

ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ НЕТИПОВОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ «АКАДЕМИЯ ТАЛАНТОВ» САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ПРИНЯТО

Педагогическим советом  
ГБНОУ «Академия талантов»  
Протокол № ПФ310818 от 31.08.2018

УТВЕРЖДАЮ

Директор  
ГБНОУ «Академия талантов»



/Е.А. Полукарова/

**Дополнительная образовательная программа развивающей смены  
«МЕДИАЭКСПРЕСС»**

**Направленность программы:** социально-педагогическая

**Возраст обучающихся:** 7-18 лет

**Сроки реализации:** 6 дней

**Разработчики программы:**

Специалисты ГБНОУ «Академия талантов Санкт-Петербурга»:

Куричкис Н.А. – заместитель директора по организационно-массовой работе,

Дуленина И.Е. – руководитель студии визуальных искусств,

Гашинова А.Л. – педагог-организатор,

Шушпанов А.Н. – начальник отдела социально-культурной деятельности.

Санкт-Петербург  
2018 г.

## Пояснительная записка

### *Актуальность программы*

Представленная программа разработана и реализуется как опорное мероприятие Регионального центра по выявлению, поддержке и развитию одарённых детей Санкт-Петербурга.

Актуальность программы определяется социально-педагогическими вопросами воспитания. Немногие задумываются над тем, что видят вокруг себя наши дети, на каких примерах они воспитываются. Как правило, родители всеми силами стараются оградить своих чад от проблем, существующих в современном обществе, но сделать это становится все сложнее. Брошенные животные, мусор на улицах, аварии на дорогах, бездомные попрошайки, зависимые люди, проявляющие агрессию и другие «болезни» современного общества, к сожалению, стали обыденными явлениями нашей жизни.

На сегодняшний день одним из наиболее эффективных способов диагностики и коррекции социальных проблем является использование социальной рекламы в качестве просветительского инструмента. Участвуя в программе, обучающиеся знакомятся с некоторыми профессиями медиа-направления: оператор, режиссер, монтажер, фотограф, тележурналист, звукорежиссер и тд. «МедиаЭкспресс» помогает школьникам, не имеющим возможности в течение учебного года регулярно посещать специализированные занятия в студиях медиа-направления, познакомиться с увлекательным процессом создания своего социально значимого медиа-продукта.

В ходе реализации программы участниками освещаются следующие актуальные темы: «Мы в ответе за тех, кого приручили», «Экология души», «Добровольчество», «Безопасность жизнедеятельности», «Антитеррор». Проанализировав негативные проявления общества, касаемые этих тематик, ребята предлагают идеи бушующих социальных аудио и видео реклам.

Мы считаем, что созданные таким образом рекламные продукты помогают воспитывать в школьниках дружественное отношение к людям другой национальности, толерантность, терпимость, уважение к старшим, бережное отношение к окружающей среде, любовь к здоровому образу жизни и тд. А значит эта работа, способствует воспитанию нравственного поколения, равнодушного к бедам других людей.

### *Научно-методическая база программы*

В основу программы положены педагогические практики, которые реализуются педагогами «Академии талантов» в рамках годового цикла госпитальных и культурно-массовых мероприятий. Данные педагогические практики разработаны в соответствии с требованиями образовательных стандартов, в том числе – проектируемого стандарта дополнительного образования. Таким образом, предлагаемые приёмы и методы работы с обучающимися (см. Учебный план) формирует современную образовательную среду и направлены на достижение практически значимых образовательных результатов.

В методологии программы также нашли отражение ключевые позиции теории массовых коммуникаций. Так, в частности, «Отец рекламы» Дэвид Огилви приводит следующую цитату: «Реклама оправдывает свое существование, когда используется в общественных интересах, это слишком мощный инструмент, чтобы использовать его исключительно в коммерческих целях». Мы согласны с этим высказыванием, поэтому **наш проект обращает внимание людей к общечеловеческим ценностям, путем погружения детей и подростков в процесс создания социальных аудио и видео реклам.** Данная методологическая позиция сообщает представленной программе воспитательную направленность и ориентирует её на достижение конкретных социальных эффектов.

Хорошо продуманная реклама привлекает внимание и на долгое время остаётся в памяти. Социальная реклама несёт предупреждающий и информационный характер о различных общественных и экологических проблемах, она заставляет задуматься. Если с



детьми дошкольного и младшего школьного возраста можно успешно решать этот вопрос путем популяризации готовой социальной медиа продукции (социальной аудио и видео рекламы), то с ребятами среднего и старшего школьного возраста вариант «пассивный зритель» не принесет должного воспитательного эффекта. Современный взрослеющий ребенок зачастую не готов принимать «навязанную» кем-то истину, он нуждается в самовыражении. Дети замечают социальные проблемы и хотят на них повлиять. Кроме того, юношеское восприятие окружающего мира порой отличается от общепринятого, что может сделать рекламу, созданную детьми более искренней, избавленной от штампов. Сеть Интернет и медиа пространство стали неотъемлемой частью повседневности в жизни современного человека. Среди детей и подростков повышается интерес к медиа-продуктам и увлекательному процессу их создания.

Изучив влияние рекламы на подрастающее поколение и мировой опыт использования социальной рекламы в качестве средства профилактики нравственных «болезней» общества, мы решили выбрать направлением своей работы – создание социальной аудио и видео рекламы с привлечение детей и подростков.

### ***Понятийный аппарат***

Термин «медиа» (от лат. Media — средство) употребляется как аналог термина «средства массовых коммуникаций» (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, сеть Интернет).

Как и в педагогической науке в целом, так и в медиаобразовании не существует единой, принятой во всех странах мира терминологии. Как правило, не только национальные научные школы, но и отдельные ученые разных стран предлагают свои варианты формулировок таких ключевых понятий, как «медиа образование», «медиакультура», «медиаграмотность». К примеру, в документах ЮНЕСКО медиаобразование понимается как обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области в педагогической теории и практике.

**Медиаобразование** рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

**Социальная реклама** - это вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. Это способ мобилизации и координации добровольной активности членов общества с целью решения актуальных, общезначимых социальных проблем, которые невозможно удовлетворительно решать с помощью стандартного набора государственных административно-правовых средств. Целью социальной рекламы является изменение поведенческой модели общества по отношению к объекту рекламы и создание новых социальных ценностей. В качестве объекта социальной рекламы выступает осязаемый или неосязаемый социальный продукт, предназначенный для осуществления определенных изменений в сознании и поведении общественных групп.

Определяют следующие функции социальной рекламы:

- Информационная - информирование граждан о наличии определенной социальной проблемы и привлечение к ней внимания.
- Просветительская - это распространение, привитие определенных социальных ценностей и объяснение проблемы, а также, возможно, ее источника и путей решения.
- Социальная – формирование общественного сознания, изменение поведенческой модели.
- Эстетическая – воспитание вкуса.

### ***Социальная значимость программы***

Данная программа позволяет участниками обрести навык позитивного самовыражения: высказывания собственных мыслей и переживаний посредством современных медиа. Ребята, участвующие в проекте, обретают уверенность в том, что они, будучи еще детьми могут привлечь внимание и повлиять на социально значимые сферы жизни общества. Кроме того, участники знакомятся с актуальным миром медиа-производства, принять непосредственное участие в создании собственного медиа-продукта.

### ***Опыт реализации программы***

Реализация проекта «МедиаЭкспресс» способствует раскрытию потенциала талантливых детей Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В рамках программы мы создаем общественно-полезный медиа-контент. Созданные социальные видео и аудио рекламы, а их более 80 видео и 30 аудио за 2017 год, находятся в общем доступе в сети Интернет и используются педагогическим сообществом в воспитательных и просветительских целях. На YouTube-канале «Академии талантов» размещены все работы, созданные в ходе этого проекта, самые лучшие рекламы направляются к участию в молодежных медиа-фестивалях и занимают призовые места.

Участниками проекта стали 2000 детей и подростков 10–17 лет из разных районов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, отдыхающие в летних оздоровительных лагерях. В проекте могут принимать участие как воспитанники сборных по возрастам отрядов, так и представители творческих коллективов, или спортивных секций, отдыхающие в ДОЛ.

### ***Цель и задачи программы***

**Цель** – обеспечение условий для выявления, поддержки и развития одарённых детей, проявляющих выдающиеся способности в области искусства и социально-гуманитарного знания.

#### **Задачи:**

- Развивать социальную и творческую активность детей и подростков путем их погружения в процесс создания социальных аудио и видео реклам.
- Содействовать формированию у школьников навыка позитивного и созидательного самовыражения, через применение современных медиа.
- Способствовать развитию индивидуальности детей и подростков через профессиональную помощь в воплощении их идеи в готовый медиа-продукт.
- Расширять кругозор школьников посредством знакомства с процессом медиа-производства и задействованными в этом профессиями.
- Приобщать подрастающее поколение к общечеловеческим ценностям и социальной ответственности.
- Содействовать деятельности Регионального центра по работе с одарёнными детьми Санкт-Петербурга.
- Формировать и представлять сведения о детях, проявивших выдающиеся способности, для занесения в региональный реестр одарённых детей Санкт-Петербурга.

*Планируемые образовательные результаты*

Планируемый образовательный результат	Критерии и показатели достижения результата	Оценочные процедуры
Предметный	<p><b><i>Ознакомление обучающихся с доступными способами созидательного самовыражения:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомление обучающихся с медиа-продукцией (социальная аудио и видео реклама, короткометражные фильмы и телесюжеты), созданной их сверстниками;</li> <li>– информирование обучающихся о детских/молодежных фестивалях и конкурсах медиа-профиля;</li> <li>– организация условий для «первой пробы» - самостоятельной творческой активности по направлению «медиа».</li> </ul> <p><b><i>Изучение основ профессиональной деятельности в сфере медиа:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение задач и приёмов профессиональной деятельности в области медиа;</li> <li>– приобретение практических навыков работы с техническими средствами (камеры, текстовые редакторы, устройства звукозаписи, программное обеспечение для монтажа и дизайна и тд);</li> <li>– создание собственного медиа-продукта на социальную тематику;</li> <li>– презентация собственного медиа-продукта.</li> </ul>	<p>Педагогическое наблюдение.</p> <p>Экспертная оценка продуктов образовательной деятельности – видеороликов, аудио сюжетов и тд.</p>
Метапредметный	<p><b>Развитие коммуникативной культуры обучающихся:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формирование навыка аргументированной дискуссии;</li> <li>– развитие навыка учебного и учебно-практического взаимодействия в группах разного состава – парах, малых группах, при фронтальной работе;</li> <li>– развитие навыков публичного выступления;</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>– формирование навыков творческого оформления и владение средствами презентации собственной позиции.</li> </ul> <p><b>Формирование навыков оперативного взаимодействия:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развитие навыка определения и распределения обязанностей внутри детского коллектива;</li> <li>– развитие навыков самоорганизации детского коллектива;</li> <li>– формирование навыков конструктивного лидерства.</li> </ul>	
Личностный	<p><b>Повышение социальной и творческой активности школьников:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развитие учебной мотивации к предметам, связанным с направлением «медиа творчество»;</li> <li>– определение социально-значимых вопросов, актуальных для региона;</li> <li>– ознакомление с основными стратегиями решения социальных проблем;</li> <li>– формирование понятийного аппарата и творческого инструментария, необходимого для участия в аргументированной дискуссии на заявленные социальные темы;</li> </ul> <p><b>Создание условий для формирования ценностного отношения к социальным проблемам:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формирование навыка оценочных суждений и их аргументации;</li> <li>– развитие навыка определения и формулировки личной позиции по социально-значимым вопросам;</li> <li>– приобретение личного положительного опыта в обсуждении и разрешении социальных вопросов.</li> </ul>	

### **Формы организации учебных занятий**

- Мастер-класс;
- Творческая встреча;
- Мозговая атака (штурм);
- Дискуссия;
- Интегрированное занятие;
- Творческий проект;
- Визуализация;
- Защита творческого проекта.

### **Календарный учебный график**

Начало реализации Программы – 05 июня 2017 года

Окончание реализации программы – 10 июня 2017 года

Объем учебных часов по программе – 48 часов.

### **Учебный план**

№ п/п	Название темы	Количество часов			Формы контроля
		Всего	Теория	Практика	
День 1.					
1.1	Вводное занятие. Знакомство с проектом и его направлениями (профилями).	4	3	1	Групповая оценка
1.2	Творческий вечер, посвященный детскому и молодежному короткометражному кино (научно-популярному, и игровому кино, социальной рекламе).	4		4	
День 2.					
2.1	Деление на группы по направлениям.	1		1	Экспертная оценка
2.2	Установочные профильные занятия по социальной видео и аудио рекламе.	4	3	1	
2.3	Знакомство участников профильных групп с основными понятиями и постановка целей.	1	1		
2.4	Установочное занятие. Формулировка и разработка идеи. Создание сценарной заявки.	2	1	1	

День 3.					
3.1	Группы по созданию социальной аудио и видео рекламы. Работы в малых группах (или индивидуально) по созданию сценарной заявки, раскадровки, экспликации.	4	2	2	Групповая оценка
3.2	Занятие «Создание успешного слогана».	1	1		
3.3	Работы по подготовке декораций, реквизита, репетиции актеров, дикторов.	3		3	
День 4. Работа параллельно в 2 группы					
4.1	Группа Видео. Участие в съемочном процессе.	8	1	7	Групповая оценка
4.2	Группа Аудио. Работа с базой шумовой и звуковой базой.	4	1	3	
4.3	Группа Аудио. Репетиции дикторов.	4	1	3	
День 5. Работа параллельно в 2 группы					
5.1	Группа Видео. Участие в процессе обработки видео (видеомонтаже): отбора дублей, озвучания, графического и шумового оформления.	8	4	4	Групповая оценка
5.2	Группа Аудио. Запись дикторского текста. Участие в процессе обработки аудиофайлов (аудио монтаж).	8	4	4	
День 6.					
6.1	Подготовка к проведению фестиваля.	2	1	1	Экспертная оценка
6.2	Фестиваль «МедиаЭкспресс», демонстрация созданных аудио и видео социальных реклам, награждение участников.	6		6	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>48</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	



### ***Содержание программы***

Список участников медиасмены формируется по заявлению обучающихся, находящихся в ДОЛ. От каждого отряда формируют команду из 5-6 человек для создания социальной видео и аудио рекламы.

За шесть дней работы участники «МедиаЭкспресса» успевают познакомиться, пройти краткий курс обучения, создать свою рекламу и продемонстрировать созданное видео и аудио.

В ходе самого насыщенного – съемочного – дня проекта, обучающиеся активно включены в работу. Благодаря современным, оригинальным формам работы (см. Учебный план) уже после первого занятия у участников программы появляются базовые навыки и идеи для будущих социальных реклам. Специалисты помогают преобразовать идеи в сценарные планы и начинается основной производственный процесс программы – съемочный. Обучающиеся знакомятся с профессиями, необходимыми на съёмочной площадке, пробуют себя в ролях актеров, дикторов, осветителей, реквизиторов, и т.д. За один съёмочный день в среднем производится до 10 коротких работ.

Итоговое событие программы в каждом лагере - «Фестиваль Медиа Экспресс». В ходе фестиваля демонстрируются все работы, созданные накануне (видео и аудио рекламы). На фестиваль приглашаются все желающие. Возможность увидеть себя и друзей на большом экране вызывает сильные положительные эмоции у участников программы. Осознание того, что ребята сделали социально значимый контент, повышает их интерес к медиа творчеству.

### ***Результаты участия и формы поощрения***

Активные участники проекта награждаются в следующих номинациях:

- «Актуальная идея социальной видео рекламы»,
- «Лучшая роль первого плана в социальной видео рекламе»,
- «Лучшая роль второго плана в социальной видео рекламе»,
- «Актуальная идея социальной аудио рекламы»,
- «Лучшее художественное оформление социальной видео рекламы»,
- «Благодарность за сотрудничество».

Обучающимся вручаются грамоты и памятные сувениры, а самые яркие кинотворцы приглашаются к участию в новых проектах студии визуальных искусств «Академии талантов».

Победители Фестиваля по решению экспертов включаются в Региональный реестр одарённых детей Санкт-Петербурга.

### ***Кадровое и информационно-методическое обеспечение программы***

1. Состав творческой команды: продюсер, художественный руководитель проекта, режиссеры аудио и видео рекламы, тележурналист, оператор, фотограф, и стажеры – воспитанники студии визуальных искусств Академии талантов.

2. Специализированная техника: Компьютер Apple 1 шт., Ноутбук Apple 1 шт., Ноутбук Dell 3 шт., Принтер Samsung 1 шт., Фотоаппарат Canon 6D 1 шт., Фотоаппарат Canon 7D 1 шт., Микрофоны Sennhaiser 2 комплект.(6 ед.), Диктофон Zoom 6 1 шт., Свет Logokam 1 шт., Штатив Libek 2 шт., Колонки Sven 1 шт., Накамерный свет Logocam 2 шт., Объективы Canon 24-105мм, 35мм, 50мм,85мм ,70-200мм, Наушники Sennhaiser 3 шт., Монитор DELL.