

ПОЛОЖЕНИЕ
О ШКОЛЬНОМ МЕДИАЦЕНТРЕ «НА СВЯЗИ ПЕРВЫЕ»
«МКОУ «Санаторная школа-интернат №82»

1. Общие положения

1.1 Настоящее положение разработано в соответствии с действующим законодательством:

- Закон Российской Федерации «Об образовании в РФ» (Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ);
- Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 13.06.2023);
- Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года от 29 мая 2015 г. N 996-р;
- Концепция развития дополнительного образования детей (Распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. № 678-р с изменениями и дополнениями);
- Национальный проект «Образование»;
- Федеральный проект «Успех каждого ребенка»;
- Письмо Министерства образования РФ «О создании медиацентров образовательных учреждений» от 04.01.95 №25/11;
- Устав.

1.2 Школьный медиацентр «На связи первые» (далее - Медиацентр) создаётся в МКОУ «Санаторная школа-интернат №82» (далее - ОУ) для формирования единого информационного пространства для всех участников образовательного процесса – педагогов, обучающихся и их родителей/законных представителей, а также для членов их семей.

1.3 Медиацентр осуществляет свою деятельность в соответствии с настоящим Положением, действующим законодательством, приказами и распоряжениями директора ОУ.

1.4 Медиацентр организует практическую работу обучающихся 5-9-х классов с контентом в различных видах СМИ на основании Федеральной и региональной повестки – контент-плана по освещению социально значимых событий.

2. Цели и задачи Медиацентра

Цель создания Медиацентра: создание условий для социализации и профориентации детей и подростков, развитие творческих способностей обучающихся, воспитание информационной культуры, формирование активной жизненной позиции

Задачи Медиацентра:

- собирать, систематизировать и распространять актуальную информацию о социально - значимых событиях ОУ, населённого пункта и региона, освещать события социальной жизни в различных видах СМИ;
- создавать условия для социализации и профориентации обучающихся;
- повышать социальную активность обучающихся, формировать положительные социальные установки;
- освещение жизни ОУ через выпуск видео-новостей; через официальные страницы в

социальных сетях; через школьный сайт.

- создавать условия для самостоятельной работы обучающихся с информацией, представленной в различных видах СМИ, работы с современной техникой и программным обеспечением;
- обучать педагогических работников работе с обучающимися, имеющими устойчивые интересы в сфере журналистики, литературного и технического творчества, масс-медиа;
- создавать и совершенствовать систему сетевого взаимодействия и социального партнёрства в целях обеспечения бесперебойного функционирования Медиацентра.

3. Основные направления деятельности Медиацентра

3.1 Учебно-просветительская работа со школьниками: проведение учебных, проектных, дополнительных занятий со школьниками базе Медиацентра в течение года.

3.2. Воспитательное и профориентационное (формирование интереса к профессии, развитие ответственного поведения в медиапространстве)

3.3 Организация работы по освещению социально- значимых событий ОУ.

3.4 Информирование родителей (законных представителей) общественности о деятельности ОУ.

4. Порядок формирования, структура, организация работы Медиацентра

4.1. Членом Медиацентра может стать любой обучающийся 5-9-х классов.

4.2. Руководитель Медиацентра:

- назначается администрацией ОУ;
- осуществляет текущее планирование работы Медиацентра,
- осуществляет координацию деятельности;
- представляет интересы Медиацентра на уровне ОУ;
- отвечает за качество и выпуск продукции Медиацентра;
- активно принимает участие в создании продукции Медиацентра.

6. Права и обязанности учащихся- активистов Медиацентра

6.1. Члены Медиацентра имеют право:

- участвовать в сборе и обработке информации, необходимой для публикаций в Медиацентре;
- вносить предложения по улучшению работы Медиацентра и планированию его работы.

6.2. Члены Медиацентра обязаны:

- не разглашать содержание готовящегося выпуска;
- помогать друг другу в сборе, анализе и подготовке материала для публикации;
- соблюдать Правила внутреннего распорядка, противопожарные требования, правила безопасности, Устав ОУ.

7. Ожидаемые результаты работы Медиацентра

7.1. Произойдёт массовая систематизация и распространение собранной информации о социально- значимых событиях, в различных видах СМИ будут освещаться события социальной жизни, что положительно повлияет на информированность родителей (законных представителей), общественности

7.2. Будут создаваться условия для социализации и профориентации детей и подростков.

7.3. Повысится социальная активность детей и подростков, будут сформированы новые положительные социальные установки. Активизируется работа первичного отделения РДДМ «Движение Первых», внеурочная деятельность обучающихся. Ребята

будут посещать медицентр ОО, заниматься проектной и исследовательской деятельностью.

7.4 Обучающиеся разовьют свои социально-значимые умения: эффективно взаимодействовать с окружающими, сотрудничать, анализировать свои действия и деятельность коллектива, работать в команде, научатся писать статьи, брать интервью, осуществлять подбор материала, верстку печатного издания, обработку фотоматериала, монтаж видеороликов и видеофильмов. У них разовьётся критическое мышление, и они смогут вести адекватный диалог со взрослыми. Будет формироваться положительный имидж Медицентра как источника актуальной, объективной информации;

8. Критерии мониторинга результативности деятельности Медицентра:

- 8.1 динамика изменения количества участников Медицентра в ОУ;
- 8.2 качественный рост медиапродуктов;
- 8.3 уровень сформированности гражданской позиции участников Медицентра ОУ;
- 8.4 уровень удовлетворенности личностными результатами и достижениями обучающихся и педагога/ов.

9. При необходимости в Положение о Медицентре могут быть внесены изменения и дополнения.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

Понятийный аппарат:

Верстальщик – его основной функционал – компьютерная верстка печатных и интернет-СМИ, создание макетов изданий. Должен уметь работать в специальных программах, пользоваться копировальной техникой и МФУ (многофункциональными устройствами).

ВКОНТАКТЕ – социальная сеть, пригодная для работы медиacentров. **Госпаблики** — это официальные страницы и сообщества Государственных органов, Органов местного самоуправления, а также подведомственных организаций — в самых популярных социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Телеграм».

Жанр в журналистике – форма отражения в текстах СМИ обобщенной реальной жизни, событий, мероприятий, явлений.

Журнал – это периодическое издание, содержащее многообразную информацию социального характера. Существуют радио- и теле-журналы.

ЗАМЕТКА – содержит новость. Новость – это рассказ о событии, что позволяет быстро ввести читателя или слушателя в курс дела. Основой любой новости является ответы на вопросы – ЧТО? ГДЕ? КОГДА? **ИНТЕРВЬЮ**. Основная форма данного жанра – диалог, который применяется для передачи актуальной социально значимой информации.

Инфографика— это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и чётко преподнести сложную информацию. Одна из форм графического и коммуникационного дизайна. Спектр её применения огромен: география, журналистика, образование, статистика, технические тексты.

Информационная грамотность – это набор компетенций, необходимых для получения, понимания, оценки, адаптации, генерирования, хранения и представления информации, используемой для анализа проблем и принятия решения. Включает в себя пользовательские навыки технологиями.

Информация – знания, факты, представленные в доступной для понимания форме.

Контент – это информационное содержание сайта (тексты, графическая, звуковая информация и др.), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др.

Контент-менеджеры – занимаются поиском актуальной информации в Интернете, продвигают журналистские материалы школьного (детского) пресс-центра в сети, составляют контент-план по освещению актуальных событий.

Медиа — Первая часть сложных слов со значением – относящийся к средствам массовой информации. Обширное понятие, включающее в себя средства коммуникации, способы передачи информации, а также образываемую ими среду.

Медиахолдинг – это группа разных СМИ, объединившихся в одну большую компанию. При этом важно, что все они сохраняют своё лицо,

узнаваемость. Основной целью медиахолдинга является информирование детей о событиях, происходящих в школе, лагере, о проблемах и путях их решения, о ярких событиях и достижениях и т.д.

Медиацентр – это информационный центр образовательной деятельности школы, обеспечивающий свободный доступ к различным видам информационных ресурсов.

Медийно-информационная грамотность – это система базовых компетенций человека, позволяющая ему эффективно выстраивать коммуникационные отношения в обществе на всех уровнях медиаактивности».

Мультимедиа — это совокупность разнообразного контента, который человек потребляет одновременно через разные органы чувств. Пример мультимедиа — симулятор вождения автомобиля для сдачи экзамена в ГАИ. В нем есть всё: и графика, и звук, и текстовые подсказки, и интерактивное управление через игровой руль.

Мультимедийный – использующий средства мультимедиа (изображение, звук, анимацию, текст и т. п.) и возможность работы с ними. Данные, или содержание, которые представляются одновременно в разных формах: звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд.

ОТЧЕТ – это жанр, в котором представлены особенности и итоги общественнозначимых событий (конкурсов, конференций, семинаров, фестивалей, спортивных и творческих мероприятий, флешмобов и т.д.).

ОЧЕРК – жанр художественно-публицистической журналистики, в котором журналист воссоздает портрет человека, явления действительности, события, опираясь на факты, и используя при этом широкий пласт художественно выразительных приемов.

Пост — публикация или новость в интернете, в блоге.

Репост — перепечатка (распространение) поста в интернете. **Автопостинг** — автоматическая трансляция публикаций на сайты, в блоги, микроблоги, социальные сети и т. д. **Виды постов в социальных сетях:** информационные; развлекательные; инфографика; рекламные (продуктовые) и др. Структура поста: Коротко опишите мероприятие. Поделитесь эмоциями и результатами, к которым пришли ваши гости. Как изменилась их жизнь после ивента, какие возможности вы им открыли и что ждёт их дальше. Не забудьте в конце поста пригласить читателя прийти на ваши следующие мероприятия.

ПОСТ-РЕЛИЗ — это один из рабочих PR-терминов, означающих информационный материал, публикуемый в средствах массовой информации по следам проведенных мероприятий. Пост-релиз – это краткое информационное сообщение для прессы. определенным временным периодом, именно поэтому писать его следует

Пресс-релиз – Информационный пресс-релиз — информирует о текущем, ещё не завершённом событии или анонсирует его.

Пресс-служба — это отдел коммерческой компании или государственного учреждения, который от имени этой организации взаимодействует со СМИ и общественностью.

Пресс-центр — (англ. presscentre) служба информации, организуемая на период съездов, конференций, совещаний и т.д. или существующая постоянно при какой-либо организации, занимающейся освещением мероприятий. Отдел информационного и организационного обслуживания прессы, журналистов (на конференциях, фестивалях, международных спортивных состязаниях и т. п.).

РЕПОРТАЖ – один из самых популярных и распространенных жанров в современной журналистике. Данный жанр призван сократить дистанцию между автором и целевой аудиторией.

РЕЦЕНЗИЯ – жанр, служащий для осмысления и оценки произведений искусства, театра, литературы и кинематографа, построенный на анализе идейных позиций автора по отношению к тому или иному явлению действительности. Основным назначением рецензии является помощь в открытии новых произведений, явлений действительности в политических, экономических, культурологических вопросах.

Риски работы в сети Интернет: 1) заражение вредоносным программным обеспечением; 2) доступ к материалам с нежелательным контентом; 3) азартные и жестокие игры; 4) интернет-зависимость.

СМИ. Под **средством массовой информации** понимается периодическое печатное (сетевое) издание, теле- или радиоканал, теле-, радио- видеопрограмма, кинохроникальная программа, или любая другая форма распространения массовой информации с постоянной периодичностью под постоянным наименованием. Традиционно, СМИ делятся на печатные, телевидение, радио и интернет. Хотя разделение это весьма условно, так как постоянно меняющаяся информационная среда или стираются границы СМИ, что приводит к возникновению новых форм подачи информации, в том числе мультимедийных.

Социальные сети. Учеными под этим понимается интерактивная, многопользовательская площадка, основной контент которой наполняется участниками сети. Существует много видов социальных сетей, например, Вконтакте, Одноклассники, Twitter, Instagram, Facebook.

Фотокорреспондент занимается подготовкой фотографий к журналистским материалам печатных и электронных изданий школьного (детского) пресс-центра. В детском пресс-центре необходимо создавать пары «Корреспондент-фотокорреспондент» для ускорения работы на репортажах.

Эвент (Ивент) Event (с англ. «событие») — публичные мероприятия, которые носят развлекательный и/или рекламный характер. Ивент (event) организуют для продвижения бренда, его товаров и услуг.

ЭССЕ – это сочинение небольшого объема, сочетающее в себе подчеркнуто индивидуальную позицию автора по конкретному поводу или вопросу без притязаний на исчерпывающую трактовку предмета. Автор эссе обобщает, раскрывает философские мысли, обычно это происходит под влиянием особого значимого момента жизни.