

Учреждение образования  
«Минский государственный дворец детей и молодежи»

**А.Б.Богдан**  
**Е.В.Орешко**  
**Н.М.Григорьева**

# **СОЗДАНИЕ ШКОЛЬНОГО МЕДИАЦЕНТРА**

**Методические рекомендации**

Минск, 2025

## **Введение**

### ***Актуальность проекта «Школьный медиацентр»***

Современное информационное пространство динамично развивается и требует от подрастающего поколения не только умения находить и анализировать данные, но и способности создавать собственный качественный медиаконтент.

Городской проект «Школьный медиацентр» направлен на развитие медиаграмотности, коммуникативной культуры и творческих навыков обучающихся. Создание медиацентров в школах позволяет интегрировать медиатехнологии в образовательный процесс, повысить интерес к учебе и сформировать активную гражданскую позицию у школьников.

### ***Нормативно-правовые основания***

Реализация проекта «Школьный медиацентр» осуществляется на основании:

- Приказа Комитета по образованию Мингорисполкома от 03.09.2024 №348-ОС «О реализации городского проекта «Школьный медиацентр»;
- Типового положения о школьном медиацентре (утвержденного 03.09.2024 №348-ОС);
- Локальных нормативных актов учреждения образования (положения, приказы, планы работы), регламентирующих организацию и деятельность медиацентра.

### ***Роль медиаобразования в школе***

Медиаобразование способствует формированию критического мышления, развитию навыков работы с информацией, умению вести конструктивный диалог и сотрудничать в команде.

В рамках деятельности медиацентра учреждения образования учащиеся осваивают основы журналистики, фотографии, видеопроизводства, работы в социальных сетях, а также знакомятся с этическими и правовыми аспектами медиадетельности. Это не только расширяет кругозор, но и помогает в профессиональном самоопределении.

### ***Целевая аудитория пособия***

Данное методическое пособие адресовано:

- педагогам, планирующим или уже ведущим деятельность школьного медиацентра;
- администрации школ, организующей условия для работы медиацентра;
- районным и городским координаторам проекта;

- педагогам дополнительного образования, работающим в сфере медиа и коммуникаций.

Проект открывает перед школьниками уникальные возможности: они смогут попробовать себя в роли журналистов, фотографов, видеографов, SMM-специалистов и редакторов. Работая в медиапроектах, ученики научатся анализировать информацию, критически мыслить и создавать качественный медиаконтент.

«Школьный медиацентр» — это платформа для творческого самовыражения и важный шаг в развитии цифровых компетенций подрастающего поколения. В рамках проекта планируется проведение образовательных мероприятий, мастер-классов, встреч с экспертами медиаиндустрии, а также конкурсов и фестивалей.

Создание школьных медиацентров позволит школам активнее заявлять о своих достижениях, повышая их узнаваемость в образовательном и медийном пространстве.

## **1. Цель и задачи школьного медиацентра**

### ***Цель создания медиацентра***

Главная цель школьного медиацентра — формирование у обучающихся высокого уровня медиаграмотности и коммуникативной культуры, развитие творческих способностей и социальной активности, а также создание условий для их успешной самореализации в современном информационном пространстве.

### ***Задачи медиацентра учреждения образования***

Для достижения поставленной цели деятельность медиацентра направлена на решение следующих задач:

1. Создание единого информационного пространства школы, обеспечивающего оперативное и качественное информирование всех участников образовательного процесса.
2. Развитие информационной и коммуникативной культуры обучающихся, формирование навыков поиска, анализа и критической оценки информации.
3. Формирование умений общения и сотрудничества в рамках командных проектов и медийных инициатив.
4. Поддержка творческой самореализации учащихся через участие в создании медиапродуктов различных форматов.
5. Популяризация деятельности школы в медиaprостранстве, продвижение позитивного имиджа образовательного учреждения.

6. Освещение актуальных событий и новостей школьной жизни.
7. Внедрение современных медиатехнологий в образовательный и воспитательный процесс.
8. Содействие профориентации учащихся в сфере журналистики, медиапроизводства, дизайна, SMM и смежных областях.

## **2. Организационные аспекты**

### ***Этапы создания школьного медиацентра***

#### ***1. Анализ готовности учреждения***

- Определение материально-технических ресурсов (помещение, оборудование, программное обеспечение).
- Выявление кадрового потенциала (наличие педагогов с опытом медийной работы или готовых пройти обучение).
- Оценка интереса и уровня подготовки обучающихся.

#### ***2. Разработка и утверждение локального положения***

- Подготовка проекта положения на основе Типового положения.
- Определение целей, задач, структуры и направлений деятельности медиацентра.
- Утверждение документа директором школы.

#### ***3. Назначение руководителя медиацентра***

- Определение педагога дополнительного образования или учителя с медийной компетенцией.
- Закрепление должностных обязанностей в локальных актах.

#### ***4. Формирование команды участников***

- Проведение информационных встреч с учащимися и родителями.
- Организация набора участников через собеседование, анкетирование или творческий конкурс.

#### ***5. Оснащение и подготовка пространства***

- Организация рабочего места для участников (монтажная, студийная, фотозона).
- Закупка или модернизация оборудования и ПО.

#### ***6. Запуск деятельности***

- Проведение первых вводных занятий и пробных проектов.
- Интеграция медиацентра в школьную жизнь и включение в календарь мероприятий.

### ***Распределение обязанностей***

*Руководитель медиацентра* — отвечает за организацию работы, учебный процесс, координацию проектов, взаимодействие с администрацией и внешними партнёрами.

*Участники медиацентра* — создают медиаконтент, участвуют в съемках, монтаже, написании текстов, ведении соцсетей и других направлениях.

*Администрация школы* — обеспечивает условия для работы, финансирование и методическую поддержку.

*Координаторы проекта* (городской/районные) — оказывают консультационную помощь, организуют участие в конкурсах и мероприятиях.

### **3. Материально-техническое обеспечение**

Эффективная работа школьного медиацентра невозможна без соответствующей материально-технической базы. Подбор оборудования и программного обеспечения должен учитывать специфику направлений деятельности медиацентра и уровень подготовки участников.

#### ***Требования к помещению***

- Размер и планировка — достаточно места для установки рабочей техники, проведения съемок и монтажа, организации зоны для встреч и творческих обсуждений.
- Освещённость — наличие регулируемого освещения (естественного и искусственного), возможность установки студийного света.
- Акустика — минимизация посторонних шумов, при необходимости — звукоизоляция.
- Интернет-доступ — стабильное высокоскоростное подключение.

#### ***Перечень оборудования***

##### *Минимальный перечень оборудования*

1. Компьютер или ноутбук — с достаточной производительностью для работы с фото, видео и графикой.
2. Фотоаппарат или видеокамера — с функцией записи в формате Full HD или выше.
3. Смартфон с хорошей камерой — для оперативной съемки и репортажей.
4. Микрофоны — петличные, конденсаторные или направленные, в зависимости от задач.
5. Осветительное оборудование — софтбоксы, кольцевые лампы, LED-панели.
6. Штативы и стабилизаторы — для устойчивой съемки фото и видео.
7. Наушники — для работы со звуком при монтаже.

### *Расширенный перечень оборудования (по мере развития медиацентра)*

8. Видеомикшер и оборудование для прямых трансляций.
9. Фоновые конструкции и хромакей.
10. Портативные аудиорекордеры.
11. Профессиональные объективы и линзы.
12. Графический планшет для дизайна и анимации.

### ***Программное обеспечение***

Для монтажа видео: DaVinci Resolve, Adobe Premiere Pro, Movavi Video Editor (по выбору).

Для обработки фото: Adobe Photoshop, GIMP, Canva.

Для аудиомонтажа: Audacity, Adobe Audition.

Для графики и дизайна: CorelDRAW, Adobe Illustrator, Figma.

Для анимации: Blender, Synfig Studio, Adobe After Effects.

Для работы с текстом и вёрстки: Microsoft Office, Google Workspace, Scribus.

### *Организация рабочего пространства*

Зона съёмки — с фоном, светом и местом для установки камеры.

Монтажная зона — компьютер, удобное кресло, качественный монитор, акустическая система.

Творческая зона — место для обсуждений, мозговых штурмов, работы в группах.

## **4. Основные направления деятельности медиацентра**

Деятельность школьного медиацентра охватывает широкий спектр форматов и технологий. Выбор направлений зависит от ресурсов учреждения, интересов участников и поставленных целей.

### **1. Телевидение и интернет-вещание**

**Школьное телевидение** — регулярные видеонОВОСТИ, репортажи о событиях школы, интервью с учениками, учителями и гостями.

**Прямые трансляции** — освещение школьных мероприятий в режиме реального времени (концерты, соревнования, торжества).

**Видеоканалы в интернете** (YouTube, RuTube и др.) — публикация авторских программ, подкастов, образовательных видео.

### **2. Образовательное и учебное видео**

**Игровые и документальные ролики** — постановочные сюжеты и репортажи.

**Социальные видео** — ролики, поднимающие важные общественные и школьные темы.

**Анимация** — рисованная, компьютерная или натурная.

**Учебные видеоматериалы** — видеолекции, видеоуроки, записи мастер-классов, скринкасты, презентации педагогического опыта.

### 3. *Радио и подкастинг*

**Школьное радио** — ежедневные или еженедельные выпуски новостей, музыкальные паузы, тематические рубрики.

**Подкасты** — аудиопрограммы на актуальные темы для школьников и родителей, размещаемые в интернете.

### 4. *Фотодеятельность*

**Фоторепортажи** — документирование школьных мероприятий.

**Фотогазеты и коллажи** — визуальное оформление новостных стендов и электронных рассылок.

**Фотоквесты** — творческие задания для учеников.

**Фотоблоги** — публикация фотоисторий в соцсетях или на школьном сайте.

### 5. *Интернет-ресурсы (цифровые площадки)*

**Ведение школьного сайта** — обновление новостей, фото- и видеогалерей.

**Социальные сети** — создание и ведение официальных групп, сторителлинг.

**Мультимедийные лонгриды** — интеграция текста, фото, видео и инфографики в единый материал.

### 6. *Печатные издания*

**Газеты** — печатные или электронные, регулярные выпуски о школьной жизни.

**Журналы** — тематические издания (культурные, научно-популярные, творческие).

**Альманахи** — сборники лучших материалов за год.

### 7. *Школьная медиатека*

Архив фото, видео и аудиоматериалов.

Систематизация медиаконтента для использования в образовательных и воспитательных целях.

## 5. Образовательная и методическая работа

Образовательная и методическая деятельность медиацентра направлена на развитие у участников технических навыков и творческих компетенций, необходимых для создания качественного медиаконтента.

### ***Программа обучения участников***

Программа может быть реализована в рамках дополнительного образования детей и молодежи или в форме внеурочной деятельности. Она включает:

**Основы медиаобразования** — понятия медиаграмотности, виды медиаконтента, медиасреда.

**Журналистика и медиатекст** — структура новости, правила написания статей, интервью, репортажей.

**Фото- и видеосъемка** — основы композиции, работа с камерой, технические приемы съемки.

**Монтаж и постобработка** — базовые навыки работы с фото-, аудио- и видеоредакторами.

**Работа со звуком** — запись, обработка, музыкальное оформление.

**Дизайн и верстка** — создание графических материалов, макетов печатных и электронных изданий.

**Социальные сети и SMM** — особенности публикаций, продвижение контента, этика онлайн-общения.

### ***Формы занятий***

**Мастер-классы** — обучение конкретным навыкам (съемка, монтаж, интервью).

**Тренинги** — развитие командного взаимодействия, коммуникации, креативности.

**Практические задания** — подготовка материалов для школьных новостей, сайта, соцсетей.

**Проектная деятельность** — создание тематических медиа-проектов.

**Участие в конкурсах** — мотивация к повышению качества работы.

### ***Методические приемы и технологии***

**Проектный метод** — планирование, реализация и защита творческого проекта.

**Метод «Равный обучает равного»** — старшие участники обучают новичков.

**Кейс-метод** — разбор реальных медийных ситуаций и поиск решений.

**Контент-анализ** — анализ материалов СМИ с точки зрения содержания, формы и этики.

**Рефлексия** — обсуждение проделанной работы и поиск путей улучшения.

### ***Работа с возрастными группами***

**Младшие школьники** — игровые формы, знакомство с медиа, участие в простых проектах.

**Среднее звено** — обучение техническим и творческим навыкам, первые самостоятельные материалы.

**Старшеклассники** — углубленная работа, сложные проекты, наставничество над младшими участниками.

## **6. Взаимодействие и координация**

Эффективная работа школьного медиацентра требует слаженного взаимодействия между всеми участниками образовательного процесса, а также активного сотрудничества с внешними организациями и партнерами.

### ***Внутренняя координация***

*Координатор медиацентра* (педагог или сотрудник учреждения образования) отвечает за общее руководство, планирование и контроль деятельности.

*Редакционная группа* — формирует контент-план, распределяет задачи между участниками, следит за качеством материалов.

*Творческие секции* (видео, фото, радио, печатные издания, SMM) работают по своим направлениям, взаимодействуя между собой.

*Обратная связь с администрацией школы* — согласование планов, информирование о результатах работы, учет актуальных событий.

### ***Взаимодействие с другими школьными структурами***

*Школьное самоуправление* — генерация идей для проектов, совместная организация мероприятий.

*Культурно-массовый сектор* — информационное сопровождение школьных праздников, концертов, конкурсов.

*Методические объединения* — совместная подготовка образовательных видеоматериалов, онлайн-курсов, публикаций.

### ***Сотрудничество с внешними организациями***

*Учреждения дополнительного образования детей и молодежи* — методическая поддержка, проведение мастер-классов.

*Местные СМИ* — публикация лучших работ учащихся, обмен опытом.

*Вузы и профильные колледжи* — профориентационные встречи, стажировки для старшеклассников.

*Общественные организации и волонтерские объединения* — участие в социальных медиакампаниях.

### ***Участие в городских и республиканских проектах***

*Городской проект «Школьный медиацентр»* — обмен опытом с коллегами, участие в конкурсах и фестивалях.

*Медиафорумы, медиапроекты, конкурсы и конференции* — презентация собственных проектов, установление профессиональных контактов.

## **7. Документооборот и отчетность**

*План работы медиацентра* — составляется на учебный год с разбивкой по кварталам или полугодиям.

*Журнал учета деятельности* — фиксируются мероприятия, материалы и участники.

*Отчеты о деятельности* — предоставляются координатору проекта и администрации школы.

## **8. Оценка эффективности работы медиацентра**

Системная оценка деятельности медиацентра позволяет определить степень достижения целей, выявить сильные стороны и наметить пути для дальнейшего развития.

### ***Цели оценки***

- Определить результативность реализации программы медиацентра.
- Выявить динамику развития медиаграмотности и творческих навыков участников.
- Оценить вклад медиацентра в формирование позитивного имиджа школы.
- Определить потребности в ресурсах, обучении и методической поддержке.

### ***Критерии эффективности***

#### *Качественные показатели:*

- Уровень медиаграмотности и творческих компетенций участников.
- Оригинальность и профессиональный уровень медиапродуктов.
- Степень вовлеченности обучающихся и педагогов в проекты.

#### *Количественные показатели:*

- Количество реализованных медиапроектов за учебный год.
- Число участников медиацентра по возрастным группам.
- Объем и регулярность выпуска контента (новости, фото, видео, подкасты и др.).

- Участие в конкурсах, фестивалях, городских мероприятиях.

*Имиджевые показатели:*

- Упоминания о школе в внешних СМИ и социальных сетях.
- Позитивная обратная связь от родителей, партнеров и внешних организаций.

**Формы мониторинга**

*Анализ медиапродуктов* — экспертная оценка качества материалов.

*Анкетирование и опросы* — сбор мнений участников, педагогов, родителей.

*Наблюдение* — фиксирование активности и вовлеченности школьников.

*Портфолио медиацентра* — подборка лучших работ за период.

*Сравнительный анализ* — сопоставление показателей по годам.

**Итоговая отчетность**

*Годовой отчет* — отражает количественные и качественные результаты работы.

*Презентация достижений* — демонстрация лучших медиапродуктов на школьных и городских мероприятиях.

*План развития на следующий учебный год* — учитывает результаты оценки и рекомендации.

МИНСКИЙ ГОРОДСКОЙ  
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ КОМИТЕТ  
**КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ**

ПРИКАЗ

01.09.2024 № 328-ОС

г. Минск

О реализации городского  
проекта «Школьный медиацентр»

В целях создания условий для развития коммуникативной культуры учащихся, реализации их познавательных и творческих интересов, формирования умений ориентироваться в информационном пространстве ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Обеспечить реализацию с 2024/2025 учебного года городского информационно-образовательного проекта «Школьный медиацентр» (далее – Проект).

2. Определить координатором проекта учреждение образования «Минский государственный дворец детей и молодежи» (далее – МГДДиМ) (Великая Н.М.); координаторами в районах г. Минска – учреждения дополнительного образования детей и молодежи.

3. Установить:

3.1. Проведение образовательных и методических мероприятий координаторами Проекта – по необходимости, но не реже 1 раза в 6 месяцев.

3.2. Проведение городских творческих мероприятий – не реже 1 раза в рамках учебной четверти и в летний период.

4. Утвердить прилагаемые:

4.1. Типовое положение о школьном медиацентре;

4.2. Перечень городских творческих медиапроектов на 2024/2025 учебный год.

5. Учреждению образования «Минский государственный дворец детей и молодежи» (Великая Н.М.):

5.1. Разработать, утвердить и представить в комитет до 16.09.2024:  
– график проведения образовательных и методических мероприятий координаторами Проекта;

– положения о проведении городских творческих медиапроектов.

5.2. Обеспечить общую координацию и организационно-методическое сопровождение проекта.

6. Начальникам управлений по образованию администраций районов г. Минска:

6.1. Определить координаторов Проекта в учреждениях дополнительного образования детей и молодежи и представить информацию о них в МГДДиМ до 16.09.2024.

6.2. Обеспечить реализацию Проекта в учреждениях образования.

Контроль за исполнением приказа возложить на первого заместителя председателя комитета Борисенко Л.М.

Председатель:

М.А.Ильина

УТВЕРЖДЕНО

приказ комитета по образованию

Мингорисполкома

03.09.2024 г. № 238-ОС

Типовое положение  
о школьном медиацентре

1. Настоящее положение определяет порядок создания и функционирования в учреждении образования школьного медиацентра.

2. Целью создания школьного медиацентра является повышение уровня медиаграмотности обучающихся, обеспечение условий для развития их социальной и творческой активности.

Деятельность школьного медиацентра ориентирована на изучение лучших примеров современных профессиональных образовательных медиа, активное внедрение новых медиа в образовательную деятельность, а также создание собственных качественных и развивающих медиапродуктов.

3. В процессе деятельности школьный медиацентр решает следующие задачи:

3.1. Создание единого информационного пространства.

3.2. Развитие информационной и коммуникативной культуры обучающихся, формирование навыков общения и сотрудничества, поддержка творческой самореализации.

3.3. Популяризация учреждения образования в медиапространстве.

3.4. Освещение актуальных новостей.

3.5. Использование и внедрение современных технологий в воспитательно-образовательный процесс.

4. Школьный медиацентр действует на основании положения, которое утверждается директором учреждения образования и вступает в силу с момента утверждения.

5. Школьный медиацентр функционирует как объединение по интересам и обеспечивает реализацию программы дополнительного образования детей и молодежи соответствующего профиля.

6. Руководство школьным медиацентром осуществляет его руководитель (педагог дополнительного образования).

7. С учетом уровня освоения программы и медийной грамотности участники могут принимать участие в поддержке официального сайта учреждения образования и соответствующих групп в социальных сетях.

8. Основные направления деятельности медиacentра:
- телевидение и интернет-вещание (школьное, кабельное, выход на профессиональные каналы);
  - образовательное и учебное видео;
  - радио и подкастинг;
  - фотодеятельность;
  - интернет-ресурсы (сайты, блоги, сторителлинг);
  - печатные издания;
  - школьная медиатека.

9. Положение о школьном медицентре может включать нормы, закрепляющие права и обязанности членов медицентра.

10. В учреждении определяется помещение для работы медицентра, обеспеченное необходимым оборудованием.

11. Работа медицентра распространяется на все возрастные категории участников образовательного процесса и может быть интегрирована в урочную и внеурочную деятельность.

## УТВЕРЖДЕНО

приказ комитета по образованию

Мингорисполкома

03.09.2024 г. № 238-ОС

## ПОЛОЖЕНИЕ

о школьном медицентре *(образец)*

## 1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет порядок создания, организации деятельности и управления школьным медицентром (далее – Медицентр) в учреждении образования.

1.2. Медицентр создается в целях развития медиаграмотности учащихся, формирования их творческих и коммуникативных компетенций, а также популяризации деятельности школы в информационном пространстве.

1.3. Медицентр функционирует в соответствии с:

- приказом Комитета по образованию Мингорисполкома от 01.09.2024 № 348-ОС;
- Типовым положением о школьном медицентре;
- Уставом учреждения образования;
- настоящим Положением;
- иными нормативно-правовыми и локальными актами.

## 2. Цели и задачи Медицентра

2.1. Цель – создание единого информационно-медийного пространства школы, развитие творческого потенциала и медиаграмотности обучающихся.

2.2. Задачи:

- развивать информационную и коммуникативную культуры учащихся;
- формировать навыки работы с современными медиаинструментами;
- поддерживать творческую самореализацию обучающихся;
- освещать школьные события в медиапространстве;
- внедрять современные медиа в учебно-воспитательный процесс.

## 3. Организация работы

3.1. Медицентр создается как объединение по интересам в рамках дополнительного образования детей и молодежи.

3.2. Руководство Медицентром осуществляет педагог дополнительного образования, назначаемый приказом директора.

3.3. Деятельность может вестись по направлениям:

- школьное телевидение;
- радио и подкастинг;
- фото- и видеопроизводство;
- создание интернет-ресурсов (сайты, блоги, социальные сети, мультимедийные проекты);
- выпуск печатных и электронных изданий.

## 4. Участники Медицентра

4.1. Участниками могут быть обучающиеся всех возрастных групп, педагоги и иные сотрудники учреждения образования.

4.2. Права участников:

- участвовать в творческих проектах и мероприятиях;
- предлагать идеи и темы для медийных материалов;
- использовать оборудование Медиacentра для учебно-творческих целей.

4.3. Обязанности участников:

- соблюдать правила внутреннего распорядка и техники безопасности;
- уважать авторские права;
- выполнять поручения руководителя.

5. Материально-техническое обеспечение

5.1. Учреждение образования предоставляет помещение и оборудование, необходимое для работы Медиacentра.

5.2. Оснащение может включать: компьютеры, фото- и видеокамеры, осветительное и звукозаписывающее оборудование, программное обеспечение для обработки медиа.

6. Финансирование

6.1. Деятельность Медиacentра финансируется за счёт средств учреждения образования, внебюджетных источников, спонсорской помощи, грантов и иных законных поступлений.

7. Заключительные положения

7.1. Настоящее Положение утверждается приказом директора и вступает в силу с момента утверждения.

7.2. Изменения и дополнения в Положение вносятся в установленном порядке.

План работы школьного медиацентра  
на 2024/2025 учебный год

Учреждение образования: \_\_\_\_\_

Руководитель медиацентра: \_\_\_\_\_

Месяц	Мероприятия	Сроки	Ответственные
Сентябрь	1.Формирование состава медиацентра, распределение ролей 2.Ознакомительное собрание с учащимися и родителями 3.Разработка годового плана работы 4.Настройка оборудования и рабочих мест 5.Запуск школьных страниц в соцсетях / обновление сайта		
Октябрь	1.Фото- и видеорепортаж о Дне учителя 2.Выпуск первого номера школьной газеты / онлайн-блога 3.Запуск рубрики «Новости недели» 4.Мастер-класс по журналистике и медиаграмотности		
Ноябрь	1.Репортаж о школьных мероприятиях, конкурсах, олимпиадах 2.Фоторепортаж ко Дню матери 3.Интервью с учителем или выпускником школы 4.Участие в городском конкурсе медиапроектов		
Декабрь	1.Новогоднее видеопоздравление 2.Спецвыпуск газеты «Итоги года» 3.Мастер-класс по фото- и видеомонтажу		
Январь	1.Репортаж о зимних каникулах 2.Запуск подкастов 3.Фотовыставка «Зимняя сказка»		
Февраль	1.Репортаж ко Дню защитника Отечества 2.Материалы о патриотических проектах школы 3.Проведение фотоквеста		
Март	1.Репортаж и фотоотчёт ко Дню женщин 2.Интервью с интересной личностью 3.Участие в медиафоруме или фестивале		
Апрель	1.Медиамаериалы ко Дню		

	космонавтики 2.Рубрика «Экология вокруг нас» 3.Видеоурок или скрайбинг-проект		
Май	1.Фото- и видеорепортаж о Последнем звонке 1.Выпуск итогового номера школьной газеты 2.Видеоролик «Лучшие моменты года»		
Июнь – Август	1.Репортажи о школьных лагерях, поездках 2.Подготовка контента к новому учебному году 3.Планирование на следующий год		

**Журнал учета деятельности школьного медицентра**  
(примерная структура)

В журнале учета деятельности школьного медицентра фиксируются мероприятия, материалы и участники

№	Дата	Наименование мероприятия	Формат	Описание / Цель	Материалы (фото, видео, статьи и др.)	Участники (ФИО, класс, роль)	Ответственный	Примечания
1	12.09.2025	Интервью с ветераном	Видео-интервью	Создание видеоролика к Дню Победы	Видео 1080р, фотосессия, текстовая статья	Иванов И. (8А, интервьюер) Петрова А. (7Б, оператор)	Петрова А.	Опубликовано на сайте
2	15.09.2025	Школьная радиопередача	Аудио	Озвучка новостей школы за неделю	Аудио запись mp3, текст сценария	Сидоров М. (9Б, диктор)	Сидоров М.	—

**Пояснения по графам:**

- **№** — порядковый номер записи.
- **Дата** — день проведения или публикации.
- **Наименование мероприятия** — короткое название.
- **Формат** — тип активности (видеосъемка, интервью, фоторепортаж, подкаст, публикация в газете и т.п.).
- **Описание / Цель** — зачем и для кого проводится.
- **Материалы** — какие файлы/документы созданы, где хранятся.
- **Участники** — кто принимал участие, с указанием роли.
- **Ответственный** — кто координировал проект.
- **Примечания** — дополнительная информация (например, где опубликовано, обратная связь).

## ОТЧЕТ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНОГО МЕДИАЦЕНТРА

(пример структуры)

В отчете отражаются итоги работы за определенный период (месяц, четверть, полугодие, год) и содержатся выводы, достижения и статистику.

### 1. Титульная часть

- Название образовательной организации
- Название медиacentра
- Период отчета (например: сентябрь–декабрь 2025 г.)
- Ответственный за составление отчёта
- Дата составления

### 2. Введение

- Краткая цель деятельности медиacentра
- Основные направления работы в отчётный период

### 3. Сведения о мероприятиях и продуктах (таблица с итогами)

№	Дата	Мероприятие / проект	Формат (видео, фото, статья, радио)	Краткое содержание	Кол-во участников	Охват аудитории	Место публикации / демонстрации
1	12.09.2025	Интервью с ветераном	Видео	К 80-летию Победы	2	~300 просмотров	Сайт школы, YouTube
2	15.09.2025	Радионовости	Аудио	Обзор событий недели	1	~200 слушателей	Школьное радио

### 4. Статистическая информация

- Количество проведенных мероприятий по видам (видео, фото, текст)
- Количество публикаций на сайте / в соцсетях
- Общее число участников медиacentра и активных авторов
- Средний охват аудитории

### 5. Достижения и особые проекты

- Победы в конкурсах
- Участие в городских / районных медиафорумах
- Коллаборации с другими школами или организациями

### 6. Проблемы и предложения

- Какие трудности возникли
- Что можно улучшить (техника, обучение участников, расширение площадок публикации)

### 7. Заключение

- Итоговая оценка периода
- Перспективы на следующий этап работы

### 8. Приложения

- Фото- и видеоматериалы (или ссылки на них)
- Печатные публикации
- Скриншоты постов и статистики из соцсетей

## КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНОГО МЕДИАЦЕНТРА

Критерии и показатели деятельности школьного медиацентра делят на **качественные** (что и как делается) и **количественные** (сколько и с каким охватом).

### **1. Организационная активность**

*Критерии:*

- Регулярность работы медиацентра
- Планирование и выполнение плана
- Участие школьников разных классов

*Показатели:*

- Кол-во заседаний / планёрок за период
- Доля мероприятий, выполненных по плану (%)
- Число постоянных и новых участников

### **2. Творческая продукция**

*Критерии:*

- Разнообразие форматов материалов
- Качество материалов (тексты, фото, видео)
- Актуальность и соответствие тематике

*Показатели:*

- Кол-во публикаций (видео, фото, текст)
- Кол-во рубрик / авторских проектов
- Процент материалов, получивших положительные отзывы

### **3. Информационная активность**

*Критерии:*

- Охват аудитории
- Активность в школьных и внешних СМИ
- Скорость реагирования на события

*Показатели:*

- Кол-во просмотров / прослушиваний / прочтений
- Кол-во публикаций на сайте школы / в соцсетях
- Время от события до публикации

### **4. Вовлеченность и командная работа**

*Критерии:*

- Распределение ролей в команде
- Взаимопомощь и наставничество
- Привлечение учащихся к новым ролям (репортёр, оператор, монтажёр)

*Показатели:*

- Количество участников, сменивших или освоивших новые роли

- Количество обучающих мастер-классов / тренингов
- Оценка командной работы по итогам анкетирования

## 5. Внешнее признание

### Критерии:

- Участие в конкурсах, фестивалях, форумах
- Победы и призовые места
- Партнёрские проекты

### Показатели:

- Количество мероприятий внешнего уровня с участием медиацентра
- Количество дипломов, грамот, сертификатов
- Число совместных проектов с другими организациями

## 6. Обратная связь

### Критерии:

- Удовлетворённость школьников и педагогов работой медиацентра
- Реакция зрителей/читателей
- Готовность аудитории к сотрудничеству

### Показатели:

- Результаты опросов (в % положительных оценок)
- Кол-во комментариев, отзывов, репостов
- Кол-во запросов на освещение событий

Таблица оценки деятельности школьного медиацентра

Критерий	Показатель	Норма / Целевое значение
<b>Организационная активность</b>	Количество заседаний / планёрок	Не менее 1 раза в неделю
	Доля выполненных мероприятий по плану	$\geq 80\%$
	Количество участников	Не менее 10 активных участников, охват $\geq 3$ параллелей
<b>Творческая продукция</b>	Количество публикаций (видео, фото, текст)	Не менее 4 материалов в месяц
	Разнообразие форматов	Минимум 3 разных формата в квартал
	Доля материалов с положительными отзывами	$\geq 75\%$
<b>Информационная активность</b>	Количество просмотров / прослушиваний / прочтений	$\geq 100$ на материал (среднее значение)
	Количество публикаций на сайте / в соцсетях	Не менее 2 публикаций в неделю
	Время от события до публикации	$\leq 3$ дней
<b>Вовлеченность и командная работа</b>	Количество участников, сменивших или освоивших новые роли	$\geq 2$ за полугодие

	Количество обучающих мастер-классов	Не менее 1 в квартал
	Оценка командной работы по итогам анкетирования	$\geq 4$ из 5
<b>Внешнее признание</b>	Участие в конкурсах, форумах, фестивалях	Не менее 2 в год
	Победы, призовые места	$\geq 1$ за год
	Совместные проекты с другими организациями	$\geq 1$ за год
<b>Обратная связь</b>	Результаты опросов (положительные оценки)	$\geq 80\%$
	Количество комментариев, отзывов, репостов	$\geq 10$ на материал (среднее)
	Количество запросов на освещение событий	$\geq 1$ в неделю

ПРИМЕРНЫЕ ПРОГРАММЫ ЭЛЕКТРОННЫХ И ПЕЧАТНЫХ СМИ  
(учебно-тематическая часть)

ПРОГРАММА ОБЪЕДИНЕНИЯ ПО ИНТЕРЕСАМ  
«ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»  
(культурно-досуговый профиль, базовый уровень изучения образовательных  
областей «Основы режиссуры и сценарного мастерства»,  
«Основы сценического и актерского мастерства»)

Возраст учащихся: 11–17 лет

Срок реализации программы: 1 год

### ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Экранные искусства обладают большими возможностями для детского развития. Воспитательные возможности киноискусства и телевидения настолько широки, что можно говорить об универсальности этого вида искусства для учреждений дополнительного образования. Киноэкран обладает огромной убедительной силой, воспринятой при помощи киноискусства, подкрепленной яркими эмоциями, усваивается глубоко и прочно, становится основой для развития мировоззрения ребенка.

Данная программа знакомит детей и подростков с профессиями, связанными с телевидением и киноиндустрией.

Актуальность программы обусловлена общественной потребностью в творчески активных и технически грамотных молодых людях, в возрождении интереса молодежи к современному кинематографу и телепроизводству.

Новизна программы объединения по интересам «Школа кино и телевидения» заключается в том, что она дает возможность учащимся запечатлеть все моменты происходящего вокруг для истории и на память. Каждый учащийся объединения сможет попробовать себя в разных творческих экранных профессиях кино и телевидения: видеооператор, видеомонтажер, актер, сценарист, продюсер, режиссер, и к концу обучения сможет выбрать для себя то или иное направление, чтобы вместе с другими учащимися создать уникальную видеоработу.

Особенностью программы является ее практико-ориентированный характер. Учащиеся проходят обучение в процессе работы над реальным продуктом. Такая работа имеет четкие сроки и накладывает на весь коллектив

и каждого ребенка большую ответственность за выполнение взятых на себя обязательств. Таким образом, формируется «производственный коллектив» альтруистического характера. Программа предоставляет большие возможности для обучения учащихся самоорганизации, самоуправлению, социальному проектированию.

Педагогическая целесообразность состоит в том, что данная программа позволяет выявить учащихся, проявивших интерес к данному направлению, оказать им помощь в формировании устойчивого интереса к профессиям, связанным с киноискусством и телевидением. В результате ее успешной реализации ожидается увеличение числа желающих продолжить свое обучение в профильных учреждениях высшего и среднего звена.

Программа предполагает использование здоровьесберегающих технологий: физкультминутка, гимнастика для глаз, упражнения для поддержания правильной осанки. Обязательно уделяется внимание правилам безопасного обращения с устройствами видео- и звукозаписи.

Программа разработана в соответствии с типовой программой дополнительного образования детей и молодежи (культурно-досуговый профиль), утвержденной постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 20 октября 2023 года № 325.

**Цель программы** – творческое, интеллектуальное и духовное развитие учащихся средствами экранного искусства.

**Задачи:**

познакомить учащихся с профессией – специалист по кино-и телепроизводству;

сформировать у учащихся представление о технике и технологии создания телевизионных программ;

обучить основам создания сценария;

обучить основам актерского мастерства;

развивать мотивацию к анализу проделанной работы и прогнозированию результатов своей деятельности;

развивать внимательность, наблюдательность, восприимчивость и быстроту реакций;

развивать умения работать в творческой группе;

воспитывать вежливость и культуру взаимоотношений.

## **Организационные условия реализации программы**

Срок реализации программы – 1 год.

Занятия для учащихся 11 – 13 лет проводятся 2 раза в неделю по 2 часа (4 часа в неделю, 144 часа в год), для учащихся 14 – 17 лет 2 раза в неделю по 3 часа (6 часов в неделю, 216 часов в год). Количество учащихся в объединении по интересам составляет не менее 12 человек.

Объединение по интересам проводится в форме кружка. Форма получения дополнительного образования – очная.

### **Материально-техническое обеспечение**

Компьютеры с программами для видеомонтажа; видеокамеры; микрофоны.

### **Санитарно-гигиенические нормы**

Занятия объединения по интересам проводятся в кабинетах, соответствующих специфическим санитарно-гигиеническим требованиям (Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07.08.2019 № 525), требованиям безопасного пребывания учащихся, правилам пожарной безопасности.

## **УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

(занятия проводятся 2 раза в неделю по 2 часа)

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов		
		Всего часов	в том числе	
			теоретических	практических
	Вводное занятие	2	1	1
1.	Современные кино- и телепрофессии	16	6	10
2.	Жанры и направления кино- и телевизионного творчества	16	6	10
3.	Основы сценарно-режиссерского мастерства	28	10	18
3.1.	Основные этапы создания сценария, типы сценариев	10	4	6
3.2.	Основы теории и практики режиссуры	10	4	6
3.3.	Работа режиссера с исполнителями: этюдный метод	8	2	6
4.	Основы операторского мастерства	12	4	8
5.	Основы компьютерного видеомонтажа	12	4	8
6.	Работа со звуком в кино	12	4	8

	и на телевидении			
7.	Основы актерского мастерства	30	6	24
7.1.	Голос, движение и жестикуляция актера	10	2	8
7.2.	Этапы работы актера над ролью	12	2	10
7.3.	Создание сценического образа	8	2	6
8.	Организация процесса производства кино- и телевизионной программы	8	4	4
9.	Экскурсии на Белорусское телевидение и киностудию «Беларусьфильм»	6	–	6
	Итоговое занятие	2	–	2
	Итого	144	45 (31,3%)	99 (68,8%)
	Всего	144		

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
(занятия проводятся 2 раза в неделю по 3 часа)

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов		
		Всего часов	в том числе	
			теоретических	практических
	Вводное занятие	3	3	-
1.	Современные кино- и телепрофессии	18	6	12
2.	Жанры и направления кино- и телевизионного творчества	18	6	12
3.	Основы сценарно-режиссерского мастерства	48	12	36
3.1.	Основные этапы создания сценария, типы сценариев	18	6	12
3.2.	Основы теории и практики режиссуры	15	3	12
3.3.	Работа режиссера с исполнителями: этюдный метод	15	3	12
4.	Основы операторского мастерства	18	6	12
5.	Основы компьютерного	18	6	12

	видеомонтажа			
6.	Работа со звуком в кино и на телевидении	12	6	6
7.	Основы актерского мастерства	42	12	30
7.1.	Голос, движение и жестикуляция актера	18	6	12
7.2.	Этапы работы актера над ролью	12	3	9
7.3.	Создание сценического образа	12	3	9
8.	Организация процесса производства кино- и телевизионной программы	18	9	9
9.	Экскурсии на Белорусское телевидение и киностудию «Беларусьфильм»	18	–	18
	Итоговое занятие	3	–	3
	Итого	216	66 (30,6%)	150 (69,4%)
	Всего	216		

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### **Вводное занятие**

План работы, задачи объединения по интересам. Беседа по мерам противопожарной безопасности на занятиях и безопасного поведения во Дворце.

Коммуникации в современном мире. Современные тенденции развития телевидения. Этические аспекты творческих профессий в кино и телевидении.

### **Тема 1. Современные кино- и телепрофессии**

Знакомство с основными кино- и телевизионными профессиями (режиссер-постановщик, сценарист, инженер видеомонтажа, оператор, художник-постановщик, художник по костюмам, композитор, звукорежиссер, редактор, актер) и их особенностями.

#### *Практические занятия*

Встречи с представителями творческих профессий в кино и телевидении в рамках проекта отдела «Открытый объектив». Игровые ситуации: «Я – режиссер», «Я – продюсер» и т.д.

Выполнение творческих заданий на определение профессиональных склонностей.

## **Тема 2. Жанры и направления кино- и телевизионного творчества**

Основы производства кино- и телевизионных программ. Основы производства кино- и телевизионной рекламы, их особенности и различия. Основы производства игрового и документального кино- и телефильма.

### *Практические занятия*

Ролевая игра «Создаем рекламу объединения по интересам». Тест «Дополни перечень» на знание особенностей кино- и телевизионных профессий.

Создание виртуальных пилот-проектов для телевизионных молодежных программ.

## **Тема 3. Основы сценарно-режиссерского мастерства**

### **Тема 3.1. Основные этапы создания сценария, типы сценариев**

Определение темы сценария. Разработка сценарного плана. Требование к выстраиванию эпизодов. Сценарии для игрового и документального кино. Конфликт и кульминация.

### *Практические занятия*

Пробные работы по написанию сценария для видеосюжета (игрового или документального), разработка и написание коллективного сценария игрового сюжета, посвященного школьным проблемам.

### **3.2. Основы теории и практики режиссуры**

Правила построения мизансцены, работа с актерами. Построение кадра и его доминанта. Режиссерская разработка. Синтез создаваемой композиции.

### *Практические занятия*

Разработка режиссерского плана, раскадровка. Освоение элементов мастерства работы режиссера с исполнителем (игровая ситуация «Я – режиссер, ты – актер»).

Просмотр и обсуждение отечественной и зарубежной видео- и кинопродукции из видеотеки отдела «Люби свой край» и личного архива автора программы. Тестовые задания «Виды сценариев», «Структура сценария».

### **3.3. Работа режиссера с исполнителями: этюдный метод**

Этюдный метод работы с актером по Константину Станиславскому. Теория о психологическом жизнеподобном театре. Метод действенного разбора материала, способ проб того или иного явления в пьесе (конфликта, событийного ряда, характера персонажа). Этюд сцены (фрагмента) – основа этюдного метода. Анализ роли, уточнение и проработка ее нюансов.

### *Практические занятия*

Пробные постановочные этюды учащихся по пьесам из школьной программы по литературе («Ревизор» Николая Гоголя, «Горе от ума» Александра Грибоедова и т.д.). Анализ роли. Просмотр и обсуждение телевизионных спектаклей из видеотеки отдела.

#### **Тема 4. Основы операторского мастерства**

Устройство видеокамеры. Виды съемок. Понятие панорамной съемки, камеры в движении. Выразительные возможности видеосъемки. Свет в искусстве оператора. Естественное и искусственное освещение. Студийное освещение. Театральное освещение, его особенности, влияющие на работу оператора. Выбор места съемки и натурального освещения, значение характера освещения в пейзаже и при съемке интерьера.

##### *Практические занятия*

Просмотр и обсуждение работ операторов Сергея Урусевского и Павла Лебешева на примерах кинофильмов «Летят журавли», «Неоконченная пьеса для механического пианино» (из видеотеки отдела «Люби свой край»).

Просмотр и обсуждение молодежных музыкальных клипов, рекламных роликов, художественных фильмов (видеозаписи БТ, МузТВ, киностудии «Беларусьфильм») с точки зрения оператора.

#### **Тема 5. Основы компьютерного видеомонтажа**

Общее знакомство с техникой, с программами Adobe Premier, с возможностями компьютерной графики, трехмерной компьютерной графики, с понятием титрирования, с возможностями и особенностями современного видеомонтажа.

##### *Практические занятия*

Пробный монтаж индивидуальных сюжетов в программе Adobe Premier.

#### **Тема 6. Работа со звуком в кино и на телевидении**

Профессия звукорежиссера. Звук как один из важнейших элементов киноязыка. Использование авторской музыки. Работа с композитором и звукорежиссером. Развитие ассоциативного музыкального мышления. Выбор музыкального сопровождения видеоряда.

##### *Практические занятия*

Прослушивание музыкальных произведений, создание фоно- и аудиотеки объединения по интересам, работа с микрофоном. Игры, развивающие ассоциативное воображение.

Просмотр эпизодов из художественных кинофильмов с выключенной музыкой. Подбор музыки к ним. Обсуждение роли музыки в кино и ТВ.

## **Тема 7. Основы актерского мастерства**

### **7.1. Голос, движение и жестикуляция актера**

Общее представление о том, что такое «техника речи». Дикция и артикуляция. Важность орфоэпии. Пластика и жестикуляция как важные составляющие характеристики сценического образа. Правила поведения перед камерой.

#### *Практические занятия*

Участие в качестве актеров в коллективном сценарии о школьной жизни. Собственные актерские работы (домашние задания).

Подготовка телесюжетов и видеосъемка «подводок» к ним, в роли ведущих – учащиеся работы. Создание небольших постановочных работ.

### **7.2. Этапы работы актера над ролью**

Фабула, краткий пересказ роли. Анализ действия. Сверхзадача – определение главного конфликта произведения для телевизионной постановки и роли в нем героя. Работа над словом, подтекст. Характерность, внутреннее постижение образа. Ритмический рисунок роли.

#### *Практические занятия*

Подготовка рефератов по характерности героя (выбранные учащимися пьесы, кинофильмы и т.д.), обсуждение и анализ представленных работ.

### **7.3. Создание сценического образа**

Психологическая характеристика образа. Подготовка внутренних и внешних аксессуаров. Голосовая характеристика персонажа. Интонация.

#### *Практические занятия*

Подготовка сценического персонажа и защита образа. Разбор и обсуждение представленных актерских работ учащихся.

## **Тема 8. Организация процесса производства кино- и телевизионной программы**

Отбор видеоматериала. Роль монтажа при создании сюжетов различных жанров. Основные правила монтажа: по крупности, по движению, по свету. Смена и постоянное чередование общего, среднего, крупного планов – основа языка телевизионного сюжета. Ритм телевизионного «рассказа». Параллельный и ассоциативный монтаж. Эффект Кулешова. Исходный и итоговый материал. Тайм-линия. Обозначение фрагментов тайм-кодами.

Создание окончательного чистового сценария сюжета. Озвучивание текста (закадрового, по ролям). Графические элементы программы, их роль: дизайн титров, логотип программы.

#### *Практические занятия*

Игровая ситуация «Один день в школьной студии». Организация, видеосъемка, монтаж мероприятий школы. Подготовка итоговой телевизионной программы: сюжетов и отдельных серий молодежного сериала. Работа с раздаточным материалом «Рекомендации по основным правилам видеомонтажа».

### **Тема 9. Экскурсии на Белорусское телевидение и киностудию «Беларусьфильм»**

Экскурсии на студии Белорусского телевидения, съемочные площадки киностудии «Беларусьфильм», участие в кастингах. Присутствие на съемочной площадке с целью приобретения опыта и знаний.

#### **Итоговое занятие**

Итоговое занятие проходит в форме мини-фестиваля с показом индивидуальных и коллективных творческих работ, которые оценивает жюри, составленное из педагогов отдела.

## **ПРОГРАММА ОБЪЕДИНЕНИЯ ПО ИНТЕРЕСАМ «ОСНОВЫ ПЕЧАТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ»**

(общественно-гуманитарный профиль, базовый уровень изучения образовательной области «Мир»)

Возраст учащихся: 11 – 17 лет

Срок реализации программы: 1 год

### **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Разнообразие печатных и электронных СМИ, их увеличивающееся влияние на общественное мнение вызывают у детей и молодежи интерес к профессии журналиста. Дети, имеющие филологические и литературные способности, активную жизненную позицию, выпускающие настенные газеты в школах, лицеях и колледжах, участвующие в создании любительских фильмов, стремятся расширить и углубить свои знания по журналистике, а также получить выход на более широкую аудиторию. Такую возможность дает им кружок «Основы печатной журналистики» и созданная на его базе малотиражная газета учреждения образования «Минский государственный дворец детей и молодежи» (далее – Дворец).

Актуальность программы обусловлена тем, что работа с текстами, участие в создании газеты, посвященной жизни Дворца, предполагают опору на общечеловеческие и национальные культурные ценности. Постоянное общение с ровесниками и взрослыми с целью сбора информации помогает учащимся развивать коммуникабельность, творческое мышление, способствует приобретению навыков работы в команде, росту самосознания, настраивает на успех. Любой учащийся кружка сможет найти свое место в деле создания общей газеты и реализоваться как творческая личность.

Педагогическая целесообразность объединения по интересам «Основы печатной журналистики» заключается в том, что она предназначена для обучения основам журналистики и является своего рода подготовкой к одной из самых распространенных и востребованных профессий – журналиста.

Программа основана на принципах последовательности, наглядности, целесообразности и тесной связи с жизнью. Данная программа опирается на возрастные особенности учащихся.

На занятиях в объединении по интересам используется индивидуальный подход к каждому учащемуся, но при этом используется принцип обучения и воспитания в коллективе. Коллективные и групповые задания вводятся в программу с целью формирования опыта общения и чувства коллективизма.

Программа предполагает использование здоровьесберегающих технологий: физкультминутка, гимнастика для глаз, упражнения для



реализации программы – очная форма получения дополнительного образования.

### Материально-техническое обеспечение

Компьютеры, принтер, диктофон.

### Санитарно-гигиенические нормы

Занятия объединения по интересам проводятся в кабинетах, соответствующих специфическим санитарно-гигиеническим требованиям (Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07.08.2019 № 525), требованиям безопасного пребывания учащихся, правилам пожарной безопасности.

### УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

(занятия проводятся 2 раза в неделю по 3 часа)

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов		
		Всего часов	в том числе	
			теоретических	практических
	Вводное занятие	3	3	-
1.	Жанры печатной журналистики	33	9	24
1.1.	Информационные жанры	20	4	16
1.2.	Литературные жанры	13	5	8
2.	Новости: особенности составления информационных сообщений	30	9	21
2.1.	Новости: суть информационного сообщения и выбор источника	16	6	10
2.2.	Новости: правила написания	14	3	11
3.	Интервью и очерк	30	9	21
3.1.	Работа в жанре интервью	20	6	14
3.2.	Создание очерка	10	3	7
4.	Способы и методы сбора информации	31	10	21
4.1.	Как найти достоверную информацию	18	6	12
4.2.	Особенности жанра журналистского расследования	13	4	9
5.	Пресс-конференция. Брифинг. Опрос	20	8	12
6.	Заголовок-подзаголовок	10	4	6
7.	Газета. Структура газеты. Верстка	36	12	24
7.1.	Структура печатного издания	16	6	10

7.2.	Верстка	20	6	14
8.	Редактирование текста. Макетирование	20	8	12
	Итоговое занятие	3	-	3
	Итого	216	72 (33%)	144 (67%)
	Всего	216		

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### **Вводное занятие**

План работы, задачи объединения по интересам. Беседа по мерам противопожарной безопасности на занятиях и безопасного поведения.

Знакомство с основными понятиями журналистики – информацией. Типы и виды коммуникаций в современном мире. СМИ как важнейшее средство современной коммуникации. История развития СМИ: от первой газеты до Интернет-изданий. Этика сбора информации, нормы поведения при интервью, престиж журналиста как представителя своего издания, аккредитация, форма одежды.

### **Тема 1. Жанры печатной журналистики**

#### **1.1. Информационные жанры**

Репортаж, заметка, интервью, отчет. Факт как базовая основа информации и образ как яркое средство ее подачи. Репортаж как основной информационный жанр («король журналистики»). Искусство репортажа.

#### *Практические занятия*

Пробные интервью с использованием диктофона в рамках объединения по интересам.

#### **1.2. Литературные жанры**

Литературные жанры: очерк, фельетон, памфлет. Знакомство с писателями-репортерами: Гиляровским, Джеком Лондоном, Марком Твенном и другими. Особенности работы с диктофоном при интервью.

#### *Практические занятия*

Подготовка репортажей на празднике «Здравствуй, школа!» и других мероприятиях.

### **Тема 2. Новости: особенности составления информационных сообщений**

#### **2.1. Новости: суть информационного сообщения и выбор источника**

Что такое новости. Как новости попадают в прессу. Роль информационных агентств. Значение пресс-релиза. Источники информации и особенности пользования ими. Выбор главной новости.

#### *Практические занятия*

Составление пресс-релиза, отбор главных новостей.

### **2.2. Новости: правила написания**

Новость и слух. Шесть классических правил при написании информационного сообщения.

#### *Практические занятия*

Написание информационного сообщения на заданную тему: учащиеся выбирают одно из мероприятий школы, собирают информацию и создают короткую информационную заметку. После обсуждения представленных работ лучшие заметки оставляются для заполнения информационной полосы печатной или электронной газеты школы.

## **Тема 3. Интервью и очерк**

### **3.1. Работа в жанре интервью.**

Виды интервью. Особенности интервью: «жанр в жанре». Мастерство интервьюера. Предварительная подготовка к теме. Этика интервьюера. Умения раскрыть собеседника.

#### *Практические занятия*

Ролевая игра «Случайное интервью»: выбор интервьюируемого среди учащихся кружка, работа над составлением опросника, проведение интервью и представление результатов. Разработка плана вопросов для возможного интервью с представителями различных профессий: учёными, актерами, рабочими, бизнесменами.

### **3.2. Создание очерка.**

Очерк. Авторское присутствие. Авторский стиль. Литературная журналистика. Создание наглядного образа у читателя: цвет, вкус и атмосфера очерка. Создание «словесной» картинке. Зарисовка. Путевые заметки.

#### *Практические занятия*

Практикум по созданию очерка: предлагается создать очерк о классном руководителе или руководителе одного из объединений по интересам.

## **Тема 4. Способы и методы сбора информации**

### **4.1. Как найти достоверную информацию**

Способы сбора информации. Количество и качество собранной информации. Достоверность сведений. Поиск фактов. Информационный повод и проверка на достоверность.

#### *Практические занятия*

Сбор информации о мероприятии или деятельности объединений по интересам школы с использованием методов интервью и опроса.

### **4.2 Особенности жанра журналистского расследования**

Журналистское расследование. Авторский колорит.

#### *Практические занятия*

Написание материала в виде заметки для газеты школы.

## **Тема 5. Пресс-конференция. Брифинг. Опрос**

Правила проведения пресс-конференции. Определение основной цели ее организации. Аккредитация. Брифинг и его отличия от пресс-конференции. Опрос. Правила успешного опроса.

#### *Практические занятия*

Ролевая игра «Проводим пресс-конференцию». Написание статьи-отчета на первую полосу.

## **Тема 6. Заголовок-подзаголовок**

Виды заголовков. Значение и функция заголовка, подзаголовка. Этическая достоверность заголовка. Правила составления заголовков. Правила составления и написания лидов. Типы лидов.

#### *Практические занятия*

Составление заголовков и подзаголовков к материалам газеты школы.

## **Тема 7. Газета. Структура газеты. Верстка**

### **7.1. Структура печатного издания**

Создание газеты на всех этапах: от выбора темы – до макетирования и верстки. Кадровая структура газеты: корреспондент, редактор, ответственный секретарь, корректор, технические службы. Создание и планирование деятельности редакции ученической газеты.

#### *Практические занятия*

Ролевая игра «Один день в редакции».

### **7.2. Верстка**

Газета школы как рупор ее творческой жизни, средство информации и воспитания детей и молодежи. Работа над темами и рубриками. Краткое понятие о новых достижениях в журналистике – электронных изданиях.

#### *Практические занятия*

Практикум по самостоятельной разработке тематики печатного издания и его рубрик. Подготовка корреспондентами кружка хроникального сообщения, короткой информации и расширенной заметки. Обсуждение журналистских работ на редакторской летучке, в роли редактора – руководитель кружка.

### **Тема 8. Редактирование текста. Макетирование**

Понятие об иллюстрациях в газете (фотографии, рисунки, коллажи и т.д.). Задачи ответственного секретаря, верстальщика, особенности создания макета. Гранки. Роли редактора и корректора в отшлифовке материалов и подготовке их к печати. Грамотность журналиста.

#### *Практические занятия*

Составление собственного макета газетной полосы газеты школы.

#### **Итоговое занятие**

Подведение итогов работы за учебный год в виде творческого отчета учащихся. Каждый из воспитанников кружка представляет свои работы (заметки, репортажи, интервью), опубликованные в газете школы и городских, республиканских СМИ.

## **ПРОГРАММА ОБЪЕДИНЕНИЯ ПО ИНТЕРЕСАМ «ЮНЫЙ SMM-ЩИК»**

(общественно-гуманитарный профиль, базовый уровень изучения образовательной области «Мир»)

Возраст учащихся: 8 – 12 лет  
Срок реализации программы: 1 год

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В настоящее время социальные сети являются не только площадками для общения, но и формами получения полезных знаний. Продвинуть себя и свой бренд, предложить сообществу единомышленников по социальной сети свое видение той или иной проблемы – все это будет иметь успех, если задействовать уникальные возможности виртуального мира. Однако сегодня для детей и подростков ориентироваться в запутанном мире социальных сетей не просто желательно – это необходимо.

Увеличение спроса на социальные сети пробудил интерес к этим ресурсам, поскольку именно в них многие увидели новый источник свежего трафика, который успешно влияет на продвижение личности в сети.

Social Media Marketing (SMM) завоевал свое место среди других компонентов интернет-маркетинга. Сообщество либо страница в сети является собой полноценную площадку для коммуникации. На данный момент SMM применяется для привлечения из мира социальных сетей новых пользователей, которые в будущем могут сыграть роль партнера-единомышленника. Но не все так просто. Эти ресурсы весьма своеобразны и средства продвижения в них имеют тысячи нюансов. Эволюция такого рынка началась не один год назад, но, тем не менее, он все еще недостаточно исследован. Периодически создаются новые форматы, способные изменить ход продвижения в социальной сети.

Social Media Marketing (SMM) повышает личностную конкурентноспособность, открывает новые возможности и пространства современной интернет-профессии, требующей оперативного и мобильного пользования информационными технологиями. Каждый SMM-щик должен иметь хорошие коммуникативные навыки, быстро реагировать, иметь хороший вкус, подбирать интересное чередование видеосъемки и графических элементов. Именно на приобретение мастерства самопрезентации, знаний об основных SMM-технологиях нацелена программа объединения по интересам «Юный SMM-щик».

Актуальность программы обусловлена тем, что дети и подростки, которые научатся грамотно оформлять аккаунты, подготавливать и публиковать интересные посты для привлечения заинтересованной аудитории, получают способ успешного взаимодействия на социальных платформах, блогах, форумах, в сообществах. Это важно как с точки зрения их личностного развития, так и с аспекта психологического комфорта и воспитания уверенности в себе.

Педагогическая целесообразность программы «Юный SMM-щик» обоснована следующими аспектами:

развитие цифровых навыков (программа объединения позволит учащимся освоить такие навыки как: создание и редактирование контента, аналитика, работа с различными социальными сетями);

креативность и аналитическое мышление (учащиеся смогут развивать свои творческие способности, создавая уникальный контент, а также научатся анализировать результаты своих действий и оценивать их эффективность);

командная работа (занятия в объединении зачастую подразумевает сотрудничество, что способствует развитию навыков работы в команде, коммуникации и организации);

предпринимательские навыки (продвижение собственных проектов поможет развивать предпринимательское мышление);

социальная ответственность (осознание социальной ответственности за представленную информацию, безопасное использование социальных сетей).

Программа основана на принципах последовательности, наглядности, целесообразности и тесной связи с жизнью. Данная программа опирается на возрастные особенности учащихся, на особенности их навыков коммуникации.

Программа предполагает использование здоровьесберегающих технологий: физкультминутка, гимнастика для глаз, упражнения для поддержания правильной осанки. Обязательно уделяется внимание правилам безопасного обращения с цифровыми носителями.

Программа разработана на основе типовой программы дополнительного образования детей и молодежи общественно-гуманитарного профиля, утвержденной постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 20 октября 2023 года № 325.

**Цель** – формирование у учащихся навыков разумного пользования интернетом и социальными сетями.

#### **Задачи**

ознакомить с понятием, характеристикой, классификацией социальных сетей и мессенджеров;

изучить технологии SMM-продвижения («Facebook», «Telegram», «Instagram», «Тик Ток» и др.);

обучить поиску материала в интернете, его обобщению, анализу и образному воспроизведению на страницах интернет-ресурсов;

обучить основным приложениям для работы в социальных сетях и мессенджерах;

познакомить учащихся с профессией SMM-специалиста;

обучить правилам создания профилей в социальных сетях;

развивать способности творчески мыслить, анализировать свою работу и прогнозировать результаты деятельности;

воспитывать культуру общения посредством интернет-коммуникаций.

#### **Формы подведения итогов реализации программы**

Итоговое занятие в конце года проводится в виде творческого отчета, при котором каждый из учащихся презентует свой блог или

digital-самопрезентацию, после коллективного обсуждения по итогам отчета педагогом отмечаются наиболее удачные и функциональные работы.

### **Формы, методы обучения и воспитания**

Главное место в реализации программы объединения по интересам занимают практические занятия, на которых формируются конкретные умения

и навыки. Практическая деятельность строится от простого к сложному.

Образовательный процесс в объединении по интересам включает в себя следующие методы обучения:

интерактивные методы (обсуждение, мозговой штурм, ролевые игры);

проектно-ориентированный метод (учащиеся работают над собственными проектами по SMM, применяя знания на практике);

кейс-метод (анализ реальных кейсов из практики SMM для изучения успешных и неудачных стратегий);

обратная связь и рецензирование (обсуждение работ учащихся, анализ и предоставление конструктивной критики для улучшения навыков);

геймификация (использование элементов игры для повышения мотивации и вовлеченности (конкурсы, викторины);

самостоятельная работа (поощрение учащихся к самостоятельному изучению и исследованию тематики SMM через проекты, задания и исследования).

Формы обучения:

лекции (теоретические занятия по основам SMM);

практические занятия (работа над реальными проектами, где учащиеся создают и ведут собственные социальные сети);

групповые проекты (совместная работа над созданием контента).

### **Методы диагностики освоения программного материала**

При реализации программы объединения по интересам используются текущий и итоговый контроль.

Текущий контроль осуществляется посредством следующих методов: наблюдение, беседа, анализ выполнения практических творческих работ.

Для текущего контроля знаний используется рейтинговая оценка знаний

в течение всего обучения. Промежуточными формами контроля усвоения дисциплины являются контролируемые самостоятельные занятия. Основной формой контроля является выполнение практического задания в конце четверти, результат которого также определяется по рейтинговой системе. Дополнительными формами контроля являются: реферирование и конспектирование монографической и оригинальной литературы; выполнение реферативной работы на заданную тематику и выступление с презентацией на практических занятиях.

Текущий контроль осуществляется на каждом занятии посредством наблюдения за правильностью и аккуратностью выполнения заданий. Готовая работа является показателем уровня усвоенных навыков.

Итоговое занятие проводится в форме творческого отчета (баттла), при котором каждый из учащихся презентует свой блог и после коллективного обсуждения отмечаются наиболее удачные и функциональные работы.

### **Педагогические технологии и средства обучения**

При реализации программы объединения по интересам используются:  
информационно – коммуникационные технологии;  
технология развития критического мышления;  
проектная технология;  
технология развивающего обучения;  
технология проблемного обучения;  
игровые технологии;  
технология педагогического сотрудничества;  
технологии уровневой дифференциации;  
групповые технологии.

В качестве средств обучения выступают общепринятые системы знаковых языков (речь), письмо (письменная речь), средства наглядности, учебные компьютерные программы, методы и формы организации учебной деятельности.

### **Организационные условия реализации программы**

Срок реализации программы – 1 год.

Занятия для учащихся 8 – 12 лет проводятся 1 раз в неделю по 2 часа (2 часа в неделю, 72 часа в год). Количество учащихся в объединении по интересам составляет не менее 12 человек.

Занятия в объединении по интересам проводятся в форме кружка. Занятия организуются в групповой и индивидуальной форме. Особенности реализации программы – очная форма получения дополнительного образования.

### **Материально-техническое обеспечение**

Компьютеры, имеющие доступ в интернет; смартфоны; планшеты.

### **Санитарно-гигиенические нормы**

Реализация программы осуществляется с учетом соблюдения санитарно-эпидемиологических требований (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07.08.2019 № 525 «Об утверждении специфических санитарно-эпидемиологических требований» в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь от 12.07.2024 № 502).

## **УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

(занятия проводятся 1 раз в неделю по 2 часа)

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов		
		Всего часов	в том числе	
			теоретически	практических
	Вводное занятие	2	2	–
1.	Понятия «мессенджеры», «социальные сети» и SMM-специалист. Безопасное использование мессенджеров и социальных сетей	6	2	4
2.	Социальные сети, их функции. Профессия SMM-специалист	8	2	6
3.	Деятельность современных блогеров и SMM-специалистов	6	2	4
4.	Введение в SMM	8	2	6
5.	Геймификация: создание развлекательно-познавательного контента. Технология технотеймент	8	4	4
6.	Креативность в SMM: от идеи до сценария	8	2	6
7.	Инструменты SMM-продвижения в социальных сетях (Facebook, Telegram, Instagram, ТикТок и др.)	8	2	6
8.	Деятельность современных TikTок блогеров. Поиск актуальных трендов. SMM-раскрутка	6	2	4
9.	Создание персональных брендов на площадках социальных медиа	10	2	8
	Итоговое занятие	2	–	2
	Итого	72	22 (30,6%)	50 (69,4%)
	Всего	72		

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### Вводное занятие

План работы, цель, задачи объединения. Беседа по мерам противопожарной безопасности на занятиях и безопасного поведения во Дворце. Понятие творческой и эффективной деятельности в интернете. Основные компоненты средств массовой информации.

### **Тема 1. Понятия «мессенджеры», «социальные сети» и SMM-специалист. Безопасное использование мессенджеров и социальных сетей**

Понятие «социальные сети», «social media marketing», «социометрия», «социальные сервисы», «гостевые книги», «вебприложения», «форум», «блоггинг», «журнал – веб-протокол», «коллаборативное творчество».

Мессенджеры как совокупность бесплатных программ, устанавливаемых на компьютерах, смартфонах и планшетах. Режим реального времени для обмена текстовыми сообщениями. Файлы в различных форматах, звонки через интернет. Общение реальных пользователей и чат-боты.

Самые востребованные бесплатные мессенджеры: WhatsApp, Viber, Telegram, Skype, Snapchat.

Социальная сеть – онлайн-платформа, используемая для общения, знакомств. Создание социальных отношений у людей со схожими интересами. Офлайн-связи. Развлечения (музыка, фильмы), обучение и работа в сетях.

Правила безопасной регистрации. Безопасное общение в мессенджерах и социальных сетях.

#### *Практические занятия*

Работа с бесплатными мессенджерами и их функциями. Прохождение викторины на онлайн-сервисе Кахут «Безопасность в интернете».

### **Тема 2. Социальные сети, их функции. Профессия SMM-специалист**

Знакомство с Facebook, Вконтакте, Telegram, Instagram, ТикТок и др. Функции социальной сети. Социальные объекты сетей (люди, группы людей, сообщества, организации) и связи между ними. Динамика социальных связей в онлайн и офлайн средах. Профессия SMM-специалист. Обязанности и требования к специалисту.

#### *Практические занятия:*

Создание аккаунта на выбор. Оформление личного аккаунта и шапки профиля. Практическое изучение функций и создание контента с их помощью.

### **Тема 3. Деятельность современных блогеров и SMM-специалистов**

Аккаунты современных блогеров и SMM-специалистов (Михаил Гринфельд, Александр Белгороков, Никита Подлипский и др.). Никнейм в социальной сети. Количественные и качественные метрики блогера.

#### *Практические занятия*

Просмотр и анализ публикуемого контента современных блогеров и SMM-специалистов.

#### **Тема 4. Введение в SMM**

Правила разработки SMM-стратегии. Оценка бренда. Конкурентный анализ бренда. Портрет потребителя. Создание уникального предложения. Определение формата присутствия в социальных сетях. Коммерческий формат по интересам, смешанный формат.

Правила оформления корпоративного аккаунта. Чек-лист создания сообщества (правила создания названия бренда, проверка данных через Яндекс. Вордстат). Соответствие URL адреса и описания группы (пользователей).

Правила поддержки тем и актуальной информации. Ранжирование обсуждений, специальные сервисы и настройки оповещений. Правила настройки и работы с «витриной», рекомендации их использования. Правила опознавательных знаков. Работа с хэштэгами.

##### *Практические занятия*

Создание собственного хэштэга, активное внедрение его в социальную сеть. Проведение интерактивных акций на выбор: вебинары, флэшмобы, эстафеты, конкурсы в блогосфере; опросы, связанные с брендом.

#### **Тема 5. Геймификация: создание развлекательно-познавательного контента. Технология технотеймент**

Технология технотеймент. Знакомство с понятием геймификация. Виды игр с подписчиками. Логика и способы создания геймифицированного контента. Приложение Zepeto.

##### *Практические занятия*

Создание развлекательно-познавательного геймифицированного контента. Создание личного мультяшного персонажа в приложении Zepeto.

#### **Тема 6. Креативность в SMM: от идеи до сценария**

Важность развития креативного мышления для создания уникального контента. Сценарий как главный инструмент создания видео-контента. Основные элементы сценария. Правила и советы создания сценария. Свет и звук при съемке.

##### *Практические занятия:*

Упражнения на развитие креативности и творческого мышления. Разбор готовых видеороликов на составляющие элементы сценария. Написание индивидуальных сценариев для ТикТока.

#### **Тема 7. Инструменты SMM-продвижения в социальных сетях (Facebook, Telegram, Instagram, ТикТок и др.)**

Таргетинговая реклама, общие принципы работы. Реклама в популярных группах. Работа с лидерами мнений. Выбор индивидуального

стиля ведения аккаунта. Создание индивидуальных контент-планов и рубрикаторов. Обработка фото в топовых приложениях (Lightroom, PicsArt, AirBrush, Snapseed, Canva). Методы привлечения аудитории (Лайктайм, SFS, конкурсы, челленджи и др.). Лимиты. Теневой бан. Статистика и аналитика аккаунтов.

*Практические занятия*

Создание фотоконтента. Написание постов. Размещение собственного контента. Персональный лайктайм. Запуск челленджа. Изучение статистики и анализ собственного Instagram аккаунта.

**Тема 8. Деятельность современных TikTok блогеров. Поиск актуальных трендов. SMM-раскрутка**

Что такое ДримТимХаусы и принцип его работы. Изучение аккаунтов современных TikTok блогеров.

*Практические занятия*

Просмотр и анализ публикуемого контента современных TikTok блогеров. Поиск и разбор актуальных трендов.

**Тема 9. Создание персональных брендов на площадках социальных медиа**

Контент-брендинг в социальных сетях. Виды контент-брендинга (развлекательный, образовательный, коммерческий, пользовательский, новостной, социокультурный). Обзор и характеристики контент-брендинга. Правила создания видео контента. Знакомство с программами для монтажа видео: InShot, VN, CapCut. Основные функции.

*Практические занятия*

Съемка и монтаж видеоконтента, Публикации созданного видеоконтента в TikTok и сторис Инстграм, на сайте и в социальных сетях Дворца.

**Итоговое занятие**

Творческий отчет (баттл) учащихся. Презентация блогов учащихся.