
МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

«КОЧКУРОВСКАЯ СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА
ИМЕНИ НАРОДНОГО УЧИТЕЛЯ СССР ДЕРГАЧЁВА С.И.»

Рассмотрена и одобрена
Замдиректора по УВР

 /Киселёва Л.В./
«02» сентября 2024г.

«Утверждено»

Директор школы

Шлабина В.В.

«02» сентября 2024 г.



Дополнительная общеобразовательная
(общеразвивающая) программа
дополнительного образования детей
«Медиацентр»

Направленность программы: социально-гуманитарная

Класс/ классы: 9, 10,11

Срок реализации: 1 год

Количество часов в год: 108 час

(3 часа в неделю)

ТОЧКА РОСТА

Составитель:

педагог дополнительного
образования

Корнишина Н.А.

2024 – 2025 уч. г.

Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиацентр» социально-гуманитарной направленности, предназначена для учащихся 15-18 лет, позволяет раскрыть способности и возможности каждого обучающегося, обеспечивает навыками, необходимыми во взрослой жизни. В процессе обучения по программе «Медиацентр» обучающийся учится анализировать информацию, устанавливать причинно-следственные связи, делать обобщения, доказательно излагать материал, самостоятельно применять полученные знания, пополнять их и систематизировать. даёт общее представление о способах и средствах видеомонтажа на компьютере, о принципах создания видеороликов в сочетании с подвижной графикой, необходимом программно-техническом обеспечении и перспективах использования компьютерного видеомонтажа в различных областях деятельности. Информация, потребляемая человеком, а тем более ребенком, должна быть в первую очередь полезна и необходима. Современных детей, начиная с младших классов, необходимо научить работать с тем информационным потоком, который ежедневно на них обрушивается. Но как же разделить информацию и отобрать нужную для себя? Как научиться работать с постоянно увеличивающимся потоком информации? Как же не стать «жертвой» СМИ в современном обществе? Наиболее оптимальной формой организации деятельности в этом направлении является создание школьного Медиацентра, где проходит изучение всей совокупности средств массовой коммуникации и овладение разносторонними процессами социального взаимодействия. В ходе реализации программы, обучающиеся погружаются в мир медиа. Они не просто знакомятся с различными видами СМИ (телевидением, радио, прессой, социальные сети), но и на практике осваивают технические (аудио, видео, фото, печатные) средства производства и передачи информации. Свои первые газетные материалы, радио- и видеосюжеты, посты и сториз в соцсетях ребята создают на базе школьного Медиацентра, освещая разнообразные школьные мероприятия. Тем самым сотрудники Медиацентра расширяют свой кругозор, социализируются, развиваются их творческие и организаторские способности, формируется активная гражданская позиция. С помощью занятий в Медиацентре ребята вовлекаются во всю деятельность школы. Это способствует объединению школьного коллектива, воспитывает непосредственный интерес, чуткость и внимание ко всему происходящему. Программа реализуется в центре образования цифрового и гуманитарного профилей "Точка роста".

Цель программы: - развития творческих и интеллектуальных способностей обучающихся посредством практического использования современных информационно-коммуникационных технологий

.Задачи программы:

- развивать познавательные интересы, интеллектуальные и творческие способности;
- познакомить обучающихся с основными терминами медиапространства; □
 познакомить со способами сбора материала;
- формировать общую культуру обучающихся;
- воспитывать чувство ответственности за результаты своего труда и команды;
- формировать установки на позитивную социальную деятельность в информационном обществе, на недопустимости действий нарушающих правовые, этические нормы работы с информацией.

Срок реализации программы: дополнительная общеобразовательная программа «Медиацентр» рассчитана на 1 год обучения (108 часов), занятия в группе проводится два раза в неделю по 1,5 часа.

Возраст обучающихся -15-18 лет. Группы формируются из детей возраста 15-18 лет. Для проведения занятий планируется свободный набор в группы в начале и в течение учебного года. Состав группы – постоянный, 5-11 человек. Программа построена с учетом возрастных и индивидуальных особенностей детей.

Форма обучения – очная. **Форма занятий** – групповая.

Планируемые результаты

Предметные результаты:

- овладение основами приёмов, техническими навыками по созданию медиапродукта, умением использовать их в разнообразных жизненных ситуациях

- владеют различными способами сбора материала.

Личностные результаты:

- бережное отношение к слову, языку, осознание их как универсальной ценности;
- умение планировать, контролировать и оценивать учебные действия в соответствии с поставленной задачей и условием её реализации;

- умение давать самооценку своего труда, понимание причин успеха/неуспеха деятельности

Метапредметные результаты:

- продуктивное сотрудничество (общение, взаимодействие) со сверстниками при решении задач на занятиях;

- развитая, эмоциональная речь, умение строить развёрнутые высказывания;

- умение делать анализ имеющейся информации;

- умение осуществлять информационную, познавательную и практическую деятельность с использованием различных средств коммуникации.

Учебно-тематический план

№	Тема занятия	Количество часов
	Введение. Я и медиапространство	18
1	1.Я и медиапространство. Инструктаж по технике безопасности.	1,5
2	2.Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их городе, стране, в мире.	1,5
3	3.Интерактивная игра: Строим ньюс-рум. Выбираем главных редакторов групп.	1,5
4	4.Строим ньюс-рум. Выбираем главных редакторов групп.	1,5

5	5.Что такое ньюс-рум. Как правильно организовать рабочее пространство, помогающее задействовать все ресурсы.	1,5
6	6.Работа редакции новостей. Игра «Ищи и найди».	1,5
7	7.Интерактивная игра: «У каждого своя елка». Пример описания места событий.	1,5
8	8.Пример описания места событий.	1,5
9	9.«Инфотеймент»	1,5
10	10.Принцип «Информируем, развлекая».	1,5
11	11.Игра-презентация своего коллектива.	1,5
12	12.Я и медиапространство	
	Информационные и мультимедийные технологии	18
13	Классификация технологий по типам телевидения.	1,5

14	Классификация технологий по типам телевидения.	1,5
15	Форматы. История смены формата. Корень формата.	1,5
16	Исследователи медиа Альберт Моран и Джастин Мэльбон.	1,5
17	Формула определения возраста аудитории.	1,5
18	«Обертка» формата. Стиль и содержание.	1,5
19	Целевая аудитория. Работа со статистикой.	1,5
20	Информационные поводы	1,5
21	Ньюсмейкерство	1,5
22	Топ-лайн. Head-line – заголовок, привлекающий внимание.	1,5
23	Конвейер новостей, что это такое.	1,5
24	Медиастатья	1,5
	Медиапрограммы	30
25	1.Новостные сюжеты и аналитические программы – как разновидность программ телевидения.	1,5
26	2.Этапы создания телепередач.	1,5
27	3.Телевизионные жанры.	1,5
28	4.Специфика регионального телевидения.	1,5
29	5.Особенности детской тележурналистики.	1,5
30	6.Понятие «Развлекательная программа».	1,5
31	7.Принцип построения ток-шоу.	1,5
32	8.Драматургия ток-шоу.	1,5
33	9.Герои ток-шоу.	1,5
34	10.Работа с аудиторией ток-шоу.	1,5
35	11.Ведущий ток-шоу: требования и особенности работы.	1,5
36	12.Жанры журналистики: репортаж, интервью.	1,5
37	13.Краткая характеристика информационных жанров.	1,5

38	14.Алгоритм построения статьи в жанре «интервью», «репортаж». Эффект присутствия.	1,5
39	15.Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...».	1,5
40	16.Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...».	1,5
41	17.Интерактивная игра студии «ФрешМедиа»	1,5
42	18.Новостной проект (ищем героев).	1,5
43	19.Проектная работа «Мой герой».	1,5
44	20.Защита проекта «Мой герой».	1,5
	Источники информации	24
45	Запись выпусков новостей. Новостные сюжеты.	1,5
46	Коммуникативные техники. Подготовка вопросов для интервью.	1,5
47	Взаимодействие журналиста и оператора при съёмке репортажа.	1,5
48	Монтажные программы «CoolEditPro» и «SoundForge»	1,5
49	Репортажи.	1,5
50	Тренажеры репортажей.	1,5
51	Создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций.	1,5
52	Видеофильтры.	1,5
53	Съемка новостного сюжета, озвучание, монтаж (face to face)	1,5
54	Выбор плана при съёмке человека.	1,5
55	Монтаж по крупности. Обрезка, «воздух».	1,5
56	Съёмка взаимодействующих объектов. Съёмки диалога.	1,5
57	«Правило восьмёрки». Панорама. Переход фокуса. Движение камеры. Монтажная фраза.	1,5
58	Проектная работа «Создание школьного радио»	1,5
59	Проектная работа «Создание школьного радио»	1,5
60	Защита проекта «Школьное радио»	1,5
	Практика речи	6
61	1.Сущность слова. Слово и понятие. Многозначность слова. Составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа.	1,5
62	2.Учимся говорить грамотно, а писать правильно.	1,5
63	3.Личный список слов-ошибок	1,5
64	4.Дресс-код стендапов. «Говорящий фон». Съёмка «стендапа».	1,5
	Жанровое разнообразие	6
65	1.Основы операторского мастерства.	1,5

66	2.Телевизионный язык: умение рассказывать «картинками».	1,5
67	3.Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось. Тимбилдинг.	1,5
68	4.Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить»,	1,5
	«Медиаобразование на материале рекламы»	6
69	1. Виды рекламы, способ воздействия рекламы	1,5
70	2.Структура рекламного текста.	1,5
71	3.Проектная работа «Создание рекламного текста по заданной теме»	1,5
72	4.Защита проекта «Социальная реклама»	1,5
	ИТОГО	108

Содержание программы

1. Введение. Я и медиапространство (18 часов)

Вводное занятие. Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их городе, стране, в мире. Инструктаж по технике безопасности.

Интерактивная игра: Что Я хочу узнать и чему научиться. Цели и задачи. Позволит выявить основные интересы и мотивы ребенка, построить индивидуальную целеполаганию.

Новостная редакция. Кто есть кто? Знакомит с составом редакции, функционалом. Мини- тест на выявление наклонности к той или иной направленности.

Интерактивная игра: Строим ньюс-рум. Выбираем главных редакторов групп.

Что такое ньюс-рум. Как правильно организовать рабочее пространство, помогающее задействовать все ресурсы. Самые главные отделы редакции и их редакторы.

Работа редакции новостей. Игра «Ищи и найди».

Интерактивная игра: «У каждого своя елка». Пример описания места событий. Отработка в парах приема описания события в форме тренинга.

«Инфотеймент». Что это такое? Принцип «Информируем, развлекаая». Игра-презентация своего коллектива.

Текущий контроль: задание на дом: снимаем ролик-презентацию по предложенной теме.

Информационные и мультимедийные технологии (18 часов)

Классификация технологий по типам телевидения. По типу информации это могут быть: · текстовые, табличные, графические, звуковые, видео и мультимедийные данные.

Особенности каждого типа, как источника передачи информации. Работа с таблицей.

Форматы. История смены формата. Исследователи медиа Альберт Моран и Джастин Мэльбон. Корень формата. Формула определения возраста аудитории и работа в парах.

«Обертка» формата. Стиль и содержание.

Целевая аудитория. Работа со статистикой. Выявление интересных тем для дальнейшего планирования работы видеогруппы.

Информационные поводы

Ньюсмейкерство – целенаправленная деятельность по превращению любого события в жизни фирмы в элемент публичности, бесплатно распространяемой о фирме интересной (и, безусловно, правдивой) информации. Концепция государственной информационной политики. Общественное мнение - специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках (как в устной, так и в письменной форме) и характеризующее явное (или скрытое) отношение больших социальных групп (в первую очередь большинства народа) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес. 6 основных вопросов для новостей. Мониторинг - это отслеживание публикаций по конкретной тематике в СМИ. Две основные составляющие мониторинга - контекст (список ключевых слов) и база СМИ (список источников).

Топ-лайн. Head-line – заголовок, привлекающий внимание. Тренинг по созданию ярких заголовков. Конвейер новостей, что это такое.

Текущий контроль: пишем медиастатью по заданной теме. Ребятам дается индивидуальное контрольное задание, по итогам которого они должны предоставить новостную статью.

Медиапрограммы (30 часов)

Новостные сюжеты и аналитические программы – как разновидность программ телевидения. Этапы создания телепередач. Телевизионные жанры. Специфика регионального телевидения. Особенности детской тележурналистики. Дать определение понятию «Развлекательная программа», их разновидности, особенности. Принцип построения ток-шоу. Драматургия ток-шоу. Герои ток-шоу. Работа с аудиторией ток-шоу. Ведущий ток-шоу: требования и особенности работы.

Жанры журналистики: репортаж, интервью. Краткая характеристика информационных жанров. Алгоритм построения статьи в жанре «интервью», «репортаж». Эффект присутствия.

Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...». Погружение ребят в роль репортера в поисках сенсации, отработка навыка создавать репортаж и брать интервью.

Интерактивная игра студии «ФрешМедиа», позволяющая погрузиться в роли редакторов студии и рядовых работников. Игра построена на основе тимбилдинга. Новостной проект (ищем героев). Работа в паре, где каждому дано задание, нацеленное на поиск информации, ее обработке, фотоиллюстрировании и создании черновика статьи.

Задание на дом: проектная работа «Мой герой». Оформление черновика в готовую работу.

Текущий контроль: презентация проекта «Мой герой» - контрольное задание в форме публичного выступления. Работа выполняется с учетом пройденного материала.

Источники информации (24 часов)

Запись выпусков новостей. Новостные сюжеты. Критерии отбора новостей. Вёрстка новостного выпуска. «Классический», «домашний», «публицистический» стиль новостей.

Репортажи. Цели и особенности. Активное слушание. Коммуникативные техники. Подготовка вопросов для интервью. Требования к вопросу. Взаимодействие журналиста и оператора при съёмке репортажа.

Монтажные программы «CoolEditPro» и «SoundForge» - знакомство с программой для диджеев, саунд продюсеров и всех тех, кто работает с музыкой. В программу входят набор утилит, предназначенных для работы со звуком, большое количество фильтров, эффектов, а также мультимедийный конвертер.

Тренажеры репортажей. Создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Видеофильтры.

Съёмка новостного сюжета, озвучание, монтаж (face to face). Выбор плана при съёмке человека. Монтаж по крупности. Обрезка, «воздух». Съёмка взаимодействующих объектов. Съёмки диалога. «Правило восьмёрки». Панорама. Переход фокуса. Движение камеры. Монтажная фраза.

Композиция кадра. Импорт видеофайлов на компьютер. Основные правила и меры безопасности при обращении с компьютером. Работа с видеофайлами на компьютере. Программы для обработки и просмотра видеофайлов. Требования к компьютеру для видеомонтажа. Технология нелинейного видеомонтажа. Работа с программой видеомонтажа. Создание видеофайлов для монтажа видеосюжета. Запись закадрового текста. Основные инструменты программы видеомонтажа. Интерфейс программы. Форматы видеофайлов. Настройки программы для начала работы.

Групповая работа: Репортаж «Один день из жизни школы». Видеосъёмка готового материала. Монтаж, работа с видеоархивом

Текущий контроль: Защита групповых работ в форме публичного выступления с использованием медиасопровождения.

Практика речи (6 часов)

Упражнения для каждого участника группы. Сущность слова. Слово и понятие. Многозначность слова. Составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа; медиатекста с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности

персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону;

Учимся говорить грамотно, а писать правильно. Практическая игра: составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа медиатекста: с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону; составление монологов (воображаемых «писем» в редакции газет и журналов, на телевидение, в министерство культуры и т.п.) представителей аудитории с различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящимися на разных уровнях медиавосприятия.

Личный список слов-ошибок – тренинг по выявлению речевых и стилистических ошибок в устной и письменной речи.

Интерактивная игра «Как не делать репортаж» - чередования эпизодов, вызывающих положительные (радостные, веселые) и отрицательные (шоковые, грустные) эмоции у аудитории, то есть опора на психофизиологическую сторону восприятия на примере конкретного медиатекста массовой (популярной) культуры;

Дресс-код стендапов. «Говорящий фон». Съёмка «стенд-апа». Звуковые эффекты **Текущий**

контроль: тестирование «Речевая грамотность» - контрольное задание

Жанровое разнообразие (6 часов)

Основы операторского мастерства. Основы современной ТВ-ой и видео продукции, механизмы ее производства. Взаимодействие оператора и журналиста по решению творческой задачи. «Картинка» - основа телесюжета. Алгоритм работы оператора при съёмке телесюжета. Съёмки в особых условиях освещенности.

Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие. Телевизионный язык: умение рассказывать «картинками». Композиция телевизионного сюжета. Типы и элементы телевизионных сюжетов. Взаимодействие журналиста и оператора при работе над сюжетом. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап».

Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось. Тимбилдинг.

Основы работы с видео камерой. Устройство цифровой видеокамеры. Обращение с видеокамерой. Функциональное назначение элементов управления видеокамерой и их грамотное применение. Техника безопасности при работе с видеокамерой. Требования к видеоряду. Основные правила

видеосъемки. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съемках без

штатива. Обработка полученного материала. Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр.

Использование «перебивок», деталей.

Текущий контроль: Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить», проверяющая знания по данному разделу.

«Медиаобразование на материале рекламы» (6 часов)

История возникновения и развития рекламы.

1) Возникновение рекламы в России. Первые рекламные ролики. Что способствовало возникновению и развитию рекламы.

Реклама: понятие, функции, цели и виды.

Виды рекламы, способ воздействия рекламы, способ выражения рекламы, рациональная реклама, эмоциональная реклама, «жесткая» и «мягкая» реклама, имиджевая реклама, стимулирующая реклама, реклама стабильности, внутрифирменная реклама, реклама в целях расширения сбыта продукции, увещательная реклама, сравнительная, подкрепляющая, превентивная, информирующая реклама.

Классификация рекламы.

Три основные классификации рекламы (визуальная, аудиальная, аудиовизуальная). Данные классификации позволят учащимся определить рекламу как особый жанр публицистики.

Особенности функционального назначения рекламных текстов.

Основная цель рекламы. Две основные функции: а) информативную (информирует или сообщает о том или ином товаре или услуге); б) воздействующую (побуждает воспользоваться данной услугой или приобрести данный товар).

Лингвистические особенности рекламных текстов: лаконичность, необычность, оригинальность, экспрессивность, сигнальный характер, языковое наполнение текста.

Структура рекламного текста.

Компоненты рекламного текста: заголовок, лозунг, зачин, информационный блок, справочная информация, лозунг 2 (девиз).

Содержание композиционной части рекламного текста.

Целевое назначение структурного элемента.

Специфика отбора языковых средств для рекламных текстов.

Языковые средства: с отклонениями от норм: сочетание латиницы с кириллицей, соблюдение норм дореволюционной орфографии, игра слов, каламбур, окказионализмы, персонификация, фонетические повторы, дефразеологизация. Без отклонения от норм:

глагольные формы, конкретные существительные, специальная терминология, риторический вопрос, инверсия, повторы.

Текущий контроль: создание рекламного текста по заданной теме.

Контрольно-оценочные средства

В процессе обучения детей данной программе отслеживаются три вида результатов:

- текущие (цель – выявление ошибок и успехов в работах обучающихся);
- промежуточные (проверяется уровень освоения детьми программы за полугодие);
- итоговые (определяется уровень знаний, умений, навыков по освоению программы за весь учебный год и по окончании всего курса обучения).

Выявление достигнутых результатов осуществляется:

- через механизм контроля:

а) вводный контроль (устный опрос; цель – определение уровня начальных знаний);

б) промежуточный контроль (устный опрос; просмотр готовых работ; цель – проверка уровня освоения детьми программы за полугодие);

в) итоговый контроль (устный опрос; итоговый просмотр работ; цель – определение уровня знаний по программе);

- через отчётные просмотры законченных работ.

По итогам первого полугодия и по окончании учебного года проводится мониторинг результатов обучения ребёнка по дополнительной общеобразовательной программе (Методика определения результатов образовательной деятельности детей (Буйлова Л.Н., Кленова Н.В.).

Условия реализации

Материально-техническое обеспечение:

Помещение: кабинет для формирования цифровых и гуманитарных компетенций центра цифрового и гуманитарного профилей "Точка роста"; 10 столов.

Оборудование:

- мультимедийный проектор, DVD-плееры, MP3-плеер;
- компьютер с учебным программным обеспечением;
- музыкальный центр;
- демонстрационный экран;
- магнитная доска;
- цифровой фотоаппарат;
- сканер, ксерокс и принтер; .

Учебно-методическое обеспечение:

- иллюстрации, картинки по темам; □ мультимедиаобъекты по темам курса; □ фотографии.

Список литературы

Нормативно-правовые документы

1. Закон «Об образовании в Российской Федерации»
2. Приказ Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. N 196 “Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам”.

Учебно-методическая литература для учителя

1. Бондаренко Е.А. Творческий проект как элективный курс Образовательные технологии XXI века ОТ’07 / под ред. С.И. Гудиной, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой. М., 2007 С. 188-194.
2. Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудина.
3. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. -М.: Просвещение, 2002 – 144 с.
4. Медиакультура. Программа для 1-11 кл. // Основы экранной культуры. Медиакультура: сб. программ / под ред. Ю.Н. Усова. М., МИПКРО, 1996.
5. Мuryюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006 200 с.
6. Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры», Арт- Родник, 2006 г.
7. Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях // Медиаобразование. 2005, № 4 С.40-48.
8. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с
9. Материалы сайта <http://softhelp.org.ua/>

Литература для обучающихся, родителей

1. Агафонов А.В. , Пожарская С.Г. // Фотобукварь. М. , 1993, - 200с.
2. Андерес Г.Ф., Панфилов Н.Д.. «Справочная книга кинолюбителя» (под общей редакцией Д.Н. Шемякина) – Лениздат, 1977 г.
3. Бабкин Е.В., Баканова А.И. //Фото и видео. М.,Дрофа, 1995, - 380с.

4. Гурский Ю., Корабельникова Г. Photoshop7.0. Трюки и эффекты - Спб.: Питер, 2002
5. Игры для интенсивного обучения / Под ред. В.В. Петрусинского. М., 1991.
6. Кеворков В.В. Рекламный текст. М., 1996.

7. Кишик А.Н. Adobe Photoshop 7.0. Эффективный самоучитель
8. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. -М., 1983
9. Курский Л.Д., Фельдман Я.Д. //Иллюстрированное пособие по обучению фотосъемке.

Практическое пособие. М., Высшая школа, 1991, - 160 с.

10. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1974.
11. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 1988

