

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ДЕТСКИЙ САД №11 МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
КАНЕВСКОЙ РАЙОН

Методические рекомендации

МОДЕЛЬ

реализации медиаобразовательных проектов в группах дошкольного возраста



Разработала:
ст. воспитатель
Чехлань Н.А.

ст. Каневская, 2022г

2 младшая

	<i>Тема проекта</i>	<i>Цель</i>	<i>Примерное описание</i>	<i>Период</i>
1.	Путешествие по любимым сказкам «Репка», «Теремок» и т.п.	-формировать первичные представления об особенностях медиатекста и его структуре.	-презентация сказки (кукольный театр с использованием аудиосопровождения); -вопросы по сказке с акцентом на основные элементы сказки (экспозиция, кульминация, финал), на технические средства, которые помогли воспроизвести сказку, на отличие чтения от показа; -распределение ролей среди детей; -воспроизведение содержания сказок; -обсуждение, подведение итогов, обратить внимание на организацию театральных постановок, что может помочь собрать зрителей (афиша) и т.д.	Сентябрь-октябрь
2.	Моя первая выставка	-развивать умение воспринимать и передавать информацию через рисунок, аппликацию, скульптуру; -формировать понимание, умение оценивать визуальные иллюстраций; -дать возможность выражения личной позиции к изображению, высказыванию	-изучение желаний детей сделать выставку творческих работ; -обсуждение расположения выставки, текста презентации (о чём будет рассказывать ребёнок); - организация события выставки с мотивационным моментом и рефлексией; -транслирование работы выставки в социальных сетях и мессенджерах;	Ноябрь-декабрь
3.	Рассказы о семье	-поддерживать интерес к семейным традициям и умению рассказать о них с помощью семейных фотографий, собственных рисунков	- сбор фотоматериалов из семьи, возможно с организацией фотовыставки, составления альбомов; -беседы о том, как правильно рассказать сверстникам о традициях в семье (праздники, поездки, прогулки, оказание помощи старшим и т.д.); -дать возможность сделать видеобращение к маме в поздравлении (можно с	Март-апрель

			использованием микрофона);	
4.	Мой детский сад	- развивать первые умения восприятия и передачи информации, предоставить возможность детям рассказать о событиях детского сада, делиться своими впечатлениями.	-предварительные беседы «Что и кому можно рассказать о детском саде? Как это можно сделать, чтобы было интересно вас слушать»; -подготовка фотографий, рисунков, плакатов; -распределение обязанностей: кто о чем будет говорить, какие фото или рисунки показывать; -индивидуальная работа с детьми о плане рассказа действиях во время рассказа (эмоции, картинки); -предложить сделать видеозапись этих рассказов с предварительным обсуждением, где её потом можно продемонстрировать	Май-июнь
5.	Детский репортаж	-дать первые представления о репортаже с места событий, об анонсировании предстоящих событий (как прошла прогулка, рассказ о проведенном наблюдении за насекомым, растением и т.д., пресс-релиз о предстоящих событиях на тематической неделе, на утреннем круге и т.п.)	- беседа о том, что такое репортаж (сообщение с места событий, жанр журналистики, спецификой которого числят оперативность); - беседа о пресс-релизе (рассказ о предстоящем событии) - святки, зимние забавы на прогулке, предстоящие выходные с родителями и т.п.	Июль-август
Периоды реализации проектов примерные, могут варьировать во времени. Содержание проекта может изменяться, дополняться в соответствии с его целью.				

Средняя группа

	<i>Тема проекта</i>	<i>Цель</i>	<i>Примерное описание</i>	<i>Период</i>
1	МЕДИАтеатр	-помочь детям воспринимать себя такими, какие они есть, и принимать тех, кто их окружает;	– разговор-сказка, как введение в тему; – оживление всех познаваемых явлений (какой, где, что делает?); – игровое действие, в котором	Сентябрь-октябрь

		-содействовать умению выделять особенности других людей, литературных героев, явлений природы и т.д.	ребенок со своими интересами, пристрастиями становится участником, героем создаваемой истории; -игры –пантомимы «Сделай как ...» «Передай сообщение», «Звуковые эксперименты»; – эмоциональная рефлексия: название картины, маленькая сказка или история или просто выдох эмоции (например: «Я изумрудная звезда на небосклоне!»);	
2	От открытки до афиши	-дать детям возможность проявить себя в оформлении простых источников предоставления информации	-беседы и ситуации: как можно рассказать о празднике? что такое открытка? Зачем людям нужны открытки? как они выглядят? -презентация «Виды открыток»; -подготовка и изготовление открыток к празднику; -беседы и ситуации: что такое афиша? Где она используется? о чем может рассказать афиша? -презентация «Какие бывают афиши?»; -предложить детям изготовить афишу предстоящего новогоднего праздника для родителей и разместить её в приёмной комнате; --предложить детям сделать спектакль для малышей или для родителей, изготовить афишу, снять этот спектакль и разместить в приложении для просмотра или сыграть на родительском собрании;	Ноябрь-январь
3	Газеты и журналы	-продолжать формировать представление о печатных источниках предоставления информации	-беседы и ситуации «Что принёс почтальон?», «Что такое газета?», «Что такое журнал, чем они похожи? Чем отличаются» и т.п. -пополнить РППС газетами и журналами, дать возможность заинтересоваться содержание печатных изданий, рассмотреть их; -презентация «История детских газет», «История детских журналов»; -предложить детям сделать газету о жизни группы с рисунками и фотографиями.	Февраль - март

4	Где можно узнать...	-формировать первоначальные представления детей о средствах массовой коммуникации	- предложить детям картинки с изображениями средств массовой коммуникации, вырезанные из газет и журналов, попросить назвать то, что изображено, где и как оно используется; -беседы и ситуации: «Какие предметы из увиденных картинок есть у детей дома», «Зачем нужен телевизор? колонки? пульт от телевизора? наушники? компьютер? планшет?», «Опасность и польза в телефоне, в компьютере? телевизоре?»; -предложить детям нарисовать средства массовой коммуникации, изготовить поделку (телефон, планшет, телевизор), поиграть в сюжетные игры «Семья», «Смотрим телевизор» и т.д.	Апрель-май
5	Летние репортажи	-привлечь детей к рассказам о летних событиях; формировать умение свободно делиться с окружающими о своих достижениях через камеру.	-предоставление репортажей о летних событиях в «КАПИТОШКА.ru»	Июнь-август
Периоды реализации проектов примерные, могут варьировать во времени. Содержание проекта может изменяться, дополняться в соответствии с его целью.				

Старшая группа

	<i>Тема проекта</i>	<i>Цель</i>	<i>Примерное описание</i>	<i>Период</i>
1	Сундучок журналов	-расширять представление о печатных источниках представления информации	-ситуация «Как можно рассказать о событиях в группе и дома с использованием фотографий и рисунков»; -рассмотреть разные журналы, которые дети или родители могут принести из дома; -презентация «Какие журналы читали наши бабушки», «Детские журналы»; -предложить создавать свои журналы; -обсудить возможность создания разнообразных журналов (сказочно-рисовальные, комиксов и т.д.) -обсуждение номера, названия журнала, его дизайна сбор	Сентябрь-октябрь

			материалов, вырезок, фотографий, рисунков для журналов; -презентация журнала от авторов «Расскажи о своем журнале»	
2	Детское телевидение	-способствовать развитию интереса к телевидению и к профессиональной деятельности людей, работающих на телевидении.	- беседа «Что такое телевидение» -образовательная ситуация «Кто работает на телевидении», «Какая телепередача может быть у нас в детском саду»; -игровые задания «Что мы увидели в кадре?», «Как ведут себя ведущие программы?», «Как подготовились дикторы, чем они пользуются?»; -сюжетно-ролевые игры «Программа передач для группы», «Репортаж с игровой площадки (с выставки, с творческой мастерской и т.п.)»; -просмотр архива телепередач ТВК с участием выпускников детского сада, обсуждение; -предложить снять программу или репортаж для КАПИТОШКА.ru	Ноябрь-декабрь
3	Детское радио	-расширить представление о СМИ-радио, как средстве медиа.	-просмотр мультфильма «Алло! Вас слышу» мультфильм -беседы и образовательные ситуации «Что такое радио», «Зачем людям радио», «13 февраля-международный день радио»; -презентация «Как появилось радио» как появилось радио -предложить создать рубрику «Новости группы» с выходом в эфир в приложении WatsApp или на утреннем радиозэфире (через колонку); -сюжетные игры «Радиостудия», «Интервью»	Январь-февраль
4	Мультфильм, мультфильм, да здравствует мультфильм!	-освоение информационно-коммуникативных, цифровых и медийных технологий, через продуктивный синтез художественного и технического творчества детей	- беседы «Какие мультфильмы вы любите смотреть», «Как и где создаются мультфильмы», «Любимые мультфильмы наших мам и пап»; - внимательно просмотреть предложенный мультфильм (<i>видео</i>) и определить главного героя произведения, сюжет и выразительные средства; -познакомить детей с историей	Март - май

			<p>возникновения и развития мультипликации;</p> <p>-познакомить детей с технологией создания мультипликационных фильмов;</p> <p>- расширить знания детей о профессиях: сценарист, режиссер, художник –мультипликатор, оператор, звукорежиссер.</p> <p>-предложить создать мультфильм (смотри в приложение «Основные этапы» проекта «Мультфильм»)</p>	
5	Летние репортажи	<p>-привлечь детей к рассказам о летних событиях;</p> <p>формировать умение свободно делиться с окружающими о своих достижениях через камеру.</p>	<p>-предоставление репортажей о летних событиях в «КАПИТОШКА.ru»</p>	Июнь-август
<p>Периоды реализации проектов примерные, могут варьировать во времени. Содержание проекта может изменяться, дополняться в соответствии с его целью. Проекты могут продолжаться в летний оздоровительный период.</p>				

Подготовительная к школе группа

	<i>Тема проекта</i>	<i>Цель</i>	<i>Примерное описание</i>	<i>Период</i>
1	Детский пресс-центр	<p>-создать условия для организации детского пресс-центра в группе, для обсуждения работы в нём, распределения обязанностей и принятия совместного решения</p>	<p>-беседы, ситуации: «Где рождаются газета и журналы?», «Что такое пресса? Пресс-центр» «Что такое МЕДИА?»;</p> <p>- предложить детям создать толковый словарь «медилорик»;</p> <p>-обсудить содержание работы пресс-центра, распределить обязанности, придумать правила, зафиксировать их (рисунками, кто умеет писать – словами, наклейками, картинками и т.п.);</p>	Сентябрь-октябрь
2	Плакат	<p>-формировать представление о плакате, вовлечь детей в творческий проект по созданию своего первого коллективного плаката, расширить кругозор детей в</p>	<p>-беседа «Что такое плакат?», «Для чего нужны плакаты?»;</p> <p>-презентация с обсуждением «Какие бывают плакаты»;</p> <p>-предложить детям придумать и изготовить плакат «Безопасная дорога»;</p> <p>-обсудить с детьми содержание</p>	Ноябрь-декабрь

		медиапространстве.	<p>плаката и подготовить материал к нему;</p> <p>-привлечь внимание родителей к проекту;</p> <p>-выпуск плаката, расположение его в группе или на центральном стенде детского сада.</p>	
3	Я - волонтер!	<p>- формировать способность и готовность детей к осознанному выбору деятельности (интервьюировать или наблюдать за происходящим) и продукта (репортаж, презентация, видеопрезентация, «статья»), повысить уровень мотивации приобщения к социокультурным нормам, освоить способы журналистской деятельности, необходимые в начальном общем образовании, активизировать роль семьи в педагогическом процессе детского сада;</p> <p>- внедрить модель волонтерского движения в образовательный процесс ДОУ, обеспечивающей развитие духовно-нравственной личности дошкольника</p>	<p>-беседы «Что можно сделать хорошего для окружающих людей?», «Что в тебе и во мне общего?», «Помоги природе», «Мы за здоровый образ жизни!», «Кто такой волонтер?», «Где и как можно рассказать о добрых делах?», «Волонтерское движение в Каневской» и т.п.;</p> <p>-посвящение в волонтеры;</p> <p>-предложить изготовить поделки для ветеранов, пожилых людей, малышей и т.п.;</p> <p>-организовать и провести концерт, театрализованную постановку для малышей;</p> <p>-привлечь детей к помощи помощнику воспитателя, дворнику и т.д.;</p> <p>-организовать участие в акциях «Подари добро», «Умеешь сам- научи другого», «Помоги другу...», раздача листовок «Будьте внимательны друг к другу» и т.д.;</p>	Январь-февраль
4	Реклама глазами ребёнка	<p>-формировать у детей представление о рекламе как о средстве сообщения информации о продукте, ее видах.</p> <p>-познакомить с понятиями «реклама», «рекламоизготовитель», «рекламное агентство».</p> <p>-познакомить с</p>	<p>Создайте свой собственный медиатекст (для радио, телевидения, прессы – в зависимости от возраста и интересов ребенка). Ребенок выбирает любой предмет в комнате. Кому этот предмет необходим и почему? Что обычно говорят, рекламируя подобный продукт? Как это</p>	Март-апрель

		<p>профессиями людей, связанных с изготовлением рекламы.</p> <p>-формировать умения изготавливать собственную рекламу в виде рекламных буклетов.</p> <p>-воспитывать интерес к созданию рекламы.</p> <p>-воспитывать начала разумных потребностей.</p> <p>-совершенствовать коммуникативные качества детей.</p> <p>-содействовать проявлению интереса у детей к профессиональной деятельности взрослых.</p> <p>-развивать умение творчески подходить к решению ситуаций экономических отношений посредством игровых действий.</p> <p>-укреплять взаимоотношения в детском коллективе (взаимопомощь, взаимовыручка, дружеские отношения и пр.).</p>	<p>говорят? Как ведут себя те, кто снимается в рекламе? Как они выглядят? Подбери место, одежду, предметы, необходимые для съемки твоей рекламы. Или сделай коллаж, используя вырезки из газет, журналов. Нарисуй рекламу сам. Придумай текст к твоему рекламному медиатексту. Покажи его друзьям, родственникам или соседям и поинтересуйся, захотели бы они приобрести такой продукт после твоей рекламы или нет. Почему?</p> <p>Завершить блок работы с рекламой можно «крутой» историей. Для рассказа выбирается любой предмет из повседневной жизни. Начинается рассказ-реклама простой фразой: «Эта кукла/робот/автомобиль может.....». Второй игрок продолжает развивать тему: «Эта кукла/робот/автомобиль может ... , а еще он/она умеет ... » и так далее. Игра продолжается до тех пор, пока есть возможность сделать историю «круче». После этого обязательно обсудите с ребенком, является ли последнее утверждение правдой и когда началось преувеличение достоинств рекламируемого предмета. Почему это произошло? По мнению ребенка, бывают ли подобные случаи в настоящей рекламе? Попросите привести пример, проанализировав который, ребенок сам сможет сказать, что и каким образом преувеличено.</p>	
5	Презентация	<p>-формировать представление о презентации, способах её создания; обратить</p>	<p>-беседа «Что такое презентация, зачем она нужна современным людям?», «Что можно презентовать для людей» и т.п.;</p>	Май-июль

	внимание, что презентация-это не только электронная продукция, но и умение представить интересную информацию о чем-либо через слово, картинки, схемы и т.д.	-презентация «Какие могут быть презентации»; -предложить детям создать поделки или конструкции из различных наборов и презентовать свой продукт перед сверстниками; - вовлечь родителей в разработку презентаций о семейном блюде, семейном празднике, семейной игре и т.п.	
Периоды реализации проектов примерные, могут варьировать во времени. Содержание проекта может изменяться, дополняться в соответствии с его целью. Проекты могут продолжаться в летний оздоровительный период.			

ПРИЛОЖЕНИЕ №1

Картотека игр для реализации проектов по медиаобразованию

«БРОСЬ УЛЫБКУ»

Игроки сидят в кругу. Ведущий начинает игру - улыбается, потом прикрывает рот ладонью, словно стирая улыбку. Когда он убирает ладонь, улыбка исчезла. Ведущий «бросает» улыбку» другому игроку, который «ловит» ее руками, «наносит» ее на лицо, потом «стирает» и «бросает» другому. Тот кто засмеется или улыбнется не в свою очередь теряет «жизнь».

«ДА, ЕСЛИ...»

Игра помогает настроиться на творческую работу. Играющие стоят кругом. Каждый игрок придумывает вопрос, на который самый вероятный ответ «нет». Первый игрок выбирает любого играющего и задает ему свой вопрос. Задача второго игрока - дать положительный ответ и объяснить его реалистичность. Например: «Можно ли скушать дом?», «Да, если он из шоколада». После чего ответивший задает свой вопрос.

«ПЕРЕДАЙ СООБЩЕНИЕ»

Необходимо не произнося ни одного слова, передать послание друг другу посредством мимики, жестов, звуков, рисунков. Это может быть слово (название животного или предмета) или короткое предложение (например, «собака лает»).

«ПРИВЕТСТВИЕ»

Двигаясь по комнате, поприветствуйте друг друга, каждый раз меняя задание – приветствуйте радостно, грустно, сонно, угрожающе, как скромный или болтливый человек. Переходите к более сложному заданию. Необходим рассказ, содержание которого необходимо передать при помощи жестов и мимики. Например, «Мама Кати пьет кофе. Мама замечает, что кофе остыл. Мама Кати злится. Затем она наливает себе новую чашку кофе, пробует его. Эта чашка кофе намного вкуснее». Для более старших детей усложните игру. Попросите их «рассказать» о своем обычном дне при помощи жестов и мимики. В заключение обсудите с детьми, что чувствует человек, изображая

характер, эмоции, настроение других людей, каким образом можно передать чужие чувства, как можно узнать, что чувствует другой человек, даже если он ничего не говорит.

«ЗВУКОВЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТЫ»

Попробуйте вместе с детьми произвести звук различными способами. Затем составьте звуковой рассказ. Для этого родитель должен рассказать некую историю, в нашем случае это будет рассказ про Машу: «Утро. Маша еще спит. Она просыпается, потягивается. После того как Маша встала, она одевается, умывается и идет к столу, чтобы скушать свои любимые хлопья. После завтрака пора ехать в детский сад. Маша надевает обувь и открывает дверь».

Необходимо придумать звуки, которые бы обозначали те или иные действия (храп, зевота, шум одежды, шаги, причмокивание, открывание двери). Родитель читает рассказ еще раз, делая после каждого предложения паузу, во время которой ребенок воспроизводит соответствующие звуки. После этого можно предложить ребенку составить свой собственный рассказ и заменить все действия звуками, при этом слушатели должны догадаться обо всех событиях, имевших место в рассказе.

«НАРИСОВАННАЯ СПЛЕТНЯ»

Первый игрок рисует кончиком пальца простую картинку на спине другого (сердце, цветок, домик с забором). Второй должен угадать, что было нарисовано у него на спине. Дети постарше могут играть в эту игру иначе: первый рисует что-то на спине другого, второй рисует то, что он понял, на спине следующего игрока и так далее. Затем последний участник говорит, что было нарисовано у него на спине. Так дети узнают, как появляются сплетни.

«УГАДАЙ И РАССКАЖИ»

Предложите ребенку картинки с изображениями средств массовой коммуникации, вырезанные из газет и журналов. Детей попросите назвать то, что изображено, где и как оно используется. Дети постарше делятся на две команды. Один ребенок из команды пытается объяснить остальным, что изображено на карточке, не называя изображенного предмета. Если команда угадывает слово, то получает за это очки. Затем это задание выполняет вторая команда.

На карточках можно написать или нарисовать любые средства коммуникации или их компоненты (пульт от телевизора, наушники, колонки, коврик для мыши). После игры обсудите, какие средства коммуникации есть дома, какие передачи смотрят дети, сколько времени дети смотрят телевизор ежедневно, какие фильмы предпочитают дети и почему. В завершение попросите детей придумать свое собственное средство общения (это может быть вновь изобретенная модель мобильного телефона или пока еще не существующее в действительности средство коммуникации). Пусть ребенок сделает придуманную им новинку с помощью любых удобных ему материалов и обязательно расскажет, как это средство называется, как оно действует, какие у него функции.

ПРИЛОЖЕНИЕ №2

Основные понятия, используемые в реализации проектов

Медиа – это средство передачи информации любыми способами: архитектура, картина, музыка, национальная кухня, географический ландшафт, даже сам человек. Медиаобразование не обязательно включает в себя знакомство с гаджетом, интернетом и СМИ. Это изучение средств коммуникации, познание того, как мы взаимодействуем.

По источнику предоставления или каналу доставки информации медиапродукты можно разделить на:

- печатные (это газеты, журналы, буклеты, брошюры, флаеры);
- телевизионные (телепрограмма, фильм, телешоу, телепроект);
- радиовещательные (радиопрограмма, объявление, оповещение, новостная информация);
- электронные (электронная газета, журнал, буклет, презентация, видеоролик, видеофильм);
- Интернет-продукты (сайт детского сада, группы, блог группы, семейный блог, посты, сториз (короткое видео)).

2. По дискретности медиапродукты могут быть:

- дискретные (к ним относятся конечные продукты журналистской деятельности, например, теле- и радиосюжет, теле- и радиопрограмма);
- к непрерывным медиапродуктам относятся радиостанции, телеканалы, печатные и электронные медиапродукты (газеты, журналы).

3. По предметно-тематической направленности медиапродукты могут быть:

- тематические (связанные с темами календарно-тематического плана, лексическими темами);
- ситуационные, основанные на повседневных (обычных, привычных) и в то же время интересных для детей событиях (репортаж с прогулки, сториз, заметка, комментарий, пресс-релиз предстоящего утренника и другие).

Детское телевидение

Одна из форм создания медиапродуктов в рамках деятельности детской медиа-студии. Участие детей в подготовке медиапродуктов детского телевидения стимулирует развитие: связной диалогической и монологической речи, познавательных интересов, социально-коммуникативной компетентности.

С какими же профессиями можно познакомить детей в рамках деятельности детского телевидения: журналист, комментатор, обозреватель, репортер, фотокорреспондент, редактор, оператор, монтажер, звукорежиссер, телеведущий, диктор, гример, костюмер.

Детское радио

При организации детского радио в ДОО предлагаем рекомендуемую последовательность действий:

1. Изучение научно-теоретических и методологических основ коммуникативной компетентности участников образовательного процесса.
2. Создание творческой группы педагогов для организации детского радио в ДОО.
3. Планирование деятельности детского радио:
 - определение названия детского радио, логотипа, тематики эфиров, периодичности;
 - наименование рубрик.

Примерный перечень рубрик детского радио в ДОО:

- Азбука пешехода
 - Витаминные истории
 - Физкульт-привет!
 - Радуга талантов и др.
4. Подготовка материально-технической базы (ноутбук, микрофоны, наушники, видеокамера со штативом)

5. Создание радиоэфиров.

6. Трансляция радиоэфиров. Может проходить несколькими способами с помощью медиа-аппаратуры и колонок и USB-накопителя:

– в фойе детского сада;

– в групповых помещениях.

Редакция газеты и журнала

Форма создания медиапродуктов, основанная на взаимодействии педагога и детей, в процессе которого происходит подготовка и выпуск периодического издания (газеты или журнала) согласно выбранной тематике, предполагающая реализацию интегрированных видов детской деятельности и решение интегрированных задач соответствующих образовательных областей

Редакция газеты или журнала в ДОО предполагает реализацию видов детской деятельности, связанных с издательским циклом, включающим составление плана издания, сбор информационных материалов, редактуру, верстку, утверждение журнала у главного редактора, получение сигнального номера.

Детский пресс-центр

Актуальность деятельности пресс-центра в ДОО объясняется следующими моментами:

1. работа пресс-центра позволяет сделать жизнь детского сада более открытой и доступной для родителей;
2. пресс-центр представляет возможность получать актуальную информацию о жизни детского сада;
3. дети получают возможность поделиться интересными событиями из жизни своей группы, а также узнать новости ребят из других групп детского сада;
4. ребята, участвуя в деятельности пресс-центра, реализуют свой творческий потенциал, получают первые журналистские навыки.

Организация работы пресс-центра включает в себя следующий перечень редакционных специальностей, в который входят педагоги, родители и дети: главный редактор (из числа взрослых), помощник главного редактора, дизайнер, журналисты, корреспонденты, фотокорреспонденты, корректоры (из числа взрослых), верстальщики (из числа взрослых).

Плакат

(нем. *Plakat* от фр. *placard* — объявление, афиша, от *plaquer* — наклеить, приклеивать) — броское, как правило, крупноформатное изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях. (В другом значении — разновидность графики). В современном дизайне плакат воспринимается как «сведенное в четкую визуальную формулу сообщение, предназначенное современнику для выводов и конкретных действий». Данная формула отражает определенный уровень графического дизайна и информирует о предмете коммуникации.

Плакатом называют лист бумаги, картона и т. п. с нанесённым на него (обычно типографским способом) ярким изображением и текстом, вывешиваемый на улице или в помещении.

К особенностям жанра можно отнести следующее: плакат должен быть виден на расстоянии, быть понятным и хорошо восприниматься зрителем. В плакате часто используется художественная метафора, разномасштабные фигуры, изображение событий, происходящих в разное время и в разных местах, контурное обозначение предметов. Для текста важным является шрифт, расположение, цвет. В плакатах используется также фотография в сочетании с рисунком и с живописью.

Существуют разные виды плакатов..... Для работы по ознакомлению и оформлению с детьми мы выбрали.....

Информационно-рекламный плакат – решает задачи информации, оповещение о разнообразных культурно-просветительных мероприятиях или задачи рекламы – ознакомления потребителей с товарами, услугами.

Учебно-инструктивный плакат – преследует цели пропаганды научных знаний, методов труда, различных правил и т.д. В отличие от других видов плаката, содержит значительное количество текста, целую серию рисунков и предназначается для более длительного использования.

Спортивные плакаты - Они могут извещать о предстоящих турнирах или соревнованиях, или же печататься как сувенир почитающим определенный спорт или его звезд кумирам. Довольно редкий вид печатной продукции, но это не останавливает поклонников искать подобные плакаты и афиши и отдавать за них немалые деньги.

Социальные плакаты - В последнее время очень распространенный вид печатной продукции. Это очень полезная пропаганда добра и любви, заботы о близких людях; а также борьба с курением, алкоголизмом и наркотиками. В итоге можно сказать, что основная функция плакатов и афиш – реклама. В настоящее время полиграфия уходит на второй план, т.к. с развитием технологий появляются более универсальные способы информирования граждан и рекламирования продукции. Тем не менее, яркие и красивые плакаты никогда не останутся без внимания донесут всю необходимую информацию до человека, просто проходившего по улице или стоящего на остановке.

Афиша – это, прежде всего, анонс, информация о каком-то определенном мероприятии, которое состоится в час X, в месте Y. Это реклама события. Афиша является полиграфической продукцией одноразового пользования, ее не делают на плотных, дорогих или дизайнерских бумагах, не ламинируют.

Афиша

Афиша (франц. affiche — объявление, прибитое к стене) — объявление о спектакле, о зрелищном мероприятии, концерте и т. п., вывешиваемое на видном месте.

Название происходит от франц. affiche - вывешивать, выставлять напоказ. Афиша - объявление о спектакле, концерте, лекции и т. п. Афиша - графический рекламоноситель, печатается на плотной бумаге или картоне. Афиши расклеивают на улицах города. Преимущества: Эффективно информируют жителей города о предстоящем событии. Дают возможность размещения большого количества в разных частях города.

Афиша – крупногабаритные печатные листы, содержащие информацию о предстоящем событии или мероприятии с большой аудиторией.

Афиша включает в себя (см. <http://ppt4web.ru/mkhk/afisha.html> Презентация на тему: Афиша):

- Название спектакля
- Название театра
- Изображение главного героя
- Дату
- Время

Презентация Театральная афиша, автор Буркова Л.П.

Презентация познакомит с работой художника в театре. Дети узнают основное назначение афиши, создадут эскиз афиши к спектаклю на компьютере и бумаге. Авторы: Буркова Лариса Петровна, Буданова Любовь Кимовна. (<http://viki.rdf.ru/item/3659/>)

ОТКРЫТКА

Открытка (первоначально **открытое письмо**) — особый вид почтовой карточки для открытого письма (без конверта). Слово «открытка» в русском языке произошло от словосочетания «открытое письмо», то есть этим словом обозначается вид корреспонденции, которая может отправляться по почте без конверта. Сейчас открытками называют не только почтовые карточки, но и поздравительные открытки разнообразных конструкций и форматов, а также другие виды поздравлений, не имеющих никакого отношения ни к почте, ни к полиграфии: Сейчас открытками называют не только почтовые карточки, но и поздравительные открытки разнообразных конструкций и форматов, а также другие виды поздравлений, не имеющих никакого отношения ни к почте, ни к полиграфии: виртуальные электронные поздравления - flash- открытки виртуальные электронные поздравления - flash- открытки сувениры в виде открыток - например, подушки- открытки сувениры в виде открыток - например, подушки- открытки «деловая» открытка, одной из разновидностей которой является открытка корпоративная. Одним словом, история открытки продолжается.

На лицевой стороне открытки имеется какое-либо полноформатное (занимающее всю площадь) изображение, а её обратная часть предназначена для написания сообщения и адресов получателя и отправителя, а также для наклеивания почтовой марки. Часто марка печатается непосредственно на открытке, апочтовый сбор включается в цену последней при продаже. Открытка может быть и не почтовой. В этом случае на ней нет почтовой марки и под адрес не предусмотрено место; это карточка из плотной бумаги или картона размером с обычное письмо.

Виды открыток

Иллюстрированные открытки делятся на *художественные* (репродукционные и оригинальные) и *документальные* (фотооткрытки)¹³

Виды открыток различаются по предназначению, внешнему виду, форме, изготовлению и т.д.

Первый вид открыток — обыкновенные почтовые карточки, предназначенные для отправки по почте без конверта. На одной стороне почтовой карточки напечатан герб страны и марка, на другой — место для текста. Размер такой почтовой открытки строго определен 9х14 см.

Второй вид открыток — иллюстрированные почтовые карточки. Это открытки на одной или на обеих сторонах которой имеется какое-либо изображение. В свою очередь иллюстрированные открытки можно разделить на художественные карточки и фотооткрытки. Художественные открытки обычно имеют иллюстрацию в виде репродукции с какого-либо произведения искусства. Или же они могут воспроизводить художественную работу, специально разработанную для открытки. Художественная открытка всегда авторская открытка. Она передает нам мысли и чувства художника, его настроение.

Фотооткрытка

Фотооткрытки отличаются тем, что их иллюстрации представляют собой фотографии. Раньше их еще называли видовыми. Обычно на видовых открытках можно увидеть фотографии городов, виды местности, природы, известных людей. Фотооткрытка открывает огромные возможности для творчества. Сочетание искусства фотографии и дизайнерского оформления позволяет передать именно те чувства, которые вы хотите выразить другому человеку.

В настоящее время иллюстрированные открытки имеют различные предназначения. Рассмотрим некоторые из них, самые распространённые. Можно выделить поздравительные открытки, рекламные, деловые. Самый распространённый вид открыток **поздравительная открытка**. Она всегда рядом с нами. Сейчас даже сложно представить праздник без поздравительной открытки. День рождения, свадьба, первое сентября, Рождество, Пасха, Новый год- в нашей стране очень много праздников! Для каждого

можно найти поздравительную открытку. Если нет праздника, просто напомнить о себе или наоборот дать понять, что не забыли, поздравительная открытка подойдет для этого идеально. Поздравительная открытка так популярна, что на сегодняшний день в обороте насчитывает более 15 миллиардов штук в год.

Рекламная открытка

Виды открыток включают рекламную открытку, которая появилась практически одновременно с обычными поздравительными. Сувенирно-рекламные карточки, превозносившие производителя, вкладывались в упаковочные коробки, стеклянные банки с продукцией. Покупатель после использования продукта долго хранил такие карточки. Рука не поднималась выбросить такую красоту. Трудно себе представить более оригинальную и действенную рекламу. В настоящее время рекламная открытка имеет значительное преимущество перед другими видами рекламы-она не навязчива. По своему формату рекламные открытки обычно имеют размер стандартной почтовой карточки. Яркий и красочный дизайн очень важен для рекламного успеха.

Деловая открытка

Деловая открытка появилась несколько десятилетий назад и в наше время только набирает обороты. Эти открытки предназначены для поздравления своего партнёра по бизнесу, клиента, представителя СМИ, сотрудника органа власти или государственного чиновника с профессиональным праздником, победой на выборах, да и мало ли с чем можно поздравить хорошего, но не близкого человека. Такую открытку не выкинут в корзину, а поставят на рабочем столе, где она простоит долгое время, напоминая о дарителе. Кроме того с её помощью можно установить доверительные отношения с клиентами или партнёрами по бизнесу и даже с собственными сотрудниками.

Главное все же то, что современные технологии не смогли изжить со света обычную открытку. Да, переслать виртуальную открытку по электронной почте очень легко и просто. Но что может быть милее настоящей открытки из картона, которую вы достанете из почтового ящика, с маркой и штемпелем. Она полна тепла и человечности, пахнет дорогой и вокзалами, и не важно к какому виду открыток она относится.

Презентация (от лат. *praesento* — представление) — документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, продукта и т.п.). Цель презентации — донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно всё вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

Презентация (от англ. presentation) — способ наглядного представления информации с использованием аудиовизуальных средств.

Презентация обычно содержит в себе иллюстрации, текст к ним и все выдержана в едином стиле. Сегодня информационные технологии позволяют создавать презентации с использованием аудио- и видеовставок, делать презентации динамичными и интерактивными. Чем ярче, интереснее и необычнее презентация, тем лучше.

Презентация очень эффективный метод при обучении и воспитании ребенка. Ведь детское восприятие отличается от восприятия взрослого человека. У детей еще не развито словесно - логическое мышление, а пока еще преобладает наглядно образное мышление.

Ребенку лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. А при использовании презентаций ребенок видит красивую картинку (в привычном для него компьютерном изображении) и слышит пояснение к ней. Здесь работает два анализатора: слуховой и зрительный, что ведет к лучшему усвоению информации. При использовании презентаций развивается внимание, зрительная память, мышление и воображение. Расширяется кругозор. Увеличивается словарный запас.

При подготовке презентации должны учитываться возрастные особенности детей, чтобы не перегрузить их лишней информацией.

При использовании презентаций ребенок получает дозированную информацию т.к. воспитатель (или родители) при ее подготовке должны учитывать возрастные особенности детей, для которых данная презентация подготовлена. Таким образом, вы не перегрузите детей лишней информацией. А при неоднократном просмотре полученная информация лучше усвоится.

Презентация готовится в программе Power Point. Вы потратите немного времени. Зато ваш ребенок или воспитанник может без труда посмотреть ее еще раз и получить ответ на интересующий его вопрос. А вы будете уверены, что ваш ребенок не получит лишней и ненужной информации.

Социальный видеоролик - это разновидность видеопродукта, который ориентирован на привлечение внимания к жизненно важным проблемам.

Реклама - распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему. Реклама везде и всюду, без неё мы не представляем нашу жизнь. Но не всегда рекламируется то, что нам нужно.

Музыкальный клип - короткий кино- или видеофрагмент (видеоклип), сопровождающий музыкальную композицию.

Интервью - разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы. В некоторых случаях это происходит под запись или в прямом эфире.

Основные понятия и этапы проекта «Мультфильм»

Кинематограф – сложное, разнообразное, разнородное по своему составу явление, это в прямом смысле слова новое искусство, анализировать которое сложно в категориях традиционных искусств, так как понятие «нормы» и даже отступления от неё, здесь постоянно нарушается.

В создании мультфильмов художники – мультипликаторы используют закономерности и выразительные средства изобразительного искусства, что являлось основанием для организации и проведения эксперимента, направленного на целенаправленное научно – обоснованное приобщение детей к кино как к средству развития детского изобразительного творчества в рисовании. В результате многочисленных исследований учеными были выявлены определенные **требования к мультфильмам**. Это мультфильмы, отличающиеся высоким эстетическим уровнем, который проявлялся в гуманно – эстетическом содержании, ясности замысла и композиции, красочности, простоте и доступности речи героев. Содержание соответствовало возрастному восприятию детей и кадры кино выполнены следующими изобразительно – выразительными средствами экранного языка кинематографа, которые дети могли усвоить и передать в своих рисунках: многообразие героев; динамику форм; сложную композицию кадра; выразительный колорит; богатство изобразительных техник. На основе этих требований и теоретического анализа литературы определены критерии

оценки развития детского изобразительного творчества в рисовании по мотивам мультфильмов: наличие замысла, выразительность.

Мультипликация (от лат. *multiplicatio* -умножение) – вид киноискусства, произведения которого создаются путём покадровой съёмки отдельных рисунков (в том числе составных) – для рисованных фильмов или отдельных театральных сцен – для кукольных фильмов, в результате чего при показе на экране у зрителей возникает эффект одушевления персонажей, иллюзия их движения.

Исходя из психофизиологических особенностей человеческого визуального восприятия, для создания эффекта плавного движения скорость смены кадров должна быть не менее 18 кадров в секунду. В современном кинематографе используется стандарт в 24 кадра в секунду.

Как появилась мультипликация?

Художники всех времен и народов мечтали о возможности передать в своих произведениях подлинное движение жизни. Яркую передачу движения находим мы в искусстве древнего Египта и древней Греции – в скульптурных рельефах, в росписях гробниц и храмов фараонов и в рисунках, украшающих вазы.

В XV в. появились книжки с рисунками фаз движения человека, разворачивая которые создавалась иллюзия оживших картинок. В средние века находились умельцы, развлекавшие публику с помощью аппарата наподобие фильмоскопа, куда вставляли прозрачные пластины с рисунками. Его называли «волшебным фонарем»

В 1832 году бельгийский ученый Жозеф Плато, изобрел оптическую игрушку – фенакистоскоп – вращающийся диск с прорезями для оживления серии последовательных картинок, расположенных по кругу. Раскрутив такой диск и посмотрев на него через зеркало, можно увидеть, как оживают картинки. Это был первый прибор, продемонстрировавший принцип создания иллюзии движения

1832 г. – тот же принцип был положен венским профессором Симоном Фон Штампефером в основу стробоскопа - картонный барабан, насаженный на ось. На внутренней стороне этого барабана на бумажной ленте находилась серия рисунков (обычно их было от восьми до двенадцати), иллюстрирующих последовательные фазы движения человека или животного

1853 г. – австриец Барон Фон Ухациус, сконструировав стробоскоп, в котором изображения помещались на стеклянном диске и освещались масляной лампой, впервые спроецировал их на экран.

1870 г. – Генри Хейл из Колумбуса (штат Огайо) организовал первый в истории публичный сеанс «живой» фотографии. Он применил волшебный фонарь, проецирующий диапозитивы, размещенные на диске. Фазатрон, так назывался аппарат Хейла, отличался от аппарата Ухациуса только тем, что рисунки в нем были заменены фотографиями. На диске Хейла были помещены последовательные фазы движения вальсирующей пары.

1877 г. – француз Эмиль Рейно, заимствовав вращательный барабан зоотропа Хорнера и усовершенствовав зеркальную систему фенакистоскопа Жозефа Плато, создал новый, более совершенный прибор, назвав его "праксиноскопом" Рейно. Этот день можно считать днем рождения анимации, а именно 30 августа 1877 года, когда в Париже был запатентован подобный аппарат – праксиноскоп Эмиля Рейно (приложение 5).

1884 год – Марей создал первый хронофотографический аппарат. Опыты Мюйбриджа и Маррея внесли значительный вклад в изучение движений человека и животных и в развитие техники.

1885 г. – Герман Кастлера создает мутоскоп – прибор с барабаном, в котором помещалась тысяча (и больше) рисунков

Пионером русской мультипликации считается художник и оператор Владислав Александрович Старевич. Он разработал особую художественную технику и прием для постановки и съёмки объемно кукольной мультипликации, сохранившуюся в своих

основных чертах и по настоящее время. Им были созданы в России первые в мире объемно – мультипликационные фильмы.

Виды мультфильмов.

По способу создания:

Пластилиновый

Рисованный

Компьютерный

Кукольный.

Пластилиновая мультипликация (англ. clay animation) — вид мультипликации. Термин claymation запатентован Ассоциацией Уила Винтона в штате Орегон. Фильмы делаются путём покадровой съёмки пластилиновых объектов с модификацией (этих объектов) в промежутках между кадрами.

В жанре пластилиновой мультипликации работали Александр Татарский, Гарри Бардин.

В пластилиновой мультипликации существует несколько техник:

Перекладка: композиция состоит из нескольких слоёв персонажей и декораций, которые располагаются на нескольких стёклах, расположенных друг над другом, камера находится вертикально над стёклами. В этой технике был снят мультипликационный фильм «Падал прошлогодний снег»

Объёмная мультипликация: классическая пластилиновая мультипликация, схожая по принципу с кукольной мультипликацией – объёмные, «настоящие» персонажи располагаются в объёмной декорации.

Комбинированная мультипликация: персонажи анимируются по отдельности и снимаются на фоне синего экрана, после чего «вживляются» в снятые отдельно пластилиновые декорации.

Рисованная мультипликация –

технология мультипликации, основанная на покадровой съёмке немного отличающихся двумерных рисунков. Возникла в конце XIX — начале XX веков.

Изначально, каждый кадр рисовался отдельно и полностью, что было очень трудоёмко и отнимало много времени даже у большого коллектива художников. Затем была придумана послойная техника рисования объектов и фонов на прозрачных плёнках, накладываемых друг на друга. На одном слое можно было разместить задний фон, на другом — неподвижные части тел персонажей, на третьем — подвижные и т. д. Это значительно уменьшило трудоёмкость работ, так как не нужно было рисовать каждый кадр с нуля. Впервые послойную технику применил Уолт Дисней.

Компьютерная графика – область деятельности, в которой компьютеры используются в качестве инструмента как для синтеза (создания) изображений, так и для обработки визуальной информации, полученной из реального мира.

Задача мультипликации – развить фантазию и творческое воображение дошкольников, активизировать понимание изученного ранее материала, а также развитие навыка рисования, лепки.

Активизация познавательной деятельности учащихся к изобразительному искусству через увлекательнейшие мультсериалы – это требования современности. Современные анимационные фильмы, которыми увлечены сегодняшние дети, позволяют оживить их фантазию, мысли на бумаге при помощи знаний изобразительного искусства.

Образовательная сущность мультипликационного кино в том, что язык мультфильма, освоенный в детстве, способен внести свою лепту в развитие и совершенствование мировосприятия. Занимаясь мультипликацией, ребенок получает неограниченные возможности для воплощения своего неповторимого опыта и первых жизненных открытий, и впечатлений. Для учителя это весьма существенно, так как вплотную подводит к педагогической теме.

Педагогические функции мультипликации стали явственно обнаруживаться в последние десятилетия, когда она вышла на рубежи большого искусства, т.е. обрела способность учить и воспитывать (а не развлекать и назидать).

Выразительные средства мультипликации являются наиболее естественными для детского и подросткового возраста. Они стимулируют их творческую активность и раскрепощают мышление. Общение с помощью движения и образов легче, чем традиционное словесное общение.

Многие психологи подтверждают, что мультипликация - это отличный способ открыть у юных дарований творческие задатки, развить коммуникативные способности и лидерские качества. Насколько мощным потенциалом обладают мультфильмы собственного производства. Детям же это необычное занятие поможет почувствовать себя увереннее, определиться со своими будущими целями, понять вечные жизненные ценности.

Мультипликационные фильмы оказывают большое влияние на развитие детей дошкольного возраста. С одной стороны, - это яркие, зрелищные, образные, простые, ненавязчивые, доступные детям мультфильмы. Они формируют у него первичные представления о добре и зле, эталоны хорошего и плохого поведения. Через сравнение себя с любимыми героями дошкольник имеет возможность научиться позитивно воспринимать себя, справляться со своими страхами и трудностями, уважительно относиться к другим. События, происходящие в мультфильме, позволяют воспитывать детей: повышать его осведомлённость, развивать мышление и воображение, формировать его мировоззрение.

Техническое оснащение и структуру работы мультипликации.

Что же требуется для создания самой простой анимации. Частая смена кадров, изображающих последовательное действие, является главным секретом всех мультфильмов. Этот нехитрый фокус можно создать с детьми из поделок, рисунков, как пособие, помогающее прочувствовать специфику анимации.

Для создания анимационной студии понадобится некоторое оборудование:

- цифровой фотоаппарат
- штатив
- компьютер
- искусственные источники света
- ватман, использующийся в качестве фона
- ватман, использующийся в качестве фона
- стол
- материал для изготовления анимационных персонажей (Краски, карандаши, пластилин, бумага).

Ценность мультфильмов заключается не столько в технике их создания, сколько в идее, которую автор хочет донести до своего зрителя. Это правило не теряет своей актуальности даже в том случае, если ваш будущий «шедевр» предназначен всего лишь для семейного или дружеского просмотра. Поэтому прежде чем начать снимать мультфильм нужно: -

продумать его сюжет:

- разработать небольшой сценарий
- определиться со стилистической направленностью работы.

Для создания мультипликационного кино с детьми дошкольного возраста следует руководствоваться девизом: «Чем меньше, тем лучше». Постановка и съёмка одного кадра с двумя-тремя фигурами занимает в среднем около минуты. Для правдоподобности воспроизведения движений одна секунда мультфильма должна вмещать не менее двенадцати кадров. Соответственно для этого потребуется около четверти часа. Нетрудно подсчитать, что лишь на покадровую съёмку мультфильма продолжительностью десять секунд уйдёт примерно три часа времени. Если прибавить сюда подготовительные

работы, монтаж и окончательную обработку, то в общей сложности процесс создания такой мини – «анимашки» займёт целый день.

Вот несколько видов мультипликационного кино, которые подойдут для детей дошкольного старшего возраста:

Рисунки, которые умеют двигаться

Вот уже без малого сто лет рисованные мультфильмы любимы зрителями всех возрастов. Своей долгой жизнью они обязаны великому американскому аниматору Уолту Диснею, который один из первых внедрил ручную технику рисования. Для того чтобы испытать её на практике вам придётся потрудиться и подготовить целую картинную "галерею". Экспериментируйте и используйте в процессе рисования акварельные краски, фломастеры, цветные и грифельные карандаши, мелки и даже обычные шариковые ручки. Основой для рисования может выступить не только бумага, но и стекло. Заметьте, что для создания нового рисунка на стекле потребуется лишь подправить предыдущий набросок, стерев при этом лишние линии. На бумаге каждое последующее движение придётся рисовать полностью от начала и до конца.

Формы работы

- Просмотр презентации «Союзмультфильм».
- Путешествие «В страну Мультипландия».
- «Волшебники мультипликации» (знакомство с профессиями: сценарист, режиссер-мультипликатор, художник-мультипликатор, звукорежиссер, оператор и др.)
- «Тайны мультипликации» (знакомство с миром мультипликации).
- Просмотр видеороликов «Встреча с Мультиком и художником Малявиным».
- Просмотр мультфильмов (знакомство с видами мультфильмов: пластилиновый, рисованный, кукольный).
- Беседы «История возникновения мультипликации», «Как снимают рисованный мультфильм», «Какие бывают мультфильмы».
- «Путешествие в прошлое – детство родителей» (альтернативой мультфильмам были диафильмы).
- Просмотр диафильмов.
- Экспериментирование с красками – получение разных оттенков, путем добавления белой краски.
- Работа над фоном, используя нетрадиционные методы рисования.
- Работа над декорациями к мультфильму, используя нетрадиционные методы рисования.
- Лепка героев из пластилина.
- Рисование «Любимый мультипликационный герой».
- Рисование историй в картинках (придумывание историй и составление мнемотаблиц «Юные сценаристы»).
- Загадки о мультипликационных героях.
- Викторины «Знаток мультфильмов», «В Стране Мульти-Пультии».
- Рисование овощей на подносе, обсыпанной манкой.
- «Овощи на грядке» - метод пластилинографии.
- Работа над заставкой, концовкой – микрогруппами.
- Съёмка заставки.
- Пересказ сказки, рассказывание по ролям.
- Инсценирование сказки.
- Составление рассказа от имени предмета «Ожившие предметы».
- Игры «Путешествие в Мир эмоций» (умение различать эмоциональные состояния персонажей); «Отгадай персонажа по мимике и жестам».
- Запись сказки.
- Консультации для родителей «Секреты мультипликации»,
- «Методы и приемы нетрадиционных способов рисования».

- Итоговое занятие на тему «Изготовление афиши».
- Родительское собрание на тему «Дети и мультипликация».

Этапы работы:

I этап:

- Выбор темы.
- Постановка цели.
- Выдвижение гипотезы исследования.
- Поиск материала по мультипликации.
- Обследование детей по данной теме.
- Изучение истории возникновения мультипликации.
- Виды мультфильмов.
- Изучение процесса создания мультфильма.
- Разработка алгоритма работы над мультфильмом.
- Подготовка необходимых для реализации проекта материалов и оборудования.

II этап:

- Создание творческой группы родителей, заинтересованных данной темой.
- Погружение в сказку.
- Раскадровка.
- Разработка и создание персонажей и декораций.
- Оживление персонажей.
- Обыгрывание сюжета.
- Съёмка мультфильма.
- Монтаж отснятого материала на компьютере.
- Озвучивание (распределение ролей).

III этап:

- Определение уровня сформированности обобщенных учебных умений.
- Премьера мультфильма. Просмотр (результат работы).
- Итоговое занятие на тему «Изготовление афиши».
- Родительское собрание на тему «Дети и мультипликация».
- Презентация проекта.

Ожидаемый результат:

В рамках проекта «Мультфильм своими руками» дети получили определенные знания, умения и навыки:

Проявление эмоциональной отзывчивости, развитие мышления, воображения, умение выражать свои чувства средствами искусства.

Развитие личностных качеств: самостоятельности, инициативы, взаимовыручки, сопричастность общему делу, ответственность, уважение друг к другу, самооценка.

Развитие коммуникативных навыков, проявления творческой самостоятельности, активности в создании образа, развитие мелкой моторики рук, возможность проявить свои таланты. Это дало новый импульс игровой деятельности, дети заимствуют сказочные сюжеты и начинают сами мастерить героев для своих игр.

Таким образом, **использование проектной деятельности** даёт нам возможность:

- стимулировать детей к достижению того или иного результата;
- достичь определённой и реальной цели, продукта проектной деятельности;
- использовать разные виды продуктивной деятельности в одном проекте;
- проявлять познавательную, творческую, деловую активность, самостоятельность, а также освоенные ранее знания и умения;
- формировать коммуникативные навыки и нравственные качества.

У детей появляется возможность внести свою лепту в общее дело, проявить индивидуальность, завоевать определённое положение в группе. Результатом участия в проекте также становятся расширение мышления, развитие творческого потенциала,

формирование умения наблюдать, фантазировать, сравнивать, переживать увиденное, отражать свои впечатления в творческих работах, а также совершенствование навыков общения в коллективе и социализация.

ПРИЛОЖЕНИЕ №3

СХЕМА МОНИТОРИНГА

сформированности социально-коммуникативных качеств у воспитанников

Контактность

ФИО воспитанников	Общительный, легко идёт на контакт	Поверхностный, неустойчивый контакт	Контакт устанавливается с трудом	Уход от контакта	Протестная реакция

Наличие контактов со сверстниками

ФИО воспитанников	Практически не общается	Имеет ситуативные контакты	Постоянный контакт с кем-либо из детей

Положение в группе сверстников (по результатам социометрии)

ФИО воспитанников	Звезда	Предпочитаемы	Принятый	Отверженный

Характер общения

ФИО воспитанников	Ситуативный при инициативе взрослого	Ситуативный при инициативе кого-либо	Ситуативный с самостоятельной инициативой	Постоянный (устойчивый)

Коммуникативные предпочтения

ФИО воспитанников	Предпочитает общение с взрослыми	Предпочитает общение со сверстниками	Общается с взрослыми и сверстниками

Литература

1. Оберемок С. М. Методов проектов в дошкольном образовании. – Новосибирск, 2005.
2. Рыжих Н. П. Использование медиаобразования в воспитании детей / под ред. А. В. Федорова – Таганрог. Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та. – 2011.
3. Тимофеева Л. Л. Проектный метод в детском саду. «Мультфильм своими руками». – СПб. : ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО «ДЕТСТВО-ПРЕСС», 2011.
4. Тоискин В.С., Красильников В.В. Медиаобразование в информационно-образовательной среде: Учебное пособие. – Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009.
5. Федоров А. В. Медиаобразование // Большая российская энциклопедия. Т. 17. М.: Большая российская энциклопедия, 2012. С. 480
6. Федоров А.В. Медиаобразование в России на современном этапе (2000-2018). Презентация к выступлению на круглом столе «Кинообразование и медиапедагогика в дополнительном Образовании детей и молодежи» в Общественной Палате Российской Федерации, Москва, 3 апреля 2018 года.
7. Фролова А.Н. Дошкольная педагогика : конспект лекций. Ростовна-Дону: Феникс, 2009.
8. Чельшева И.В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008.184 с.