

Краевое государственное бюджетное общеобразовательное учреждение,
реализующее адаптивные основные общеобразовательные программы
«Школа-интернат № 2» (КГБОУ ШИ 2)

Тема «Написание Программы развития
школьного медицентра на базе школьного радио»
Направление «Человек в социальном измерении»

Исследовательская работа

Выполнил: Чумичкин Иван Олегович
ученик

12 «А» класса

Руководитель: Новоженина Татьяна Борисовна
педагог-библиотекарь

г. Хабаровск

2024

Содержание

Введение	4
Глава 1. Теоретическая часть	6
1.1 Исследовательская деятельность	6
1.2 Менеджмент как наука об управлении ресурсами организации	10
1.3 Инструменты написания Программы развития. Стратегический менеджмент, как инструмент написания Программы развития.	11
1.4 Программно-целевой метод планирования	12
1.5 Логико-структурный подход	13
1.6 Сущность и назначение Программы развития	14
1.7 Этапы разработки программы развития	15
1.8 Функции программы развития	15
1.9 Требования к содержанию документа	16
Глава 2. Практическая часть	17
2.1 Этапы разработки Программы развития организации (творческого объединения)	17
2.2 Разделы Программы развития	18
2.3 Структура программного документа	18
2.3.1 Паспорт программы	18
2.3.2 SWOT-анализ внутренних факторов развития образовательной организации и SWOT-анализ внешней среды.	19
2.3.3 Цель и задачи программы, срок реализации	21
2.3.4 Перечень и описание программных мероприятий, сроки их реализации	22
2.3.5 Методика оценки эффективности реализации программы	23
2.3.6 Критерии оценки эффективности реализации Программы	24
2.3.7 Экспертиза программы	24
2.4 Выводы по практической части	24

Глава 3. Заключение	26
Список использованных источников	27
Приложение 1: Положение о школьном медицентре	
Приложение 2: Структура школьного медицентра	
Приложение 3: Методические рекомендации по созданию школьного медицентра	

Введение

1. Актуальность: чтобы ориентироваться в современном потоке информации, исходящей из СМИ (радио, телевидение, соц. сети, и др.) молодой человек должен понимать внутреннюю кухню создания информационных потоков; понимать, как пишутся новости, прогнозы погоды, гороскопы и прочие.

Подростки с 13-17 лет, часто меняют свои хобби и увлечения, мы предлагаем им использовать средства школьного медиacentра для воплощения своих творческих идей. Благодаря работе в медицентре, обучающиеся школы приобретут навык активного творческого поиска, будут готовы к адекватной самостоятельной переработке медийной информации и её использования.

2. Объектом исследования моего проекта является школьное радио «Да».

3. Предмет исследования - трансформация школьного радио в медицентр.

4. Проблема исследования.

Рамки школьного радио, существующего у нас в школе, не могут позволить участникам выйти за границы транслируемого эфира, но иногда необходимо провести звукозапись не только для эфира, но и на конкурс, фестиваль, и др. подготовить аудио и видео сопровождение школьного мероприятия. Для этого требуется трансформация школьного радио в школьный медицентр.

Целью моего проекта будет создание Программы развития школьного медицентра «ДА» на 2024- 2028 г.г.

Задачи проекта:

1. Проанализировать направления деятельности школьного радио;
2. Выявить потребности школьного сообщества в медиа продуктах;
3. Разработать проект Программы развития школьного радио и трансформация его в медиа центр;
4. Написать дорожную карту на 2024-2025 учебный год.

Методы исследования:

1. Анализ Интернет ресурсов;
2. Изучение нормативной документации
3. Опрос участников образовательного процесса

Гипотеза: сможем ли мы написать Программу развития школьного медиацентра с помощью стратегического менеджмента.

Продуктом моего проекта станет Программа развития школьного медиацентра на 2024-2028 г.г. Дорожная карта мероприятий на 2024-2025 учебный год.

Глава 1. Теоретическая часть

В современном образовании становится все более важным использование новых технологий и средств коммуникации для развития креативности, обмена знаниями и расширения горизонтов обучающихся. В этом контексте особенно заметное значение приобретает создание медиацентров в школах, которые могут стать настоящими катализаторами развития и инноваций. Мой проект направлен на трансформацию школьного радио в современный медиацентр, который станет мощным инструментом образования и развития творческого потенциала школьников. Проведение реконструкции помещения и оснащение его передовым аудио-видео оборудованием позволят нам создать полноценную мультимедийную платформу, способную охватить и поддержать все аспекты образовательного и воспитательного процесса. Важной составляющей проекта является создание команды профессионалов в области медиа, которые будут работать с обучающимися и помогать им приобретать различные технические и творческие навыки. Будут созданы различные студии – аудио, видео, фото, где ученики смогут осуществлять свое медиапроизводство, участвовать в создании информационных продуктов, а также делиться своими работами с широкой аудиторией. Проект трансформации школьного радио в медиацентр имеет огромный потенциал, который поможет нам создать мощный образовательный ресурс для обучающихся и педагогов. Мы готовы вложить все свои знания, опыт и энергию в реализацию данного проекта, и считаем, что он принесет значительный вклад в развитие нашей школы и образовательной системы в целом. Будущее – в медиацентрах, и мы хотим быть на переднем фронте этого развития!

1.1 Исследовательская деятельность

Чтобы грамотно написать эффективную Программу развития школьного медиацентра мы хотели познакомиться с работой других школьных радио и медиа центров России. Поисковые системы Интернета не дали нам ясной картины деятельности таких объединений. Мы нашли много хороших Программ для создания в школе радио или медиа центра, но Программы

развития уже созданного ресурса нет или очень сильно скрыта от потенциальных пользователей.

Проблема – Отсутствие единой открытой площадки, где размещена информация о всех школьных радио и медиа центрах России или региона. Отсутствие нормативных документов, регламентирующих структуру и содержание Программ развития школьного медиа центра

Предложение – создать на базе сайта Министерства Образования и науки Хабаровского края или КЦО – ресурс, где будут отражены созданные и работающие медиа центры образовательных учреждений.

Эта площадка будет способствовать созданию новых медиа центров в школах и развитию уже существующих. А мы, как инициаторы создания необходимого нам ресурса, готовы поделиться своим опытом написания Программы развития и трансформации школьного радио в медиацентр, а также другими наработанными материалами.

Исследуя интернет источники и анализируя работу школьных радио центров в России, можно прийти к выводу, что структура управления и наполнение эфира имеют одинаковый шаблон и наполняемость. Отличия наблюдаются в дополнительных направлениях деятельности, связанных с видом образовательного учреждения и регионом его нахождения. В школах, где существуют радиостудии чаще всего их деятельность осуществляется на базе кружков по внеурочной деятельности или в рамках реализации программ дополнительного образования.

Наше школьное радио – это одно из направлений деятельности школьного ученического самоуправления, оно является добровольной организацией в состав которой могут войти обучающиеся с 5 по 12 классы, педагоги школы и родители.

Для определения дальнейшего развития школьного радио «Да», активисты «Доброграда» провели опрос учащихся 5-12 классов, для выявления потребностей радиослушателей.

На вопрос:

1. Устраивает ли Вас эфир школьного радио?

85 % - да

5 % - нет

10 % - не знаю

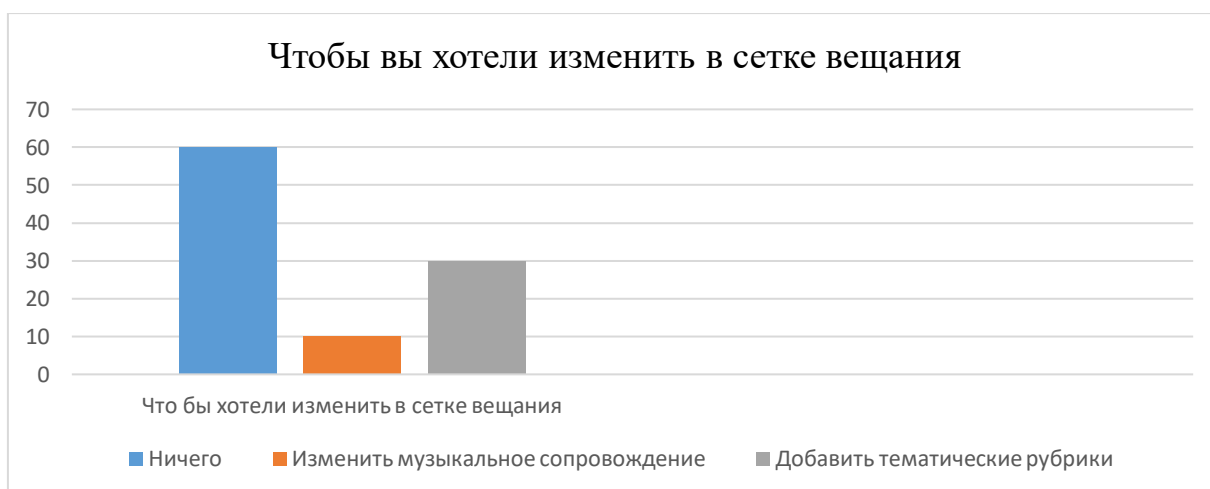


2. Что бы Вы хотели изменить в сетке радиовещания?

60 % - ничего, информации достаточно

10 % - хотели бы изменить музыкальное сопровождение

30 % - хотели бы добавить тематических рубрик



3. Хотели бы вы попробовать себя в роли участника команды школьного радио?

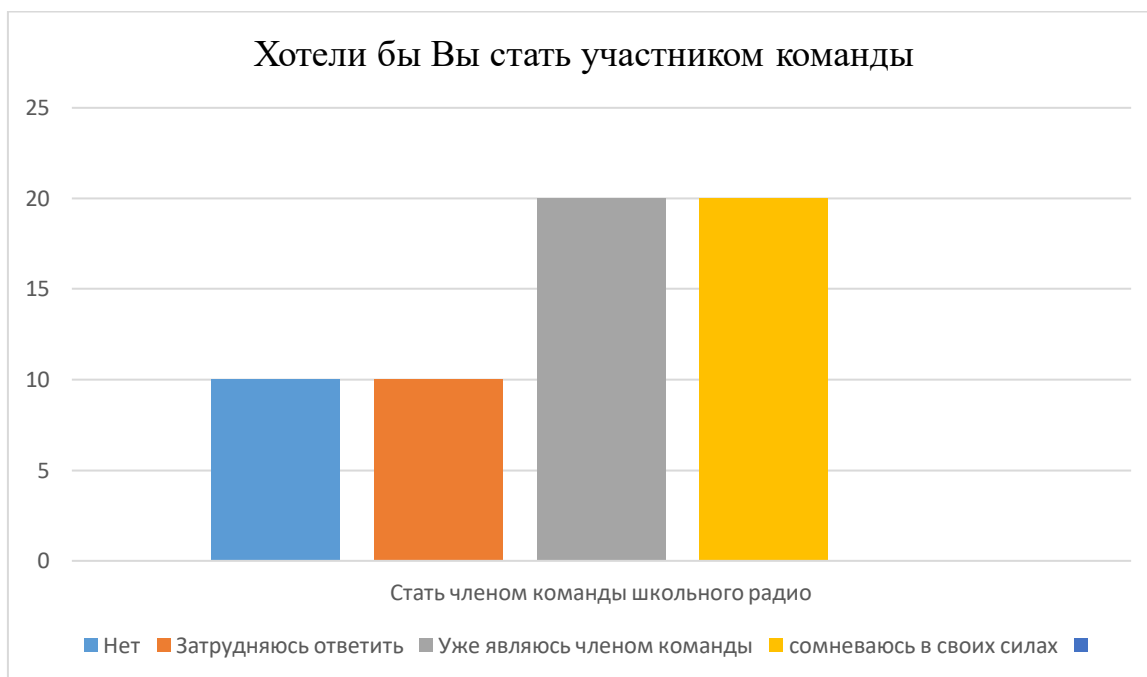
40 % - Да

10 % - нет

10 % - затрудняются ответить

20 % - уже являются частью команды школьного радио

20 % - сомневаются в своих силах.

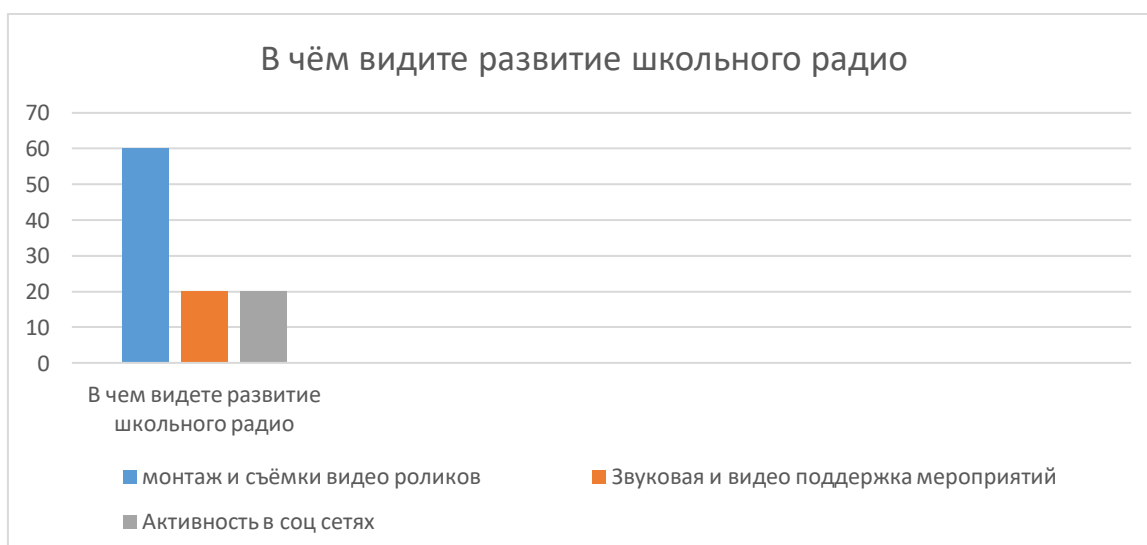


4. В чём вы видите развитие школьного радио

60 % - монтаж и съёмка видео роликов

20 % - звуковая и видео поддержка школьных мероприятий и конкурсов

20 % - Активная страница в социальных сетях (VK, Телеграм).



Наше исследование подтвердило потребность трансформации школьного радио в школьный медицентр.

Я, как директор школьного эфира, анализируя работу школьного радио, прихожу к выводу, что пора переходить на новую ступень развития и разработать Программу трансформации школьного радио в медицентр.

1. 2 Менеджмент как наука об управлении ресурсами организации

Приступая к работе над Программой развития, мы столкнулись с анализом огромного количества нормативных документов, регламентирующих правильное написания Программы развития различных организаций. У нас возникла проблема правильного выбора структуры и наполнения содержания нашей Программы. Для её решения руководитель проекта прошла курсы повышения квалификации по дополнительной профессиональной программе "Программно-проектная деятельность библиотеки/ИБЦ образовательных организаций Хабаровского края", где обновила знания о стратегическом менеджменте. Благодаря лекциям Качановой Елены Юрьевны – доктора педагогических наук, профессора, мы смогли определиться с принципами написания Программы развития в основе которых находится стратегический менеджмент.

Для начала необходимо дать определение Менеджмента.

Менеджмент (англ. management — «управление») — наука об управлении ресурсами предприятий, правительств и других организаций посредством делового администрирования.

По институциональным сферам менеджмент ориентирован на:

- предпринимательство;
- государственные социально-экономические системы;
- некоммерческие организации и т. д.

Менеджмент — академическая дисциплина, социальная наука, предметом которой является изучение социальной организации.

Если упростить для понимания, то менеджмент — это работа по управлению бизнесом, процессом или проектом и контроль такой деятельности. С точки зрения науки менеджмент — это дисциплина, которая изучает принципы и

признаки эффективного управления и исследует, как определенное руководство процессами приводит организацию к успеху.

Менеджментом также называют круг/сообщество руководителей компании и совокупность навыков по работе с людьми и решению трудных ситуаций в организации.

1. 3 Инструменты написания Программы развития. Стратегический менеджмент, как инструмент написания Программы развития.

Чтобы написать Программу развития необходимо выработать стратегию, в этом нам поможет стратегический менеджмент, то есть социальная наука об управлении. Сущность которого заключается в том, что без чётких целей, сроков исполнения и проработанного плана достижения задачи невозможна эффективная реализация миссии любой организации (команды).

Для написания Программы развития школьного медицентра мы используем стратегическое программирование - главный, ключевой инструмент стратегического менеджмента.

Стратегическое программирование построено на алгоритме, который включает «цепочку мыследеятельности», в которой нельзя менять местами ее звенья:

- Концепция - Программа — Проект — План — Действие.

Концепция — образ представлений о результатах деятельности с учетом оценки ситуации. Отвечает на вопрос «КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ НАША организация (творческое объединение)? КАКОВА ЦЕЛЬ и специфика её ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.

Программа — программа действий, направленных на достижение поставленной цели.

Программа отвечает на вопрос "Что делать?", она задает направления движения, указывает путь, ведущий к цели. К сожалению, часто имеет место быть путаница понятий, когда под программой понимается план.

Проект — это всегда образ чего-либо определенного: нового мероприятия, культурного события и пр. Проект должен быть упорядочен, конкретен, по

возможности содержать наглядный образ ожидаемого результата. Проект содержит ответ на вопрос "Как делать?".

План — перечисление по пунктам мероприятий, выстроенных друг за другом в соответствии со сроками, назначенными для каждого из них. План отвечает на вопросы "Когда?" и "Какими средствами?" (т.е. с помощью каких проектов и мероприятий) будет осуществляться программа.

Фундаментом разработки Программы развития школьного медиацентра является Программно-целевой метод планирования.

1. 4 Программно-целевой метод планирования - метод, при котором цели плана связываются с ресурсами при помощи программ. Он основан на применении системного подхода и предполагает формулирование целей развития, их разделение на подцели, выявление ресурсов, необходимых для их согласованной реализации и определения результатов.

Сущность программно-целевого метода планирования заключается в отборе основных целей развития, в разработке взаимоувязанных мероприятий по их достижению в намеченные сроки при сбалансированном обеспечении ресурсами с учетом эффективного их использования.

Программно-целевое планирование построено по логической схеме «цели - пути - способы - средства – результат»

Особенностью данного метода планирования является не просто прогнозирование будущих состояний системы, а составление конкретной программы достижения желаемых результатов.

Программно-целевой метод планирования «активен», он позволяет не только наблюдать ситуацию, но и влиять на ее последствия, что выгодно отличает его от большинства других методов планирования.

Для того, чтобы Программа развития школьного медиацентра была грамотно и логично структурирована, мы используем логико-структурный подход к её организации.

1.5 Логико-структурный подход – это аналитический инструментарий планирования и управления целевыми и предметно-ориентированными проектами, основанный на использовании метода «логического структурирования», при котором основные элементы проекта представляются в единой структуре с особым выделением логических связей между намеченными ресурсами, программой управления и ожидаемыми результатами.

Можно выделить следующие основные этапы логико-структурного подхода:

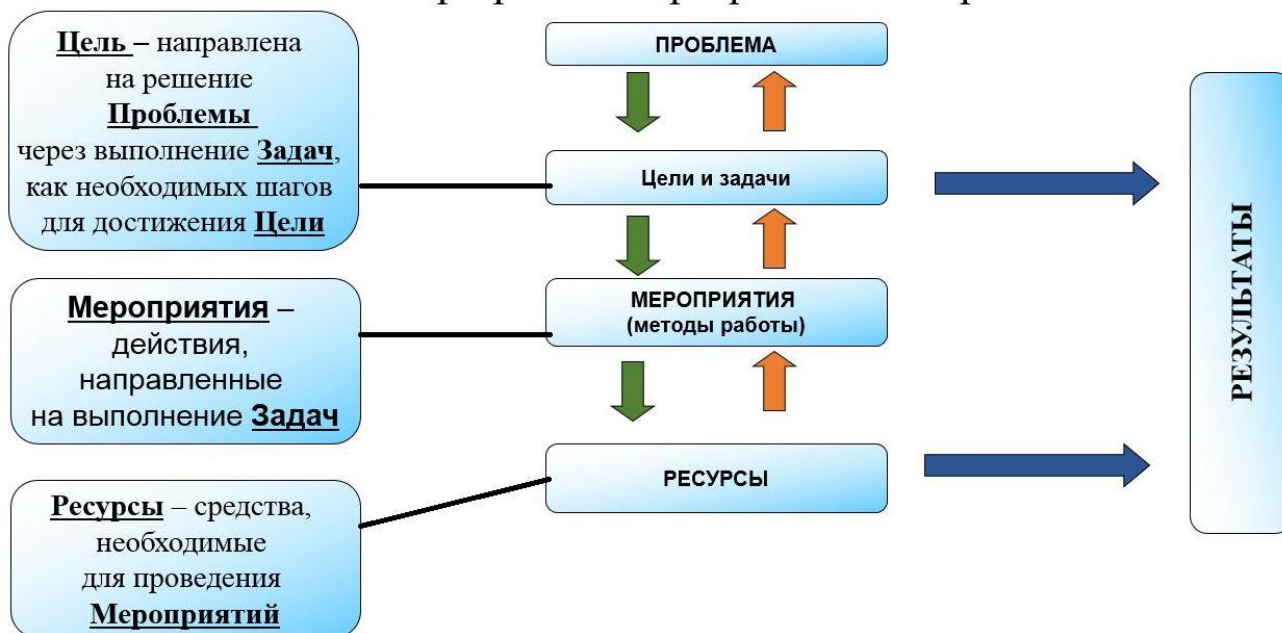
- Анализ заинтересованных сторон.
- Анализ проблем.
- Анализ и формулировка целей (дерева целей и задач).
- Формулировка основных предположений и факторов риска.
- Определение показателей эффективности реализации и степени достижения целей.
- Составление логико-структурной схемы (плана мероприятий) (ЛСС).
- Определение логики дальнейшей деятельности.
- Определение элементов системы управления деятельностью.
- Разработка технологии мониторинга, отчетности и оценки результатов.

Логико-структурный подход предусматривает:

- четкое определение целей и содержания деятельности на основе всестороннего анализа решаемых проблем, учета основных условий реализации, интересов вовлеченных сторон, а также рисков и гипотез, заложенных в идеи развития;
- принятие четко выраженных, количественно и качественно измеряемых показателей успешности реализации и завершения планируемой деятельности;
- однозначное определения того, кто и за что должен отвечать в процессе достижения поставленных задач и почему;
- выделение ключевых элементов планируемой деятельности и определения их взаимосвязи, для облегчения анализа, реализации и оценки эффективности деятельности;

- перенос внимания при оценке проекта с вопроса «кто виноват?» на вопрос «каков наиболее реалистичный курс дальнейшей работы?».

Логика разработки программы или проекта



Сущность логико-структурного подхода:

Базовой основой логико-структурного подхода является цель как «предмет стремления».

Смысл постановки целей состоит в определении предмета достижения цели (желаемой ситуации в будущем) для того, чтобы затем выработать план мероприятий для достижения цели и под-цели).

Этот процесс носит название целевого планирования. Ясность целей позволяет четко определить конечный результат для всей деятельности, а также провести оценку достижимости планируемых результатов.

1.6 Сущность и назначение Программы развития

Программа развития представляет собой разработанный в соответствии с целями, задачами, ресурсами и сроками исполнения документ, содержащий комплекс мероприятий, обеспечивающих эффективное развитие организации (творческого объединения).

Она описывает изменения инфраструктуры организации (творческого объединения), требуемые для обеспечения реализации образовательной и

воспитательной деятельности, необходимые качественные изменения для создания новой практики в сфере медиа образования.

1.7 Этапы разработки программы развития:

Программа развития, утверждается внутренним локальным актом и проходит несколько этапов:

- – выбор проблем для программной разработки;
- – разработка текста, экспертиза и оценка программы;
- – утверждение и согласование программы;
- – управление реализацией программы;
- – контроль хода выполнения программы

Программа развития – нормативно-правовой документ, представляющий стратегию и тактику развития организации (творческого объединения), охватывающий изменения в структуре, технологиях, системе управления, организационных формах деятельности.

Это документ, прогнозирующий развитие организации (творческого объединения), способный эффективно понижать неопределенность будущего для субъектов отношений.

Это документ стратегического значения, который составляется силами всего коллектива на длительный период времени (как правило, 3-5 лет).

В программном документе:

- перечисляются потребности организации (творческого объединения);
- инновации и административные коррективы, необходимые для качественного изменения организации (творческого коллектива);
- раскрывается курс на реализацию перспективных потребностей прогнозируемого социального заказа.

1.8 Функции программы развития:

- задает направления для развития деятельности и позволяет лучше понимать приоритеты планирования;
- обеспечивает четкость целей, которые увязываются с общими задачами организации (творческого объединения);

- стимулирует координацию усилий различных функциональных направлений;
- заставляет обучающихся оценивать свои сильные и слабые стороны с точки зрения сложившейся ситуации;
- определяет альтернативные действия или комбинации действий, которые необходимо предпринять;
- создает основу для распределения ресурсов;
- демонстрирует важность применения процедур оценки деятельности.

1.9 Требования к содержанию документа:

1. Логика и стройность изложения. Каждый последующий раздел должен «вытекать» из предыдущего.
2. Простота и ясность написанного для непрофессиональных управляющих.
3. Хорошая, добротная аналитическая часть, в которой объясняется, почему нужно двигаться именно в заданном направлении.
4. Описание ожидаемых результатов.
5. Содержание конкретного плана действий по достижению ожидаемых результатов.

С управленческой точки зрения Программа развития является основой принятия оперативных управленческих решений.

При разработке Программы развития руководитель представляет собственную позицию к происходящим изменениям, анализирует потенциал развития школьного медиацентра в новых условиях и берет на себя ответственность за новые цели развития и способы их достижения.

В Программе развития должны быть отражены тенденции развития школьного медиацентра, охарактеризованы главные проблемы и задачи работы педагогического и ученического коллективов, представлены меры по изменению содержания и организации медиа процесса.

Глава 2. Практическая часть

В практической части я разработаю, совместно с наставником, педагогом-библиотекарем, Татьяной Борисовной и завучем по воспитательной работе Говор Ниной Сергеевной программу трансформации школьного радио в медицентр, рассчитанную на 3 года и дорожную карту на 2024 -2025 учебный год используя принципы стратегического менеджмента.

Начнём с анализа возможностей и потребностей.

Возможности:

1. Школьная команда - организована
2. Оборудование - имеется
3. Помещение - имеется
4. Программное обеспечение - имеется
5. Позитивный настрой на преодоление трудностей - имеется

Риски:

1. Не желание обучающихся заниматься активной деятельностью.
2. Отказ администрации школы в трансформации радио в медиа центр.
3. Отсутствие финансирования на необходимые изменения.

2.1 Этапы разработки Программы развития организации (творческого объединения):

1. Формирование рабочей группы
2. Изучение стратегических документов
3. Составление маршрута движения
4. Сбор информации о состоянии школьного радио
5. Оценка потенциала школьного радио
6. Формулирование целей школьного медицентра
7. Формулирование задач школьного медицентра
8. Декомпозиция задач на подзадачи и мероприятия
9. Разработка разделов Программы развития
10. Определение перечня показателей эффективности реализации

Программы развития

11. Определение механизмов реализации Программы развития

12. Экспертиза Программы развития
13. Согласование Программы развития

2.2 Разделы Программы развития:

1. Титульный лист.
2. Содержание Программы развития.
3. Пояснительная записка.
4. Паспорт Программы.
5. Информационная справка о работе школьного радио.
6. Нормативно-правовое обеспечение Программы развития школьного медиацентра.
7. Основания для разработки Программы развития школьного медиацентра.
8. SWOT-анализ внутренних факторов развития образовательной организации и SWOT-анализ внешней среды.
9. Основные направления развития школьного медиацентра (Концепция развития).
10. Этапы и сроки реализации Программы развития.
11. Ожидаемые результаты реализации Программы.
12. Мероприятия по реализации Программы развития.
13. Содержание и механизмы управления реализацией Программы развития.
14. Ресурсное обеспечение Программы развития.
15. Материально-техническое обеспечение и финансирование.
16. Контроль и оценка эффективности выполнения Программы развития.
17. Критерии и показатели оценки.

2.3 Структура программного документа:

2.3.1 Паспорт программы: основание для разработки программы, заказчик, разработчики, цель, задачи, исполнители, сроки реализации, этапы реализации, объем и источники финансирования, результаты, система организации контроля и корректирования программы.

Паспорт программы – чрезвычайно важный раздел. Формируется по завершении всех разделов. В нем в сжатом виде представлена фактически вся программа, начиная от целей и результатов, заканчивая бюджетом.

Посмотрев паспорт, любой человек должен получить представление о программе развития школьного медиацентра.

- **Паспорт программы** (Наименование программы)
- Ответственный исполнитель программы, соисполнители программы
- Цель программы, Задачи программы. Сроки реализации программы
- Целевые показатели программы, Подпрограммы,
- Прогнозная (справочная) оценка ресурсного обеспечения реализации программы
- Ожидаемые конечные результаты реализации программы

2.3.2 SWOT-анализ внутренних факторов развития образовательной организации и SWOT-анализ внешней среды.

Оценка ситуации (информационно-аналитический раздел). Обоснование проблемы и необходимости ее решения программными средствами; Цель и задачи программы, приоритетные направления развития (Оценка приоритетности задач, обоснование этапов, логики и последовательности их реализации); Ожидаемые результаты реализации программы; Социально-экономическая эффективность программы, Основные проекты\мероприятия, Партнеры и коммуникации).

Управленческий анализ – это процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей школьного медиацентра, направленный на оценку текущего состояния, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем.

Сильные стороны – это опыт и ресурсы, которыми владеет школьный медиацентр, а также стратегически важные сферы деятельности, позволяющие иметь достижения.

Слабые стороны – это недостатки и ограничения, препятствующие успеху школьного медиацентра.

Основная цель управленческого анализа – оценка стратегической ситуации с учетом имеющихся ограничений и перспектив развития.

Анализ дает возможность ответить на конкретные вопросы SWOT-анализа.

Сильные стороны: Что нам удастся особенно хорошо? В чем мы можем быть уверены? Чем мы дорожим? Что необходимо сохранить?

Слабые стороны: Чего нам не хватает? С чем мы пока не справляемся? Что мешает нашей работе? От чего, возможно, нам следует отказаться?

Возможности: как складываются отношения с внешним окружением? Кто может оказать нам помощь и поддержку?

При каких условиях это возможно?

Угрозы: Какие внешние опасности и риски нам необходимо преодолеть?

Какие новшества могут ввести школьный медиацентр на новый виток развития?

Необходим и анализ творческих результатов. Под этими результатами мы будем понимать те изменения в деятельности, которые происходят благодаря специально организованному процессу. Анализ предусматривает поиск ответов на вопросы:

— какие творческие достижения и результаты сегодня имеет наш школьный медиацентр (участие и достижения в конкурсах, конференциях, смотрах, фестивалях и пр.)?

— устраивают ли эти результаты государство, родителей, посетителей и, наконец, их самих?

— насколько эти результаты соответствуют ожиданиям разработчиков программы, местного сообщества?

Далее необходимо сравнить реальные результаты с требуемыми, то есть выявить разрывы между ожидаемыми и реально полученными результатами. Уменьшению этого разрыва и будет подчинена программа развития.

Описание проблем и обоснование необходимости решения программно-целевым методом:

- развернутая характеристика проблемы (проблем) школьного медиацентра, в соответствии с требованиями, на решение которых направлена Программа;
- обоснование соответствия решаемой проблемы приоритетным целям и задачам ОО;

- анализ причин возникновения проблемы, характеристика и прогноз развития данной проблемы без применения программно-целевого метода;
- обоснование необходимости и целесообразности решения указанной проблемы программно-целевым методом, анализ различных вариантов этого решения, необходимости социального взаимодействия при ее решении, описание основных рисков, связанных с программно-целевым методом решения проблемы.

2.3.3 Цель и задачи программы, срок реализации

Данный раздел должен содержать формулировки цели и задач Программы, дающие ясное представление о направленности Программы на решение значимых проблем.

Требования, предъявляемые к цели и задачам Программы: специфичность (цели должны соответствовать компетенции исполнителей программы); достижимость (цели должны быть потенциально достижимы); измеримость (должна существовать возможность проверки достижения цели и задач).

Задачи программы как комплексные модули

- Стратегические задачи, так же, как и проблемы, можно разделить на общие и специфические, причем содержание общих задач должно быть направлено, с одной стороны, на достижение целевых приоритетов, а с другой стороны, на решение ранее выявленных проблем функционирования ИБЦ.
- Социальные и деятельностные задачи
- Задачи должны быть дифференцированы в соответствии с особенностями функционирования отдельных структурных составляющих деятельности.
- Задачи требуют детализации

Задачи — это приоритеты и направления деятельности, формируются из цели программы:

- ✓ Формируются из основных ценностей, подчеркивают социальную роль школьного медиа, его необходимость и долгосрочную полезность, в них конкретизируются векторы реализации миссии

- Это стратегические задачи 1-го уровня, отвечают на вопрос «В чем школьный медицентр «видит» проявление своей миссии, вклад в решение задач ОО? Предполагают множественность вариантов.
- ✓ Формируются из основных ценностей, подчеркивают социальную роль, необходимость и долгосрочную полезность, в них конкретизируются векторы реализации миссии
- Предполагают множественность вариантов. Определяются исходя из анализа ситуации. Рассматриваются как - комплексные «модули» развития, могут предусматривать несколько направлений.

Целевые показатели и ожидаемые конечные результаты реализации программы, оценка рисков ее реализации:

Ожидаемые результаты реализации программы: описание ожидаемых результатов (социально-экономических последствий) реализации

Программы, общая оценка влияния ее результатов на достижение соответствующей стратегической цели развития организации (творческого объединения), оценка вклада школьного медицентра в развитие ОО.

2.3.4 Перечень и описание программных мероприятий, сроки их реализации:

- Перечень программных мероприятий — это описание мероприятий, которые предлагается реализовать для решения задач и достижения цели Программы, а также информация о необходимых для реализации каждого мероприятия ресурсах (с указанием источников финансирования) и сроках (на весь период реализации, а также в разбивке по годам (этапам)).
- Мероприятия Программы должны быть увязаны по ресурсам, срокам и исполнителям, обеспечивать решение задач Программы.

Мероприятия Программы должны предусматривать комплекс мер по предотвращению негативных последствий (рисков), которые могут возникнуть при их реализации.

2.3.5 Методика оценки эффективности реализации программы.

Для создания документов отчетности необходимо: выполнить следующие шаги:

1. Определить цель и содержание отчетности. Это может быть финансовая отчетность, отчет о деятельности компании за определенный период времени, отчет о выполнении работ или проекта и т. д.
2. Собрать необходимую информацию. Это может включать данные о финансовом состоянии компании, ее деятельности, продажах, расходах, качестве продукции или услуг и т. д.
3. Составить отчет. В зависимости от цели отчетности, необходимо выбрать формат и структуру документа. Например, для финансовой отчетности используются типичные финансовые отчеты (баланс, отчет о прибылях и убытках и т. д.), для отчета о деятельности компании часто используются ежеквартальные или годовые отчеты.
4. Проверить правильность данных и их соответствие законодательным требованиям. Убедитесь, что отчетность содержит достоверную информацию и правильно отражает деятельность компании.
5. Подготовить документ к публикации или представлению. Отчетность должна быть хорошо оформлена, содержать все необходимые сведения и быть готова к публичному представлению (если это требуется).
6. Распространить отчетность среди заинтересованных лиц. Это могут быть инвесторы, партнеры, руководство компании, государственные органы и другие заинтересованные стороны. Важно своевременно предоставить им доступ к информации из отчетности.

Следуя этим шагам, вы сможете создать качественные и информативные документы отчетности, которые помогут вам следить за результатами своей деятельности и принимать обоснованные решения.

2.3.6 Критерии оценки эффективности реализации Программы:

Указываются структуры, осуществляющие контроль за ходом реализации Программы. Описываются периодичность и сроки представления отчетной информации о ходе реализации Программы. Оценка эффективности реализации Программы основывается на количественной оценке показателей затрат и целевых индикаторов и показателей результативности Программы и определяется как соотношение достигнутых и планируемых результатов (а также достигнутых результатов) к потраченным ресурсам (расходам).

2.3.7 Экспертиза программы:

В ходе проведения экспертизы устанавливается соответствие Программы развития следующим требованиям:

- 1) приоритетный характер проблемы, предлагаемой для разработки Программы;
- 2) обоснованность, комплексность и безопасность мероприятий Программы, сроки их реализации и возможность завершения мероприятий Программы в эти сроки;
- 3) привлечение внебюджетных средств и участие бюджетов других уровней;
- 4) результативность, эффективность реализации и значимость мероприятий Программы для ОО.

2.4 Выводы.

Программа развития – не только средство формирования стратегии развития школьного медиацентра ОО, но и способ объединения всех заинтересованных в результатах участников образовательной и воспитательной деятельности, обучающихся, родителей, педагогического коллектива и социальных партнеров.

После принятия Программы развития члены рабочей группы не могут оставаться пассивными наблюдателями. Необходимо их участие в сопровождении программы: в создании положительной репутации школьного медиацентра, его доброго имени. Программа развития при необходимости должна меняться, дополняться и пересматриваться.

Программа развития школьного медиacentра разработана на основе стратегических документов нашей образовательной организации:

- ***Программа развития КГБОУ ШИ 2.***
- ***Рабочая программы воспитания КГБОУ ШИ 2 на 2023-2026 г.г.***
- ***Положение о школьном самоуправлении «Доброград»***

Для трансформации школьного радио в медиacentр необходимо утвердить проекты документов на педагогическом совете школы:

1. Положение о школьном медицентре
2. Программа развития школьного медицентра
3. Внести изменения в Положение об ученическом самоуправлении «Доброград».

Разработанная на основе стратегического менеджмента Программа развития школьного медицентра до её утверждения будет называться проектом Программы развития. После её экспертизы и утверждения эта программа ляжет в основу работы школьного медицентра. Необходимо также утвердить Положение о школьном медицентре, и можно считать, что наше школьного радио трансформировалось в школьный медицентр, что и являлось целью написания Программы развития.

Глава 3. Заключение

При разработке Программы развития школьного медиацентра я узнал о том, что такое стратегический менеджмент и как он работает, узнал, что такое логико структурный подход и swot анализ. Изучил как правильно писать Программу развития.

При написании Программы развития школьного медиацентра мы использовали современные информационные технологии: Интернет ресурсы и ресурсы нейросети, которые помогли нам грамотно формулировать некоторые аспекты Программы развития.

При поиске других школьных медиацентров наша команда выявила проблему отсутствия единой площадки школьных медиацентров России и края в том числе.

Чтобы устранить данную проблему мы предлагаем: создать (на базе сайта Министерства образования и науки Хабаровского края или КЦО) – доступный ресурс, где будут отражены созданные и работающие медиа центры образовательных учреждений края.

Полученные в результате работы над проектом знания помогут мне не только написать Программу развития организации или творческого коллектива, но и собственную Программу развития, опираясь на законы и принципы стратегического менеджмента.

Гипотеза моего проекта звучала так: сможем ли мы написать Программу развития школьного медиацентра с помощью стратегического менеджмента.

В результате работы мы подтвердили гипотезу, что при помощи стратегического менеджмента можно написать эффективную Программу развития не только школьного медиацентра, но и других организаций или объединений.

В результате работы над проектом по написанию Программы развития школьного медиацентра нашей командой был разработан пакет документов в виде проектов, которые необходимо утвердить на Педагогическом совете школы и внедрить в работу с 01.09.2024 года.

Список использованных источников.

1. Качанова Е.Ю. Сущность программно-целевого планирования и его особенности как технологии стратегического менеджмента. Специфика стратегического менеджмента как инструмента развития образовательных организаций [Электронный ресурс]/ Е.Ю. Качанова. – Электрон. дан. – Хабаровск, 2024 г. – эл.база ИБЦ КГБОУ ШИ 2
2. Качанова Е.Ю. Зависимость программы развития от целей и комплексной стратегии развития образовательной организации [Электронный ресурс] / Е.Ю. Качанова. – Электрон. дан. – Хабаровск, 2024 г. – эл.база ИБЦ КГБОУ ШИ 2
3. Качанова Е.Ю. Структура и особенности разработки программы развития ИБЦ [Электронный ресурс] / Е.Ю. Качанова. – Электрон. дан. – Хабаровск, 2024 г. – эл.база ИБЦ КГБОУ ШИ 2
4. Ястребцева Е.Н. Медиатека: Как создать в школе медиатеку. – М.: Информатика и образование, 2014. – 48 с., ил.
5. Методические рекомендации по созданию школьного медицентра [Электронный ресурс]. – Доступ 21.03.2024. - https://docs.yandex.ru/docs/view?url=ya-browser%3A%2F%2F4DT1uXEPRrJRXIUFoewruH3rGgOkEv6Arb4YnkbhLFxs_hoxDxprv-GHhabH6lTOSd6mXuqQn7FaF38eiLopnPAmneACymzZl96F7G1NGeXzdO9WkHl4HZC8KMGXdXsWKapPYaL1uAT505s445xM4OQ%3D%3D%3Fsign%3DrN8iLWItVa3cWHrWEX9B6S7thx_da5XY0xArmPy1c%3D&name=metodich.-rekomendaczii.1706881452.docx&nosw=1

Электронные ресурсы предложенные

нейросетью <https://chat-gpt.org/ru/chat>

1. "Школьные медиацентры: организация и функционирование" - автор Н.А. Паорба
2. "Роль медиацентров в формировании информационной грамотности учащихся" - авторы Т.М. Лебедева, И.И. Светлецова
3. "Интерактивные медиацентры в образовательном процессе" - автор С.В. Кузьмин
4. "Модель эффективного медиа-центра в современной школе" - автор Т.А. Казарян
5. "Становление и развитие медиацентров в образовательных учреждениях" - авторы Е.И. Петрова, И.Н. Терентьева.

Приложение 1

Утверждаю

директор школы

« ___ » _____ /М.А. Веселовская /

Приказ № 35/3 от 01.03.2024

ПОЛОЖЕНИЕ

о школьном медицентре

1. Общие положения

1.1. Медицентр – добровольная организация, в состав которой входят обучающиеся 5-12 классов, а также педагоги школы, чьи принципы не расходятся с целями и задачами объединения.

1.2. Медицентр осуществляет свою деятельность в соответствии с Конституцией РФ, Федеральным законом от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федеральным законом «О средствах массовой информации», Уставом школы-интерната, настоящим Положением, приказами и распоряжениями директора школы.

1.3. Медицентр – детское объединение информационного и организационного обслуживания, которое направлено на формирование творческой личности, ориентированной на созидательную деятельность.

1.4. Медицентр создан для осуществления:

- поэтапного решения задач создания единого информационного пространства школы;
- поддержки одарённых и талантливых детей;
- использования и внедрения современных технологий в образовательный процесс школы-интерната.

2. Основные цели и задачи медицентра

2.1. Основной целью деятельности медицентра является: создание условий для развития творческих способностей обучающихся, воспитание

информационной и цифровой культуры, формирование активной жизненной позиции.

2.2. Основными задачами деятельности медиацентра являются:

2.2.1. Создать условия для реализации профессиональных интересов (для обучающихся, желающих в будущем получить профессию журналиста и другие);

2.2.2. Создать условия для реализации инициативы, активности у учащихся в значимой для них деятельности;

2.2.3. Предоставить возможности всем участникам образовательных отношений получать информацию о школьной жизни, событиях, волнующих обучающихся.

- Освещать жизни школы через официальные страницы в социальных сетях;

3. Порядок формирования медиацентра

3.1. В состав медиацентра входят обучающиеся 5-12 классов, желающие участвовать в

создании школьного медиа контента, видео новостей, радио, а также педагоги школы, администрация, родители и социальные партнёры школы.

3.2. Медиацентр самостоятельно организует свою деятельность: определяет состав, распределяет функции между членами, устанавливает отношения с другими органами самоуправления, администрацией, педагогами, иными учреждениями и организациями.

4. Права медиацентра

4.1. Иметь доступ к информации о событиях, происходящих в школе и отдельно взятых классах.

4.2. Получать время для выступлений представителями медиацентра на классных часах, конференциях и других мероприятиях.

4.3. Распространять контент в школе и за её пределами.

4.4. Пользоваться организационной и иной поддержкой должностных лиц школы при выполнении своей деятельности.

- 4.5. Иметь стенд на в образовательном пространстве школы для размещения информации.
- 4.6. Привлекать педагогический коллектив для работы (редактирование, верстка и другое).
5. Порядок работы медицентра
 - 5.1. Организация команды медицентра.
 - 5.2. Распределение обязанностей между членами медицентра.
 - 5.3. Исследование профессиональной области, тренинги, семинары по обучению членов медицентра.
 - 5.4. Подготовка, оформление и выпуск контента.
6. Функции медицентра
 - 6.1. Выпуск аудио новостей и тематических рубрик.
 - 6.2. Публикация контента на официальных страницах школы в социальных сетях.
 - 6.3. Участие в конференциях, классных часах и других общешкольных мероприятиях.
7. Состав и функции членов объединения школьного медицентра
 - 7.1 Во главе редакции стоит Редакционный совет (далее по тексту – РС), состоящий из главного редактора, вице - редактора и технического редактора, назначенных руководителем медицентра.
 - 7.2 Редакционный совет:
 - 7.2.1 утверждает предлагаемые в информационное пространство школы статьи, рисунки и фотоматериалы;
 - 7.2.2. выносит замечания авторам.
 - 7.3 Ученики, осуществляющие непосредственную работу над материалами, образуют Редакционную коллегию. Члены редколлегии:
 - 7.3.1 разрабатывают концепцию, направленность и дизайн публикуемых материалов;
 - 7.3.2 обсуждают содержание, предлагаемые публикации;
 - 7.3.3 готовят статьи, рисунки и фотографии.
 - 7.4 ученик школы может быть исключён из состава редколлегии по причине:

7.4.1 собственного желания;

7.4.2 перехода в другое образовательное учреждение (школу, лицей, колледж, техникум, училище).

7.5 Медиацентр может иметь постоянных внештатных корреспондентов, как из числа членов школьного коллектива, так и из числа людей, не обучающихся и/или не пре подающих в школе.

7.5.1 Внештатные корреспонденты могут участвовать в заседаниях редколлегии с правом совещательного голоса.

8. Права и обязанности главного редактора

8.1 Главный редактор обязан:

- систематизировать информационный материал;
- распределять задания среди корреспондентов по сбору информации.

8.2 Главный редактор имеет право:

- принимать окончательное решение в отношении публикации материалов;
- вносить поправки в информационный материал.

9. Права и обязанности корреспондентов

9.1 Корреспондент медиацентра обязан:

- соблюдать Устав школы;
- руководствоваться в своей деятельности настоящим Положением;
- проверять достоверность сообщаемой им информации;
- предоставлять в установленные сроки информацию для публикации.

9.2 Корреспондент имеет право:

- искать, запрашивать, получать и распространять информацию;
- посещать другие учебные заведения и их пресс-службы;
- быть принятым администрацией школы в связи с запросом информации;
- получать доступ к архивным документам и материалам школы;
- производить информационные записи с использованием средств аудио- и видеотехники, фотосъемки;

- излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения, за своей подписью;
- отказаться от подготовки сообщения или материала за своей подписью, противоречащего его убеждениям.

10. Структура медиацентра

10.1 Школьный медиацентра представляет собой открытую структуру, в которую учащиеся 5-12 классов могут войти на добровольной основе.

10.2 Руководитель медиацентра школы назначается Президентом школьной организации ученического самоуправления «Доброград» и отвечает за выпуск контента и его распространение, поддерживает связь с местными СМИ.

10.3 Организационная поддержка деятельности медиацентра. Медиацентру предоставляются ресурсы школы для реализации деятельности (кабинет, фото и видео аппаратура, компьютеры, принтеры и др.), канцелярские товары.

10.4 В редакционную коллегию входят: главный редактор и его помощник, ответственные за рубрики, корреспонденты, видеооператоры и фотокорреспонденты.

10.5 Ведущие рубрик несут ответственность за своевременную подготовку материалов к публикации.

10.6 В обязанности главного редактора входит общее руководство всеми этапами создания информационных материалов, контроль за работой всей структуры в целом.

11. Порядок утверждения положения и внесения в него изменений

11.1 Настоящее Положение вступает в силу после его утверждения.

11.2 При необходимости в настоящее положение могут быть внесены изменения и дополнения, утверждаемые Советом Доброград.

Структура школьного медиacentра



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по созданию школьного медиacentра
частично созданы с помощью нейросети

1. ВВЕДЕНИЕ

Медиацентр — объединение обучающихся общеобразовательных организаций в возрасте от 8 до 18 лет, увлекающихся медиасферой, под кураторством наставников, целью которых является создание детского и молодежного информационного контента и освещение событий.

Деятельность школьного медиacentра направлена на объединение педагогов, обучающихся и их родителей для осведомления всего школьного коллектива о том, что происходит в стране и регионе, образовательной организации, в других образовательных организациях страны и региона, формирующее взгляды и ценностные ориентиры обучающихся, их информационную культуру, позволяющие максимально раскрыть творческий потенциал всех его участников.

В рамках реализации дополнительных общеобразовательных программ социально-гуманитарной направленности школьные медиacentры помогают создать условия для вовлечения детей в практику глобального, регионального и локального развития общества, развития культуры межнационального общения, лидерских качеств, правовой и медиаграмотности, в том числе с применением игровых форматов и технологий, использования сетевых коммуникаций в реальной и виртуальной среде, формирования у обучающихся навыков, связанных с эмоциональным, физическим, интеллектуальным, духовным развитием человека.

2. СОЗДАНИЕ МЕДИАЦЕНТРА НА БАЗЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

2.1 Цели и задачи школьного медиацентра

XXI век – это век средств массовой информации, и, согласно обновленным ФГОС, формирование информационных навыков у современных школьников и студентов является одним из наиболее важных и приоритетных направлений. Школа продолжает работать в режиме многозадачности, помогая обучающимся правильно организовывать свое медиaprостранство, обучая их безопасному использованию электронных ресурсов, контролю и управлению информацией. Одной из наиболее эффективных, вызывающих живой интерес форм реализации указанного направления деятельности и является школьный медиацентр. Школьный медиацентр, представляющий собой команду единомышленников (медиакоманда, медиаредакция, иное название коллектива), является частью медиаобразовательной среды образовательной организации, синтезирующей традиционную информационно-библиотечную (профессиональную) систему с современной мультимедийной, в том числе включающей возможности по разработке авторского медиаконтента. Школьный медиацентр – инновационная медиаконвергентная структура, активно взаимодействующая с разнообразными социальными институтами по вопросам формирования ценностных ориентиров, гражданской позиции обучающихся, образования и медиаобразования, медиабезопасности, - среда, в которой формируются медиа и информационная культура обучающихся. Медиатворчество учащихся в школьном медиацентре ориентирована на деятельностное изучение лучших примеров современных профессиональных образовательных медиа, активное внедрение новых медиа в образовательную деятельность, а также создание собственных качественных и развивающих медийных продуктов. Школьные СМИ обеспечивают развитие коммуникативной культуры школьников, формирование и совершенствование навыков эффективного общения и сотрудничества, поддержку творческой самореализации участников,

реализацию познавательных и творческих интересов детей. Участие обучающихся в создании различных медиапродуктов способствует расширению их кругозора, медиакультуры и социокультурных навыков современного человека. Создание аудиовизуальных медиатекстов, являющееся одним из направлений медиаобразования, в свою очередь способствует развитию информационно-коммуникативных навыков и формированию нового уровня этического и экологического восприятия медиа. Основа деятельности массмедиа в образовательной организации – творческая самоорганизация ребенка через свободный выбор им форм деятельности, обязательного для каждого право голоса в ходе обсуждения вопросов членами редакционного коллектива на принципах взаимного уважения, коллективного и личного интереса.

Школьный медиацентр направлен на реализацию следующих целей:

- информационная цель (создание единого коммуникативного пространства как площадки для создания основы позитивной корпоративной культуры, гордости за свою школу);
- педагогическая цель (повышение активности аудитории и включение участников в интерактивное взаимодействие, которое позволит школьнику увидеть самого себя или результаты своей деятельности в медиaprостранстве);
- развивающая цель (улучшение навыков жизни в информационном пространстве, получение опыта социализации);
- профориентирующая цель (воспитание будущих специалистов медиасферы, выявление и поддержка талантливых учащихся, для которых работа в медиaprостранстве станет профессией, приоритетным делом в жизни)

Школьный медиацентр – многофункциональное пространство, являясь неотъемлемой частью образовательной среды, решая обозначенные выше задачи, он выполняет ряд социально значимых функций, которые способствуют повышению качества развития и воспитания обучающихся.

К основным функциям школьных медиацентров можно отнести следующие:

1. Информационная. Школьные медиацентры, применяя разные методы сбора материала и формы его подачи, рассказывают о людях, событиях, фактах, формируют любовь к Родине, гордость за свою школу, стремление к достижению успеха и далее. Представляя аналитическую, событийную, образную информацию, медиацентры фокусируют внимание на определенных событиях, а объединяя разные поколения участников образовательного процесса для обмена информацией, дают возможность распространять не только сведения, но и отношение к ним, взгляд на них в свете норм и ценностей российского общества в целом.

2. Образовательная. Посредством конкурсов, игр, викторин, размещения познавательной информации, побуждают сверстников к самосовершенствованию, получению дополнительных знаний. Помогают обучающимся в познании законов построения информации, ее функционирования и интерпретации, развитию логического мышления школьников.

3. Социально-ориентирующая. Направлена на формирование активной социальной позиции школьников, вовлечение ребят и взрослых в процесс создания и реализации различных идей и проектов.

4. Коммуникативная. В разновозрастном коллективе журналистов школьники учатся взаимодействовать с ребятами младших и старших классов, педагогами, администрацией, выпускниками школы разных лет, родителями и представителями взрослых СМИ, а также работать в команде.

5. Организаторская. Определяется возможностью медиакоманды устраивать различные мероприятия и события: праздники, акции, тренинги, фестивали и далее.

6. Регулятивная. Материалы на радио, в газете, школьном телевидении помогают регулировать активность участников школьной жизни, серьезно влиять на ее уклад, позволяют в простой и понятной форме привлечь

учащихся, учителей, родителей как к осмыслению проблем школы, так и к практическому участию в коллективной деятельности по их решению.

7. Профориентационная. Погружаясь в мир профессии фотографа, монтажера, оператора, сценариста, репортера, обучающиеся осваивают азы творческой деятельности. Во время записи сюжетов, подготовки печатных и аудио и видеоматериалов, растущий человек знакомится с людьми разных профессий, получает навыки делового и диалогового общения, что формирует основы знаний о профессиональной деятельности и позволяет осуществить выбор будущего рода деятельности осознанно.

8. Профилактическая. Заключена в обеспечении позитивной занятости детей, предоставлении им возможности заниматься реальным интересным делом. Социальное пространство медицентра можно рассматривать как модель особой системы взаимоотношений, социального партнерства, сотрудничества и сотворчества людей. У членов школьного медицентра появляется осознанное уважение к школе как к творческому пространству, в котором они могут реализовать себя, почувствовав членами команды, осуществляющим общественно полезную и интересную для все участников образовательного пространства деятельность.

Школьный медицентр в своей работе руководствуется следующими **принципами:**

1. Принцип коллективно выработанных норм — «надо» определено не системой оценки педагога, а принятыми совместно правилами организации жизнедеятельности (например, временем сдачи очередного номера газеты, выпуска теле- или радиопрограммы, функциональными обязанностями членов редакционной коллегии и т.п.);

2. Принцип разделения ответственности – как обучающихся, так и взрослых (педагогов, профессиональных журналистов, родителей, администрации образовательного учреждения);

3. Принцип заинтересованности – интерес личный и коллективный, являются важными атрибутами деятельности школьных СМИ;

4. Принцип самостоятельности – делаем газету, веб-страницу, теле- или радиопрограмму своими руками, при участии взрослых.

2.2. Направления деятельности школьного медиacentра

Деятельность школьного медиacentра реализуется в соответствии с направлениями в сфере глобальных медиа:

— интернет-ресурсы (социальные сети, приоритетом является школьный Госпаблик в социальной сети ВКонтакте, сайты, блоги, мультимедийные лонгриды, мультискрипты, скрайбинг, сторителлинг).

— школьное телевидение;

— образовательное видео разных жанров: игровые, документальные, научно-популярные, социальные ролики, анимация (рисованная, компьютерная, натурная, Stop-Motion, 3D анимация); -

— школьное радио, подкастинг, в том числе интернет-подкастинг;

— фото, включая создание фотогазет, фотоквестов, фотоблогов.

2.3. Этапы создания школьного медиacentра

1. Первый этап – разработка и утверждение программы работы школьного медиacentра, сопроводительной документации. На первом этапе определяются технико-тематический состав информационных материалов и необходимые для медиacentра кадры. Также ведется работа по выбору помещений, подбору мебели и оборудования, учету того оборудования, которое уже имеется в образовательной организации: в школьной библиотеке, компьютерных классах, школьном музее и далее.

Прорабатываются вопросы о количестве сотрудников, о возможности ремонта и поддержания в рабочем состоянии технических средств: видеотехники, компьютеров, проекторов, магнитофонов и пр. Также следует уделить внимание созданию индивидуальных мест для самостоятельной работы членов медиакоманды, в том числе оборудованных различными техническими средствами. Поиск нужной информации – центральная задача любого информационного центра. Поэтому важно, чтобы любой

пользователь мог быстро и просто найти нужную ему литературу, фоно- или видеозапись и далее.

2. Второй этап – подготовка и обучение кадров, активное вовлечение в работу педагогов, обучающихся и их родителей.

3. Третий этап – обеспечение материально-техническим оснащением, подключение к сети Интернет.

4. Четвёртый этап – установление контактов для организации сотрудничества с другими медиацентрами (напр., ближайšie школы).

Успешно выполнив организационные мероприятия, школьный медиацентр может стать «местом силы» школы, местом, в котором каждый участник образовательного процесса сможет реализовать себя в выбранном направлении.

Перед запуском деятельности школьного медиацентра рекомендуется сделать следующее:

1. Согласуйте создание медиацентра с администрацией образовательной организации или иных учреждений.
2. Проведите организационное собрание для педагогов и наставников, которые будут задействованы в работе медиацентра.
3. Составьте положение о деятельности медиацентра на основе типового положения.
4. Запланируйте вводное собрание с потенциальными участниками медиацентра.
5. Распределите роли и обязанности среди участников медиацентра.
6. Придумайте задания по разным направлениям медиа и предложите их выполнить участникам медиацентра, чтобы понять их навыки и умения.
7. Создайте график регулярных встреч и обучения участников всего медиацентра по семи направлениям медиа: журналистике, блогингу, фото, видео, дизайну, кино и ораторскому мастерству.

2.4. Рекомендуемый состав школьного медиацентра

- 1) **Руководитель медиацентра** осуществляет общее руководство медиацентром и его участниками, распределяет задания между участниками медиацентра и контролирует качество контента.
- 2) **Главный редактор** является лидером медиацентра (капитаном), составляет контент-план, вместе с педагогом распределяет задания между участниками медиацентра и следит за своевременным выходом контента.
- 3) **Редактор** занимается редактированием материалов, составляет контент-план вместе с главным редактором, умеет создавать текстовые материалы (заметка, новость, интервью, репортаж) и публикует материалы на площадках медиацентра.
- 4) **Корреспондент** занимается созданием текстовых материалов (заметка, новость, интервью, репортаж) для публикаций на площадках медиацентра.
- 5) **Фотограф** осуществляет фотосопровождение мероприятий, обрабатывает фото для публикаций на площадках медиацентра.
- 6) **Оператор** осуществляет видеосопровождение мероприятий, монтирует снятый материал для публикаций на площадках медиацентра.
- 7) **Дизайнер** занимается версткой и создает визуальное оформление публикаций на площадках медиацентра.

3. ШКОЛЬНЫЙ ГОСПАБЛИК В ВКОНТАКТЕ КАК ОСНОВНОЙ ПРОДУКТ ШКОЛЬНОГО МЕДИАЦЕНТРА

3.1. Стандарт развития Госпаблика школы в социальных сетях

С 1 декабря 2022 года наличие официального аккаунта образовательной организации в социальной сети ВКонтакте является обязательным в соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 г. № 270-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного

самоуправления" и статью 10 Федерального закона "Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации"».

На официальных страницах должны быть указаны следующие сведения:

- наименование государственного органа, органа местного самоуправления или подведомственной организации;
- почтовый адрес;
- адрес электронной почты;
- номера телефонов справочных служб;
- информация об официальном сайте;
- иная информация, в том числе о деятельности органа власти или подведомственных органов.

Важно понимать, что школьный Госпаблик существует в информационном пространстве, поэтому контент в нем должен регулярно обновляться. В этой связи необходимо назначить ответственного человека или группу лиц редактором (редакторами) Госпаблика школы в социальной сети ВКонтакте. Таким человеком или группой могут стать активисты школьного медиacentра. Для того, чтобы стать важным звеном в коммуникации между учениками, их родителями, педагогами, а также руководством школ и представителями власти необходимо выполнить следующие условия:

1. Повысить качество ведения сообществ;
2. Ускорить и упростить работу по планированию, производству и публикации контента;
3. Продвигать вашу группу и привлечь новую аудиторию;
4. Повысить активность аудитории в сообществе;
5. Сделать ваши страницы и сообщества эффективным и удобным каналом диалога для пользователей;
6. Выстроить системную работу не только по школьным новостям и жизни учреждения, но и по региональной и федеральной повесткам.

3.2. Чек–лист администратора и редактора школьного Госпаблика

3.2.1. Базовые требования и оформление:

- 1) Госметка;
- 2) Редакторы – школьники из медиацентра;
- 3) Краткое и простое название (чаще всего название паблика – это название школы);
- 4) Наличие обложки и аватарки;
- 5) Заполнение описание учреждения, адрес, режим работы, контактная информация;
- 6) Единый стиль оформления паблика и постов;
- 7) Ответы в комментариях на содержательные вопросы, поддержка общения.

3.2.2. Качественный контент:

- 1) Основа контента – значимые и интересные для подписчиков новости о работе учреждения и региона в целом, а также темы, которые актуальны для самих школьников;
- 2) Не только официальный, но и полезный и развлекательный контент;
- 3) Контент должен содержать разнообразные форматы публикаций;
- 4) Минимум 3 публикации в неделю;
- 5) Простой и понятный язык, без официоза и шаблонных словосочетаний;
- 6) Живые, а не кабинетные фото, размещенные по отдельности (коллажи размещать не рекомендуется);
- 7) Рекомендуется использовать видео, ВК–клипы, ВК–истории;
- 8) Рекомендуется использовать интерактивные форматы: опросы, вопросы подписчикам, конкурсы, прямые эфиры.

2.3. Продвижение для роста подписчиков, просмотров, активности:

- 1) Размещение распечатанного QR–кода школьного Госпаблика на мероприятиях в образовательной организации, а также на информационных стендах внутри школы;
- 2) Публикации со ссылкой на школьный Госпаблик в муниципальных, региональных, федеральных СМИ, других пабликах, у сотрудников организации, лидеров мнений;

3) Минимальное количество живых подписчиков должно быть равно 80% от числа обучающихся в школе.

3.3. Ключевые принципы разработки качественного контента

Самое главное в Госпаблике — это контент. Основные принципы, перечисленные в этом разделе, — ключевые ориентиры для создания действительно качественного, полезного и интересного контента в соцсетях образовательных организаций.

Принцип №1. Живой язык

Язык социальных сетей отличается простотой восприятия. В этой связи, необходимо адаптировать всю размещаемую информацию под эти стандарты:

- 1) Тест должен строиться по принципу новости и содержать 3 абзаца плюс 1 заголовок. Разделение текста на абзацы – обязательно;
- 2) Можно использовать эмодзи (смайлы), но не более 3–5 в одном посте;
- 3) Не используйте слишком длинные предложения и сложные обороты;
- 4) Убирайте из текста канцелярские обороты, которые усложняют восприятие информации;
- 5) Уместный юмор и образный язык – залог интереса аудитории.

Принцип №2. Качественные видео

Видеоконтент – это самый популярный и востребованный формат контента в социальных сетях. Учитывая факт того, что большинство пользователей смотрит видеоролики с телефона, их длительность не должны превышать 1–2 минут.

Рекомендации к видео:

- 1) Для школьных Госпабликов подходят информационные ролики с субтитрами;
- 2) Технические требования к информационным роликам: горизонтальный формат, наличие субтитров, фоновая музыка;
- 3) В конце ролика можно разместить призыв к действию в виде: «ставь лайк» или «делись с друзьями»;

4) Выделяйте на монтаже ключевые тезисы в субтитрах полужирным или жирным цветом.

Принцип №3. Качественные фото

Необходимо понимать, что картинки или фотографии из интернета не интересны для аудитории. Аудитория ставит отметку «Мне нравится» только на яркие, живые фото, где изображены реальные люди из школы: ученики, педагоги и т.д.

Рекомендации к фото:

- 1) Делайте яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры;
- 2) Используйте собственный уникальный визуальный контент: любая фотография с мобильного лучше, чем заимствованные материалы;
- 3) Применяйте единый брендбук для оформления фотографий, инфографики и карточек (если имеется);
- 4) Проверяйте посты перед публикацией: внимательно следите за закрытыми глазами и другими мелочами, которые могут задеть или обидеть человека на фото.

Принцип №4. Инфографика и карточки

Инфографика – это визуализация информации. Используйте ее, когда информация сложная или ее много.

Рекомендации:

- 1) Придерживайтесь правила «Одна карточка – один тезис»;
- 2) Чем меньше текста и проще оформление, тем лучше;
- 3) Стремитесь к тому, чтобы по картинке все было понятно без слов;
- 4) Большинство людей смотрят посты на смартфоне, поэтому текст и графика должны быть видны без приближения.

Принцип №5. Интерактивные форматы

Механика вовлечения и конструктивный диалог с аудиторией повышают доверие со стороны подписчиков.

Рекомендации:

- 1) Общайтесь с аудиторией, ведите с ней диалог, задавайте вопросы в постах;

- 2) Присматривайтесь и анализируйте, какие новости предлагают люди и иногда публикуйте пользовательский контент;
- 3) Проводите опросы и голосования;
- 4) Организуйте конкурсы и флешмобы;
- 5) Призывайте к действиям, люди ответят лайками, комментариями и репостами, если их попросить.

Принцип №6. Работа с комментариями

Важно настроить эффективную коммуникацию со своими подписчиками. Ответ на комментарии в социальных сетях – неотъемлемый инструмент общения со своей аудиторией. Отсутствие обратной связи негативно сказывается на реакции пользователей.

Рекомендации к сетевому этикету:

- 1) Ответ должен начинаться с приветствия;
- 2) К автору комментария необходимо обращаться на «Вы»;
- 3) Ответ должен быть объективным, простым, вежливым и без канцеляризма;
- 4) Допускаются позитивные ненавязчивые эмодзи (смайлы);
- 5) На конкретный вопрос нужно дать конкретный ответ.

Принцип №7. Истории

Истории – это популярный формат, который нужно использовать по максимуму.

Рекомендации к ВК–историям:

- 1) Делайте истории вертикальными и на весь экран;
- 2) Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона;
- 3) Используйте живые кадры и динамичные короткие видео;
- 4) Добавляйте эффекты, голосования в истории, вопросы, тесты и другие «фишки»;
- 5) Сохраняйте главные истории, распределяйте по рубрикам, ставьте обложки.

Принцип №8. Приземление федеральной повестки

Федеральные инфоповоды должны приносить пользу обычным людям, которые не связаны с описанной в посте ситуацией. Федеральные решения, размещенные в публикации, должны приносить пользу аудитории.

Рекомендации:

- 1) Добавляйте в региональные и федеральные поводы местную фактуру – расскажите историю конкретного человека, проблему которого удалось решить;
- 2) Возьмите комментарий по теме у местного лидера мнения, которому доверяют люди.

3.4. Рекомендации по разработке контент-плана

Контент-план должен быть, и он должен быть не в голове, а в виде документа. Нужно понимать, что контент-план — это план-график выхода публикаций в сообществе. В нем следует указывать дату, время, тему и формат постов. Контент-план нужен для вашего удобства: – Работа по четкому плану позволяет минимизировать риск просрочить какой-либо инфоповод; – Возможность действовать на опережение, готовить «консервы» — запасной контент, который вы сможете использовать, когда не будет новостей или времени создавать новый; – Гибкость: всегда можно что-то убрать или добавить. При разработке контент-плана необходимо учитывать наличие разнообразных форматов публикаций. Среди них могут быть лонгриды, интервью, репортажи, опросы, подкасты и другие. Использование различных форматов позволяет разнообразить ленту школьного Госпаблика.

3.5. Анализ и обработка реакций целевой аудитории

Для понимания механизмов привлечения новой аудитории в школьные Госпаблики, необходимо проводить еженедельный анализ статистических данных. В этот анализ необходимо включить следующие показатели:

- количество подписчиков,
- количество касаний,
- количество репостов,

- количество комментариев,
- охват.

Показатели необходимо постоянно сверять, чтобы видеть динамику. Для определения целевой аудитории необходимо также обратиться к статистике школьного Госпаблика, из которой можно узнать следующие: возраст целевой аудитории, пол, место жительства.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Школьные медиacentры играют важнейшую роль в социализации школьников, формировании и развитии у них компетенции личностного, в том числе гражданского самоопределения. Причастность к определенной группе единомышленников, осознание своей значимости, оценка результатов совместного труда – важный фактор процесса социализации и самоопределения обучающегося среднего и старшего возраста.

Современные дети могут одновременно выполнять несколько разных операций: слушать музыку, разговаривать, пользоваться Интернетом, редактировать фотографии, выполняя домашние задания. Они не боятся виртуального мира, для них это такая же привычная и понятная среда обитания, как и мир реальный. Отлучить детей от интернета, заставить отказаться от виртуального мира в пользу мира реального в полном объеме уже невозможно, поэтому крайне важно наполнить виртуальное пространство полезным и позитивным контентом, сформированным, в том числе, самими обучающимися.

В отличие от реального опыта, виртуальный опыт возникает в процессе моделирования реалий мира, взаимодействие с которым порождает особый тип мышления подростка при его взаимодействии с реальностью. В виртуальном мире происходит не только общение, но и во многом обучение, развитие и, что очень важно, воспитание современного ребенка.

Направления стратегического развития нашей страны реализуется креативными, творческими личностями, сформировавшимися в процессе творческого воспитания, и участие детей и подростков в деятельности

школьного медицентра в полной мере способствует формированию таких личностей.

Таким образом, формирование и развитие открытого медиапространства для обучающихся образовательных организаций – это актуальное направление работы с активными подростками, которые создают и администрируют официальные школьные и молодежные видеоканалы, группы в социальных сетях, развивают социальные сети и ответственно наполняют их интересным, значимым и развивающим контентом. Ежегодно в различных регионах проводятся конкурсы, фестивали, форумы и образовательные проекты, целью которых является обучение и развитие творческих способностей в практической деятельности медиаторства для детей и подростков. Участвуя в работе школьных медицентров и медиакоманд, дети и подростки проходят социальные испытания, самореализуются в позитивной и важной медиадеятельности, формируя при этом положительный имидж своей образовательной организации, свои взгляды, убеждения и ценностные ориентиры