярные социальные сети в России и в мире»	3	1	2	
IV.2.	Тема: «Что такое SMM и как этим зарабатывать»	3	1	2	

IV.3.	Тема: «Современная реклама: как не купиться и не купить то, что вам не нужно»	3	1	2
IV.4.	Тема: «Вирусное видео: что это такое и зачем оно нужно»	3	1	2
IV.5.	Тема: «Мультимедийная презентация: правила создания»	3	1	2
IV.6.	Тема: «Как стать известным блогером (Instagram, Youtube и др.)»	3	1	2
	<b>Всего</b>	<b>72</b>	<b>33</b>	<b>39</b>

#### 4. Содержание изучаемого курса

##### Раздел I. «Журналистика в XXI веке»

**Теория (10 часов).** Раздел предполагает изучение основ журналистской деятельности и включает следующие темы:

**Тема № 1.** Откуда берутся новости.

Определение понятия новости, совместная выработка критериев (общественная значимость, близость аудитории, участие знаменитостей, наличие конфликта). Источники новости (личные наблюдения, другие СМИ, социальные сети, аудитория, журналистский эксперимент).

**Тема № 2.** Где журналист находит материал для публикации?

Методы сбора информации. Правила интервьюирования.

**Тема № 3.** Как построить медиатекст, чтобы привлечь внимание.

Заголовки и лиды: как они привлекают читателей. Понятия лида, заголовка, ядра, детали, бэкграунда, вреза, «выход в будущее». Написание новостной заметки. Ее составляющие и композиция. Роль заголовка в привлечении внимания. Деловая игра по написанию заголовков.

**Тема № 4.** СМИ в Интернете: зачем и как рассказывать мультимедийные истории.

Мультимедийные технологии в СМИ. Иллюстрирование новости. Фотография: основные правила репортерской фотосъемки. Инфографика, таймлайн, интерактивная иллюстрация, карта, аудиослайдшоу, видео и др.

**Тема № 5.** Фейковые новости: как проверить правдивость полученной информации.

Правило трех независимых друг от друга источников. Различие факта и мнения. Соцсети как источник проверки. Фактчекинг.

**Тема № 6.** Журналист в социальных сетях.

Особенности социальных медиа как источника информации. Полилог. Формы подачи информации в различных соцсетях. Визуализация как основной принцип.

**Тема № 7.** Блоги как новые медиа.

История блогерства и видеоблогинга. Известные блогеры.

**Тема № 8.** Профессиональная этика журналиста.

Этические проблемы журналистской практики в России. Вербальная агрессия в СМИ. Документы, регламентирующие нормы профессиональной этики журналистов.

**Тема № 9.** Редактирование текстов СМИ.

Виды редакторского чтения и редакторской правки. Типичные логические, фактические и речевые ошибки в медиатекстах.

**Тема № 10.** Как написать эффективный рекламный текст.

Композиция рекламного текста: заголовок, ОРТ, эхо-фраза, слоган. Концепция позиционирования: уникальное торговое предложение. Принципы и приемы создания эффективного рекламного текста. Жанры рекламного сообщения

**Практика (10 часов).** Целью занятий является знакомство с современной практикой сбора, обработки, иллюстрирования, редактирования и распространения журналистской и рекламной информации. Материал изучается с помощью тренингов, деловых игр, методов мозгового штурма, коллективного обсуждения, решения кейсов и др.

## **Раздел II. «Кинематограф как аудиовизуальное СМИ»**

**Теория (8 часов).** Программа призвана продемонстрировать закономерности развития кино как вида аудиовизуального СМИ, составляющего элемент единой художественной картины мира. Предлагается обзор наиболее значимых явлений в истории мирового кино, ознакомление с историко-культурологическим контекстом становления этого вида искусства, рассмотрение взаимовлияний кино и других видов искусства на протяжении всей истории развития кино (театр, литература, пластическое искусство, музыка). Каждая шоу-лекция сопровождается просмотром и анализом эпизодов из кинофильмов, составивших вехи развития языка кино и отмеченных ярко выраженным жанровым своеобразием.

**Тема № 1.** История кино от рождения до наших дней.

Кино на стыке достижений науки, техники и синтеза искусств. Рождение кино в 1895 г. как закономерный итог развития техники (от фотографии с 1839 г.) и одновременно как синтез разных искусств (живописи, архитектуры, литературы, музыки, театра). Исторические предпосылки – наскальные рисунки, рисунки в Древнем Египте (в гробницах фараонов, иконопись, живопись импрессионистов) – стремление человечества запечатлеть «движение жизни».

**Тема № 2.** «Великий немой»: как кино обрело свой язык.

Кинематограф бр. Люмьер. Опыты Ж. Мельеса. Рождение кино в России. Развитие кино в этих двух направлениях: как искусства и как технического достижения. Споры о том, чего в кино больше – искусства или производства. Формирование специфического языка кино. Творчество Д.У. Гриффита. Немое кино как язык общемирового общения. Комедии Ч. Чаплина, Б. Китона и Г. Ллойда: развитие литературной традиции («маленький человек»). Многослойность повествования. Роль режиссера в создании фильма. Формирование кинопрофессий и кинематографических школ.

**Тема № 3.** Мировое кино 20-х гг. XX в. Время авангардных экспериментов.

Многообразие жанров в мировом кино (драма, мелодрама, комедия, вестерн и т.д.). Развитие выразительных возможностей киноязыка. Творчество Д. Вертова («Человек с киноаппаратом»). Кино немецкого экспрессионизма (Р. Вине, Ф. Ланг). Кино сюрреализма (С. Дали, Л. Буньюэль – «Андалузский пес»).

**Тема № 4.** 30-е гг. XX в. В кино приходит звук. Киноискусство тоталитаризма.

Развитие кино как массового искусства. Развитие киножанров на основе использования музыки. Голливуд и его роль в становлении жанра мюзикла. Г. Александров. «Веселые ребята». Работа композитора в кино. С. Эйзенштейн и С. Прокофьев («Александр Невский»). Музыка закадровая и внутрикадровая. Особенности кино тоталитаризма. Л. Рифеншталь «Олимпиада», «Триумф воли».

**Тема № 5.** Развитие кино в 40-е гг. XX в. Нуар и неореализм – два взгляда на действительность.

Новые открытия в мировом кино. О. Уэллс «Гражданин Кейн» и его влияние на жанр нуара. Итальянский неореализм. Творчество Р. Росселини, Ф. Феллини, Л. Висконти и др. Послевоенное кино в СССР. М. Калатозов («Летят журавли»), Г. Чухрай («Баллада о солдате»), А. Тарковский («Солярис»), Г. Данелия («Шагаю по Москве»), М. Хуциев («Ленинская завстава»).

**Тема № 6.** 1950-70-е гг. «Новая волна» – от Франции до Голливуда.



Общая характеристика кино Италии (Б. Бертолуччи, Л. Висконти, Ф. Феллини).  
Общая характеристика кино Франции (Новая волна). Общая характеристика кино США  
(Д. Хоппер, С. Кубрик и др.). Общая характеристика кино Германии (В. Вендерс, В.  
Херцог).

**Тема № 7.** Постмодернизм в кино – фильмы тотальной иронии.

Постмодернизм как идея (литература и живопись). Мир как текст, особенности  
образа автора. Фильмы П. Гринуэя, К. Тарантино.

**Тема № 8.** Кино последних десятилетий XX века. Влияние информационных  
технологий на изменение киноязыка.

Обзор наиболее заметных явлений в развитии искусства кино. Связь с освоением  
новых технических возможностей. Развитие анимационного кино (Р. Лалу, Х. Миядзаки).  
Кино Китая и Южной Кореи. Национальная самобытность и влияние американских  
традиций. В. Кар-вай, К. Ки-дук. Кино третьего тысячелетия. Тенденции развития.  
Активизация использования информационных технологий в кино. Использование  
мифологических и средневековых сюжетов в современном кино («Властелин колец»,  
«Гарри Поттер» и др.).

**Практика (8 часов).** Занятия проводятся в форме круглых столов с применением  
мультимедийных презентаций, показом фрагментов и отдельных кадров из фильмов.

### **Раздел III. «Школа тележурналистики»**

**Теория (9 часов).** Целью дисциплины является знакомство с феноменом  
«телевизионного текста» и формирование у обучающихся профессиональных навыков  
создания телевизионных текстов разных жанров. Предполагается рассмотреть следующие  
темы:

**Тема № 1.** Терминология и понятия телевизионной журналистики. Особенности  
телевизионного текста. Отличие телевизионного текста от газетного.

**Тема № 2.** Поиск информационных поводов для материала. Типы источников,  
эксклюзивные источники. Работа с источниками согласно законам.

**Тема № 3.** Элементы и структура новостного репортажа. Особенности текста  
новостного телерепортажа. Характеристика основных элементов новостного репортажа.  
Варианты структуры новостного репортажа.

**Тема № 4.** Стилистика телевизионного текста. Разбор стилистических приемов в  
журналистских текстах.

**Тема № 5.** Составление текстов новостного репортажа. Самостоятельное создание  
текстов новостного репортажа на заданную тему, обязательное включение в тексты всех  
основных элементов.

**Тема № 6.** Особенности и виды стендапов. Содержание стендапов, виды  
стендапов, их расположение в новостном репортаже, выбор места съемки, количество  
стендапов в одном материале. Создание текстов разных видов стендапов на заданную  
тему.

**Тема № 7.** Особенности текста прямого включения. Случаи, когда в новостном  
выпуске планируется прямое включение. Виды прямых включений, объем, особенности  
лексики, выбор места съемки. Создание текстов разных видов прямых включений на  
заданную тему.

**Тема № 8.** Операторская работа на телевидении. Работа с оператором на  
съемочной площадке. Взаимодействие корреспондента и оператора на съемках. Типы  
планов.

**Тема № 9.** Правила монтажа видеоряда. Взаимодействие аудио- (текста  
корреспондента) и видеоряда. Монтаж по крупности. Монтаж по движению.

**Тема № 10.** Съемки интервью, типы интервью. Интервью: жанр или метод поиска  
информации. Типы вопросов. Подготовка вопросов для интервью. Подготовка списка  
вопросов для интервью с гостем в студии.

**Тема № 11.** Работа ведущего в кадре. Стили новостных выпусков. Типы информационных программ. Работа ведущего с телесуфлером.

**Практика (9 часов).** Практические занятия призваны развить навыки создания телевизионных текстов с учетом основных его особенностей, а также навыки анализа удачных и неудачных образцов телевизионных текстов из региональных и федеральных СМИ. Планируется проводить групповое обсуждение текстов и приемов, составленных и использованных в ходе занятия и домашних заготовок. Кроме того, обучающиеся пишут собственные телевизионные тексты разных жанров (новостной репортаж, прямое включение, интервью, очерк и др.)

#### **Раздел IV. «SMM-щик: профессия XXI века»**

**Теория (6 часов).** Популярные социальные сети в России и в мире. Что такое SMM и как этим зарабатывать. Современная реклама: как не купиться и не купить то, что вам не нужно. Вирусное видео: что это такое и зачем оно нужно. Мультимедийная презентация: правила создания. Как стать известным блогером (Instagram, Youtube и др.).

**Практика (12 часов).** Правила безопасности в социальных сетях. Анализ популярных социальных сетей. Алгоритм продвижения контента в социальных сетях. Анализ современной рекламной практики (в том числе digital). Анализ современных практик создания и продвижения вирусного видео. Алгоритм создания вирусного видео. Создание мультимедийной презентации. Анализ популярных аккаунтов в Instagram и каналов на Youtube. Создание и продвижения популярного аккаунта: секреты и правила.

#### **5. Методическое обеспечение программы**

**методы обучения** – словесный, наглядный практический, объяснительно-иллюстративный, дискуссионный, проектный

**методы воспитания** – упражнение, мотивация

**формы организации образовательного процесса** – индивидуально-групповая

**формы организации учебного занятия** – встреча с интересными людьми, защита проектов, лекция, мастер-класс, «мозговой штурм», практическое занятие, презентация, творческая мастерская, экскурсия.

**педагогические технологии** – технология группового обучения, технология коллективного взаимообучения, технология модульного обучения, технология дистанционного обучения, технология проблемного обучения, технология проектной деятельности, технология игровой деятельности, коммуникативная технология обучения, технология коллективной творческой деятельности.

**алгоритм учебного занятия** – преподаватель дает вводный лекционный материал, далее учащиеся выполняют творческие задания на базе озвученного материала и представляют итоговые результаты в различных формах, предварительно озвученных преподавателем.

**дидактические материалы** – раздаточные материалы, инструкционные карты, задания, упражнения.

#### **6. Список литературы**

##### **Литература для педагога:**

##### **Раздел I. «Журналистика в XXI веке»**

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов / А. Амзин. М.: Аспект Пресс, 2012.
2. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002.
3. Ворошилов В.В. Журналистика. Курс лекций. СПб., 2004.
4. Дзялошинский И.М. Формы и методы работы журналиста с источником информации. М., 2001.
5. Копперуд Р., Нильсен Р. Как преподнести новости. М., 1998.

6. Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. М.: Юнити-Дана, 2012.
7. Ламбет Э.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии. М., 1998.
8. Лукина М. Технология интервью. М., 2003.
9. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2006.
10. Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики. М., 1994.
11. Основы журналистской деятельности: учебник для бакалавров / под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Издательство Юрайт, 2014.
12. Прохоров Е.Л. Введение в теорию журналистики. М., 2002.
13. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке. М., 1996.
14. Сборник программ преподавания дисциплин «Медиаобразование в школе». М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2009.
15. Система СМИ России. М., 2001.
16. СМИ постсоветской России. М., 2002.
17. Стилистика и литературное редактирование / Под ред. Проф. В.И. Максимова. М.: Гардарики, 2008.
18. Сметанина С.И. Литературное редактирование для журналистов и специалистов по связям с общественностью. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2003.
19. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательный-психологический подход. М., 1998.
20. Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. М., 2002.
21. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2002.
22. Шостак М. Журналист и его произведение. М., 1998.

## **Раздел II. «Кинематограф как аудиовизуальное СМИ»**

1. Делез Жиль. Кино. Ad Marginem, 2004.
2. Жанкола Ж.-П. Кино Франции, М. Прогресс, 1985.
3. Ивасак А. История японского кино. М.: Прогресс, 1966.
4. Карцева Е. Голливуд: контрасты 70-х. М.: Искусство, 1987.
5. Кино Италии. Неореализм, 1939-1961: Пер. с итал. М.: Искусство, 1989.
6. Кино США 90-х годов. Актеры: Новые звезды Голливуда. М.: Белый берег, 2000.
7. Комаров С. История зарубежного кино, том 1. М., «Искусство», 1965.
8. Колодяжная В., Трутко И. История зарубежного кино, т. 2. М., 1970
9. Лотман Ю.М. Диалог с экраном. Таллинн, 1994.
10. Садуль Жорж. Всеобщая история кино. М.: Искусство, 1958.

## **Раздел III. «Школа тележурналистики»**

1. Дмитриев Л.А. Искусство информации. Две части. М., 1996.
2. Зверева Н.В. Специфика профессиональной деятельности регионального журналиста. М., 2002.
3. Как делать телевидение: уч. пособие. М., 2000.
4. Цвик В.Л. Основы журналистского мастерства. М., 2004.
5. Соколов А.Г. Монтаж: телевидение, кино, видео. 2 часть / А.Г. Соколов. М., 2001.
6. Цвик В.Л. Мир новостей: новости мира. М., 2007.
7. Юкичев В.П. Новая концепция для местных масс-медиа. Новосибирск, 2010.
8. Материалы для изучения монтажных программ: <https://youtu.be/8qolgSMntHA>
9. <http://nix-studio-edition.ru/tutorials/sony-vegas.html>
10. Саморегулирование в СМИ. URL: [www.medialaw.ru/selfreg/index.htm](http://www.medialaw.ru/selfreg/index.htm)

#### **Раздел IV. «SMM-щик: профессия XXI века»**

1. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова; ред. Н. Нарциссова. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Альпина Паблишер, 2016. 401 с.; То же [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279818> (05.04.2019).
2. Катаев Ф.А. Интернет-инструментарий в работе пресс-службы ВУЗа: создание контента, продвижение, аналитика охвата аудитории: выпускная квалификационная работа магистра / Ф.А. Катаев; Пермский государственный национальный исследовательский университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики и массовых коммуникаций. Пермь: 2018. 73 с.; То же [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491742> (05.04.2019).
3. Олешко, В.Ф. Психология журналистики: учебное пособие / В.Ф. Олешко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. 478 с.; То же [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276355> (дата обращения 05.04.2019).
4. Организация работы с молодежью: учебное пособие / под ред. Е.П. Агапова, Л.С. Деточенко. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 738 с.; То же [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362866> (дата обращения 05.04.2019).
5. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров; ред. А. Черникова. Москва: Альпина Паблишер, 2016. 230 с.
6. Церебро Таргет // ВКонтакте URL: [https://vk.com/cerebro\\_vk](https://vk.com/cerebro_vk) (дата обращения 05.04.2019)

#### **Литература для учащихся:**

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 2003.
2. Бакшин В.В. Основы журналистики: учебное пособие / В.В. Бакшин. М.: Флинта, 2009.
3. Бобров А.А. Путь к профессионализму. Учебное пособие для курса «Основы творческой деятельности журналиста» / А.А. Бобров. М.: Директ-Медиа, 2014.
4. Борисова Е.Г. Стилистика и литературное редактирование: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е.Г. Борисова, Е.Ю. Геймбух. М.: Издательство Юрайт, 2016.
5. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов. Учебное пособие / А.В. Колесниченко. М.: Аспект-Пресс, 2016. 112 с.
6. Коновалова О.В. Основы журналистики. Учебное пособие по современной практической журналистике. М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005.
7. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М., 2004.
8. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для студентов вузов / Г.В. Лазутина. М.: Аспект Пресс, 2010.
9. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. М., 2005.
10. Лукина М. М. Технология интервью. М., 2008.
11. Свитич Л.Г. Профессия: журналист. М, 2003.
12. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики: учебное пособие / В.Т. Третьяков. М.: Директ-Медиа, 2013.
13. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В.Л. Цвик. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
14. Шостак М.И. Репортёр: профессионализм и этика. М., 2002.

15. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. 248 с.; То же [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883> (05.04.2019).

## 7. Календарный учебный график

№ п/п	Кол-во часов	Месяц	Число	Время проведения занятия	Форма занятия	Тема занятия	Место проведения	Форма контроля
1	20	Сентябрь-октябрь			Лекции, мастер-классы, тренинги, деловые и интерактивные игры, квесты, кейс-стади, экскурсии	Журналистика в XXI веке	507 ауд. (учебный корпус № 4 СГУ им. Питирима Сорокина, г. Сыктывкар, ул. Катаева, д. 9)	творческая работа (написание новости, создание рекламного текста)
2	16	Ноябрь-декабрь			Шоу-лекции, слайд-шоу, круглые столы	Кинематограф как аудиовизуальное СМИ	507 ауд. (учебный корпус № 4 СГУ им. Питирима Сорокина, г. Сыктывкар, ул. Катаева, д. 9)	творческая работа (написание рецензий)
3	18	Январь-февраль			Мастер-классы, тренинги	Школа тележурналистики	505 ауд. (учебный корпус № 4 СГУ им. Питирима Сорокина, г. Сыктывкар, ул. Катаева, д. 9)	творческая работа (выпуск информационных сюжетов)
4	18	Март-апрель			Мастер-классы, тренинги	SMM-щик: профессия XXI века	507 ауд. (учебный корпус № 4 СГУ им. Питирима Сорокина, г. Сыктывкар, ул. Катаева, д. 9)	творческая работа