

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Министерство образования Свердловской области
Управление образования Березовского муниципального округа
БМАОУ СОШ №45

РАССМОТРЕНО

руководитель предметной
кафедры

СОГЛАСОВАНО

заместитель директора по
УВР

УТВЕРЖДЕНО

директор БМАОУ СОШ
№45

А.Н. Киселёва

Т.Г. Вараксина

Л.В. Нохрина

Протокол от «25» августа
2025 г. № 1

«26» августа 2025 г.

Приказ от «29» августа
2025 г. № 102

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(ID 7560073)

Медиашкола
для обучающихся 5-9 классов

Березовский, 2025

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ "Медиашкола"

Актуальность программы внеурочной деятельности «Медиашкола» определяется необходимостью формирования медиакомпетенций обучающихся в процессе их работы с онлайн-СМИ в социальных сетях. Выбор подобного направления связан с тем, что в настоящее время уменьшается объем внимания к традиционным СМИ (радио, газеты, телевидение) со стороны подростков, и исследователи замечают, что предлагаемые материалы, ролевые модели и образцы поведения, которые транслируют средства массовой информации, доступные школьникам, не всегда соответствуют идеалу. Однако значение СМИ как источника информации и поведенческих моделей сохраняется. В отличие от традиционного телевидения, выпуска газет для школьных СМИ, социальные сети становятся базовым каналом распространения контента среди подростковой и молодежной аудитории. Поэтому на повестке дня школьных СМИ остро стоит вопрос диверсификации контента в онлайн-среде.

Программа внеурочной деятельности ориентирована на обучающихся 5-8 классов. В соответствии с требованиями ФГОС нами было выбрано общеинтеллектуальное направление внеурочной деятельности.

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ "Медиашкола"

Цель программы: содействовать повышению уровня медиаграмотности обучающихся путем организации информационноаналитической, информационно-познавательной, продуктивной деятельности по созданию школьного СМИ.

Задачи программы:

- формирование медиаграмотности обучающихся путем организации работы по созданию школьного СМИ с использованием сервисов WEB 2.0;
- развитие критического мышления обучающихся;
- воспитание культуры общения со средствами массовой коммуникации.

МЕСТО КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ "Медиашкола" В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Общее число часов, отведённых для изучения курса "Медиашкола" – 34 (1 час в неделю).

ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ "Медиашкола"

Основные формы занятий:

- лекция;
- «круглый стол»;
- практическая работа;
- методы: «6 шляп» и «Мировое кафе»;
- интерактивная лекция с использованием сервиса Quizizz.

Используемые средства ИКТ, сервисы и ресурсы сети Интернет для сопровождения программы внеурочной деятельности:

- облачные технологии: yandex-документы, yandex-таблицы, yandex-формы, yandex-презентации;
- Mindomo - сервис для создания интеллектуальных карт;
- Quizizz - сервис для проведения тестирования и интерактивных лекций;
- Орфограммка - сервис для проверки пунктуации, грамматики и стилистики на основе машинного обучения;
- Figma - сервис для создания визуального контента;
- Gamma - сервис для создания интерактивных презентаций и проведения опросов в режиме реального времени;
- Kahoot - сервис для проведения тестирования в режиме реального времени;
- CapCut - сервис для видеообработки и монтажа.

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ "Медиашкола"

Раздел 1. Грамотная коммуникация в социальной группе.

Тема 1. Введение. Интернет – зло или добро?

Просмотр программы «Культурная революция. Последняя надежда на счастье – Интернет». Обсуждение программы. После просмотра программы предполагается обсуждение. Обучающиеся высказывают свое мнение, делятся опытом, приходят к разным выводам.

Тема 2. Неоэтикет. Правила поведения в медиапространстве, соцсетях. Понятие «неоэтикет». Способы общения в интернет-пространстве. Правила поведения в медиапространстве, соцсетях. Этикетные нормы устного и письменного общения. Составление памятки для интернет-пользователя в соцсетях. Выявление общих правил общения в медиапространстве.

Тема 3. Практика. Создание листовки «Вредные советы для общения в соцсетях». Обучающиеся работают в творческих группах. Учитель осуществляет консультации.

Тема 4. Интерактивная беседа в библиотеке «Социальные сети». С учениками обсуждают правила поведения в соцсетях, меры защиты своего пространства, создание паролей. Рассказывают о психологии дистанционной коммуникации.

Тема 5. Пост в социальной группе. Жанровые особенности. Роль и значение поста и репоста в социальной группе. Влияние качества поста на положительную динамику групп. Содержательный контент постов. Пост как достижение определенной цели. Инструкция по созданию поста. Анализ содержательного контента. Использование рабочих листов.

Тема 6. Практика. Составление советов перед публикацией поста. Обучающиеся самостоятельно работают над созданием листа советов по публикации поста на странице в соцгруппе. Составляют чек-лист. Обязательно освещается вопрос о троллинге: понятие «троллинг» как социальной провокации в сетевой коммуникации, способах противостояния данному явлению. Разговор можно провести с работником библиотеки, вынести на обсуждение на классном часе. Проблема «троллинг как явление культуры» может быть вариантом занятия.

Тема 7. Практика. Создание поста. Пост в социальной группе. Обучающиеся создают пост «Зависимость от виртуального общения». Размещают его в группе медиа-пространства. Обсуждают пост в группе вместе с учителем, который является подписчиком группы.

Раздел 2. Ролик как средство воздействия на аудиторию.

Тема 8. Творческая встреча с организаторами и участниками конкурса «Социальные ролики». Особый видеожанр-социальный ролик. Встреча с организаторами и участниками конкурса «Социальные ролики». Встреча проводится на базе школы, организатором является учитель. Он направляет беседу, так как главная задача обучающихся – не просто посмотреть ролики, а сделать выводы о необходимости достижения качества продукта.

Тема 9. Организация конкурса «Социальные ролики». Значимость конкурса «Социальные ролики». Этапы подготовки к конкурсу. Положение о конкурсе. Список организованных мероприятий конкурса. Групповая и коллективная работа.

Тема 10. Создание проект-плана подготовки и проведения мероприятия «Социальные ролики». Памятки для участников конкурса. Проект-план мероприятия.

Тема 11. Практика. Создание проект-плана мероприятия «Социальные ролики». Ученики самостоятельно продолжают работу над проект-планом. Учитель дает консультации по составлению проект-плана. Также выполняется индивидуальное задание по завершению работы над памяткой.

Тема 12. Мастер-класс по созданию социального видеоролика. Рассказ профессионала об особенностях и тонкостях работы. Особое внимание уделяется разработке темы, планам.

Тема 13. Практика. Проведение опроса. Обучающиеся проводят опрос в группах (подростки, старшеклассники, родители, учителя, пожилые люди). Материал опроса фиксируется в таблице. Аудиоматериал переводится в текстовый, затем преобразуется в таблицу. Для работы ученикам необходимы диктофон, печатные таблиц.

Тема 14. Тематические блоки жанра. Проблема будущего видео-продукта. Видео- и текстовый материал. Классификация материала. Коллективная, индивидуальная работа.

Тема 15. Рецензирование социальных роликов. Конкурсные ролики. Достоинства и недочеты конкурсных работ. Оценка объективности суждения.

Тема 16. Путешествие в город профессий. Внеурочное занятие можно провести по-разному. Встречу с представителями определенных профессий, посмотреть ролики о профессиях. Ученики должны узнать дополнительную информацию по теме, над которой работают. Они должны осознать, что для создания видео-продукта социальной направленности обязательно надо собрать материал.

Темы 17-18. Сюжет и содержательный контент видео-продукта. Тема, содержание ролика. Сюжет видеоролика. Основной слоган. Сценарий видеоролика.

Тема 19. Консультация. Преподаватель проводит выборочно консультации по доработке сюжета.

Тема 20. Практика. Создание тематического социального ролика для конкурса. Самостоятельная работа по созданию социального ролика. Репетиции, проведение съемок, подбор музыки.

Темы 21-22. Мастер – класс по техническому обеспечению. Коллективная работа, индивидуальный подход. Проводится видеоурок, ли на мастер-класс приглашается учитель информатики. Продолжение самостоятельной работ по созданию социального ролика. Монтаж, наложение музыки, эффектов.

Тема 23. Предпоказ социального ролика. Демонстрация социального ролика. Анализ и обсуждение готового материала сравнение, сопоставление, исправление ошибок).

Тема 24. Пиар-кампания по продвижению продукта. Особенности пиар-кампании по продвижению продукта. Список мероприятий по продвижению продукта. Необходимо, чтобы обучающиеся осознали важность пиар мероприятий по продвижению итогового продукта. На ярких примерах можно показать потенциальные возможности данной работы. Школьники отбирают приемлемы варианты рекламы, которые возможно осуществить в рамках определенной среды.

Тема 25. Практика. Пиар-кампания по продвижению продукта. Обучающиеся создают рекламную листовку, календарь; публикуют на сайте школ статьи; осуществляют рассылку электронных писем-просьб о просмотре ролике.

Тема 26. Работа над итоговым мероприятием. Организационные мероприятия по проведению итогового мероприятия. Список поручений. Очень важный этап работы, формирующий уровень ответственности обучающихся за организацию общешкольного мероприятия.

Тема 27. Пиар-кампания по продвижению фестиваля. Проведение игры на повторение материала. Составление списка мероприятий по продвижению мероприятия. Необходимо акцентировать внимание на возможностях обучающихся; учитывать время, которое осталось до мероприятия; важно во время подготовки не упустить потенциальных зрителей и показать, что в них заинтересованы; фиксировать выполнение поручений в листе учителя; следить за временем выполнения задания.

Тема 28. Работа над итоговым мероприятием. Консультации. Сценарий мероприятия. Консультации с преподавателем группы, ответственной за сценарий. Репетиция выступления. Решение коммуникативных ситуаций.

Тема 29. Практика. Работа над итоговым мероприятием. Доработка сценария. Сценарный план. Пиар-кампания по продвижению мероприятия. Проверка технической готовности аппаратуры. Приглашение гостей. Преподаватель проводит консультации во время занятия. Важно четко составить карту поручений и прописать ответственных и сроки выполнения.

Тема 30. Практика. Работа над итоговым мероприятием. Доработка презентации. Работа по карте поручений. Самостоятельная подготовка мероприятия.

Тема 31. Мероприятие «Фестиваль социальных роликов» Проведение под руководством преподавателя итогового мероприятия «Социальные ролики» по сценарию.

Тема 32. Посещение видеофестиваля. Посещение классом фестиваля короткометражных фильмов.

Раздел 3. Итоговый проект.

Тема 33. Создание видеопроекта. Поздравление с окончанием учебного года. Работают над созданием видеопоздравления «Каникулы mode: ON»

Тема 34. Защита проекта «Каникулы mode: ON»/ Показ видеоролика на празднике последнего звонка и защита проекта. Выяснение планов на будущее. Вторая часть занятия проходит в свободной форме.

ПЛАНИРУЕМЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Метапредметные:

Регулятивные:

- навык разработки плана на краткосрочное будущее (на этапе разработки контент-плана);
- навык определения необходимых действий для оценки достоверности информации и составления алгоритма их выполнения;
- навык выбора наиболее эффективных способов решения учебных задач;
- опыт соотнесения своих действий с целью и, при необходимости, самостоятельного исправления ошибок;
- навык описания своего опыта, его оформления для передачи другим людям.

умение делать вывод о достоверности информации на основе критического анализа. Коммуникативные:

- представление о способах создания оригинальных текстов с использованием необходимых речевых средств;
- опыт творческого использования медиа для выражения собственных идей и мнений;
- опыт организации учебного взаимодействия в группе;
- опыт корректного и аргументированного отстаивания собственной точки зрения в дискуссии;
- навык эффективного использования медиатехнологий для обмена медиаконтентом и привлечения аудитории к созданному СМИ. Предметные:
- умение проводить анализ информации на ее достоверность;
- умение использовать ИКТ-ресурсы для решения поставленных задач.

Личностные:

- медиакультура пользователя,
- развитие навыков критического мышления,
- усвоение норм этики и морали в интернете, моральноценностных и духовно-нравственных установок.

Календарно-тематическое планирование программы «Медиашкола» на 2025-2026 учебный год

№	Наименование раздела и учебных тем	Теория	Практика	Материально-техническое оснащение
1	Введение. Интернет – зло или добро?	1		АРМ*
2	Неоэтикет. Правила поведения в медиапространстве, соцсетях	1		АРМ
3	Практика. Создание листовки «Вредные советы общения в соцсетях»		1	АРМ, интернет-ресурсы
4	Интерактивная беседа в библиотеке «Социальные сети»	1		АРМ
5	Пост в социальной группе. Жанровые особенности	1		АРМ
6	Практика. Составление советов перед публикацией поста		1	АРМ, интернет-ресурсы
7	Творческая встреча	1		АРМ
8-9	Организация конкурса «Социальные ролики». Создание проекта-плана подготовки и проведения мероприятия «Социальные ролики»	1	1	АРМ, интернет-ресурсы
10-11	Практика. Создание проект-плана мероприятия «Социальные ролики»		2	АРМ, интернет-ресурсы
12	Мастер-класс по созданию социального ролика	1		АРМ
13	Практика. Проведение опроса		1	АРМ, интернет-ресурсы
14	Тематические блоки жанра	1		АРМ
15	Рецензирование социальных роликов		1	АРМ, интернет-ресурсы

16	Путешествие в город профессий	1		АРМ
17-18	Сюжет и содержательный контент видеопродукта	1	1	АРМ, интернет-ресурсы
19	Консультация	1		АРМ
20-21	Практика. Создание тематического социального ролика для конкурса		2	АРМ, интернет-ресурсы
22	Мастер-класс по техническому обеспечению	1		АРМ
23	Практика. Создание тематического социального ролика для конкурса.		1	АРМ, интернет-ресурсы
24	Пиар-кампания по продвижению продукта. Особенности пиар-компаний по продвижению продукта.	1		АРМ
25	Практика. Пиар-кампания по продвижению продукта.		1	АРМ, интернет-ресурсы
26	Работа над итоговым мероприятием. Предпоказ социального ролика		1	АРМ, интернет-ресурсы
27-28	Пиар-кампания по продвижению продукта. Работа над итоговым мероприятием.	1	1	АРМ, интернет-ресурсы
29	Работа над итоговым мероприятием		1	АРМ, интернет-ресурсы
30	Медиа и человечество: их влияние друг на друга. Ролевая игра «Новости»		1	АРМ, интернет-ресурсы
31	Мероприятие «Фестиваль социальных роликов»		1	АРМ, интернет-ресурсы
32-33	Монтаж сюжета.		2	АРМ, интернет-ресурсы
34	Защита проекта «Каникулы mode: ON»		1	АРМ, интернет-ресурсы
	Итого:	14	20	34

***Автоматизированное рабочее место (АРМ) в школе** — это комплект технических и программных средств, необходимых педагогу для планирования и проведения занятий, отслеживания прогресса учащихся и составления отчётов о проделанной работе (Компьютер или ноутбук)

