

ДИДАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ ШКОЛЬНОГО МЕДИАЦЕНТРА «МЕДИАКЛАСТЕР»: ОТ ИДЕИ К МЕДИАПРОДУКТУ»

Практико-ориентированный методический ресурс. Пособие содержит теоретические материалы, практические задания, шаблоны и рекомендации по организации деятельности медиацентра и созданию медиаконтента

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка
2. Организация работы школьного медиацентра
3. Алгоритм создания медиапродукта
4. Практические занятия по созданию медиаконтента
 - Занятие 1. Пишем новость
 - Занятие 2. Проводим интервью
 - Занятие 3. Создаем фоторепортаж
 - Занятие 4. Снимаем видеосюжет
 - Занятие 5. Создаем социальную рекламу
5. Кейсы для анализа и обсуждения
6. Методическая копилка руководителя медиацентра
 - Чек-лист «Как проверить достоверность информации»
 - Памятка «Информационная безопасность для журналиста»
 - Памятка «Цифровой этикет»
 - Шаблон «План занятия медиацентра»
 - Шаблон «Редакционное задание»
7. Цифровые инструменты для работы медиацентра
8. Ресурсы платформы «МедиаКластер»
9. Приложение. Шаблоны и образцы документов

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дидактическое пособие «МедиаКластер: от идеи к медиапродукту» разработано для руководителей школьных медиацентров, педагогов дополнительного образования, классных руководителей и всех специалистов, занимающихся медиаобразовательной деятельностью с учащимися.

Цель пособия: оказать методическую помощь руководителям школьных медиацентров в организации практической деятельности по созданию медиаконтента и развитию информационной грамотности учащихся.

Задачи пособия:

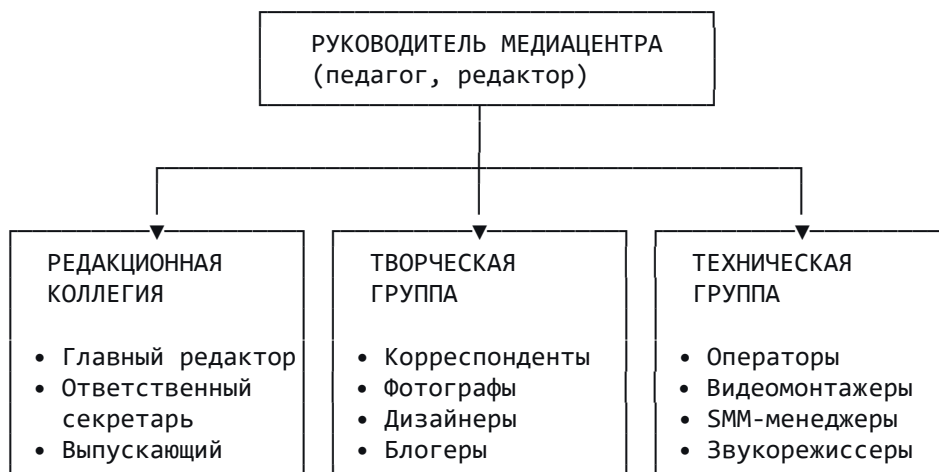
- предоставить алгоритмы и шаблоны для организации работы медиацентра;
- предложить готовые практические занятия по основным жанрам журналистики;
- дать инструменты для анализа и оценки медиапродуктов;
- познакомить с цифровыми ресурсами и инструментами медиатворчества;
- обеспечить методическую поддержку в рамках цифровой платформы «МедиаКластер».

Пособие ориентировано на учащихся 10–17 лет и может быть использовано как в рамках дополнительного образования, так и во внеурочной деятельности учреждений общего среднего образования.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ШКОЛЬНОГО МЕДИАЦЕНТРА

2.1. Структура школьного медиацентра

Схема редакционной структуры:

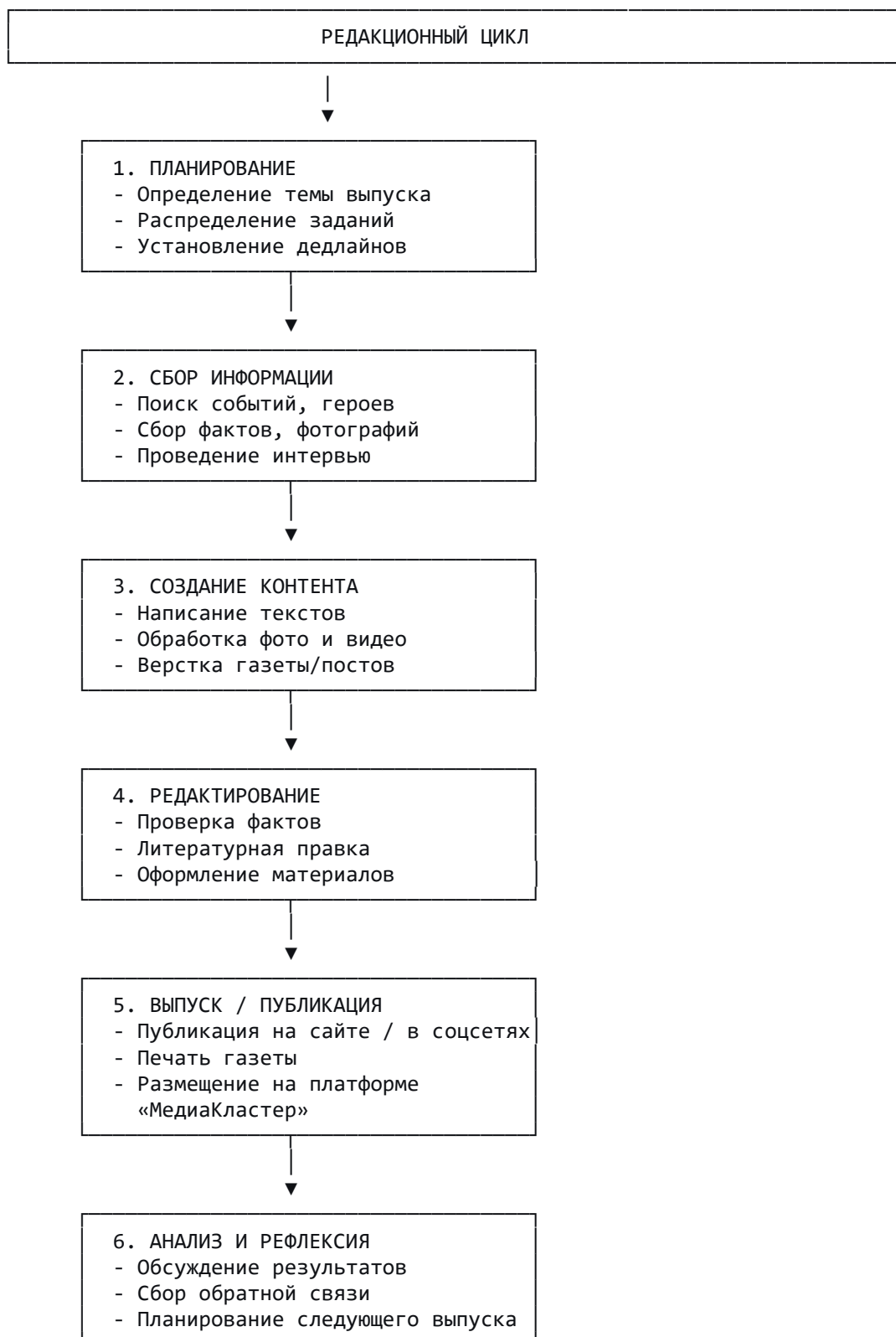


2.2. Роли в медиацентре (краткое описание)

Роль	Основные обязанности
Руководитель медиацентра (педагог)	Стратегическое планирование, координация работы, методическая поддержка, взаимодействие с администрацией школы и платформой «МедиаКластер».
Главный редактор	Определение тематического плана, распределение заданий, контроль качества и сроков.
Ответственный секретарь	Ведение редакционной документации, планирование выпусков, координация работы редакции.
Корреспондент	Сбор и обработка информации, написание текстов (новости, статьи, интервью, репортажи).
Фотограф	Фотосъемка мероприятий, обработка фотографий, создание фоторепортажей.
Оператор / Видеомонтажер	Видеосъемка, монтаж видео, обработка звука, создание видеороликов.
Дизайнер / Верстальщик	Оформление газеты, создание графических элементов, работа в Canva.
SMM-менеджер	Ведение социальных сетей медиацентра, публикация постов, взаимодействие с аудиторией.

2.3. Редакционный цикл

Схема работы над выпуском:



3. АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ МЕДИАПРОДУКТА

3.1. Универсальный алгоритм работы над медиапроектом

Шаг 1. Идея

Что? Определите тему, проблему, историю.

Вопросы для размышления:

- Что интересного происходит в школе / городе / стране?
- Какая проблема волнует учащихся?
- Какую историю стоит рассказать?

Шаг 2. Цель

Зачем? Определите, для кого вы создаете материал и какого эффекта хотите достичь (информировать, заинтересовать, убедить, вызвать эмоцию, побудить к действию).

Шаг 3. Сбор информации

Что нужно знать? Соберите факты, найдите героев, проведите интервью, сделайте фото и видео.

Инструменты: блокнот, диктофон, фото/видеокамера, интернет-поиск.

Шаг 4. Структурирование

Как организовать материал? Определите жанр, составьте план, логику повествования.

Шаг 5. Создание

Как сделать? Напишите текст, смонтируйте видео, обработайте фото, сверстайте макет.

Шаг 6. Проверка

Все верно? Проверьте факты, грамматику, достоверность, этичность.

Шаг 7. Презентация / Публикация

Как представить? Оформите, опубликуйте, распространите.

Шаг 8. Рефлексия

Что получилось? Проанализируйте результат, соберите обратную связь, сделайте выводы.

3.2. Как найти тему для материала

Источники идей:

- Школьные события (праздники, олимпиады, конкурсы, акции, спорт, экскурсии);
- Достижения учащихся и педагогов;
- Проблемы, волнующие школьников (буллинг, стресс, дружба, выбор профессии);
- Люди с интересной судьбой, увлечениями;
- Исторические события (школы, района, города);
- Социальные темы (экология, волонтерство, здоровье, инклюзия);
- Творчество учащихся (стихи, рисунки, поделки, проекты).

Принцип «Три вопроса»:

1. Что я хочу сказать?
2. Кому это важно?
3. Почему это интересно?

4. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ ПО СОЗДАНИЮ МЕДИАКОНТЕНТА

Занятие 1. Пишем новость

Теория (10 мин)

Структура новости:

Новость строится по принципу «перевернутой пирамиды» — самый важный факт в начале, затем детали в порядке убывания значимости.

ПЕРЕВЕРНУТАЯ ПИРАМИДА

1. ЗАГОЛОВОК — самое главное, суть события (кто + что)
2. ЛИД — ответ на вопросы: ЧТО? ГДЕ? КОГДА? (1–2 абзаца)
3. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ — детали, подробности, цитаты
4. КОНЦОВКА — перспектива, вывод, дополнительный факт

Схема «6 вопросов»:

Вопрос	Пример
Кто?	Учащиеся 10-го класса
Что произошло?	Провели акцию «Чистый двор»
Где?	На территории школы
Когда?	25 апреля 2026 года
Зачем?	В рамках экологического марафона
Как?	Собрали 30 мешков мусора и высадили 15 саженцев

Практика (30 мин)

Задание: Напишите новость по следующей ситуации:

В вашей школе прошел День самоуправления. Учащиеся 10–11 классов провели уроки вместо учителей. Мероприятие было организовано в честь Дня учителя. Учащимся понравилось попробовать себя в роли педагога. В школе прошло 45 уроков, в которых приняли участие 180 учащихся.

План работы:

1. Сформулируйте заголовок (кратко, информативно).
2. Напишите лид (что, где, когда).
3. Добавьте детали (кто участвовал, какие предметы, какие впечатления).
4. Вставьте 1–2 цитаты участников.
5. Напишите концовку.

Чек-лист для проверки новости:

- ☐ Заголовок передает суть события
- ☐ Лид отвечает на главные вопросы (что, где, когда)
- ☐ Факты проверены
- ☐ Есть цитата участника
- ☐ Стиль нейтральный, без оценок
- ☐ Объем не превышает 1500 знаков

Занятие 2. Проводим интервью

Теория (10 мин)

Схема подготовки к интервью:

ПОДГОТОВКА К ИНТЕРВЬЮ
1. Цель интервью: что я хочу узнать?
2. Информация о собеседнике: кто он, чем занимается, почему интересен
3. Вопросы (10–15): - Вступительные (знакомство) - Основные (по теме) - Углубляющие (уточняющие) - Заключительные (перспективы, пожелания)
4. Техника: диктофон, блокнот, ручка, фото/видеосъемка
5. Этика: согласие на запись, уважение, благодарность

Виды вопросов:

Тип	Пример	Характеристика
Открытый	«Что вас вдохновляет?»	Требует развернутого ответа
Закрытый	«Вам нравится ваша работа?»	Ответ «да»/«нет»
Уточняющий	«Что вы имели в виду, когда сказали...?»	Проясняет, углубляет
Зеркальный	«Правильно ли я понял, что...?»	Перефразирует сказанное
Провокационный	«Некоторые считают, что... Как вы на это ответите?»	Вызывает эмоции, раскрывает позицию

Практика (30 мин)

Задание: Подготовьте и проведите интервью с одноклассником или учителем на тему «Мое увлечение».

Этапы работы:

1. Выберите собеседника и тему.
2. Составьте список из 10–12 вопросов (вступительные, основные, заключительные).
3. Проведите интервью (запись на диктофон/в блокнот).
4. Обработайте материал: выберите ключевые цитаты, составьте связный текст.
5. Напишите статью в жанре интервью (объем 1000–1500 знаков).

Структура текста интервью:

1. Вступление — представление героя, почему он интересен.
2. Текст интервью — вопросы выделены (полужирным), ответы курсивом.
3. Завершение — благодарность, пожелание.

Занятие 3. Создаем фоторепортаж

Теория (10 мин)

Правила съемки репортажа:

ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ:



Основные планы:

План	Что показывает	Когда использовать
Общий	Все место действия	Начало репортажа, для передачи атмосферы
Средний	Герой в окружении	Показать действие и реакцию
Крупный	Лицо, эмоции, детали	Передать чувства, важные детали
Деталь	Предмет, фрагмент	Акцент на значимом объекте

Правила серии фоторепортажа:

- Не менее 10–15 фотографий.
- Разные планы (общий, средний, крупный, деталь).
- Логическая последовательность: начало → развитие → кульминация → финал.
- Разнообразие: действие, эмоции, взаимодействие, атмосфера.

Практика (30 мин)

Задание: Создайте фоторепортаж о мероприятии в школе (или придумайте событие).

Этапы работы:

1. Выберите событие (концерт, конкурс, акция, спортивное соревнование).
2. Определите ключевые моменты для съемки (подготовка, кульминация, итог).
3. Сделайте серию фотографий (не менее 10 кадров) по правилам.
4. Отберите лучшие 10–15 снимков.
5. Обработайте фото (цветокоррекция, обрезка) в Canva или другом редакторе.
6. Подготовьте подписи к каждому снимку и общий текст репортажа.

Чек-лист для оценки фоторепортажа:

- ☐

- ☐ Есть общий план (место, атмосфера)
- ☐ Есть средние планы (действие)
- ☐ Есть крупные планы (эмоции)
- ☐ Есть детали (важные моменты)
- ☐ Фотографии качественные (свет, фокус, композиция)
- ☐ Текст репортажа связывает кадры в единую историю
- ☐ Есть подписи к фотографиям

Занятие 4. Снимаем видеосюжет

Теория (10 мин)

Структура видеосюжета:

СТРУКТУРА ВИДЕОСЮЖЕТА
1. ЗАСТАВКА (3–5 сек) – название темы, логотип медиацентра
2. ВСТУПЛЕНИЕ (15–20 сек) – что будет в сюжете, ведущий в кадре
3. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ (1–3 мин) – событие, интервью, закадровый текст - Чередование: ведущий ↔ герой ↔ событие - Несколько планов - Закадровый текст (дикторский)
4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (10–15 сек) – вывод, итог, перспектива
5. ТИТРЫ (5–10 сек) – авторы, благодарности, логотип

Основные правила съемки:

Правило	Объяснение
Горизонт	Должен быть ровным
Освещение	Свет должен падать на лицо, не сзади
Стабильность	Камера не должна «плясать» (используйте штатив или опору)
Звук	Микрофон должен быть направлен на говорящего
Планы	Чередуйте общий, средний, крупный
Правило 180 градусов	Камера всегда с одной стороны от линии взаимодействия

Практика (30 мин)

Задание: Снимите короткий сюжет о событии в школе (или придумайте тему).

Этапы работы (работа в группе):

1. **Подготовка:**
 - Выберите тему и событие.
 - Напишите сценарий (закадровый текст, вопросы для интервью).
 - Распределите роли: оператор, ведущий, корреспондент, монтажер.
2. **Съемка:**
 - Снимите вступление с ведущим.
 - Снимите интервью с героем (не менее 2 человек).
 - Снимите общие планы события.
 - Снимите завершение.
3. **Монтаж (CapCut или Movavi):**
 - Склейте кадры по сценарию.
 - Добавьте закадровый текст.
 - Вставьте титры (имя героя, название медиацентра).
 - Добавьте музыку (фон).
4. **Презентация:** Покажите сюжет группе, обсудите.

Занятие 5. Создаем социальную рекламу

Теория (10 мин)

Что такое социальная реклама?

Это реклама, направленная на изменение поведения или привлечение внимания к социально значимой проблеме. Цель — не продать товар, а привлечь внимание к проблеме, сформировать ценностное отношение, побудить к действию.

Примеры тем социальной рекламы:

- Экология (сохраним лес, раздельный сбор мусора)
- Здоровье (спорт, здоровое питание, отказ от вредных привычек)
- Безопасность (правила дорожного движения, кибербезопасность)
- Социальные проблемы (буллинг, доброта, помощь пожилым, инклюзия)
- Патриотизм (любовь к Родине, гордость за историю)

Структура социальной рекламы:

СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ
1. ПРОБЛЕМА: что происходит? 2. ПРИЧИНА: почему это происходит? 3. ПОСЛЕДСТВИЯ: к чему это приводит? 4. РЕШЕНИЕ: что можно сделать? 5. ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ: что конкретно нужно сделать?

Приемы воздействия:

- Эмоциональный контраст (было → стало).
- Парадокс / неожиданный поворот.
- Персонализация (обращение к конкретному человеку).
- Цифры и факты (для убедительности).

Практика (30 мин)

Задание: Создайте социальный видеоролик или плакат на тему «Скажем НЕТ кибербуллингу» или «Берегите природу».

Этапы работы (в группе):

1. **Выбор темы и проблемы:**
 - Что вас волнует?
 - Кто ваша целевая аудитория?
2. **Разработка концепции:**
 - Какую идею вы хотите донести?
 - Какой призыв будет в рекламе?
3. **Создание сценария (для видео):**
 - Напишите краткий сценарий (1–2 минуты).
4. **Съемка / создание макета:**
 - Для видео: съемка, монтаж, озвучивание.
 - Для плаката: Canva, Photoshop, ручная работа.
5. **Презентация и обсуждение:**
 - Покажите рекламу группе.
 - Обсудите, удалось ли донести идею.

5. КЕЙСЫ ДЛЯ АНАЛИЗА И ОБСУЖДЕНИЯ

Кейс 1. «Спорный заголовок»

Ситуация: В школьной газете вышла статья о провале команды на городской олимпиаде. Заголовок звучал так: *«Позор и разочарование: наши „звезды“ провалились на олимпиаде!»*. Учащиеся, участвовавшие в олимпиаде, были оскорблены, их родители пожаловались директору.

Вопросы для обсуждения:

1. Что нарушено в данном материале?
2. Какой этический принцип нарушен?
3. Какой заголовок был бы корректным?
4. Что бы вы сделали на месте редактора?

Кейс 2. «Проверка фактов»

Ситуация: В интернете появилась новость: «В школах Минска с 1 сентября отменяют домашние задания». Информацию переслали в школьную группу, и она быстро распространилась среди учащихся. Учителям пришлось разьяснять, что это фейк.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие признаки указывают на то, что это фейк?
2. Как проверить достоверность такой информации?
3. Как журналист должен реагировать на непроверенную информацию?
4. Какие последствия может иметь распространение фейков?

Кейс 3. «Стоп-кадр»

Ситуация: Фотограф школьного медиацентра сделал серию снимков на школьном концерте. На одном из них в кадр случайно попал ученик, которому было запрещено сниматься (по личным причинам). Фотограф не заметил этого и опубликовал фото в группе.

Вопросы для обсуждения:

1. Нарушены ли какие-то нормы?
2. Что должен сделать фотограф?
3. Как избежать подобных ситуаций в будущем?

Кейс 4. «Кто прав?»

Ситуация: В редакцию пришел материал от корреспондента о конфликте между двумя учениками. Корреспондент взял интервью только у одного из участников конфликта, так как второй отказался разговаривать.

Вопросы для обсуждения:

1. Может ли такой материал быть опубликован?

2. Как сохранить объективность в этом случае?
3. Что должен сделать редактор?

Кейс 5. «Социальная реклама, которая не сработала»

Ситуация: Медиацентр создал социальный ролик на тему «Здоровый образ жизни — это круто!» с использованием современных трендов и музыки. Однако учащиеся восприняли его как «скучную лекцию» и не стали обсуждать.

Вопросы для обсуждения:

1. Почему ролик не сработал?
2. Что нужно было сделать иначе?
3. Как сделать социальную рекламу эффективной?

6. МЕТОДИЧЕСКАЯ КОПИЛКА РУКОВОДИТЕЛЯ МЕДИАЦЕНТРА

6.1. Чек-лист «Как проверить достоверность информации»

№	Шаг	Действие
1	Источник	Кто автор? Есть ли информация об авторе? Это официальный или проверенный источник?
2	Дата	Когда опубликован материал? Не устарел ли он?
3	Перекрестная проверка	Есть ли та же информация в других источниках (3+)?
4	Цитаты	Есть ли в тексте ссылки на первоисточники? Можно ли их проверить?
5	Язык	Используются ли эмоциональные обороты, ярлыки, преувеличения?
6	Фото/видео	Реалистично ли выглядит? Нет ли признаков монтажа или манипуляции?
7	Контекст	Не вырвана ли информация из контекста?
8	Логика	Нет ли логических противоречий, «черных лебедей»?
9	Экспертиза	Есть ли мнение экспертов? Какие?
10	Интуиция	Есть ли чувство, что что-то не так?

6.2. Памятка «Информационная безопасность для журналиста»

1. **Защита аккаунтов.** Используйте сложные пароли и двухфакторную аутентификацию.
2. **Проверка ссылок.** Не переходите по подозрительным ссылкам, даже если они пришли от знакомых.

3. **Фишинг.** Не вводите логины и пароли на неизвестных сайтах.
4. **Социальная инженерия.** Не сообщайте личную информацию незнакомцам, даже если они представляются «администрацией».
5. **Публикация.** Никогда не публикуйте чужие личные данные (телефоны, адреса, паспортные данные) без согласия.
6. **Авторское право.** Используйте только те фото/видео, на которые у вас есть права, или материалы с открытыми лицензиями (Creative Commons).
7. **Конфиденциальные источники.** Если источник просит сохранить анонимность, не раскрывайте его данные.
8. **Цифровой след.** Помните: все, что вы публикуете, остается в сети навсегда.

6.3. Памятка «Цифровой этикет для журналиста»

1. Проверяйте информацию перед публикацией.
2. Уважайте чужое мнение, даже если не согласны.
3. Не оскорбляйте в комментариях и публикациях.
4. Спрашивайте разрешение перед публикацией фото или видео с человеком.
5. Не распространяйте личные данные (телефоны, адреса) без согласия.
6. Исправляйте ошибки публично, если допустили неточность.
7. Не используйте «кликбейт» — заголовки, вводящие в заблуждение.
8. Будьте вежливы в ответах на критику.

6.4. Шаблон «План занятия медиацентра»

ПЛАН ЗАНЯТИЯ МЕДИАЦЕНТРА

Дата: _____ Группа: _____

Тема занятия: _____

Цель занятия: _____

Задачи: _____

Оборудование: _____

Ход занятия:

1. Организационный момент (5 мин) — приветствие, проверка присутствующих.
2. Актуализация знаний (5 мин) — повторение предыдущей темы, вопросы.
3. Теоретическая часть (10–15 мин) — объяснение нового материала, презентация.
4. Практическая работа (20–25 мин) — выполнение задания.
5. Презентация/обсуждение результатов (5–10 мин) — показ работ, обсуждение.
6. Подведение итогов (5 мин) — выводы, домашнее задание.

Домашнее задание: _____

Рефлексия: _____

6.5. Шаблон «Редакционное задание»

РЕДАКЦИОННОЕ ЗАДАНИЕ

№ _____ Дата выдачи: _____ Срок выполнения: _____

Задание для: _____ (корреспондент)

Тема материала: _____

Жанр: _____

Формат: ☐ текст (___ знаков) ☐ фоторепортаж (___ фото)
☐ видео (___ мин) ☐ посты для соцсетей (___ шт.)

Цель материала: _____

Ключевые вопросы / моменты, которые нужно отразить:

1. _____
2. _____
3. _____

Кто может быть героем / респондентом: _____

Сроки:

- План / структура: _____
- Первая версия (черновик): _____
- Итоговый вариант: _____

Ответственный редактор: _____ / _____ /

Выдал: _____ / _____ / Дата: _____

Принял: _____ / _____ / Дата: _____

6.6. Шаблон «Анализ медиатекста»

АНАЛИЗ МЕДИАТЕКСТА

1. Выходные данные:

- Название материала: _____
- Автор: _____
- Издание / сайт: _____
- Дата публикации: _____
- Жанр: _____

2. Тема и идея:

- О чем материал? _____
- Какова основная мысль (идея)? _____

3. Структура:

- Как построен материал? (заголовок → лид → основная часть → концовка)
- Есть ли логика? _____
- Нет ли нарушений структуры? _____

4. Аргументация:

- На чем основаны утверждения? (факты, эксперты, статистика, эмоции)
- Есть ли ссылки на источники? _____

5. Язык и стиль:

- Стиль: нейтральный / эмоциональный / публицистический
- Есть ли манипулятивные приемы? Какие? _____

6. Визуальное сопровождение:

- Есть ли фото/видео? _____
- Соответствуют ли они тексту? _____

7. Общее впечатление:

- Вызывает ли доверие? Почему? _____
- Что осталось после прочтения? _____

8. Вывод:

- Рекомендую к публикации / не рекомендую (почему): _____

7. ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ РАБОТЫ МЕДИАЦЕНТРА

7.1. Для создания текстов и новостей

Инструмент	Что делает
Google Документы	Совместная работа над текстами
Google Формы	Создание опросов, сбор информации
Grammarly / LanguageTool	Проверка орфографии и стиля
Canva	Создание визуального контента, верстка

7.2. Для создания фото и графики

Инструмент	Что делает
Canva	Создание плакатов, коллажей, инфографики
Adobe Photoshop	Профессиональная обработка фото
GIMP	Бесплатный аналог Photoshop
Snapseed	Обработка фото на телефоне
FlipHTML5	Создание электронных журналов / газет

7.3. Для создания видео

Инструмент	Что делает
CapCut	Монтаж видео на телефоне и ПК
Movavi Video Editor	Монтаж для начинающих
DaVinci Resolve	Профессиональный монтаж (бесплатно)
Audacity	Запись и обработка звука
OBS Studio	Запись с экрана, стриминг

7.4. Для работы в социальных сетях и SMM

Инструмент	Что делает
Telegram	Каналы и чаты для коммуникации
Canva	Создание постов, сторис

Инструмент	Что делает
WordStat / Яндекс Wordstat	Анализ ключевых слов
Google Analytics	Аналитика сайта

7.5. Для платформы «МедиаКластер»

Ресурс	Назначение	Ссылка
Веб-сайт «Школьный медиацентр»	Информационно-образовательный хаб	https://media.mgddm.by
Telegram-канал «Школьный медиацентр»	Оперативное информирование	https://t.me/smcminsk
Telegram-группа «МедиаКластер»	Профессиональное сообщество педагогов	https://t.me/CollabMedia
YouTube-канал «МедиаКластер»	Видео контент медиацентров	https://www.youtube.com/@mediaklaster
Чат-бот «МедиаБот»	Сбор материалов, консультации	https://t.me/mgddmbot

8. РЕСУРСЫ ПЛАТФОРМЫ «МЕДИАКЛАСТЕР»

8.1. Для руководителя медиацентра

1. **Раздел «Методический модуль»**
методические рекомендации, сценарии занятий, критерии оценки медиацентров.»
2. **Профессиональное сообщество (Telegram-группа)**
обмен опытом, консультации, обсуждение вопросов.

Раздел «Кейсы»

успешные практики школьных медиацентров, примеры проектов.

8.2. Для занятий с учащимися

1. **Раздел «МедиаГайды»** обучающие материалы по созданию контента, работе с техникой.

Раздел «Медиаграмотность»

модули по кибербезопасности, работе с ИИ, борьбе с фейками.

Раздел «Совет профессионала»

материалы от практиков отрасли, профориентация.

8.3. Для публикации контента

1. **Рубрика «Объектив»**
видеоматериалы по четырем воспитательным векторам («Ценности»,

«Наследие», «Ориентир», «Доблесть»).

Рубрика «Открытый микрофон»

мнения, идеи, проекты учащихся.»

2. **Рубрика «Новости»**

освещение событий медиацентров.

9. ПРИЛОЖЕНИЕ. ШАБЛОНЫ И ОБРАЗЦЫ ДОКУМЕНТОВ

Приложение 1. Шаблон новости

ЗАГОЛОВОК (суть события, кратко)

Лид. (Главный факт: что, где, когда, ключевые детали — 2–3 предложения)

Основная часть. (Детали, подробности, как это происходило, кто участвовал, что было интересного. Можно использовать цитаты участников.)

Цитата: «...» — сказал(а) / отметил(а) (ФИО, роль).

Заключение. (Перспективы, вывод, благодарность.)

Автор: (ФИО, медиацентр)

Приложение 2. Шаблон плана выпуска газеты / номера

ПЛАН ВЫПУСКА № _____

Газета / Группа / Канал: _____

Дата выпуска: _____

Ответственный редактор: _____

Тема / Рубрика	Автор	Объем	Срок сдачи
Главная новость			
Интервью / Портрет			
Фоторепортаж			
Рубрика «Мнение»			
Социальный проект			
Рубрика «Это интересно»			

Приложение 3. Шаблон портфолио участника медиацентра

ПОРТФОЛИО УЧАСТНИКА МЕДИАЦЕНТРА

ФИО: _____

Класс / учреждение образования: _____

Роль в медиацентре: _____

Период участия: _____

МОИ ЛУЧШИЕ РАБОТЫ

№ 1. Название: _____

Формат: текст / фото / видео / проект

Ссылка на публикацию / материал: _____

Дата: _____

№ 2. Название: _____

Формат: текст / фото / видео / проект
Ссылка на публикацию / материал: _____
Дата: _____

№ 3. Название: _____
Формат: текст / фото / видео / проект
Ссылка на публикацию / материал: _____
Дата: _____

МОИ ДОСТИЖЕНИЯ

1. Участие в конкурсах, фестивалях: _____
2. Публикации на платформе «МедиаКластер»: _____
3. Другие достижения: _____

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ (оцени себя и свою работу)

Что я научился(ась) делать: _____
Что было самым интересным: _____
Над чем хочу поработать: _____
Мои предложения по развитию медиацентра: _____

Приложение 4. Шаблон согласия на фото- и видеосъемку

ЗАЯВЛЕНИЕ-СОГЛАСИЕ

на фото- и видеосъемку и публикацию материалов

Я, _____,
(ФИО законного представителя)

являясь законным представителем несовершеннолетнего
(ФИО учащегося)

даю свое согласие Учреждению образования «» и Школьному медиацентру «»
на:

1. Фото- и видеосъемку моего ребенка в процессе его участия в деятельности Школьного медиацентра.
2. Публикацию фото- и видеоматериалов с его участием на следующих ресурсах:
 - официальном сайте учреждения образования;
 - цифровой платформе «МедиаКластер»;
 - Telegram-канале «Школьный медиацентр»;
 - социальных сетях медиацентра (Instagram, TikTok, YouTube);
 - школьной газете и других медиапроектах.

Данное согласие действует в течение всего периода обучения моего ребенка в учреждении образования и может быть отозвано мной в письменной форме.

Дата: _____ Подпись: _____ / _____ /

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее пособие представляет собой систематизированный сборник практических материалов, алгоритмов и шаблонов для организации деятельности школьного медиацентра. Оно направлено на оказание методической помощи руководителям медиацентров в проведении занятий, создании медиаконтента и развитии медиаграмотности учащихся.

Использование материалов пособия в сочетании с ресурсами цифровой платформы «МедиаКластер» позволяет обеспечить системный подход к медиаобразованию в учреждениях общего среднего и дополнительного образования, способствует формированию у учащихся практических навыков медиадеятельности, критического мышления и социальной ответственности.

Пособие может быть дополнено и адаптировано в соответствии с конкретными условиями учреждения образования, уровнем подготовки учащихся и техническими возможностями медиацентра.

Пособие разработано на основе материалов цифровой платформы «МедиаКластер» и городского проекта «Школьный медиацентр» (координатор — учреждение образования «Минский государственный дворец детей и молодежи»).