

МЕДИА24 ЦЕНТР

Методические рекомендации для кураторов школьных «Медиацентров», подготовленные в рамках деятельности инновационного комплекса «МедиаШкольникам»

Авторы сборника: Дубник Е. М.,
Максимова А.А., Мельникова И. А.,
Лакис О. А.

МедиаЦентр

Инструкция для старта

Школьный медиацентр — это возможность максимального раскрытия творческого потенциала ребенка, проявления себя, попробовать свои силы в разных видах деятельности – от гуманитарной до технической. И, конечно же, показать публично результаты своей работы.

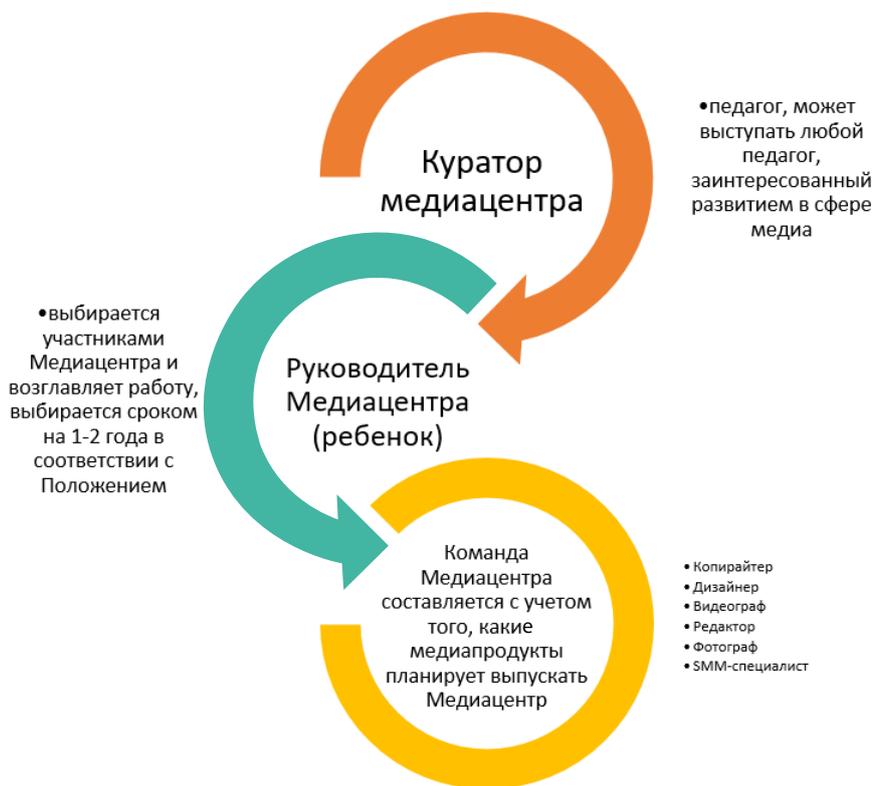
Основные цели медиацентра в школе:

- Создание единого информационного пространства школы
- Популяризация школы в медиапространстве
- Развитие информационной культуры школьников формирование у них навыков общения и сотрудничества, основ медийно-информационной грамотности
- Выявление и поддержка одарённых детей, содействие их творческой самореализации
- Воспитание будущих специалистов медиасферы

Основные задачи медиацентра в школе:

- Повышение уровня медиаграмотности учащихся
- Создание условий для развития социальной и творческой активности учащихся
- Участие в значимых для школы конкурсах, конференциях и других мероприятиях, их освещение в информационном пространстве
- Организация собственных медиасобытий

+ Пример структуры медиацентра:



Вариативные должности для участников команды медиацентра:

- Редактор телерадиостудии
- Редактор-администратор сайта
- Технический специалист
- Консультант
- Координатор проектов

Основными направлениями медиацентра могут стать:

- Выпуск печатного издания
- Фотосопровождение проводимых мероприятий, создание летописи школьной жизни
- Обеспечение регулярного вещания теле- и радиостудии
- Реализация медиапроектов
- Проведение выездных мероприятий, творческих мастерских (кинопедагогика, медиакритика)
- Участие в региональных и всероссийских конкурсах детской прессы
- Сотрудничество с медиацентрами, обмен информацией и опытом

+ 7 ступеней успеха школьного Медиацентра:

• Команда

Первый шаг – правильная команда – 90% успеха!
Какая она, правильная команда:

- разновозрастная;
- заинтересованная;
- не всегда профессиональная, но готовая учиться.

+ Как сформировать команду?

- объявить набор в Медиацентр;
- собрать группу желающих ребят;
- провести тренинги на командообразование, общение и взаимодействие;
- организовать совместную деятельность;
- заложить совместные традиции и кодекс;
- распределить зоны ответственности;
- приступить к работе;
- участвовать в выездных образовательных сменах, интенсивах, обучении и т.д.

• Деятельность

Планирование деятельности зависит от того, над какими видами медиапродуктов планирует работать команда Медиацентра и какие медиа-направления развивать в образовательной организации:

- Фотоконтент
- Школьная газета
- Школьный подкаст
- Группа в социальных сетях
- Видеоконтент
- Изготовление полиграфической продукции
- Прямые трансляции

Деятельность планируется также с учетом карты ключевых событий образовательной организации в формате календарной план сетки

+ • Корпоративная культура

Корпоративная культура включает в себя разработанный кодекс взаимодействия, правила общения, основные слоганы работы, понимание миссии объединения. Помимо данных основ разрабатывается логотип объединения, корпоративные цвета, водный знак для обозначения медиапродуктов.

• Ресурсы

• Public relations

• Социальное партнерство

Важно понимать, что Медиацентр – это не обособленная структура, а активный социальный партнер всех структур образовательной организации. Только при взаимодействии со всеми основными институтами образовательной организации возможна эффективная деятельность Медиацентра.

• Работа с потенциальными членами медиакоманд

Открытые занятия, мастер-классы, выходы в классные коллективы для знакомства обучающихся с деятельностью Медиацентра будет активно способствовать вовлечению новых участников в деятельность объединения и позволит долгосрочно осуществлять эффективную деятельность на базе разновозрастной команды.

Номенклатура Медиацентра

• Положение о деятельности Медиацентра/ О детских общественных объединениях и движениях в ОО

Положение регламентирует деятельность, функционал, права и обязанности участников объединения, фиксирует структуру и описывает модель взаимодействия. Составляется совместно с обучающимися – участниками медиакоманды.





• Структура Медиацентра / Модель взаимодействия

Модель взаимодействия описывает формат взаимодействия со структурами образовательной организации, социальными партнерами вне образовательной организации, иерархию внутри Медиацентра. Модель составляется совместно с обучающимися

Критерии оценки модели



- индивидуальность;
- проработанность нормативно-правовой базы;
- конкретность описания содержания деятельности;
- качество методической базы;
- активность социального партнерства;
- материально-техническая обеспеченность функционирования;
- отношение к модели

• Функционал Медиацентра

Пример: Медиацентр

1. Составляет медийный имидж ОО.
2. Способствует повышению заинтересованности обучающихся в журналистской и оформительской деятельности посредством конкурсов и соревнований.
3. Сообщает и передает актуальную информацию с помощью объявлений, положений, теле- и радиоэфиров.
4. Ведет группу ОО в социальных сетях, освещает в них участие в значимых для школы конкурсах, конференциях и других мероприятиях.
5. Предоставляет актуальную информацию на сайт образовательной организации.
6. Организует собственные медиасобытия



Освещение мероприятий Посты:

- заголовок
- текст
- оформление (смайлы)
- фотографии (10 шт) + Водный знак
- добавление интерактива
- видео (клип, рилс)
- + альбом с фотографиями по окончании мероприятия

Копирайтинг

- ЗАГОЛОВОК

заголовок можно оформить капсом, добавить смайлик, а также гиперссылку или хештег

- ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

Рассказываем о самом событии, что это такое и т.д.

- ПОДВОДИМ ИТОГИ

Что интересного было на мероприятии, описываем эмоции

- ХЕШТЕГИ

Можно создать основной пак хештегов и копировать его в каждый пост

Фото-, видеосопровождение

Кадры должны быть яркие, наполненные эмоциями и пропитаны атмосферой мероприятия. Они станут приятными воспоминаниями для тех, кто был на мероприятии. А те, кто пропустил его, смогут проникнуться его атмосферой



КЕЙС №1: Медиацентр «Редакция 24», опыт МБОУ «ИТ-лицей №24», г. Ижевска



Наша работа

1. ВЕДЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

Ведение официальной группы в Вконтакте, а также Телеграм-канал. Публикация анонсов и контента о мероприятиях в лицее и за его пределами.



2. СЪЕМКА И ОБРАБОТКА КОНТЕНТА

Совместно с ребятами мы создаем контент для соцсетей и публикации на сайте.

3. УЧАСТИЕ В КОНКУРСАХ

Обучающиеся нашего медиацентра активно участвуют в различных конкурсах за пределами лицея и совершенствуют свои навыки на форумах, направленных на развитие медиа знаний.

Ведение соцсетей

- ОФИЦИАЛЬНАЯ ГРУППА ВКОНТАКТЕ

Данная группа направлена на информирование учеников нашего лицея, родителей и педагогов. Здесь мы размещаем анонсы различных мероприятий, освещаем события в лицее и за его пределами, активно рассказываем о наших учениках и о жизни классов.

- ТЕЛЕГРАМ КАНАЛ

В Телеграм-канале публикуется материал с нашими участниками медиа центра. Ребята рассказывают о своих успехах, общаются с учениками и в режиме реального времени публикуют контент с места проведения мероприятий.





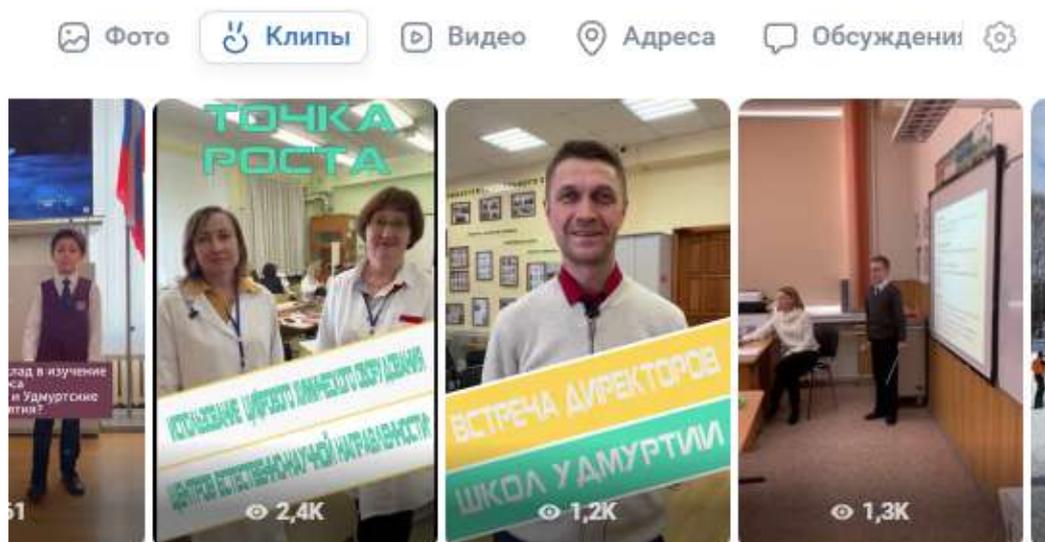
Группа ВКонтакте



Телеграм канал

Съемка и обработка контента

Ребята активно совершенствуют свои навыки в съемке и обработке контента, посещают дополнительные занятия и строят грандиозные планы на создание нового контента. Участники медицентра изучают новые программы для верстки газет и создания дизайна, тренируются в обработке фотографий и обработке аудиозаписей для подкастов и озвучки видео, а также учатся видеомонтажу и анимации.



Клипы ВКонтакте



Участие в конкурсах



МедиаСистема

С 19 по 21 ноября 2023 года участники медиацентра всем составом посетили окружной форум «Медиа система» в городе Саранск. Ребята побывали на множестве крутых лекций и мастер-классах, пообщались с профессионалами своего дела и многое другое.

Хорошие новости

С 22 по 29 ноября в кампусе «ТАУ» города Ижевск состоялся фестиваль школьных медиакоманд «Хорошие новости» финал которого посетили наши обучающиеся. Лицеисты каждый день изучали новый материал и создавали крутой контент.



«Медиа система»



«Хорошие новости»

МЕДИА24 ЦЕНТР — ЭТО

- Команда
- Совместная работа
- Новые вершины
- Друзья
- Взаимопонимание
- Победы
- Работа
- Знания
- Успех



+ КЕЙС №2: Проект «Медиарезиденция - креативная экосистема школы», опыт ГБОУ школа №707 Невского района Санкт-Петербурга

«Медиарезиденция» — это уникальный акселератор для школьных медиапроектов в реализации системы предпрофессиональных проб школьников, обучающихся в медиаклассах.

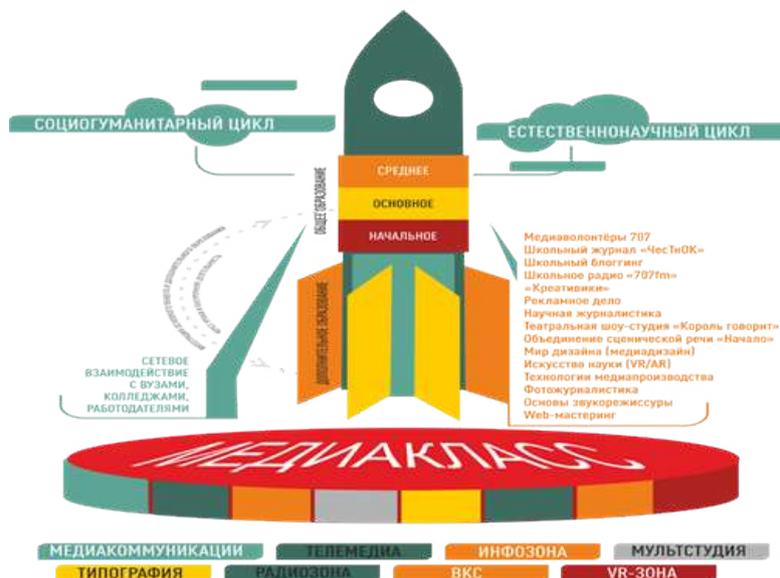
Актуальные идеи проекта

- Потребность государства, запрос работодателя и современника:
 - В развитии сферы креативной медиаиндустрии и массовых коммуникаций;
 - В подготовке для неё специалистов;
 - В подготовке выпускника школы, творческого и компетентного в сфере медиа

Цель проекта:

Формирование у учащихся 5-10 классов предпрофессиональных компетенций для выбора ими в дальнейшем профессий и творческих увлечений, связанных с креативными медиаиндустриями и массовыми коммуникациями.

Модель реализации проекта:





Материально-техническая и методическая база проекта



Объекты Проекта:

- Типография
- Телемедиа
- Студия звукозаписи
- Инфозона
- Радиозона
- VR-зона
- Телекоммуникации
- ВКС (зона видеоконференцсвязи)

Интеграция занятий внеурочной деятельности, ОДОД, модули:

- Медиаволонтёры 707
 - Школьный журнал «ЧестнОК»
 - Школьный блоггинг
 - Школьное радио «707fm»
 - «Креативики»
 - Рекламное дело
 - Научная журналистика
 - Театральная шоу-студия «Король говорит»
 - Объединение сценической речи «Начало»
 - «Мир дизайна» (графический дизайн и медиа)
 - Искусство науки (VR^{AR})
 - Технологии медиапроизводства
 - Фотожурналистика
 - Основы звукорежиссуры
 - Web-мастеринг
 - Производство веб-сериалов и документальных фильмов
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Об особенностях ведения госпаблика образовательной организации

Присутствие власти в интернете

- Значимость диалога с обществом в соцсетях
- Создание сообщества и получение госметки
- Брендирование паблика
- Закрепляем базовые правила брендирования
- Специфика ведения пабликов сферы образования

Создание контента

- Тексты для госпабликов
- Базовые принципы работы с текстом
- Карточки для соцсетей
- Стандартные информационные ролики
- Дополнительные форматы контента
- Прямые эфиры
- Закрепляем основные правила создания
- Ключевые метрики эффективности контента

Продвижение госпабликов

- Продвижение паблика онлайн
- Закрепляем особенности продвижения на реальных кейсах
- Интерактивные форматы и UGC

Работа с комментариями

- Значимость обратной связи
- Как отвечать на комментарии
- Отрабатываем комментарии подписчиков





Безопасность госпабликов



- Безопасность личных страниц администраторов
- Безопасность госпабликов

