



**Методические рекомендации  
по организации работы детского пресс-центра  
на базе образовательной организации**





## **Сценарий проведения занятия «Создание школьного пресс-центра»**

### **Цель:**

развитие творческого потенциала школьников посредством вовлечения в журналистскую деятельность.

### **Задачи:**

- информационное сопровождение мероприятий, проводимых на базе общеобразовательной организации;
- развитие творческих способностей учащихся, воспитание информационной культуры, формирование активной жизненной позиции;
- участие в мероприятиях и конкурсах, проводимых в рамках информационно-медийного направления Российского движения школьников.

### **Этапы создания пресс-центра**

Согласование создания и работы пресс-центра с администрацией образовательной организации. Необходимо обсудить:

- выпускаемый продукт будущего пресс-центра (газета, радио, ТВ и др.) необходимые затраты;
- возможность участие педагогов (по русскому языку и литературе, информатике) в деятельности пресс-центра и степень их вовлеченности в работу;
- наличие оборудования и помещения, перспективу дополнительного приобретения оборудования.

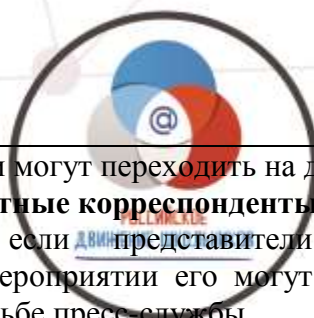
По итогам встречи с администрацией педагог оповещает школьников о создании пресс-центра и приглашает желающих на собеседование. Педагог проводит организационное собрание учителей, вовлеченных в деятельность пресс-центра, распределяет зоны ответственности и согласовывает критерии отбора участников.



После проведения отбора детей проводится первое организационное собрание, на котором обозначаются функции участников пресс-центра и их задачи. Дети самостоятельно выбирают функции согласно личным интересам.

Тема	Содержание	Время
Теоретический материал	<p><b>Деятельность пресс-службы</b>  Пресс-центр может создавать:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. печатное издание,</li> <li>2. телевидение,</li> <li>3. радио,</li> <li>4. вести группы в социальных сетях,</li> <li>5. вести блоги (в том числе и личные блоги участников),</li> <li>6. принимать участие в конкурсах, профильных сменах и мероприятиях информационно-медийного направления РДШ.</li> </ol> <p>При реализации пресс-центром нескольких видов деятельности назначаются руководители отдельных структур среди детей. Например, главный редактор газеты или ТВ, руководитель радио.</p> <p><b>Состав пресс-центра:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Главный редактор</b>  Осуществляет общее руководство пресс-центром, является лидером информационно-медийного направления в образовательной организации, вместе с педагогом распределяет задания остальным членам медиацентра, контролирует выход медиапродукта (выпусков газеты, ТВ, радио и др.).</li> <li>2. <b>Корреспонденты</b>  Занимаются созданием материалов, берут интервью, осуществляют работу в кадре, контролируют выход материалов в свет. Работают в паре с фотографом и оператором.</li> <li>3. <b>Фотографы</b>  Осуществляют фото сопровождение мероприятий, обрабатывают фотографии для публикаций.</li> <li>4. <b>Операторы</b>  Осуществляют видео сопровождение мероприятий, монтируют отснятый материал.</li> <li>5. <b>SMM-специалисты</b>  Ведут группы и аккаунты в социальных сетях, занимаются текстовым наполнением, составляют медиаплан на неделю по материалам.</li> <li>6. <b>Дизайнер/верстальщик (по возможности)</b>  Занимается компьютерной версткой печатного издания, буклетов, созданием изображений и инфографики. В отсутствии конкретного</li> </ol>	10 мин



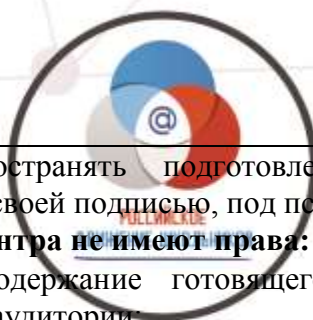


	<p>человека его функции могут переходить на других членов редакции.</p> <p><b>7. Внештатные корреспонденты</b></p> <p>В случае, если представители пресс-центра не могут присутствовать на мероприятии его могут осветить активисты других направлений, по просьбе пресс-службы.</p>	
<b>Групповое обсуждение</b>	<p><b>Планирование дальнейшей деятельности пресс-центра</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>определите рубрики для группы в социальных сетях, рубрики для газеты, тематики телевизионных программ и др.;</li><li>определите график регулярных «летучек» (встреч, собраний, общих сборов) с участниками пресс-центра;</li><li>распределите задания и проговорите их функции на предстоящем мероприятии. Подскажите с кем ребенок может поговорить, чтобы получить более полную информацию о событии;</li><li>какие виды деятельности больше всего хотят и готовы развивать в вашей образовательной организации?</li><li>какой отличительный элемент будет у пресс-службы (пресс-карта, бейдж, значок и др.)</li></ul>	<b>20 мин</b>
<b>Игра</b>	<p><b>Игра «Мозговой штурм»</b></p> <p>Цель: Коллективное решение трудной задачи по методу У. Диснея. Педагог ставит задачу, например, придумать название нового журнала, который воспитанники намерены выпускать сами.</p> <p><i>Первый этап</i></p> <p>Можно предлагать заведомо неприемлемые названия. Дети предлагают, например: «Огонек», «Наука и жизнь», «Бездельники», «Великие мастера», «Очи черные», «Художник», «Малевальщик» и т.п.</p> <p><i>Второй этап</i></p> <p>Отталкиваясь от полученных названий подбирать близкие по смыслу или звучанию. Дети предлагают: «Свеча», «Огненный вихрь», «Жизнь и мы», «Великие лодыри», «Большие бездельники», «Малевич», «Художники» и т.п.</p> <p><i>Третий этап</i></p> <p>Отбор приемлемых названий и коллективное размышление над ними. Дети предлагают: «Малевич» и «Художники».</p> <p>Результат: журнал назван «Малевичи». Заложенный смысл: нас много, мы все талантливы, как художник Малевич, но пока только «малюем».</p>	<b>10 мин</b>
<b>Составление плана работы</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>составьте список планируемых в ближайший месяц мероприятий в образовательном учреждении, которые необходимо осветить пресс-центру;</li><li>составьте предварительную образовательную программу исходя из потребностей участников;</li><li>расскажите о начале работы пресс-центра вашим коллегам из образовательной организации.</li></ul>	<b>15 мин</b>
<b>Игры для повышения уровня</b>	<p><b>«Интервью»:</b></p> <p>Необходимо разбить группу на пары. Каждый участник должен рассказать своему соседу что-нибудь о себе. Слушатель должен, не</p>	<b>15 мин</b>



<b>сплочения команды</b>	<p>перебивая рассказчика, внимательно следить за его рассказом. По времени рассказ не должен превышать 5 мин. Ведущий контролирует время. Затем участники в парах <u>меняются</u> ролями (обязательно). После того как каждый из партнеров «потренируется» в терпеливом выслушивании соседа, группа собирается вместе. Каждый участник коротко представляет своего напарника, рассказывает, что он запомнил из того, что поведал ему его сосед.</p> <p><b>«Большая семейная фотография»:</b></p> <p>Предлагается, чтобы игроки представили, что все они - большая семья и нужно всем вместе сфотографироваться для семейного альбома. Необходимо выбрать «фотографа». Он должен расположить всю семью для фотографирования. Первым из семьи выбирается «дедушка» он тоже может участвовать в расстановки членов «семьи». Более никаких установок для игроков не даётся, они должны сами решить, кому кем быть и где стоять. А вы постоите и понаблюдайте за этой занимательной картиной. Роль «фотографа» и «дедушек» обычно берутся исполнять стремящиеся к лидерству. Но, однако, не исключены элементы руководства и других «членов семьи». Вам будет очень интересно понаблюдать за распределением ролей, активностью-пассивностью в выборе месторасположения. После распределения ролей и расстановке «членов семьи» «фотограф» считает до трёх. На счёт «три!» все дружно и очень громко кричат «сыр» и делают одновременный хлопок в ладоши.</p> <p><b>«Чувство ритма»:</b></p> <p>Участники сидят вокруг стола. Ведущий демонстрирует некоторую комбинацию из 5 – 7 хлопков, например, та-та, та-та. Все вместе повторяют ее: та-та, та-та. Затем от ведущего поочередно делают по одному хлопку, стараются слитно воспроизвести ритм. Игра проходит циклически. После каждого воспроизведения комбинации целиком игрок, перед которым закончилась комбинация, показанная ведущим, делает небольшую паузу и начинает следующее воспроизведение. Если игра сбивается на хаотические «аплодисменты», то ведущий останавливает ее. Затем он предлагает новый, более сложный вариант ритма. Проанализируйте, что у вас получилось.</p>	
<b>Завершение</b>	<p><b>Морально-этические нормы участников пресс-центра</b></p> <p><b>Участники детского пресс-центра:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• помогают друг другу в подготовке материалов для своих программ;</li><li>• уважительно относятся к коллегам по пресс-центру и преподавателям образовательной организации;</li><li>• могут самостоятельно предлагать темы для материалов и сюжетов;</li><li>• могут добровольно войти или выйти из состава пресс-центра, предварительно предупредив об этом руководителя;</li><li>• участвуют в подготовке текущего номера, программы и отстаивают свое мнение по всем вопросам, связанным с ними;</li><li>• открыто выражают собственное мнение и позицию относительно деятельности пресс-центра;</li><li>• могут быть избранным в руководящие органы пресс-центра;</li></ul>	<b>10 мин</b>





	<p>могут распространять подготовленные ими сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи.</p> <p><b>Участники пресс-центра не имеют права:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• разглашать содержание готовящегося к выпуску материала читательской аудитории;</li><li>• размещать фото и видео материалы без согласия лиц присутствующих на них;</li><li>• распространять данные, сведения, основанные на недостоверных источниках, а также порочащие честь и достоинства других лиц;</li><li>• осуществлять фото и видео съемку без разрешения.</li></ul>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

### Структура взаимодействия с другими пресс-центрами региона



*\*Пресс-центр и пресс-служба в данном случае слова-синонимы.*

### Деятельность муниципального пресс-центра

- освещение мероприятий, событий, деятельности РДШ в муниципальном образовании;
- поддержка и реализация инициатив участников школьных пресс-центров;
- организация и проведение мероприятий, муниципальных этапов конкурсов информационно-медийного направления РДШ для школьных пресс – центров МО;
- проведение мастер-классов, фестивалей, тренингов с привлечением профессионального журналистского сообщества для школьных пресс-центров.



Муниципальный пресс-центр может быть создан на базе школы, ресурсного центра либо учреждения дополнительного образования. Руководством пресс-центра муниципального образования занимается руководитель информационно-медийного направления в муниципальном образовании либо педагог образовательной организации, на базе которой сформирован пресс-центр. Участниками муниципального пресс-центра являются лидеры и активисты школьных пресс-центров.

### **Деятельность региональной пресс-службы**

- освещение событий, мероприятий регионального отделения РДШ;
- ведение региональных групп и аккаунтов РДШ в социальных сетях;
- сбор информации с муниципальных и школьных пресс-центров о мероприятиях и событиях для публикации в официальной группе региона в соц. сети;
- проведение региональных профильных смен, фестивалей, конкурсов и мероприятий информационно-медийного направления РДШ;
- представление деятельности регионального отделения РДШ на площадках регионального уровня;
- взаимодействие со средствами массовой информации.

### **По итогам первого года работы пресс-центра участники должны уметь:**

- составлять вопросы;
- пользоваться различными способами сбора информации (интервью, опрос, анкета);
- составлять речи для выступления;
- публично выступать;
- чётко выражать свои мысли на письме;
- результативно работать в группе;
- организовывать пресс-конференции.



## Приложение 1

### **Рекомендуемый список\* технических средств для полноценной работы пресс-центра (необязательный)**

- компьютер;
- цветной принтер;
- фотокамера;
- видеокамера;
- микрофон-петличка;
- штатив;
- флеш-карты;
- SD-карты;
- программа для видеомонтажа;
- программа для обработки фото;
- программа для верстки;
- программа для работы со звуком.

\*перечень и количество средств может меняться в зависимости от численности и необходимости пресс-центра





## Список рекомендуемой литературы

Вуджек Т. «Как создать идею», Спб., «Питер Пресс», 1997 г.

Жуков Ю.М., Журавлёв А.В., Павлова Е.Н. «Технологии командообразования», М., «Аспект Пресс», 2008 г.

Янчевецкий Г.А. Об ученических литературных журналах- 1896. - № 5. - С.465-457.

Яковлева Е.Л. Психологические условия развития творческого потенциала у детей школьного возраста. Вopr. психологии. - 1994. - №5. - С.37-42.

Горохов В.М. Основы журналистских мастерства В М Горохов - М: Высш шк, 1989 - 117 с

Информационные жанры газетной публицистики: Хрестоматия - М: Изд-во МГУ, 1986-295 с

Как мы пишем / Андрей Белый, М Горький, Евг Замятин и др - М Книга, 1989 – 208с.

Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: учеб пособие по журналистике / Г В Лазутина - М: Аспект Пресс, 2000