

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение  
дополнительного образования  
«Петрозаводская детская школа искусств им. М.А. Балакирева»

ПРИНЯТО

ПЕДАГОГИЧЕСКИМ СОВЕТОМ  
МОУ ДО «Петрозаводская детская  
школа искусств  
им. М.А. Балакирева»

№ 4 от «29» августа 2019 года

УТВЕРЖДАЮ

Директор МОУ ДО «Петрозаводская  
детская школа искусств им. М.А.  
Балакирева»

 Бренц М.О.

«29» августа 2019 года.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА ХУДОЖЕСТВЕННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

### Программа по учебному предмету Зарубежная и российская арт-журналистика. Медиапрофессии и медиабренды 21 века

СОСТАВИТЕЛЬ

Рыбалова Елена Борисовна

## I. Пояснительная записка

### *Характеристика учебного предмета, его место и роль в образовательном процессе*

Программа учебного предмета «Зарубежная и российская арт-журналистика. Медиапрофессии и медиабренды 21 века» разработана на основе «Рекомендаций по организации образовательной и методической деятельности при реализации общеразвивающих программ в области искусств», направленных письмом Министерства культуры Российской Федерации от 21.11.2013 №191-01-39/06-ГИ.

Журналистика активно проявляет себя практически во всех государствах мира. Особенно это было заметно во время революций в США и Франции, в период становления государственности в развивающихся странах. Если первые периодические издания были универсальными и информационными сначала в виде еженедельника, затем ежедневной газеты, журнала, то вскоре пресса разделилась на серьезную и развлекательную, качественную и массовую, возникла бульварная периодика. Эфирная пресса – новый мощный отряд журналистики стимулировал дальнейшую концентрацию средств массовой информации, разделение их на государственные, общественные и частные, покупку влиятельных СМИ компаниями и концернами. Возникают транснациональные корпорации. Сегодня определяется облик мировой журналистики XXI века. Два фактора влияют на него существенно: массовая культура и новые информационные технологии (Интернет, интерактивные и цифровые медиа), медиабренды.

Предлагаемая программа «Зарубежная и российская артжурналистика. Медиапрофессии и медиабренды 21 века» направлена на:

- формирование прогрессивного мировоззрения, самореализацию личности и выбор профессии. XXI век называют «веком глобального информационного общества». Молодому человеку необходимы навыки восприятия информации, понимания значения аудиовизуальных образов, умения реализовывать себя в сфере СМИ и, как следствие, более компетентно и свободно обращаться с информационными потоками России и зарубежных стран и ориентироваться в них. На решение этих проблем направлена данная образовательная программа;
- решение социально-педагогических целей - развитие коммуникативных и аналитических способностей молодежи, расширение кругозора в области культуры мира и СМИ. На занятиях учащимся предлагается всесторонне познакомиться с историей мировых СМИ, тенденциями средств массовой информации России, ближнего и дальнего зарубежья, с принципами создания медиабрендов, журналистских текстов различных жанров, с журналистской этикой и медиапрофессиями 21 века.

Срок освоения программы 1 год, возраст детей, поступивших в образовательное учреждение на первый год обучения *от 15 лет и старше*.

Данная программа предлагает конкретные формы разнообразной практики (форсайт-сессии, панельные дискуссии, лекции-исследования, стажировки), которые позволяют реализовать коррекционную и реабилитационную функции медиакультуры и способствуют сохранению и развитию духовно-психического

здоровья.

Юные журналисты изучают основы дипломатии, журналистской этики, истории СМИ, применяют знания иностранных языков (английский, немецкий, финский, норвежский, французский), читая зарубежные газеты и общаясь с зарубежными журналистами и сверстниками, участвуя в выпуске Интернет-газеты или WEB-страницы, в международных круглых столах, пресс-конференциях, совместных уроках с иностранными журналистами, на стажировках в Европе.

Система уроков, основанная на изучении общих закономерностей развития мировых средств массовой информации, истории и формирования жанров, специфики профессии журналиста, позволяет учащимся не только освоить необходимый учебный материал, но и осознать себя и решить профессионально ориентационные вопросы.

### ***Срок реализации учебного предмета***

При реализации программы учебного предмета «Зарубежная и российская арт-журналистика. Медиапрофессии и медиабренды 21 века» продолжительность учебных занятий составляет 34 учебных недели в год.

### ***Объем учебного времени, предусмотренный учебным планом образовательной организации на реализацию учебного предмета***

Общая трудоемкость учебного предмета «Зарубежная и российская арт-журналистика. Медиапрофессии и медиабренды 21 века» при 1-летнем сроке обучения составляет:

### ***Учебный план***

<b>I год обучения</b>			
	Количество учебных недель в году	Количество часов в неделю	Всего часов в год
Групповые занятия	34	4	136

Всего за 1 год обучения: 136 часов групповых занятий.

***Форма проведения учебных занятий:*** Занятия проводятся в групповой форме. Занятия проводятся 2 раза в неделю по 4 часа (включая работу над редактированием и версткой материалов). Занятия проводятся в форме теоретических и практических занятий, лекций, форсайт-сессий, панельных дискуссий, деловых игр, творческих заданий, «Медиапонедельников» с известными редакторами и журналистами, работающими в разных СМИ, стажировки.

### ***Цель учебного предмета***

Создание условий для социального, культурного и профессионального самоопределения, творческой самореализации личности; интеграции в мировую информационную систему.

## ***Задачи учебного предмета***

### ***Образовательные:***

- научить полноценно воспринимать, интерпретировать, анализировать и оценивать медиатексты России и Европы (на русском и иностранных языках),
- познакомить с историей зарубежной журналистики, этапами развития, проблемами и достижениями мировых СМИ, практикой создания мировых медиабрендов, знакомство с медиапрофессиями.
- содействовать выбору индивидуального образовательного маршрута молодого человека в сфере мировых информационных технологий, журналистского и литературного творчества, в том числе арт-журналистики;
- обеспечить комфортную образовательную среду для каждого ученика.

### ***Воспитательные:***

- способствовать формированию компетентного человека и гражданина, интегрированного в современное ему общество и нацеленного на совершенствование этого общества;
- обеспечить нравственное воспитание личности, профилактику асоциального поведения в молодежной среде.

### ***Развивающие:***

- интегрировать личность юного журналиста в мировую культуру и медиа;
- способствовать медиаобразованию и формированию мировоззрения личности, ее культуры через новую образовательную систему.

## ***Структура программы***

Программа содержит следующие разделы:

- сведения о затратах учебного времени, предусмотренного на освоение учебного предмета;
- распределение учебного материала по годам обучения;
- описание дидактических единиц учебного предмета;
- требования к уровню подготовки учащихся;
- формы и методы контроля, система оценок, итоговая аттестация;
- методическое обеспечение учебного процесса.

В соответствии с данными направлениями строится основной раздел программы «Содержание учебного предмета».

## ***Методы обучения***

Для достижения поставленной цели и реализации задач предмета используются следующие методы обучения:

- словесный (объяснение, беседа, рассказ);
- наглядный (показ, наблюдение, демонстрация приемов работы);
- практический (освоение приемов игры на инструменте);
- эмоциональный (подбор ассоциаций, образов, художественные впечатления).

### **Описание материально-технических условий реализации учебного предмета**

Каждый учащийся обеспечивается доступом к библиотечным фондам и фондам аудио и видеозаписей школьной библиотеки. Во время самостоятельной работы учащиеся могут пользоваться Интернетом для сбора дополнительного материала по изучению предложенных тем.

Библиотечный фонд укомплектовывается печатными, электронными изданиями, учебно-методической литературой.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА**

Основные навыки и умения учащиеся приобретают на уроке. Минимум содержания общеразвивающей программы должен обеспечивать развитие значимых для образования, социализации, самореализации подрастающего поколения интеллектуальных и художественно-творческих способностей ребенка, его личностных и духовных качеств.

Общеразвивающие программы в области искусств реализуются посредством:

- личностно-ориентированного образования, обеспечивающего творческое и духовно-нравственное самоопределение ребенка, а также воспитания творчески мобильной личности, способной к успешной социальной адаптации в условиях быстро меняющегося мира;
- вариативности образования, направленного на индивидуальную траекторию развития личности.

### **Примерный учебно-тематический план на 1-й год обучения:**

<i>Название темы</i>	<i>Теория</i>	<i>Практика</i>	<i>Кол-во часов</i>
<b>Раздел 1.</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>24</b>
1. Введение. Зарубежная и российская журналистика 21 века. Новый этап в истории мировой журналистики.	2	2	4
2. Форсайт-сессия: Журналистика в системе медиапрофессий XXI века: свой среди чужих? Каков баланс в журналистском образовании между фундаментальным гуманитарным знанием и профессиональной практикой?	2	2	4
3. Панельная дискуссия: Какие специалисты нужны редакциям сегодня и, главное, будут нужны завтра? (с участием редакторов и журналистов)	2	2	4
4. Образовательные и профессиональные стандарты журналиста. Закон о СМИ. Декларация прав журналистов (с участием медиаюристов).	2	2	4
5. Панельная дискуссия: Как сформировать профессиональную идентичность журналиста? (с участием членов Союза журналистов Карелии).	2	2	4
6. «Медиапонедельник»: Современная журналистика – журналистское творчество или	2	2	4 5

цифровое ремесленничество?			
	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>
<b>Раздел 2.</b>			
1. Конвергенция СМИ в зарубежных, российских и глобальных медиа. Предпосылки или уже революция?	2	2	4
2. Инновации в творчестве журналистов электронных СМИ. Электронная газета с запахом кофе. Новые формы и средства передачи информации.	2	2	4
3. «Медиапонедельник»: Журналистика – текст или спецпроект?	2	2	4
4. Жанры эфирной журналистики России и Европы. Информационные жанры. Хроника. Видеоролик. Заметка (видеосюжет). Виды заметок - сообщение об официальных событиях, сценарная или авторская, словесная или оперативная. Телеинтервью. Виды телеинтервью: пресс-конференция, интервью-факт, интервью-мнение, портретное интервью. Отчет. Телерепортаж. Сценарный план. Эпизоды. Хронометраж. Прямой эфир и в записи. Монтажная обработка материалов.	2	2	4
5. Медленное ТВ Норвегии – необычное явление и новый этап в развитии мировых СМИ?	2	2	4
6. «Медиапонедельник»: Блогеры и видеоблогеры - предпосылки изменения профессии журналиста?	2	2	4
7. Иллюстрации в СМИ России. Окна РОСТа. Журнал «Крокодил». Тележурналы «Фитиль» и «Ералаш».	2	2	4
8. Карикатурный скандал в Дании и Скандинавии. Карикатуры журнала Франции. Этика журналистов.	2	2	4
9. Сатирические жанры в истории СМИ: фельетон, памфлет, эссе. Юмор. Ирония Сарказм.	2	2	4
	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
<b>Раздел 3.</b>			
1. Артжурналистика. Виды, направления, тенденции. Выбор профессии.	2	2	4
2. Жанровая специализация журналиста. Новые медиапрофессии XXI века. Медиаиндустрия. Итоги за год. Презентация пресс-портфолио.	2	2	4
<b>Итого часов за полугодие</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>68</b>
	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>16</b>
<b>Раздел 4.</b>			
1. Введение. Величайшие мировые медиабренды и личности. Телевещатели.	2	2	4
2. CNN International	2	2	4

3. BBC World	2	2	4
4. MTV	2	2	4
<b>Раздел 5.</b> 1. Величайшие мировые бренды и личности. Газеты.	18	-	18
2. The Times	2	-	2
3. Financial Times	2	-	2
4. The Wall Street Journal	2	-	2
5. International Herald Tribune	2	-	2
6. The New York Times	2	-	2
7. El Pais	2	-	2
8. Die Zeit	2	-	2
9. Corriere della Sera	2	-	2
10. Liberational	2	-	2
<b>Раздел 6.</b> Величайшие мировые бренды и личности. Журналы.	10	-	10
1. Time	2	-	2
2. National Geograpfic	2	-	2
3. Paris Match	2	-	2
4. The Economist	2	-	2
5. Vogue	2	-	2
<b>Раздел 7.</b> Величайшие мировые бренды и личности. Информационные агентства	6	2	8
1. Reuters	2		2
2. Bloomberg	2		2
3. Заключение. Как создать медиабренд и медиагигант.	2	2	4
<b>Раздел 8.</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>16</b>
1. МедиаСамп2016 в Норвегии	8	8	16
<b>Итого часов 1 год обучения</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>136</b>

**Всего часов 136 ч. Самостоятельная работа 136 ч.**

Итого часов трудозатрат на дисциплину (для обучающегося) 272 ч.

### Содержание курса:

<b>Раздел 1. Зарубежная и российская артжурналистика 21 века</b>	
1.	Введение. Зарубежная и российская журналистика 21 века. Новый этап в истории мировой журналистики.
2.	Форсайт-сессия: Журналистика в системе медиапрофессий XXI века: свой среди чужих? Каков баланс в журналистском образовании между фундаментальным гуманитарным знанием и профессиональной практикой?
3.	Панельная дискуссия: Какие специалисты нужны редакциям сегодня и, главное, будут нужны завтра? (с участием редакторов и журналистов)

4.	Образовательные и профессиональные стандарты журналиста. Закон о СМИ. Декларация прав журналистов (с участием медиаюристов).
5.	Панельная дискуссия: Как сформировать профессиональную идентичность журналиста? (с участием членов Союза журналистов Карелии).
6.	Современная журналистика – журналистское творчество или цифровое ремесленничество?
<b>Раздел 2. Конвергенция мировых СМИ</b>	
1.	Конвергенция СМИ в зарубежных, российских и глобальных медиа. Предпосылки или уже революция?
2.	Инновации в творчестве журналистов электронных СМИ. Электронная газета с запахом кофе. Новые формы и средства передачи информации.
3.	Журналистика – текст или спецпроект?
4.	Жанры эфирной журналистики России и Европы. Информационные жанры. Хроника. Видеоролик. Заметка (видеосюжет). Виды заметок - сообщение об официальных событиях, сценарная или авторская, словесная или оперативная. Телеинтервью. Виды телеинтервью: пресс-конференция, интервью-факт, интервью-мнение, портретное интервью. Отчет. Телерепортаж. Сценарный план. Эпизоды. Хронометраж. Прямой эфир и в записи. Монтажная обработка материалов.
5.	Медленное ТВ Норвегии – необычное явление и новый этап в развитии мировых СМИ?
6.	Блогеры и видеоблогеры - предпосылки изменения профессии журналиста?
7.	Карикатурный скандал в Дании и Скандинавии. Карикатуры журнала Франции. Этика журналистов.
8.	Сатирические жанры в истории СМИ: фельетон, памфлет, эссе. Юмор. Ирония. Сарказм.
<b>Раздел 3. Медиапрофессии XXI века</b>	
1.	Жанровая специализация журналиста. Новые медиапрофессии XXI века. Медиаиндустрия.
2.	Арт-журналистика. Виды рецензий. По объекту исследования - литературные, театральные, музыкальные, художественные, кинокритици. По объему – грандрецензии и минирецензии. По числу анализируемых объектов - монорецензии и полирецензии.
<b>Раздел 4. Величайшие мировые медиабренды. Телевещатели.</b>	
1.	Введение. Величайшие мировые медиабренды. Телевещатели. Личности в истории СМИ.
2.	CNN International
3.	BBC World
4.	MTV
<b>Раздел 5. Величайшие мировые бренды и личности. Газеты.</b>	
1.	The Times
2.	Financial Times
3.	The Wall Street Journal
4.	International Herald Tribune
5.	The New York Times
6.	El Pais
7.	Die Zeit



8.	Corriere della Sera
9.	Liberational
<b>Раздел 6. Величайшие мировые бренды и личности. Журналы.</b>	
1.	Time
2.	National Geografic
3.	Paris Match
4.	The Economist
5.	Vogue
<b>Раздел 7. Величайшие мировые бренды и личности. Информационные агентства</b>	
1.	Reuters
2.	Bloomberg
3.	Заключение. Как создать медиабренд и медиагигант. Итоги года.
<b>Раздел 8.</b>	
1.	МедиаСамп2016 в Норвегии

**Зачетные требования:**

Предоставление пресс-портфолио за год.

**Дополнительная практика:** недельная стажировка в Норвегии с целью знакомства со СМИ, культурой и традициями, поездки в качестве юных журналистов в составе молодежных групп в зарубежные страны.

**Формы практики:** фотокросс, пресс-клуб «Почемучка», написание текстов, литературное редактирование текстов, интервью, рисование, фотографирование, интерактивные игры, просмотры фильмов, концертов, спектаклей, выставок, участие в творческих конкурсах и фотовыставках.

**III. Требования к уровню подготовки обучающегося**

Обучающиеся получили знания по основам журналистики, азы профессии журналиста, познакомились с разными жанрами СМИ и литературы, развили свои творческие способности, проявили себя как творческие личности, ориентирующиеся в современном мире и медиапространстве России.

**Компетенции:** знания истории мировой журналистики, навыки работы с российским и зарубежным текстом определенного жанра, умения анализировать и ориентироваться в мировом медиапространстве и создании медиабрендов, знания мировых новостей, умения анализировать и сравнивать различные виды СМИ, умения адаптировать знания об истории СМИ к современным условиям и умения критически относиться к медиаинформации, знания иностранных языков, развитые коммуникативные способности, знания основ дипломатии, международного этикета, навыки по проведению интервью, умения работать в международном пресс-центре.

**IV. ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ. КРИТЕРИИ ОЦЕНОК**

- написанные на занятиях и дома материалы;
- зачетные работы по окончании курса;

- представление пресс-портфолио;
- активное участие в пресс-клубах, пресс-конференциях, во время стажировок и проектов;
- материалы, опубликованные в СМИ, размещенные в сети Интернет;
- мониторинг, анкетирование, презентации;
- публикации в городских и республиканских СМИ;
- публикации в республиканских тематических сборниках;
- публикации на сайтах и в социальных сетях, в городских и республиканских СМИ;
- работа на днях практики, пресс-конференциях, круглых столах, фестивалях, вернисажах прессы, пресс-клубах, пресс-центрах, детских научно-исследовательских конференциях;
- тексты, опубликованные в школьной прессе, размещенные в сети Интернет;
- участие в выпуске Интернет-газеты «Время и мы» и сайта школы;
- участие в конкурсах, ТВ - и радиопрограммах;
- призовые места в журналистских конкурсах.

**Итоговая аттестация (выпускной экзамен)** определяет уровень и качество владения полным комплексом знаний в рамках итоговой работы.

#### ***Критерии оценки***

Оценка «5» ставится за активную работу на занятиях, за инициативность, добросовестное выполнение заданий, за хорошее знание материала.

Оценка «4» ставится за регулярное посещение занятий, за хорошее знание пройденного материала, но обучающийся не проявляет должной инициативы в учебном процессе.

Оценка «3» ставится при формальном выполнении заданий при низком уровне реализации, при недостаточном отношении к учебному процессу.

Оценка «2» ставится за неудовлетворительное отношение к учебному процессу, за низкую дисциплину и посещаемость, при очень низком уровне реализации учебных заданий.

В случае, когда оценка «2» поставлена по итогам четверти или года, может быть поставлен вопрос об отчислении учащегося из группы.

Основная оценка ставится по результатам выполненной практической работы в конце обучения.

Промежуточный контроль и оценка знаний и умений осуществляется в конце каждой четверти в форме контрольной работы (практика и теория). На усмотрение преподавателя, контроль знаний в какой-либо форме (тест, контрольная работа) может быть осуществлён в течение четверти.

Для реализации данной учебной программы большое значение имеет выполнение учащимися домашних заданий. Домашние задания оцениваются преподавателем в течение всего обучения.

## **V. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ И ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ:**

Диктофоны, фотоаппараты, мобильные телефоны, компьютеры, Интернет ресурсы.

## **VI. СПИСКИ РЕКОМЕНДУЕМОЙ МЕТОДИЧЕСКОЙ И УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.**

1. Дэвид РЭНДАЛЛ «Универсальный журналист». Стандарты и профессиональные секреты универсальной журналистики. Теория и практика СМИ. С-Петербург.1998
2. В.В. Ворошилов «История журналистики зарубежных стран», Учебник. С.-Петербург. 2002
3. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика. Правила и парадоксы. С.Петербург. 2002
4. Михайлов С.А. Журналистика стран Северной Европы. Санкт-Петербург. 2003
5. История печати. Антология. Москва. 2001.т.1
6. История печати. Антология. Москва. 2001.т.2
7. «История мировой журналистики». Учебное пособие. Издательский центр «МарТ». Москва-Ростов-на-Дону. 2004.
8. Н.А.Голядкин «История отечественного и зарубежного телевидения». Телевизионный мастер-класс. Москва. 2004
9. Марк Тангейт «МедиаГиганты». Альпина Бизнес Букс. Москва. 2006
10. Елена Вартанова «Медиаэкономика зарубежных стран». ЗАО Издательство «Аспект Пресс». 2003
11. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. Аспект Пресс. 2006
12. Международное информационное право. Методические материалы к международному спецкурсу. Фонд защиты гласности. «СТЭНСИ» Москва. 2002
13. Т.И.Фролова «Журналистика для абитуриентов. Творческий конкурс». Москва. 2015
14. Хиллари Реттинг «Писать профессионально. Как побороть прокрастинацию, перфекционизм и творческие кризисы». «МАНН, ИВАНОВ и ФЕРБЕР». Москва. 2015
15. Ольга Соломатина «Писать легко. Как писать тексты, не дожидаясь вдохновения». «МАНН, ИВАНОВ и ФЕРБЕР». Москва. 2015
16. Газеты и журналы России, Европы, США, Канады, Китая
17. Сайты в сети Интернет.