
Теория медиа и медиаобразования

УДК: 004.056.5

ББК: 16.84

Медиаобразование через медиатворчество: реальные практики медиацентров

Якушина Екатерина Викторовна

Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

кандидат педагогических наук

e-mail: wm45@yandex.ru

Бондаренко Елена Анатольевна

Московский государственный институт культуры, Москва, Россия

Президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогики РФ

Член правления Ассоциации специалистов медиаобразования (АСМО), Москва, Россия

Кандидат педагогических наук, доцент

e-mail: letty3@yandex.ru

Продувнова Екатерина Валерьевна

Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

e-mail: produvnovaev@mgpu.ru

Яшунькина Полина Вадимовна

Средняя общеобразовательная школа №1, Лакинск, Владимирская область, Россия

e-mail: polina.vadimovna.o@yandex.ru

Дергоусова Алена Николаевна

Средняя общеобразовательная школа №1, Лакинск, Владимирская область, Россия

Осипова Светлана Евгеньевна

Гимназия №3, Пермь, Россия

e-mail: pepper5@mail.ru

Почаева Наталья Джумаевна

Православная Церковно-Приходская школа «Светоч», Ош, Республика Кыргызстан

e-mail: npochaeva@mail.ru

Шестакова Елена Николаевна

Гячрыпшская средняя школа, Гячрыпш, Республика Абхазия

e-mail: prozerpina74@mail.ru

*Лавриненко Екатерина Михайловна
Школа №1363, Москва, Россия
e-mail: lavrinenkoem@sch1363.ru*

*Юрецкая Маргарита Николаевна
Школа №1363, Москва, Россия*

*Копцева Алла Юрьевна
Центр дополнительного образования, Собинка, Владимирская область, Россия
АНО «Медиана», директор, с. Березники, Владимирская область, Россия
e-mail: allur17@yandex.ru*

*Давудов Давуд Муртазалиевич
Хебдинская средняя общеобразовательная школа имени Абдуразакова
Республика Дагестан, Россия
e-mail: rugelda77@mail.ru*

*Муневич Станислав Дмитриевич
Школа №1454 «Тимирязевская», Москва, Россия
e-mail: smunevich@1454.ru*

*Булгакова Анастасия Владимировна
Школа №2036, Москва, Россия
e-mail: nst.kino@mail.ru*

*Цупило Александр Николаевич
Школа №2036, Москва, Россия
e-mail: nst.kino@mail.ru*

*Сергиенко Александр Владимирович
Центр творчества «Гермес», студия «Гермес.Медиа», Москва, Россия
e-mail: sergienkoav@cmt-germes.ru*

*Захарова Ирина Викторовна
«Школа в Некрасовке», Москва, Россия
e-mail: ksufendriks@mail.ru*

*Хомяков Иван Сергеевич
Школа №1476, Москва, Россия
e-mail: It@1476vao.ru*

*Касьянова Инесса Евгеньевна
Школа №1476, Москва, Россия
e-mail: It@1476vao.ru*

Аннотация. В статье рассказывается о содержании деятельности школьного медиацентра. Практические советы от участников кейса «Я – блогер. Медиаобразование через медиатворчество».

Ключевые слова: медиаобразование, медиатворчество, информационная грамотность, блог, деятельностный подход, школьный медиацентр.

Цитирование: Якушина, Е.В. и др. Медиаобразование через медиатворчество: реальные практики медиацентров / Е.В. Якушина, Е.А. Бондаренко, Е.В. Продувнова, П.В. Яшунькина, А.Н. Дергоусова, С.Е. Осипова, Н.Д. Почаева, Е.Н. Шестакова, Е.М. Лавриненко, М.Н. Юрецкая, А.Ю. Копцева, Д.М. Давудов, С.Д. Муневич, А.В. Булгакова, А.Н. Цупило, А.В. Сергиенко, И.В. Захарова, И.С. Хомяков, И.Е. Касьянова // Медиа. Информация. Коммуникация [Электронный ресурс]. – 2024. – Т. 38, № 1. – Режим доступа: <http://mic.org.ru/vyp/38-1/38-1-yakushina.pdf>

Media education through media creativity: real practices of media centers

*Ekaterina Yakushina
Moscow City University, Moscow, Russia
candidate of pedagogical sciences
e-mail:*

*Elena A. Bondarenko
Moscow State Cultural Institute, Moscow, Russia
Associate Professor, candidate of pedagogical sciences
e-mail: letty3@yandex.ru*

*Ekaterina V. Produvnova
Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia
e-mail: produvnovaev@mgpu.ru*

*Polina V. Yashunkina
Secondary school No. 1, Lakinsk, Vladimir region, Russia
e-mail: polina.vadimovna.o@yandex.ru*

Alyona N. Dergousova
Secondary school No. 1, Lakinsk, Vladimir region, Russia

Svetlana E. Osipova
Gymnasium No. 3, Perm, Russia
e-mail: pepper5@mail.ru

Natalia D. Pochaeva
Svetoch Orthodox Parish School, Osh, Republic of Kyrgyzstan
e-mail: npochaeva@mail.ru

Elena N. Shestakova
Gyachrypsh Secondary School, Gyachrypsh, Republic of Abkhazia
e-mail: prozerpina74@mail.ru

Ekaterina M. Lavrinenko
School No.1363, Moscow, Russia
e-mail: lavrinenkoem@sch1363.ru

Margarita N. Yuretskaya
School No.1363, Moscow, Russia

Alla Yu. Koptseva
Center for Additional Education, Sobinka, Vladimir region, Russia
ANO "Median", Director, Berezniki village, Vladimir region, Russia
e-mail: allur17@yandex.ru

Davud M. Davudov
Hebda Secondary School named after Abdurazakov, Republic of Dagestan, Russia
e-mail: rugelda77@mail.ru

Stanislav D. Munevich
School No.1454 "Timiryazevskaya", Moscow, Russia
e-mail: smunevich@1454.ru

Anastasia V. Bulgakova
School No.2036, Moscow, Russia
e-mail: nst.kino@mail.ru

Alexander N. Tsupilo
School No.2036, Moscow, Russia
e-mail: nst.kino@mail.ru

Alexander V. Sergienko
The center of creativity "Hermes", studio "Hermes.Media", Moscow, Russia
e-mail: sergienkoav@cmt-germes.ru

Irina V. Zakharova
"School in Nekrasovka", Moscow, Russia
e-mail: ksufendriks@mail.ru

Ivan S. Khomyakov
School No.1476, Moscow, Russia
e-mail: It@1476vao.ru

Inessa E. Kasyanova
School No.1476, Moscow, Russia
e-mail: It@1476vao.ru

Abstract. The paper describes the content of the activities of the school media center. Practical advice from the participants of the case "I am a blogger. Media education through media creativity".

Keywords: mediaeducation, mediacreativity, information literacy, blog, activity approach, school media center.

Citation: Yakushina E., Bondarenko E.A., Produvnova E.V., Yashunkina P.V., Dergousova A.N., Osipova S.E., Pochaeva N.D., Shestakova E.N., Lavrinenko E.M., Yuretskaya M.N., Koptseva A.Yu., Davudov D.M., Munevich S.D., Bulgakova A.V., Tsupilo A.N., Sergienko A.V., Zakharova I.V., Khomyakov I.S., Kasyanova I.E. Media education through media creativity: real practices of media centers. Media. Information. Communication [Electronic resource], 2024, vol. 38(1). URL: <http://mic.org.ru/vyp/38-1/38-1-yakushina.pdf>

Введение

У нас большая команда соавторов. И все они педагоги-кураторы. Это руководители школьных медиастудий и медиацентров дополнительного образования, просто школьные учителя, не представляющие себе жизнь, обучение и воспитание без медиаинструментов. География наших проектов достаточно широка, это Москва и Подмосковье, Владимирская область, Пермский край, Республика Дагестан, Абхазия, Кыргызстан.

Речь пойдёт о проектах, победивших в сезоне 2023-2024 в обучающем конкурсе-кейсе «Я – блогер. Медиаобразование через медиатворчество» [1] Международного конкурса проектов и прикладных исследований школьников и студентов на основе реальных задач работодателей Школы реальных дел. Кейс реализуется уже седьмой год, и третий год он представлен Лабораторией проектирования деятельностного содержания образования НИИ урбанистики и глобального образования МГПУ.

Обучение проводилось по авторскому курсу «Медиаобразование через медиатворчество» [2]. Задача кейса в этом году была собрать рекомендации для открывающихся по всей России школьных медиацентров [3-11].

Мы объединили темы проектов по направлениям. Помимо рассказа о проектах, в каждом направлении мы выделим тот опыт, которым могли бы поделиться с детскими медиацентрами. Обязательно пропишем практические советы для начинающих медиастудий от каждого участника нашего кейса.

Школьные новости

Проект «Не просто новости»¹, г. Пермь, Гимназия №3, победитель в номинации «Лучший не просто новостной медиапроект» работает с нами уже второй год. Мы постоянно наблюдаем за развитием блога еженедельных новостей школы о событиях, о людях и их живых эмоциях, блога, заставляющего думать, обсуждать, смеяться, сопереживать, вдохновляться, удивляться и чувствовать свою СО-причастность со всей школой.

Новостной ресурс школы является востребованным среди учащихся, родителей, учителей и всех заинтересованных, потому что именно из него люди узнают в целом и в деталях о том, что происходит в школе, чем живут её обитатели, и на его основе могут формировать свою точку зрения, своё мнение и отношение.

Уникальность образовательной практики состояла в том, что теоретические знания о медиасреде и законах медиaprостранства, полученные на занятиях у наставников из МГПУ, обучающиеся сразу могли применить в школьной реальности, соотнося планируемые результаты с действительными, анализируя все шаги, риски и возможные стратегии. Таким образом, формирование медиаинформационной грамотности и медиакультуры обучающихся проходило в процессе создания своего медиaprостранства и медаконтента, то есть через живое медиатворчество.

Ребята проходили обучение с ноября 2022 года по май 2023 года. С 19 февраля 2023 года начал работать их паблик школьных еженедельных новостей в новом формате НЕ ПРОСТО НОВОСТИ (НПН). За первый сезон было снято и размещено 11 выпусков, 2 бэкстейджа, трейлер, написано 28 постов, проведена встреча с НПН, розыгрыш призов и опросы на странице паблика. Читатели НПН – дети, родители и учителя. Лицом паблика являются маскот Толя и кот Мотя, которые появляются в каждом выпуске новостей.

На сегодняшний день у паблика 826 подписчиков. Идет второй сезон, сделано 11 выпусков. Появились новые рубрики, стал интереснее формат съёмки (локации, свет и др.). Проведена «Медиашкола на Звенигородской» в формате проектной сессии в рамках творческих сборов «Весенняя сказка» и пройден этап пре-продакшена документального фильма «Школа на Звенигородской».

Проект «Не просто новости» по сути не просто новостной проект, это образовательная практика по развитию медиаграмотности учащихся, формированию креативных качеств и критического мышления.

¹ <https://vk.com/neprostonovosti>

Практика наглядно доказала, что освоить умения медиаграмотного человека можно только в деятельности, и лучше в той, которая нравится учащимся, которая вдохновляет их на личностное продвижение и поиск интересных решений.

Согласно проведенному среди участников практики опросу, ребята научились формулировать цели, задачи, строить образ своего блога, формулировать миссию своей медиаплощадки, научились распределять роли в команде, грамотно вести регулярную деятельность паблика: формировать контент-план, выстраивать сюжеты каждого выпуска, организовывать съёмки, договариваться со всеми участниками съёмок, писать посты, которые читают, и снимать видео, которые смотрят. Участники также отметили, что практика была просто необходима, чтобы понять, что действительно нужно распределить роли в команде, что нужно собирать обратную связь и анализировать её. Опыт помог проверить и принять многие важные аспекты в деятельности блогеров, которые изначально казались не очень существенными и значительными.

Анализируя деятельность НПН, можно отметить, что ребята нашли свою нишу в гимназии, где учится 1800 человек и где давно и качественно работает официальное сообщество Гимназии в VK и есть свой медиацентр. Ребята не дублируют, а расширяют информационное пространство Гимназии.

Весной 2023 и 2024 года состоялось живое общение ребят проекта «Я – блогер. Медиаобразование через медиатворчество». Ребята из Абхазии и Владимира побывали на Весенних творческих сборах и стали героями НПН.

Опыт творческих сборов было решено транслировать на другие образовательные организации и внести в модель действующего медиацентра, разрабатываемого в кейсе «Я – блогер. Медиаобразование через медиатворчество» совместно с другими школьными командами, участвующими в проекте в качестве методических рекомендаций по проведению подобных мероприятий.

Также прошел запуск Медиашколы в формате проектной деятельности, мастер-классов, конференции и ярмарки проектов в рамках XXXIV творческих сборов «Весенняя сказка. Невозможное возможно: конструируем изменения». Итогом работы стала разработка проекта «СКлогия», который будет представлен в виде паблика ВКонтакте и будет рассказывать о школьном совете обучающихся, его деятельности, командах, строении и участниках.

Во время пре-продакшена документального фильма «Школа на Звенигородской» был изучен теоретический материал по созданию документального фильма, собраны исторические материалы, которые войдут в фильм, написан сценарий, разработана айдентика фильма, выбраны участники съёмок, начат съёмочный процесс. При планировании работы была составлена дорожная карта проекта, отражающая этапы работы и сроки их реализации, написан сценарий фильма и сформированы индивидуальные листы для интервью всех участников, разработана айдентика фильма, подобрана техника для съёмки согласно выбранным требованиям, составлено расписание съёмок, согласованное с участниками фильма, подключена команда для помощи в съёмке.

Был собран большой объем архивных материалов и артефактов, связанных с историей школы на Звенигородской. Все материалы, которые не войдут в фильм, будут размещаться на интерактивной карте Google. Таким образом, будет решена проблема отсутствия

цифрового ресурса, наполненного хрониками, артефактами, документами, видео- и фотоматериалами, отражающими историю школы, многообразие её деятельности, рассказы от сегодняшних учеников, учителей и воспоминания выпускников.

Цель данной работы по созданию фильма на этапе пре-продакшена достигнута. Была заложена основа для создания документального фильма, адаптированного для современных людей нашего времени, который станет событием, объединяющим все поколения, напоминающим об общечеловеческих ценностях и затрагивающим сердца всех зрителей.

Мы готовы делиться опытом по организации подобных мероприятий, что также может стать деятельностью медиастудии. Опыт творческих сборов можно транслировать на другие образовательные организации и внести в модель действующего медиацентра, разрабатываемого в кейсе совместно с другими школьными командами, участвующими в проекте. Опыт проведения творческих сборов включает в себя встречу отделов, где звучат идеи и планы; утренний челлендж, вызывающий на действие и творчество; проектный кампус, где рождаются идеи и начинаются проекты. Продолжением стали ярмарка проектов, где будут представлены результаты труда и творчества; социальное дело, где заботятся о других и о мире вокруг; итоговое дело, где подводятся итоги и планируются дальнейшие шаги. Также сборы включают в себя блоки: «Любите эти песни», время для наслаждения музыкой и отдыха; «Капсула будущего»; момент refocusing и проектирования целей; вечернее дело «Фабрика грёз», где мечты становятся реальностью; финал дня, где оцениваются итоги и остается ощущение удовлетворения.

Школьное времечко

Проект «Школьное времечко»², ГБОУ Школа № 1454 «Тимирязевская», г. Москва – победитель в номинации «Лучший способ коммуникации со школьниками».

Одной из причин проблем в коммуникации и подачи информации являются устаревшие способы. Новые методы, например, прямые эфиры, будут хорошо применяться в учебных заведениях, так как технологии являются неотъемлемой частью жизни современных подростков.

С 2021 года в школе начали проводиться прямые эфиры. Теперь информация доносится до учеников сверстниками, а различные ценности закладываются в интересной, интерактивной форме. С помощью такого формата школа добилась улучшения коммуникации между учениками и администрацией, сплочения коллектива в классах.

Благодаря занятиям в кружке журналистики ученики повышают навыки ораторского искусства, учатся оформлению и составлению текстов, работе в команде пробуют себя разных профессиях: оператор, режиссер, режиссер монтажа, ведущий, сценарист и другие.

Увидев, насколько эффективны прямые эфиры как современный способ коммуникации со школьниками, участники проекта захотели рассказать о них более широкой аудитории, чтобы такая практика появилась и в других учебных заведениях.

Цель, которую команда поставила перед собой, была создание репортажа для популяризации прямых эфиров, как современного способа коммуникации со школьниками.

² <https://vk.com/studiame>

Традиционно создание репортажа разделилось на три основных этапа: подготовка репортажа (препродакшн), съемка репортажа (продакшн), монтаж публикация и показ возможностей коммуникации через прямые эфиры (постпродакшн).

Предпродакшн в свою очередь поделился на следующие этапы: сбор информации из медиа архивов; поиск участников и экспертов для интервью, подготовка текста стендапа, вопросов для героев, закадрового текста; разработка сценария репортажа; поиск команды для съемки репортажа; создание, проведение и анализ опроса; выбор локаций для записи интервью и стендапов; составление плана репортажа. Высокую оценку зрителей получали грамотный текст, интересный замысел, хорошая мизансцена, равнодушие ведущих.

Продакшн включал в себя видеосъемку (видеоряд, стенд-ап, синхрон).

Постпродакшн – видеомонтаж сюжета, мастеринг звука, запись закадрового голоса продвижение на разных площадках (ВК, Rutube, Сферум).

Эту информацию медиастудия также рекомендует учитывать другим медиацентрам при работе над видеороликами.

Можно сделать вывод, что прямые эфиры хороший способ для поднятия школьной активности и коммуникации между всеми лицами учреждения.

По опросам, анализу активности школьников, можно понять, что прямые эфиры можно рекомендовать другим медиацентрам как интересный способ развлекательного и образовательного контента.

Через прямой эфир можно донести информацию до всех учеников, так как он будет интересен любым возрастам, за счет конкурсов, сюжета, репортажей и интервью. Ведущими являются школьники, что повышает интерес подростков.

Этот формат помогает объединить и сплотить класс, а также наладить коммуникацию между отделениями одной школы, за счет прямых эфиров повышается школьная активность. Формат также включает в себя образовательную функцию

Этот проект – перспективный инструмент педагогического влияния, развития творческих способностей учащихся, практических навыков и softskills. Он помогает улучшить атмосферу в школе и раскрыть таланты ребят. Использовать подобные проекты мы рекомендуем в школьных медиацентрах и медиастудиях.

ОТРАЖЕНИЕ ШКОЛЬНЫХ СМИ

Проект «ОТРАЖЕНИЕ ШКОЛЬНЫХ СМИ»³ школы 2036 из г. Москвы, ГРАН ПРИ «Опыт медиацентра ОТКРЫТИЕ», рассказал о передаче «Детские новости», которую основало чуть меньше года назад новостное агентство «НАШпресс» совместно с телеканалом ОТР. Школьники решили поделиться информацией об этой передаче со сверстниками, с участниками других школьных медиацентров

Благодаря работе над роликом школьники много узнали о пользе проекта и смогли привлечь внимание детей и взрослых.

С каждым годом число ребят, желающих попробовать себя в медиасфере, увеличивается. Сейчас во многих школах нашей страны уже работает, или только открывается свой медиацентр. В них ученики изучают основы медиапрофессий. Юные корреспонденты,

³ https://vk.com/otk2036?w=wall-210040571_256

операторы и монтажёры создают выпуски новостей, подходящие для маленьких зрителей, и каждые выходные они с удовольствием смотрят их. Ребята снимают про всё, что им кажется интересным, а самые лучшие сюжеты выходят в эфир телеканала.

Но можно ли попробовать практиковать свои навыки или получать новые на телевидении, будучи школьником? С помощью проекта ребята смогли ответить на вопрос. Благодаря рубрике «Детские новости» дети из любого города России могут увидеть свой сюжет в эфире федерального канала. Это отличная возможность начать карьеру, связанную с телевидением в раннем возрасте.

А основе проекта «ОТражение школьных СМИ» лежал информационный ролик, который создавался специально для ребят, которые заинтересованы в работе с телевизионным материалом. Главная задача была – рассказать большому количеству детей и педагогов о передаче «Детские новости».

Сама работа над роликом может стать полезным советом для начинающих медиастудий. Работа ребят составила 4 этапа:

1. Разработка идеи и сценария. На этом этапе юные медийщики узнавали информацию у ребят из школьного медиацентра, которые уже участвовали в проекте. Также они обращались к педагогам, которые тоже уже знакомы с этой рубрикой.
2. Съёмки на интенсиве медиа-соревнований. Ежегодно на базе института РГУ им. Косыгина проводятся интенсивы по подготовке к турам практико-ориентированных соревнований «Медиатон». Ребята отправились на съёмку именно туда потому, что там было много участников проекта и педагогов, где смогли взять у них небольшое интервью.
3. Монтаж ролика. Монтаж занял немалое количество времени. Ребята дорабатывали ролик много раз, чтобы он стал отличным проектом.
4. «ОТражение школьных СМИ» в социальных сетях школьного медиацентра. Этот процесс проводился постоянно, так как медийщики писали про промежуточные результаты исследования, выкладывали фоторепортажи с событий, посвященных этой теме. Они держали своих подписчиков в напряжении и многие уже ждали выхода ролика.

Благодаря работе над информационным видео роликом ребята многое узнали о проекте «Детские новости» на канале ОТР и смогли заинтересовать других работой над сюжетами для передачи. А также подготовили советы для медиастудий по распределению работы над роликом по этапам.

Медиавысказывания как вызов СМИ

«Медиавысказывания как вызов СМИ»⁴ ГБОУ школа № 1363, г. Москва – победитель номинации «Лучшие короткие новости» представил два проекта. Один мы покажем в этой статье, второй в проектах на стыке учебных дисциплин.

ФАКТ-КАНАЛ⁵ – телеграм-канал про факты. Обеспечение доступа к интересным и достоверным фактам из различных областей знаний. Этот канал может стремиться к популяризации научных, исторических, культурных и других интересных фактов среди широкой аудитории.

⁴ https://vk.com/school_1363

⁵ <https://t.me/factkanal8>

Одной из основных проблем такого канала может быть недостаток достоверности информации. В интернете часто распространяются ложные или искаженные факты, что может ввести зрителей в заблуждение. Также проблемой может быть отсутствие интересного и качественного контента, который бы привлекал аудиторию и удерживал ее внимание.

Для решения этих проблем про факты следует сосредоточиться на следующих аспектах:

1. Проверка достоверности информации: важно проводить тщательную проверку фактов перед их публикацией, ссылаться на авторитетные источники и избегать распространения ложной информации.

2. Разнообразный контент: Канал должен предлагать широкий спектр интересных фактов из различных областей знаний, чтобы привлечь разнообразную аудиторию.

3. Интересное оформление: Визуальное оформление видео или текстовых материалов должно быть привлекательным и увлекательным, чтобы удержать внимание зрителей.

4. Взаимодействие с аудиторией: Важно учитывать мнение и предпочтения зрителей, проводить опросы, отвечать на комментарии и создавать контент, который будет интересен широкой аудитории.

Соблюдение этих принципов поможет «ФАКТ-КАНАЛУ» привлечь большую аудиторию, создать позитивный образ и стать надежным источником интересной и достоверной информации.

В результате команда получила интересный и качественный медиапродукт который поможет справиться с проблемами получения краткого, но интересного и качественного контента. В перспективе работа над каналом будет продолжаться.

Для медиастудий проект является примером как можно организовать и вести доступный, интересный и полезный телеграм-канал.

Исследовательские проекты на стыке учебных предметов

«Человек в кубе»⁶, МБОУ СОШ № 1, г. Лакинск, Владимирская область победил в номинации «Лучший проект на стыке ЗОЖ и школьных дисциплин».

Проект на стыке биологии, математики и физкультуры — межпредметные проекты как способ помощи педагогом в образовательной организации по мотивации детей к изучению своего предмета.

В школе регулярно проводилось множество мероприятий по пропаганде здорового образа жизни, ребята были участниками всевозможных районных конкурсов, но только результаты этих районных конкурсов (детские работы: презентации, буклеты, листовки, коллажи, баннеры) практически недоступны для массового школьника, родителей, учителей. Поэтому, один из вариантов эффективной работы в данном направлении является создание блога непосредственно самими подростками по данной теме.

Вопросам здорового образа жизни и противодействия вредным привычкам уделяется все больше внимания. Здоровье является не только индивидуальной, но и общественной ценностью, необходимым условием благополучия как каждого гражданина, так и общества в целом. Особенно остро данная проблема стоит среди подростков. Поэтому задача

⁶ https://vk.com/human_in_the_cube

воспитания здорового образа жизни и противодействия вредным привычкам является важной составной частью воспитательной системы.

В то же время необходимость в новых подходах, новых проектах, говорит о том, что есть возможность сделать работу более эффективной, усовершенствовать ее, адаптировать к современным условиям быстро меняющейся современности.

В рамках проекта предполагалось распространение информации в различных формах не только касаясь пропаганды здорового образа жизни, но и функционирования человеческого организма как системы именно в таком формате, который был бы ближе и более доступен подростку.

Таким образом цель проекта — оптимизировать деятельность по воспитанию формированию ответственного отношения к сохранению здоровья как важнейшей ценности человека путем создания блога. Центральным звеном и инициатором, координационным центром Проекта является школьная видеостудия. Он включает заинтересованных учеников и учителей.

Работа над проектом состояла из нескольких этапов. Это исследование, выбор темы блога. Используя технологию «мозговой штурм», рабочая группа определилась с темой блога — здоровый образ жизни. Но проанализировав уже имеющийся доступный контент, ребята сделали вывод, что необходимо более творчески подойти к раскрытию данной темы. Ребята стали искать более выигрышную подачу материала и остановились на интересных фактах об организме человека, рассматривая его с точки зрения числовых параметров. В результате, проанализировав идею и рассмотрев ключевые акценты, появилась идея создания сообщества в ВК под рабочим названием «Человек в кубе».

Проектирование и наполнение блога. На совещании рабочей группы было принято решение, что информация о каждом органе организма человека будет раскрыта тремя рубриками: «А знаешь ли ты, что...» (информация данной рубрики представлена на карточках в едином стиле и одним заголовком. Чаще всего это интересные факты представлены в числовом эквиваленте о рассматриваемом на данном этапе органе); Разговор на перемене (рубрика предусматривает раскрытие темы в формате интервью, опроса и т.д. как среди учащихся школы, так и среди педагогов); Поговорим о ЗОЖ (рубрика направлена именно на пропаганду здорового образа жизни. В ней ребята в формате видеоролика дают рекомендации для сохранения здоровья и улучшение работы рассматриваемого органа).

В дальнейшем работа над блогом будет продолжена, так как данная тема раскрыта еще не полностью из-за большого количества органов организма человека. Так же в рабочей группе рассматриваются варианты увеличения количества рубрик. В следующем учебном году ребята планируют изучения данной темы в рамках ежегодной проектной деятельности учащихся.

В результате работы над блогом не только учащиеся-авторы расширили свои знания, но и их читатели, что доказывает эффективность данного метода.

Команда рекомендует начинающим медиацентрам использовать возможности соцсетей, в частности социальной сети ВК.

Социальные сети играют важную роль в продвижении здорового образа жизни, предоставляя уникальные возможности для достижения широкой аудитории. Однако, они также имеют свои ограничения, которые необходимо учитывать при разработке стратегии продвижения.

В качестве преимуществ можно отметить широкую аудиторию, ведь социальные сети позволяют достичь огромного количества людей по всему миру. Это дает возможность продвигать здоровый образ жизни и вовлекать в него больше людей. Возможность взаимодействия позволяет создать сообщество единомышленников, обменяться опытом, задать вопросы и получить поддержку. Визуальное представление позволяет использовать фото и видео контент для визуализации здорового образа жизни. Это делает информацию более привлекательной и понятной для аудитории. Социальные сети предоставляют инструменты для отслеживания и измерения результатов кампаний. Это позволяет оценить эффективность стратегии продвижения и внести необходимые корректировки.

Но есть и ограничения. Среди них, к примеру, ограниченное внимание зрителей. В социальных сетях существует огромное количество контента, и пользователи могут быть перегружены информацией. Это может затруднить привлечение внимания к продвигаемому здоровому образу жизни. Некоторые пользователи социальных сетей могут распространять неправильную информацию или негативные взгляды на здоровый образ жизни. Это может создать препятствия для продвижения и требует активного контроля и противодействия. В социальных сетях могут появляться недостоверные и непроверенные сведения о здоровом образе жизни. Это может запутать аудиторию и привести к неправильным действиям. Социальные сети используют алгоритмы, которые определяют, какой контент будет показан пользователям. Это может ограничить охват аудитории и требует постоянного анализа и оптимизации контента.

В целом, социальные сети предоставляют мощный инструмент для продвижения здорового образа жизни, но требуют активного управления и адаптации стратегии продвижения для достижения наилучших результатов. Если медиацентры будут использовать эти инструменты грамотно, то с их помощью можно будет реализовать любой сложный предмет на стыке учебных дисциплин и интересов учащихся.

Белый камень храмов – символ и источник силы

«Белый камень храмов – символ и источник силы»⁷ МБУ ДО Собинского района ЦДО, медиастудия ЮНПРЕСС.Владимир победила в номинации «Лучший исследовательский медиапроект».

Тема проекта «Белый камень храмов – символ и источник силы» выбрана на стыке истории и палеонтологии, популяризация науки и организация интересных экскурсий, посвященных загадкам и тайнам древности.

Команда уже не первый год участвует в этом кейсе и занимается учебной и исследовательской деятельностью помощью медиасредств. Каждый из учащихся пробует себя в роли исследователя, корреспондента, фотографа видео оператора, монтажера, продюсера, режиссера. Некоторые ребята из команды делают свои индивидуальные проекты.

Целью проекта «Белый камень храмов» является изучение происхождения и состава белого камня, который использовался при строительстве Владимирских храмов для разработки новых тематических экскурсионных маршрутов. Задачи напрямую связаны с этапами работы – исследовательским, в процессе которого авторы искали и изучали информацию, с

⁷ <https://vk.com/iskmetro>

проектированием и непосредственно с оформлением результатов работы, как промежуточных, так и итоговых в паблике в социальной сети ВКонтакте.

Паблик был создан специально в рамках конкурса Школы реальных дел 2022 года и до конца 2023 года носила название «Метро Юрского Периода». Тогда юные медийщики разработали маршруты экскурсий по станциям московского метро, на которых можно найти следы древних обитателей земли. Однако им хотелось продолжать проект. Где бы они ни были, они обращали внимание на представители древней фауны, в музеях, на стенах зданий.

В прошлом году, оказавшись на экскурсии в городе Владимире, ребята обнаружили наших старых друзей в известняке, из которых строили храмы. И это привело их к открытиям и новым идеям по организации интерактивных экскурсий.

Популяризация интереснейшей науки палеонтологии – чем не цель экскурсий? Школьники подумали об этом и решили, что та связка, которую они нащупали – изучение и осознание величия древней российской истории, белокаменных храмов как легендарного исторического наследия можно развернуть и в другом русле – палеонтологическом, изучив материал из которого строились храмы тогда, и в настоящее время строятся здания, поражающие своим величием. Это и драмтеатр во Владимире, и здания областных администраций, которые зачастую также являются архитектурными шедеврами и многое другое.

Дети побывали на экскурсии и изучили материал, из которого были построены храмы, а также ступени, которые были заменены не так давно в 1980 году. Экскурсовод рассказала о том, где брали известняк для строительства, и как это выяснили. Команду поразило расстояние в 150 километров, которое разделяло место добычи известняка и место строительства и способ доставки камней.

Внимательно изучив образец известняка под микроскопом, (исследователи нашли кусочек, отколовшийся от ступени) ребята выяснили что он взят из ближайшего к нам Мелеховского карьера. Школьники разработали и запланировали экскурсию туда в летнее время.

Изучив состав известняка, из которого сложены здания, можно организовать интересные экскурсии на карьеры, являющиеся также памятниками природы, например, на Дюкинский и Мелеховский, разумеется, с соблюдением техники безопасности. Таким образом может быть собрана информация, необходимая для геологического и палеонтологического самообразования, а также интереснейшая фотогалерея мест находок образцов со следами древних ископаемых.

Команда провела опрос на тему выбора видов экскурсий. Большинство проголосовавших выбрал пункт, касающийся интерактивных экскурсий и с действием. В этом ключе они и решили организовать свою работу.

Работа была мультимедийной. Ребята сделали видеоролик про исследование, который победил в нескольких международных и всероссийских конкурсах. Был создан лонгрид, отражающий основные моменты нашего исследования. Он также был отправлен на номинацию по мультимедийным проектам Всероссийского конкурса «Шаги по Отечеству».

Результатами работы стали разработанные интерактивные экскурсии с элементами квестов, позволяющих погрузиться в процесс небольшого исследования.

Ребятам так понравился сам процесс исследования, что они смогли продолжить любимую тему в другом ключе. Их привлекала работа с помощью медиасредств, они не просто анализировали информацию, но и создавали свою на основе полученной. Проводили и

анализировали опросы, собирали материал, ходили на экскурсии и говорили с жителями города.

Таким образом, популяризация палеонтологии как науки может стать основной разработанных нами экскурсий по историческим местам, сделать их более интересными, увлекательными.

В качестве предложения использования опыта команды является проведение учебно-исследовательской работы с помощью медиасредств как содержание для работы школьных медиacentров, медиастудий учреждений дополнительного образования. Работая в разных форматах и создавая полноценные работы (ролики, лонгриды и пр.) можно принимать участие в различных конкурсах в самых разных номинациях, не отходя от основной темы исследования.

Медиавысказывания как вызов СМИ

Второй проект «Медиавысказывания как вызов СМИ»⁸ ГБОУ школа № 1363, г. Москва носит название «Русские англичане».⁹

Частой причиной неуспеха в изучении английского языка является неправильный метод обучения. Традиционные учебники и занятия в классах не всегда дают желаемый результат. Поэтому все больше людей обращаются к онлайн-ресурсам, чтобы облегчить свой процесс изучения. Именно в этом контексте возникает идея создания блога, посвященного изучению английского языка. Такой блог может стать ценным инструментом для всех, кто хочет улучшить свои навыки владения английским языком. Он предлагает уникальный подход к изучению, который основан на принципах эффективности и доступности, ведь в настоящее время блог является одним из самых популярных социальных сервисов, используемых для изучения иностранного языка, культуры и не только.

Английский язык сейчас очень востребован во всем мире, он является одним из самых актуальных на данный момент. Но некоторые сталкиваются с проблемой изучения иностранного языка, и мы бы очень хотели помочь всем изучать английский легко, поэтому мы решили создать канал в телеграмме, ведь сейчас эта социальная сеть наиболее популярная и удобная для использования.

Цель проекта улучшить навыки английского языка, сделать обучение более интересным и простым. Ребята пишут посты на английском языке с целью пополнения словарного запаса, повторения своих знаний и получение новых. Проект следит за актуальностью тем, находя информацию, которая будет наиболее востребована и интересна в употреблении. Ведение канала является одним из социальных сервисов, используемых в изучении иностранного языка.

Желаемый результат проекта «Learning English»:

1. Научить людей свободно говорить на английском языке, чтобы они не боялись говорить, выражать себя в общении с иностранцами.
2. Добиться так чтобы люди запросто строили предложения, легко употребляли лексику и грамматику.
3. Развиваться дальше, в лучшую сторону, и приносить пользу!

⁸ https://vk.com/school_1363

⁹ <https://t.me/MADEKC>

Читая посты канала, можно пополнить и разнообразить словарный запас. Невозможно не обратить внимание на оформление постов. Посты оформлены в нежные и приятные цвета. Весьма возможно, что из-за милого оформления с котиком человек сможет запомнить слова быстрее. На канале присутствуют не только лексика и полезные фразы, но и викторины, где можно поупражняться.

Подобные проекты можно предложить не только в качестве содержания наполнения деятельностью школьного медиацентра, но и как реальную помощь учителям английского языка в любой школе.

Развитие детей и подростков через медиапроекты

«Развитие детей и подростков через медиапроекты»¹⁰, ГБОУ «Школа в Некрасовке», г. Москва — номинация «Лучший городской проект-хобби».

Основная цель проекта — создание медиаконтента, учитывая интересы подростка. Задачи — выявить интересы, найти формат медиапродукта (подкаст, видео, репортаж и т.д.), изучить технические средства и программы для монтажа, научиться брать интервью; овладеть инструментами для создания медиапродукта.

Все подростки разные. У каждого своего увлечения. Медиацентр должен помочь ребятам проявлять себя, учиться новому и развиваться, учитывая их интересы.

Итогом работы стал медиапроект, который отражает интересы ребенка. Был снят репортаж в московском метро. Автору удалось проехать на новогоднем поезде и поговорить с пассажирами, узнать, поднимают ли новогодние поезда настроение. Был создан канал.¹¹

Таким образом работа с медиасредствами на основе увлечений характеризуется следующими факторами:

1. Интерес. Увеличение количества подписчиков и положительные отзывы, которые мотивируют
2. Реализация. Школьники находят сферу, в которой проявляются и занимают свою нишу в школьном медиацентре.
3. Развитие. При создании проекта узнают много нового о работе медиаиндустрии.

Развитие через проекты в рамках медиаиндустрии — это интересно и познавательно. Это возможность проявлять себя через интересные темы и вдохновляться на создание нового. И это надо учитывать при организации работы школьных медицентров.

Медиаобразование и информационная безопасность

«Моя медиагигиена»¹² — проект МБОУ «Хебдинская СОШ им. Абдуразакова», Дагестан. В этом году победил в номинации «Лучшая работа наставника».

Команда работает с Кейсом уже третий год. Ребята, которые работали с нами в первый год уже перешли на новый статус, наставников, обучение ведётся в формате «молодые — молодым».

¹⁰ https://t.me/media_cent10

¹¹ <https://www.youtube.com/@MetroNikita>

¹² <https://vk.com/starteammedia>

Медиасреда как позитивно, так и негативно воздействует на ценности, суждения, оценки, мнение и поведение людей, в особенности детей школьного возраста. Поэтому целью проекта является формирование медиакультуры и развитие функциональной грамотности школьников посредством создания обучающих блогов, который позволит школьникам сформировать навыки функциональной, читательской и информационной грамотности и медиабезопасности.

Тема информационной безопасности никогда не перестанет быть актуальной. Стремление сделать интернет доступным для каждого сделало неизбежным тот факт, что на просторах мировой сети можно встретить кого угодно и что угодно. На данный момент не существует возможности проконтролировать на государственном уровне всю поступающую извне информацию. Взрослый контент, маньяки, извращенцы всех мастей, мошеннические схемы – это лишь малая, поверхностная часть тех опасностей, которые таит в себе мир информации.

Особенно сильно это стало сказываться, когда получили массовое распространение смартфоны и планшеты – теперь даже малые дети имеют доступ к играм и выпускам на различных платформах на регулярной основе. Новейшие разработки ежедневно делают нашу жизнь всё более и более «комфортной». Трудно недооценить те преимущества, которые дарит нам пользование сетями. Но так ли это хорошо? Человек, не владеющий сотовым телефоном? Как он будет восприниматься в глазах других людей? Как безнадежно отсталый тип? С другой стороны – можем ли мы, активные пользователи мировой сети, назвать себя в достаточной мере развитыми, информированными о том, чем чревато бездумное пользование медиаконтентом?

Как отмечают многие исследователи, человек, его повседневная жизнь все больше зависит от массовой коммуникации, которая создает для него своего рода «вторую реальность», «субъективную реальность», влияние которой не менее значимо, чем влияние объективной реальности.

Участие в обучающем конкурсе-кейсе «Я — блогер. Медиаобразование через медиатворчество» позволяет изменить сложившийся стереотип о блогерстве, как о центре «воздушных» заработков. Это помогает развить и реализовать интеллектуальный потенциал обучающихся, сформировать медиаграмотность и основы личной информационной безопасности.

Для начинающих медиацентров проект может стать примером, демонстрирующим возможности блога по медиабезопасности для формирования медиакультуры и повышению функциональной грамотности школьников посредством создания обучающих блогов.

Волонтерские проекты

Проект «В поиске неизвестных солдат»¹³ московской школы 1474 (победитель в номинации «Медиапроект для общественных движений») представляет собой освещение одного из особо важных общественных движений – Поискового движения России. Цель, задачи и интересные факты поискового движения России языком самих поисковиков — все это вошло в основу проекта.

Фокус на поисковом движении России как части проекта предоставляет уникальную возможность не только изучить исторические события, подчеркнуть важность и ценность

¹³ <https://1476.tilda.ws/poisk>

памяти о войне и героизме предков, но и поучаствовать в поисковых экспедициях. Этот аспект проекта способствует формированию патриотических чувств и глубокого уважения к историческому наследию страны среди молодежи.

Новизна проекта заключается в его комбинированном подходе к обучению, включающем в себя активное участие учащихся в практических медиа активностях, а также в активном вовлечении их в изучение и сохранение исторической памяти.

Целью проекта является вовлечение школьников в образовательный медиапроект через популяризацию медиаволонтерской деятельности и поисковой работы.

Результат — разработка проекта популяризации медиаволонтерства в области сохранения исторической правды и памяти героев Великой Отечественной Войны в образовательном учреждении и для широкой аудитории.

В проекте используется мультимедийное представление информации, которая распределена на 4 раздела. Это:

1. видео «В поиске неизвестных солдат». Общая информация о волонтерской деятельности поисковиков, а также ключевых событиях акции «Вахта памяти», которая ежегодно объединяет тысячи поисковиков из России и зарубежья.

2. фотография «Объективный взгляд». Циклы фоторепортажей: дневники экспедиций, работа поисковых и военно-патриотических отрядов, деятельность школьных музеев и их работе по увековечиванию памяти героев Отечества

3. интервью «Судьба человека». Рассказы от первого лица свидетелей событий - Ветеранов Великой Отечественной войны и их родственников.

4. радиопередачи и презентации «Отголоски». Подкасты, онлайн экскурсии, визуализированные воспоминания ветеранов, аудио рассказы о героях Отечества

В результате проект помог организовать в школе команду единомышленников. Познакомиться с деятельностью школьного музея и поискового отряда. Принять участие в всероссийской акции «Вахта памяти», качестве медиаволонтера, документалиста, собрать данные о работе самой акции и изучить примеры подобных проектов. Определить, какие из уже действующих практик подходят для реализации проекта. Продумать концепцию микропроектов для первичного запуска. Проанализировать ресурсы, которые есть у школы для реализации проекта, способы информирования и мотивирования.

Запустить пилот проекта, проводя информирование и мотивирование участие в нём учащихся, разработать план его развития, используя полученный опыт.

В качестве советов медиацентрам следует выделить такую форму деятельности, как создание мультимедийных лонгридов и размещение материала на сайте проекта.

Из практических советов авторы проекта выделяют совет по соблюдению хронометража. Согласно теме и концепции формат видеороликов для подобных проектов должен содержать максимум информации за минимум времени (3 минуты). Трехминутная продолжительность позволяет удержать внимание зрителя на протяжении всего промо-ролика, не перегружая его избыточной информацией. Это время достаточно для того, чтобы представить ключевые моменты проекта, но не настолько долго, чтобы зритель потерял интерес. В это время можно передать основную информацию о проекте, включая его цели, преимущества, особенности и призывы к действию. При этом ролик остается кратким и информативным, не занимая слишком много времени у зрителя. Его легче распространить через различные каналы

коммуникации, такие как социальные сети, электронная почта или трансляции в интернете. Это позволяет максимально эффективно привлечь аудиторию к проекту. Создание трехминутного промо-ролика требует меньше времени, усилий и ресурсов, чем более длительные форматы. Это позволяет оптимизировать процесс производства и снизить затраты на создание ролика, сохраняя при этом его эффективность и привлекательность для зрителя. Оптимальная длительность в три минуты обеспечивает возможность его эффективного использования в различных конкурсах и мероприятиях.

В целом, трехминутный хронометраж для промо-ролика обычно считается оптимальным компромиссом между достаточным временем для передачи информации и краткостью для удержания внимания зрителя. Также важно определить структуру ролика и отвести на определённые смысловые моменты (дана примерная структура):

00:00-00:05 – Заставка

00:05-00:08 – Название ролика

00:08-00:20 – Вводная информация, стендап

00:20-01:00 – Обозначение целей и задач, лайф, закадровый текст

01:00-01:15 – Интервью часть № 1

01:15-01:20 – Пояснение

01:20-01:35 – Интервью часть №2 (перебивки, видеофрагменты разной крупности)

01:35-01:50 – Интервью часть № 3 (перебивки, видеофрагменты разной крупности)

01:50-02:05 – Комментарий Эксперта

02:05-02:20 – Интервью часть № 4 (перебивки, видеофрагменты разной крупности)

02:20-03:30 – Пояснение

02:30-02:45 – Заключение (стендап)

02:45-03:00 – Титры, логотипы движения, отрядов

Немаловажным моментом авторы проекта считают выбор фоновой мелодии, так как с помощью необходимо усилить эффект значимости проекта при просмотре ролика. И использование музыки не должно нарушать ничьи авторские права! Для этого рекомендуется использование музыкального сопровождения на базе лицензий Creative Commons (CC). Creative Commons музыка — это музыкальные произведения, которые лицензированы с использованием CC лицензий. Эти лицензии предоставляют авторам право разрешить другим людям использовать их работы при соблюдении определенных условий. Например, музыкальные треки, лицензированные по CC, могут быть бесплатно использованы для коммерческих и некоммерческих целей, при условии, что автор получает признание за свою работу и трек не используется в коммерческих целях без разрешения автора. Это делает CC музыку доступной и удобной для использования в различных проектах, таких как видео, презентации, подкасты, – при соблюдении условий лицензии.

Вечный огонь — сердце России

Еще один проект, на стыке исследования и формирования патриотических чувств - «Вечный огонь – сердце России»¹⁴ московской школы 2036 (ГРАН-ПРИ «Опыт медиацентра ОТКРЫТИЕ»).

¹⁴ https://vk.com/otk2036?w=wall-210040571_235

Москва славится не только своей историей и уникальной архитектурой, но и символами, которые отражают память и подвиг народа. Один из таких символов – Вечный огонь, который был зажжен в память о погибших во время Великой Отечественной Войны. Благодаря проекту «Вечный огонь — сердце России» дети и взрослые смогут поближе познакомиться с историей создания Вечного огня в столице.

Однако мало кто знает, где впервые был зажжён Вечный огонь в столице и сколько их вообще. Именно поэтому ребята поставили перед собой цель развеять стереотипы о Вечном огне, а также провести эксперимент и доказать почему Вечный огонь никогда не погаснет.

Чтобы достигнуть заданной цели, юные медийщики поставили перед собой ряд интересных задач. Во-первых, изучили историю создания Вечного огня в Москве и провели фактчекинг информации. Во-вторых, ребятам выдалась уникальная возможность провести эксперимент современной горелкой Вечного огня вместе с сотрудниками МОСГАЗа, а также попасть на публичную профилактику. В-третьих, ребята в ролике рассказали интересные факты о священном пламени.

Ролик создавался на протяжении 8 месяцев. Ребята побывали на нескольких крупных съёмках. Именно поэтому в сюжете присутствуют разные времена года. Была продлена работа, состоящая из шести 6 этапов. Защита проекта также состоялась на научно-практической конференции Медиастарт «Наука для жизни».

Подводя итоги работы, учащиеся выделили два основных пункта. Во-первых, в рамках проекта получилось развеять стереотипы о священном пламени, а также наглядно доказать почему Вечный огонь никогда не погаснет. Во-вторых, в рамках проекта респонденты смогли ознакомиться с историческими фактами, связанными с установкой Вечного огня, а также изучить различные социальные и культурные аспекты этого символа. Ребята собираются показать наш ролик в других городах и странах и уже перевели его на английский язык.

В честь Дня Победы школьники создали сообщество ВКонтакте, где другие медиацентры могут выложить сюжет про вечный огонь в их городе.

Человек животному друг

Еще один волонтерский проект из школы 2036 (ГРАН-ПРИ «Опыт медиацентра ОТКРЫТИЕ») носит название «Человек животному друг».¹⁵

Ни для кого ни секрет, что сейчас всё больше людей осознают значимость помощи животным, в том числе тем, которые оказались бездомными и оставленными на произвол судьбы. Помимо множества способов помочь, одним из самых значимых шагов, который каждый из нас может предпринять — это забрать животное из приюта. Это не только благородный поступок, но и настоящий акт ответственности и заботы.

Поэтому цель проекта была показать, как живут бездомные животные в приюте, рассказать о зооволонтерстве, а также на личном примере доказать, что не страшно забрать животное из приюта.

Благодаря ролику ребята смогли популяризировать проблему бездомных животных в России. На личном примере показали, что бездомное животное ничем не отличается от других «купленных» домашних животные и смогли собрать помощь для хвостиков. В школе есть

¹⁵ https://vk.com/otk2036?w=wall-210040571_219

добрая традиция. Ежегодно дети собирают гуманитарную помощь для кошек и собак, которые ещё не обрели свою семью, но очень в ней нуждаются. На этот раз вместе с равнодушными ребятами медийщикам удалось собрать помощь для 100 животных из приюта в Печатниках.

Работа состояла из 5 этапов: сбор помощи в школе для животных в приюте «Печатники» и написание сценария. Проведение съемки в приюте. Создание монтажного листа, и монтаж. Выход ролика и проведение опроса в школе для исследовательской работы. Защита проекта на научно-практической конференции МедиаСтарт «Наука для жизни» и в Школе реальных дел.

Подводя итоги работы, можно выделить несколько пунктов. Ребята смогли собрать помощь для 100 животных из приюта «Печатники». Благодаря ролику дети и взрослые узнали, что если нет возможности забрать животное из приюта домой, то можно стать волонтером и «закрепить» за собой питомца. Опрос показал, что 95% после просмотра сюжета захотели забрать питомца домой. На личном примере показали, что бездомное животное ничем не отличается от других «купленных» домашних животные. Они такие же добрые, ласковые и преданные.

Совет для медиацентров – не только сами добрые дела, но и их отражение, популяризация приносит свои результаты. Подобные работы можно также подавать на конкурсы разных уровней по различным тематикам.

Культура и взаимодействие

Проект «Жемчужина на Театральной площади»¹⁶ учащихся школы №2036 (ГРАН-ПРИ «Опыт медиацентра ОТКРЫТИЕ») помог узнать о работе главного театра страны изнутри и стать первой школьной редакцией, которая смогла снять в нем свой сюжет.

Большой театр – источник вдохновения для музыкантов, балетных артистов, архитекторов, дизайнеров и искусствоведов. Вот уже на протяжении 250 лет он не теряет позиции и остается главным театром страны. Именно эта дата подтолкнула медийщиков к созданию сюжета. Ведь жемчужина на Театральной площади остается главным театром столицы на протяжении двух веков!

Но как это происходит? Почему уже больше двух веков Большой остается эталоном музыкального театра? В попытке разобраться школьники изучили роль Большого театра в становлении культуры в России, работу цехов, поняли, сил уходит на одну постановку.

Этот ролик создавался для таких же ребят, школьников, которые интересуются театром, культурой и искусством, и возможно хотят в будущем связать с этим жизнь. Главной задачей стало – показать мир театрального закулисья, и поговорить про театр так, как еще никто с ними не говорил.

Работа над проектом заняла пять этапов:

1. Создание идеи и сценария. На этом этапе главным стал правильный поиск информации. Ребята прочитали все о Большом, что только есть на официальном сайте, переслушали самые знаменитые произведения Чайковского и даже самостоятельно разобрались в работе театра, театральных цехов и мастерских.

¹⁶ https://vk.com/otk2036?w=wall-210040571_243

2. Переговоры с пресс-службой. Школьная медиастудия стала первой школьной редакцией в Большом, и это оказалось не так легко, как хотелось бы. Главный театр страны пускает в закулисы только федеральные каналы, но упорство юных журналистов может творить невероятные вещи!

3. Съемки в Большом театре. Съемки проходили только один день. Всего несколько часов, которые были тщательно отсняты на камеру. Ведь такого больше никогда не повторится: школьники в закулисы Большого снимают сюжет! Ребята побывали в главном зале, макетном цеху и собственном музее театра.

4. Монтаж ролика. К монтажу начали готовиться задолго до самого этапа. Настолько, что переслушали Щелкунчика, чтобы выбрать правильную музыку на фон.

5. «Жемчужина на Театральной площади» на канале медиацентра!

Благодаря работе над этим сюжетом ребята сами многое узнали о жизни театров, смогли показать театральный мир ровесникам и стать первой школьной редакцией, снявшей сюжет в Большом!

Для медиацентров – мотивация сделать что-то впервые, и чтобы это что-то было интересным и полезным как самими участниками проекта, так и целевой аудитории.

Диалог культур

В современном мире общение между людьми из разных городов и стран становится все более важным. Недостаток общения и понимания между жителями разных городов может привести к ослаблению культурных и исторических связей.

Блог – это уникальная платформа, где жители двух разных могут делиться своими историями, опытом, а также рассказывать о достопримечательностях, праздниках и традициях своих городов. Блог – это пространство для взаимопонимания и обмена культурными ценностями, чтобы найти общие точки соприкосновения и укрепить дружбу между жителями разных городов.

Поэтому совместная команда Православной Церковно-Приходской школы «Светоч» из города Ош, республика Кыргызстан, и СОШ №41 имени Героя Советского Союза Е.И. Пичугина, победители в номинации «Лучший совместный медиапроект», создали блог «Диалог культур»¹⁷, в котором жители городов Владимир и Ош могут делиться информацией о своих городах, праздниках, традициях и находить общие интересы, тем самым укрепляя дружбу и взаимопонимание между городами.

Расширение знаний о городах, их истории, достопримечательностях и традициях. Это позволяет читателям лучше понимать культуру и особенности регионов, представленных в блоге. Читатели могут планировать свои путешествия и открывать для себя новые интересные места в представленных в блоге городах. Это, в свою очередь, может привести к увеличению туристического потока и развитию местной экономики.

Блог – полезный инструмент для тех, кто интересуется путешествиями, историей и культурой разных городов. Его создание и активное использование может привести к положительным изменениям в жизни людей и общества в целом.

¹⁷ <https://vk.com/club223737213>

Новизна решения заключается в том, что это первый блог такого рода между городами Владимиром и Ош, который объединяет жителей и позволяет им делиться своим опытом, историями и знаниями о своих городах, находить общие точки соприкосновения. Это уникальная узнать больше друг о друге, найти новых друзей и расширить свой кругозор.

Команда считает значимым способствовать общению и взаимопониманию между жителями своих городов. Это важно для сохранения культурных и исторических связей, а также для создания пространства для обмена опытом и знаниями. Кроме того, ребята надеются, что их блог станет платформой для поиска новых друзей, расширения кругозора.

Какой позитивный опыт можно предложить для других медиацентров?

Прежде всего подобный проект может служить для популяризации уважительного отношения к другим культурам и нахождение общих ценностей.

Информация блога может быть полезна как для местных жителей, так и для туристов, желающих узнать больше о данных городах, а также использована для создания подробного гида по городу, включая его историю, достопримечательности и праздничные традиции.

На основе информации из блога можно разработать несколько экскурсионных маршрутов, которые будут включать посещение основных достопримечательностей и знакомство с праздничными традициями города.

Блог может стать источником вдохновения для организации и проведения культурных мероприятий в городе, таких как фестивали, выставки, концерты и театральные представления.

Информация о городе, его истории, достопримечательностях и праздничных традициях может быть интегрирована в учебные материалы для школьников и студентов, чтобы помочь им лучше узнать свою страну и ее культуру.

Информация может использоваться для разработки и проведения образовательных программ, направленных на изучение истории и культуры города, послужить основой для написания книг и статей, посвященных истории города и его культурным традициям.

Блог может стать основой для создания видеоконтента, который будет полезен туристам и местным жителям, желающим узнать больше о своем городе.

Информация из блога может быть использована для создания игр и квестов, связанных с историей города и его достопримечательностями.

Школа Актива

Проект «Школа Актива»¹⁸ из Гячрыпшской средней школы Республики Абхазия работает с кейсом третий год и сейчас живет под девизом «Расширяя горизонты». Не зря команда оказалась победителем в номинации «Развитие семимильными шагами».

И ребята их реально расширяют и могут стать примером не только для школьников Абхазии, но и для участников медиацентров всей России.

Страничке ВКонтакте «Школа Актива», которая освещает события и достижения Гячрыпшской средней школы в этом году исполняется пять лет. В арсенале юных медийщиков

¹⁸ <https://vk.com/shkolaaktivagyach>

сайт «Герои в нашей памяти живут» (победитель Конкурс-кейса 2022 года¹⁹), проекты Ажэа (Слово²⁰) и Рождественский Бал (III место Конкурс-кейса 2023 года²¹).

Впереди еще много работы: систематизация созданного материала и публикация его в сообществах. Однако, за этот год ребятам представилась возможность применить полученные в проекте «Я – блогер. Медиаобразование через медиатворчество» и в медиастудии знания на практике.

Расширение горизонтов – это не всегда путешествие в далекие страны или новые профессиональные достижения. Иногда это просто новый взгляд на привычные вещи, изменение стереотипов мышления или освоение нового навыка.

Ребята рассказывают, что они живут и учатся в маленьком селе, а свет зимой и весной выключают по графику. Многие из ребят живут в горах, где интернет только мобильный. У большинства из них нет ПК или ноутбука. Вся связь с миром через смартфон. Увидеть большие города, поучаствовать в грандиозных мероприятиях, найти новых друзей у них получилось благодаря тем навыкам и тому толчку, который они получили еще в 2022 году, работая и обучаясь в рамках кейса «Я – блогер. Медиаобразование через медиатворчество». Все школьники отмечают, что им очень важно продолжить работать с Кейсом, который им дал столько мотивации.

В родительской группе «Школа Актива» размещены ссылки на все сообщества. Команда планирует привлечь дополнительную аудиторию через методическое объединений завучей школ Гагрского района и Представительство ФА Россотрудничество в Абхазии.

Филологический кутеж

В этом году в кейсе от Гячрыпшской средней школы участвовал проект «Филологический кутеж».²² Идея онлайн-клуба родилась в период пандемии. А с выходом на нормальный режим работы школы «Филологический кутеж» начал расширяться. Так появилось направление «Филологическая карусель» для начальной школы. Но в сети это были только результат и эмоции. Теперь ребята делятся накопленным опытом с другими медиацентрами и зовут их в совместные проекты.

Цель проекта – изучение культуры России, выраженной в языке и литературном творчестве. Целевая аудитория проекта: школьники, молодежь, представители интеллигенции Гагрского района. Проект получил поддержку от Представительства Федерального Агентства Россотрудничество в Абхазии по направлению «Содействие проведению в России и за рубежом мероприятий, посвященных памятным датам российской истории, культуры и юбилейным датам выдающихся деятелей российской культуры».

Для работы над теоретической базой были изучены литература и информация на различных интернет-ресурсах. Основной источник – учебники русского языка и литературы. Опорный источник – ежегодный Календарь знаменательных дат, сайты «Культура России», Фонд «Русский мир», «Россия моя история», «Об искусстве» и др. тематических сайтов.

¹⁹ <http://nashi-geroi.abkhazia.su/>

²⁰ <https://vk.com/slovogyach>

²¹ <https://vk.com/balgyach>

²² <https://vk.com/filkutezh>

Ребята сами изучили множество полезных ресурсов и рекомендуют их для изучения другими медиастудиями. В чих числе: алгоритмы создания тематического сообщества в ВК.²³ Изучение навыков работы в онлайн-конструкторе Wilda (создание шапки сообщества, баннера, публикации). Знакомство с сервисами ИИ по созданию изображений. Выбрана для работы Kandinsky 3.1²⁴: первая нейросеть, понимающая русский язык и имеющая большой функционал. Знакомство с понятием «Брендбук», «Цветовой круг Иттена». Изучение алгоритма оформления групп и сообществ.²⁵

ЮЖАне (Юные Журналисты Абхазии)

В перспективе работа над проектом «ЮЖАне (Юные Журналисты Абхазии)»²⁶ – это сообщество «Русской школы юных медийщиков».

Целью является создание комьюнити медиа-лидеров путём организации и проведения 1,5-месячной «Русской школы юных медийщиков» в культурно-образовательном центре Представительства Россотрудничества в Абхазии. И как результат формирования комьюнити – участие Евы Хагба в Международном детском Медиасаммите в ВДЦ «Океан» во Владивостоке!

И пусть сообщества команды только в развитии, но раз ребята взялись за дело, то обязательно будут наполнять контентом страницы! Очень важно продолжить работать с Кейсом, который дал столько мотивации, приглашать другие медиастудии в совместные сетевые проекты и заряжать своей энергией!

Я дружу со всей Россией

«Я дружу со всей Россией»²⁷ - проект Центра творчества «Гермес», студия «Гермес.Медиа», г. Москва победил в номинации «Лучший медиапроект для объединения медиастудий России».

Актуальность работы состоит в популяризации туристических мест регионов России и поиске новых точек интереса. В России много интересных для посещения объектов. Кто, как не местные жители могут наиболее эмоционально и привлекательно рассказать о своем регионе? Адресные видеообращения способны повысить туристический интерес. Таким образом, даже бывалый путешественник сможет открыть для себя что-то новое.

Цель проекта – повышение интереса к внутреннему туризму у школьников.

Важно было не только создать условия для путешествий, но и заинтересовать людей в путешествиях по нашей стране. Проект «Дружу со всей Россией» направлен на повышение интереса к достопримечательностям разных регионов России у школьников через сообщество в социальной сети, где большинство детей проводит своё свободное время.

Стенли Милгрэм – основоположник теории 7 рукопожатий, суть которой заключается в том, что каждый человек опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых, в среднем состоящую из семи (6,6) человек. Так, если со всей планетой мы знакомы через 7 рукопожатий, то со всей Россией через сколько?

²³ https://vk.com/content_makers

²⁴ <https://rudalle.ru/kandinsky31>

²⁵ <https://in-scale.ru/blog/oformlenie-gruppy-vk/>, https://vk.com/wall-211552315_180

²⁶ <https://vk.com/club224582250>

²⁷ <https://vk.com/club224570144>

В целях реализации проекта снят мотивационный видеоролик, получены первые работы от ребят из разных регионов России.

В рамках проекта предполагается реализация трёх направлений:

- мотивация школьников из разных регионов России на создание видеоконтента (по образцу) о самых интересных для них достопримечательностях региона;
- создание туристических маршрутов на основании видеоконтента (в планах: сайт карта с маршрутами)
- реализация туристической поездки по маршруту с встречей с школьниками-авторами видео контента и съемкой новых роликов.

Предполагается создание сайта проекта с указанием возможных маршрутов путешествий на основании видеоконтента и привлечение местных образовательных учреждений к подготовке школьников-гидов по своему региону. И к этой деятельности можно подключить школьные медиацентры!

Также планируется привлечение специалистов для расширения горизонта проекта и вовлечения в него не только школьников, но и образовательных организаций регионов, а также туристических клубов и сотрудничество с RussPass в плане информационной поддержки запуска туристических маршрутов.

Ну и напоследок отзывы детей о своей работе:

Благодаря тому, что мы работаем в медиастудии, мы очень разносторонние ребята. Мы не углубляемся только в одну тематику, потому что у нас есть возможности раскрывать совершенно различные темы, которые нам интересны. И это самое важное.

Мы ездим в экспедиции, участвуем во множестве конкурсов, фестивалях, получаем путевки в Артек, Орленок, Океан. Участвуем в международных формах юных журналистов. Мы растем, развиваемся и готовимся к взрослой жизни, пусть не выбираем себе профессию (хотя некоторые уже и выбирают), но учимся тому, что нам всегда пригодится.

Заключение

Итак, перед нами широкий опыт работы. Модели, которые могут подсказать не только направления деятельности школьного медиацентра, но и определить будущее информационного пространства, где материалы будут рассматриваться не с усеченных позиций так называемого «импакт-контента», а как достойное наследие человеческой информационной культуры.

Авторы и кураторы этих проектов свой путь в создании будущего выбрали. Однако это самое начало. Мы надеемся, что таких проектов с каждым годом будет все больше, как и курсов, аналогичных курсу «Я – блогер».

Список литературы

- [1] Якушина, Е.В. Проект «Я – медиаблогер» – формирование информационной грамотности // Медиа. Информация. Коммуникация [Электронный ресурс]. – 2018. – № 25. – Режим доступа: <https://mic.org.ru/vyp/25-nomer-2018/proekt-ya-mediabloger-formirovanie-informatsionnoy-gramotnosti/>.

- [2] Бондаренко, Е.А. Медиаобразование через медиатворчество / Е.А. Бондаренко, Е.В. Якушина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusere.ru/mo/sod/res/> (дата обращения 16.06.2024).
- [3] Андронов, Ю.А. Школьное СМИ как учебный проект // Научные известия. – 2022. – № 27. – С. 92-96.
- [4] Марфицына, А.Р. Медиапроект как популярный формат аудиовизуальной журналистики // Матэрыялы 22-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Журналістыка-2020: стан, праблемы і перспектывы». – Минск: Белорусский государственный университет, 2020. – С. 266-270
- [5] Первых, Д.К. Этнические культурно-просветительские медиапроекты и их роль в формировании информационной повестки Крыма // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Филологические науки. – 2022. – Т. 8, № 2. – С. 90-97.
- [6] Продвижение здорового образа жизни в эпоху социальных сетей: особенности и эффективные стратегии // Научные Статьи.Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/osobennosti-prodvizheniya-zdorovogo-obraza-zhizni-cherez-soczialnye-seti/> (дата обращения 06.06.2024).
- [7] Шестеркина, Л.П. Проектная журналистика и современные тенденции журналистского образования / Л.П. Шестеркина, А.Р. Марфицына // Ученые записки Забайкальского государственного университета. – 2019. – Т. 14, № 1. – С. 40-48.
- [8] Эль-Бакри, Т.В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в интернете. – М: Аспект Пресс, 2021. – 336 с.
- [9] Юдина, Е.Ю. Проект в медиапроекте: создание контента студенческого медиа // Медиасреда. – 2022. – № 1. – С. 63-67.
- [10] Якушина, Е.В. Проектно-исследовательская деятельность в условиях трансформации цифрового пространства // Современные технологии в науке и образовании: сборник трудов V международного научно-технического форума. – Рязань: Рязанский гос. радиотехнический университет. – 2022. – Т. 9.
- [11] Якушина, Е.В. Сетевой медиаобразовательный проект как форма электронного обучения // Современные технологии в науке и образовании: сборник трудов VII международного научно-технического форума. – Рязань: Рязанский гос. радиотехнический университет. – 2024. – Т. 9.

Статья поступила в редакцию: 21.06.2024.