ГБУ ДО «Центр «Ладога»

Копилка идей

Обучающий семинар для социально-активных детей и подростков

«Школа актива»

по теме «Журналистика»

ГБУ ЛО «Центр «Молодежный»

26 – 28 января 2017 г.

Автор презентации: Анастасия Борисовна Берман

Правило №1

Соответствие заголовка теме материала

Сложа руки не сидим

Минула первая половина года. Жизнь в районе кипит, заметно преображается облик Грачёвки. Масштабные работы ведутся в плане благоустройства. О том, что уже сделано, и о планах в этом направлении на будущее рассказал глава района Сергей Александрович Аверкиев.

- Сергей Александрович, что сделано в плане благоустройства

- Не секрет, что состояние наших детских садов оставляет желать лучшего...

- Уже готовы документы на ремонт Петрохерсонецкого детского сада, который, мы надеемся, скоро начнётся. В этом году в Грачёвском детском саду окна полностью заменят на пластиковые, также там будет сделан косметический ремонт. Напомню, что в прошлом году в этом детсаду целиком поменяли отопление.

Кроме того, в рамках целевой областной программы «Безопасность образовательного учреждения на 2012-2015годы» в Грачёвском, Ключёвском, Побединском, Старошкинском и ряде

таноялена детская площадка.

В этом году начнём прово-

мент школ в текущем году из областного и районного бюджета было выделено 10254 тысячи рублей на капитальный ремонт и порядка 306 тысяч рублей - на косметический. К началу учебного года все школы будут готовы принять учеников.

PAZITIFE

Правило №2

Информативность

Придумать какой-то заголовок

Запорожцы показали, что у нашего Отечества есть достойные защитники!

Накануне Дня защитника Отечества в Запорожье прошли соревнования области по Киокусин каратэ. Организаторами соревнований стали Запорожское областное отделение национальной федерации Киокусин карате Украины (председатель — Александр Безбородько) и общественная организация «Славянская Гвардия» (лидер — Владимир Рогов).

стие около 150 сильнейших спортсменов со всей области.

По словам лидера «Славянской Гвардии» Владимира Рогова: «День защитника Отечества — это больше чем праздник. Каждое столетие наш народ проходит испытание — на нашу Родину вторгается самая сильная армия мира. И каждый раз, слава Богу, наш солдат доказывает непобедимость русского(славянского) духа! Так было в 18-м веке, когда наши предки разбили самую сильную в то время армию мира — шведскую (Полтава, 1709 год), в 19-м веке

Правило №3

Динамичность

Правило №4

Никакой математики

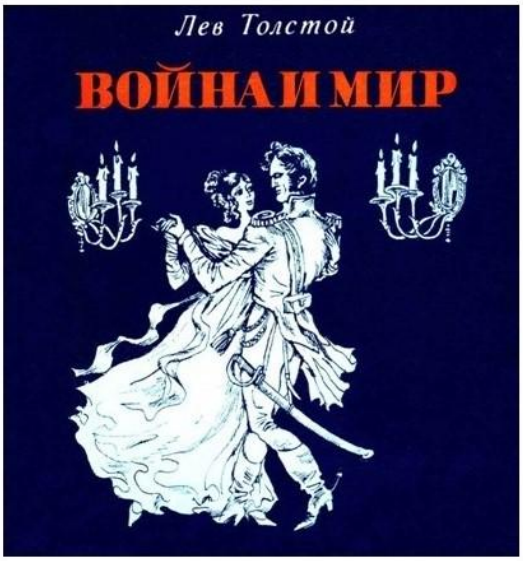
Правило №5

Оригинальность

ЖЕНА НА ПОЛКЕ С КОЛБАСОЙ

В свои 50 лет американка Джойс Рэндант выглядит на 35. И секрета своей молодости не скрывает: вот уже в течение 15 лет она по нескольку часов в день проводит в... холодильнике. **Мысль о самоохлаждении пришла к ней внезапно.** Как-то, серьезно поругавшись со своим мужем Брайаном, она решила заняться любимым делом — разморозкой холодильника (обычно это ее очень успокаивало). Провозившись несколько часов в холодильнике и случайно взглянув на себя в зеркало, с удивлением обнаружила, что за это время несравненно посвежела и даже помолодела. С мужем она помирилась, но мысль проводить некоторое время в холодильнике осталась и вскоре была реализована. Теперь на кухне семьи Рэндант стоят два холодильника — один для продуктов, другой — для Джойс.

Правило №6



Верная длина

Правило №7

Грамотность

Автор презентации: Надежда Леонидовна Шилина

Особенности школьной прессы

Виды и формы школьных изданий

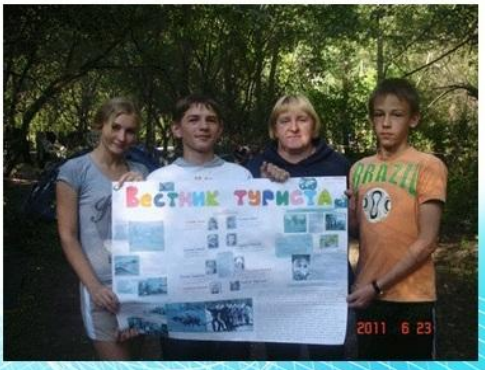
Периодическое издание

- Постоянное название
- Постоянное оформление заголовка
- Периодичность

Газета - приложение

Газета – спутник, выпускаемая по определенным направлениям

- Спорт
- Музыка
- Краеведение
- Национальная культура
- …



Газета - молния

Экстренный выпуск газеты с сообщением о важном событии

Немедленное реагирование

- Когда классу, школе предстоит что-то важное
- Когда возникли непредвиденные обстоятельства, трудности, и их сообща надо решить
- Когда произошло какое-то событие

Боевой листок

Оперативная газета, выпускаемая на месте происходящего события.

- боевитость,
- быстрота,
- действенность.

“Боевой” - значит, газета должна быть оперативной.

«Листок» - небольшой формат

Живая газета

Серия коротких выступлений, каждое из которых по-своему раскрывает содержание темы

- Тематическая газета, показывает насущные проблемы
- Плакаты, лозунги-речевки,
- сценки, диалоги, танцы и декламация, дружеские шаржи и теневые картинки.
- Можно использовать загадки, частушки, построенные на собственном материале. Для “живой газеты” важны актуальность и злободневность.

Пресс-бюллетень

газета, которая информирует читателя о ходе какого-то события, освещая самые важные его моменты, давая оценку, подводя итоги.

- Выпускается на слетах, фестивалях, во время соревнований, пресс-конференций и т.д.
- Оперативная работа.
- Все сообщения очень короткие, написаны порой в “телеграфном” стиле.

Фигурная газета

газета, выполненная в виде какой-то фигуры

- Есть название, девиз
- Фон газеты, фигура, название и девиз должны быть связаны между собой

Обменный номер

Это газета, которую делают для своих друзей, коллектива ребят, с которым вы дружите.

- Готовится обычно совместно в редколлегией газеты другой школы.
- Цель – помочь друзьям выпускать хорошую газету, поучиться самим.

Дайджест

Подборка выдержек из различных источников, упорядоченное изложение основных тезисов на определенную тему

- To digest (англ.) – усваивать (прочитанное)

О чем писать?

Обо всем!

О чем писать?

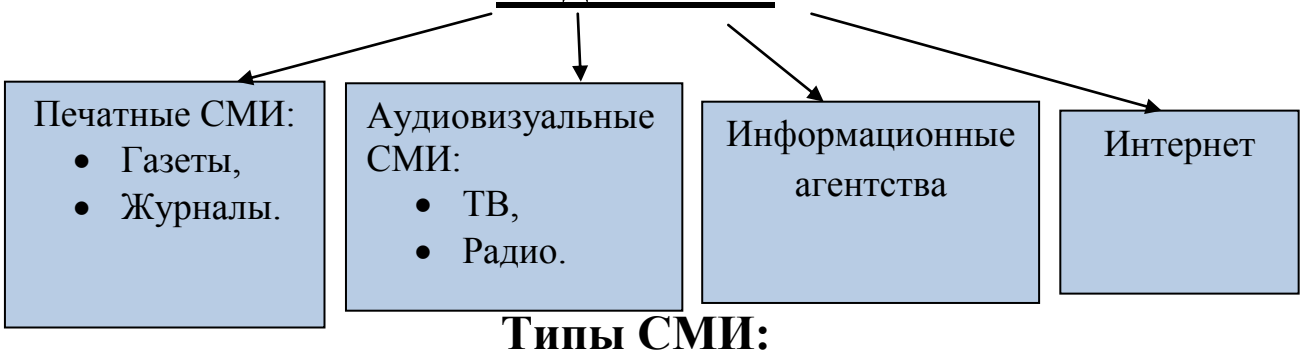
- учеба
- спорт
- история родного края
- досуг
- о дружбе
- о чем пишут на партах
- почему нравятся боевики
- как отметить день рождения
- проблемы молодежи
- школьная реклама
- литературное творчество
- фоторепортажи

Источники и литература

http://festival.1september.ru/articles/310091/

Журналистика в школе. 8-11 классы: программа, материалы к занятиям/авт. сост. Н. А. Спирина. – Волгоград: Учитель, 2011.- 207 с.

Виды СМИ



Типы СМИ:

1. ***Качественная пресса*** (рассчитана на узкую образованную аудиторию) и ***массовая пресса*** (рассчитана на широкий круг читателей);
2. Пресса ***общей тематики*** и ***специализированная*** пресса.

   Примеры специализированных изданий:

   - Деловая (о бизнесе, финансах, экономике),
   - Корпоративная (описывает узко-специализированные новости о деятельности одной организации),
   - Светская хроника (пишет о событиях известных людей, ищет подробности их личной жизни),
   - Бульварная пресса (специализируется на слухах, сенсациях (зачастую мнимых), скандалах, сплетнях о жизни известных людей).

Жанры журналистики

Жанр – это исторически сложившийся тип, вид публицистического произведения, способ и форма написания газетной публикации.

Информационные	***Аналитические***	***Художественные***
Анонс *Заметка* *Отчет* *Информационный репортаж* *Информационное интервью*	*Аналитический репортаж* *Аналитическое интервью* *Корреспонденция* *Статья* *Рецензия* *Комментарий*	*Очерк* *Зарисовка* *Фельетон* *Памфлет* *Портретное интервью*

Реклама ***VS*** PR

<u>Реклама</u> - процесс донесения информации о продукте от рекламодателя до аудитории. Рекламу вы видите по телевизору, в газетах и журналах, слышите её на радио, проходите мимо рекламных баннеров на улице и проезжайте вдоль них по шоссе.
<u>Пиар</u> - деятельность, цель которой - создать благоприятное впечатление о чем-либо. Это сообщения в СМИ или в социальных сетях, в которых рассказывается о хороших поступках какого-либо деятеля или компании.

***

Главное отличие пиара от рекламы - пиар осуществляется на БЕЗВОЗМЕЗДНОЙ основе.

Пиар может заставить вас думать, что товар хороший, реклама может помочь вам продать товар единожды, но если товар плохой, то второй раз продать его не поможет ничто.

Реклама - демон, который заставляет нас покупать товары определённых фирм, а пиар - ангел, который заставляет нас поверить, что эти фирмы действуют для нашего блага.

Пиарщики - это современные трубадуры. Они создают мифы и легенды из окружающей нас действительности.

Реклама - это прикладной инструмент, которым мы пользуемся для продвижения. Она не может быть правильной или неправильной, хорошей или плохой. Единственная оценка рекламы - её эффективность.

Если вам кажется, что реклама плохая - значит, она хорошая. Если вам кажется, что реклама не работает, значит, она уже сработала. Неэффективная реклама - та, которую вы не заметили.

Скороговорка «Лигурия»

В четверг четвертого числа в четыре с четвертью часа лигурийский регулировщик регулировал в Лигурии, как тридцать три корабля лавировали, лавировали, да так и не вылавировали. И потом протокол про протокол протоколом запротоколировал, как интервьюером интервьюируемый лигурийский регулировщик речисто, да не чисто рапортовал, да так зарапортовался про размокропогодившуюся погоду, что дабы инцидент не стал претендентом на судебный прецедент, лигурийский регулировщик акклиматизировался в неконституционном Константинополе, где хохлатые хохотушки хохотом хохотали и кричали турке, который начерно обкурен трубкой: не кури, турка, трубку, купи лучше кипу пик, лучше пик кипу купи, а то придет бомбардир из Брандебурга — бомбами забомбардирует за то, что некто чернорылый у него полдвора рылом изрыл, вырыл и подрыл; но на самом деле турка не был в деле. Да и Клара-краля в то время кралась к ларю, пока Карл у Клары крал кораллы, за что Клара у Карла украла кларнет, а потом на дворе деготниковой вдовы Варвары два этих вора дрова воровали. Но грех — не смех — не уложить в орех: о Кларе с Карлом во мраке все раки шумели в драке, — вот и не до бомбардира ворам было, но и не до деготниковой вдовы, и не до деготниковых детей. Зато рассердившаяся вдова убрала в сарай дрова: раз дрова, два дрова, три дрова — не вместились все дрова, и два дровосека, два дровокола-дроворуба для расчувствовавшейся Варвары выдворили дрова вширь двора обратно на дровяной двор, где цапля чахла, цапля сохла, цапля сдохла. Цыпленок же цапли цепко цеплялся за цепь; молодец против овец, а против молодца сама овца, которой носит Сеня сено в сани, потом везет Сенька Соньку с Санькой на санках: санки — скок, Сеньку — в бок, Соньку — в лоб, все — в сугроб, а оттуда только шапкой шишки сшиб. Затем по шоссе Саша пошел, саше на шоссе Саша нашел. Сонька же — Сашкина подружка шла по шоссе и сосала сушку, да притом у Соньки-вертушки во рту еще и три ватрушки — аккурат в медовик, но ей не до медовика — Сонька и с ватрушками во рту пономаря перепономарит, — перевыпономарит: жужжит, как жужелица, жужжит, да кружится. Была у Фрола — Фролу на Лавра наврала, пойдет к Лавру на Фрола Лавру наврет, что — вахмистр с вахмистршей, ротмистр с ротмистршей, у ужа — ужата, у ежа — ежата, а у него высокопоставленный гость унес трость, и вскоре опять пять ребят съели пять опять с полчетвертью четверика чечевицы без червоточины, да тысячу шестьсот шестьдесят шесть пирогов с творогом из

сыворотки из-под простокваши. О всем о том около кола колокола звоном раззванивали, да так, что даже Константин — зальцбуржский бесперспективняк из-под бронетранспортера констатировал: как все колокола не переколоколовать, не перевыколоколовать, так и всех скороговорок не перескороговорить, не перевыскороговорить. Но попытка — не пытка!

Жанры журналистики

Жанр – это исторически сложившийся тип, вид публицистического произведения, способ и форма написания газетной публикации.

Информационные	***Аналитические***	***Художественные***
Анонс *Заметка* *Отчет* *Информационный репортаж* *Информационное интервью*	*Аналитический репортаж* *Аналитическое интервью* *Корреспонденция* *Статья* *Рецензия* *Комментарий*	*Очерк* *Зарисовка* *Фельетон* *Памфлет* *Портретное интервью*

Реклама ***VS*** PR

<u>Реклама</u> - процесс донесения информации о продукте от рекламодателя до аудитории. Рекламу вы видите по телевизору, в газетах и журналах, слышите её на радио, проходите мимо рекламных баннеров на улице и проезжайте вдоль них по шоссе.

<u>Пиар</u> - деятельность, цель которой - создать благоприятное впечатление о чем-либо. Это сообщения в СМИ или в социальных сетях, в которых рассказывается о хороших поступках какого-либо деятеля или компании.

***

Главное отличие пиара от рекламы - пиар осуществляется на БЕЗВОЗМЕЗДНОЙ основе.

Пиар может заставить вас думать, что товар хороший, реклама может помочь вам продать товар единожды, но если товар плохой, то второй раз продать его не поможет ничто.

Реклама - демон, который заставляет нас покупать товары определённых фирм, а пиар - ангел, который заставляет нас поверить, что эти фирмы действуют для нашего блага.

Пиарщики - это современные трубадуры. Они создают мифы и легенды из окружающей нас действительности.

Реклама - это прикладной инструмент, которым мы пользуемся для продвижения. Она не может быть правильной или неправильной, хорошей или плохой. Единственная оценка рекламы - её эффективность.

Если вам кажется, что реклама плохая - значит, она хорошая. Если вам кажется, что реклама не работает, значит, она уже сработала. Неэффективная реклама - та, которую вы не заметили.

ТРЕНИРУЕМ ДИКЦИЮ

В четверг четвертого числа в четыре с четвертью часа лигурийский регулировщик регулировал в Лигурии, как тридцать три корабля лавировали, лавировали, да так и не вылавировали. И потом протокол про протокол протоколом запротоколировал, как интервьюером интервьюируемый лигурийский регулировщик речисто, да не чисто рапортовал, да так зарапортовался про размокропогодившуюся погоду, что дабы инцидент не стал претендентом на судебный прецедент, лигурийский регулировщик акклиматизировался в неконституционном Константинополе, где хохлатые хохотушки хохотом хохотали и кричали турке, который начерно обкурен трубкой: не кури, турка, трубку, купи лучше кипу пик, лучше пик кипу купи, а то придет бомбардир из Брандебурга — бомбами забомбардирует за то, что некто чернорылый у него полдвора рылом изрыл, вырыл и подрыл; но на самом деле турка не был в деле. Да и Клара-краля в то время кралась к ларю, пока Карл у Клары крал кораллы, за что Клара у Карла украла кларнет, а потом на дворе деготниковой вдовы Варвары два этих вора дрова воровали. Но грех — не смех — не уложить в орех: о Кларе с Карлом во мраке все раки шумели в драке, — вот и не до бомбардира ворам было, но и не до деготниковой вдовы, и не до деготниковых детей. Зато рассердившаяся вдова убрала в сарай дрова: раз дрова, два дрова, три дрова — не вместились все дрова, и два дровосека, два дровокола-дроворуба для расчувствовавшейся Варвары выдворили дрова вширь двора обратно на дровяной двор, где цапля чахла, цапля сохла, цапля сдохла. Цыпленок же цапли цепко цеплялся за цепь; молодец против овец, а против молодца сама овца, которой носит Сеня сено в сани, потом везет Сенька Соньку с Санькой на санках: санки — скок, Сеньку — в бок, Соньку — в лоб, все — в сугроб, а оттуда только шапкой шишки сшиб. Затем по шоссе Саша пошел, саше на шоссе Саша нашел. Сонька же — Сашкина подружка шла по шоссе и сосала сушку, да притом у Соньки-вертушки во рту еще и три ватрушки — аккурат в медовик, но ей не до медовика — Сонька и с ватрушками во рту пономаря перепономарит, — перевыпономарит: жужжит, как жужелица, жужжит, да кружится. Была у Фрола — Фролу на Лавра наврала, пойдет к Лавру на Фрола Лавру наврет, что — вахмистр с вахмистршей, ротмистр с ротмистршей, у ужа — ужата, у ежа — ежата, а у него высокопоставленный гость унес трость, и вскоре опять пять ребят съели пять опять с полчетвертью четверика

чечевицы без червоточины, да тысячу шестьсот шестьдесят шесть пирогов с творогом из сыворотки из-под простокваши. О всем о том около кола колокола звоном раззванивали, да так, что даже Константин — зальцбуржский бесперспективняк из-под бронетранспортера констатировал: как все колокола не переколоколовать, не перевыколоколовать, так и всех скороговорок не перескороговорить, не перевыскороговорить. Но попытка — не пытка!

Составители: Отдел СП ГБУДО «Центр «Ладога»: Н. Л. Шилина, А. Е. Смирнова.

Авторы: Н. Л. Шилина, А. Е. Смирнова, А. Б. Берман.