



Медиашаги

Из опыта работы по проекту
«Поддержка медийных
детских и молодежных
сообществ, формирование
социально ориентированного
информационного
пространства»

ББК Ч 40

УДК 371

М 442

Работа выполнена в рамках проекта «Поддержка медийных детских и молодежных сообществ, формирование социально ориентированного информационного пространства»

Рецензенты:

В.П. Синячкин – доктор филологических наук

С.Б. Цымбаленко – доктор педагогических наук

Медиашаги. Из опыта работы по проекту «Поддержка медийных детских и молодежных сообществ, формирование социально ориентированного информационного пространства» / Под ред. Д.И. Мясниковой. – ООДО «Лига юных журналистов», 2018. – 72 с.

«Медиашаги» – это сборник поэтапных инструкций по развитию различных сегментов ювенильной журналистики. Избранная форма подачи материала позволяет систематизировать полученные в ходе практической деятельности знания и акцентировать внимание на актуальных проблемах медиаобразования. Книга является методическим изданием и основана на обобщении опыта работы по проекту «Поддержка медийных детских и молодежных сообществ, формирование социально ориентированного информационного пространства».

Материалы сборника будут полезны руководителям медиacentров образовательных учреждений; исследователям детской, молодёжной, ювенильной журналистики; руководителям общественных организаций, занимающихся развитием молодёжного информационного пространства; медиалидерам: редакторам юношеских СМИ, администраторам групп и публичных страниц в социальных сетях.

Пособие издано с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

ISBN

© Коллектив авторов

© ООДО «Лига юных журналистов»

Содержание

Векторы медиакультуры современной России Вступительное слово	4
Все мы станем медиа Медиасреда 2035 года глазами пятнадцатилетних российских граждан	6
Как «Сделать ШАГ» навстречу подростковой самореализации На примере школьной газеты	13
Как организовать школьную радиостудию Поиск нового звучания и выход на широкую аудиторию	19
Работа юных режиссёров и операторов на многоканальной ПТС Организация прямых эфиров	22
Превращаем телеманию в виртуальную реальность Творческая концепция детской виртуальной киностудии	26
Мультфильм: познаём мир и себя Опыт работы студий анимации Дальнего Востока и других регионов России	34
Мультимедийное информационное пространство Создание портала молодёжи для молодёжи	41
Как вести работу в социальных сетях Становимся ближе к читателям	49
Виртуальная стена или холст для коллективной работы Как создать и для чего удобно применять?	54
Как организовать работу детской социологической службы Получаем качественный контент для инфографики	62

Векторы медиакультуры современной России

Сергей Борисович Цымбаленко
доктор педагогических наук,
президент творческого объединения ЮНПРЕСС

Как когда-то возникали поколения книжной, радишной, телевизионной культуры, так сейчас на наших глазах происходит становление нового «цифрового» поколения. Нравится нам это или нет, хотим ли мы этого или выступаем против, современные дети вырастают преимущественно под влиянием компьютера, Internet, iPhone, iPad и прочей цифровой техники и технологий. Они не представляют себе, что когда-то этого не было. Это иной вход в мир знаний и общения, отличный от представителей других медийных культур. Internet для них – не игрушка, а важная составляющая образа жизни. Если есть техническая возможность, они находятся в непрерывном контакте друг с другом, для них привычен коллективный поиск значимой информации, знаний и решений социальных проблем. По этому пути идет развитие общества (модели коллективного интеллекта, ноосферы), и дети, не догадываясь сами, вместе с сообществами ученых оказываются в авангарде движения к информационно-коммуникативной, знаниевой цивилизации.

Второй важный вектор эволюции общества – ответственность за то, что происходит вокруг. Категория ответственности сейчас понимается как важнейшая в гражданской этике. В западном мире она формируется в основном под влиянием церкви, поэтому приобретает характер благотворительности, милосердия по отношению к малоимущим. Россия же в вопро-

сах ответственности изначально занимает иную позицию, эта нравственная категория формируется в детстве и распространяется на все сферы человеческой жизни. Вспомним, как в советской России через пионерскую организацию, тимуровское движение в детях взращивалось чувство ответственности за то, что их окружает, за мир, в котором они живут. Современные юные участники информационного творчества, как их предшественники-тимуровцы, осознают, что их деятельность должна быть направлена на служение людям.

Вот два основных вектора, которые позволяют глубоко и продуктивно развивать одаренность подрастающего поколения. Это готовность и способность подрастающего поколения с помощью своего таланта, новых технологий жить и действовать в межпоколенческом диалоге, коллективном дискурсе, принимать на себя ответственность за тот или иной социальный выбор на основе информации и знаний.

Проекты Лиги юных журналистов совместно с Российским университетом дружбы народов служат цели развития информационно-образовательного пространства. Данный сборник поможет познакомиться с опытом медийных объединений и программ столицы и регионов России.

Мы все станем медиа

Медиасреда 2035 года глазами пятнадцатилетних российских граждан

Ирина Владимировна Жилавская
зав. кафедрой журналистики и медиаобразования
Московского педагогического государственного университета

Согласно теории поколений Нейла Хоува и Вильяма Штрауса, поколение – это группа людей, рожденных в определенный возрастной период, испытавших на себе влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания и, как следствие, являющихся носителями единой системы ценностей.

Когда мы говорим о Поколении Z, мы имеем в виду детей, родившихся после 2000 года, тех, кому сегодня не более пятнадцати лет. Для них то, что предыдущие поколения называли технологиями будущего, уже настоящее. Это цифровые люди по способу мышления и формам жизни, первое поколение времен глобализации и постмодернизма.

Эти подростки родились в цифровую эпоху, они осваивают информационные технологии раньше, чем начинают говорить, и не представляют своей жизни без Internet. На их мировоззрение оказали влияние мировой финансово-экономический кризис, Web 2.0 и развитие мобильных технологий. По мнению американского детского психолога Шерри Постник-Гудвина, они предпочтут текстовое сообщение разговору. Они общаются в сети с друзьями, с которыми никогда не виделись. Они редко бывают на улице, если только родители не организуют их досуг. Они не представляют себе жизни без мобильных телефонов. Они никогда не видели мира, в котором

не было высоких технологий или терроризма. Компьютеры они предпочитают книгам и во всём стремятся к немедленным результатам. Они выросли в эпоху экономической депрессии, и от них всеми ожидается лишь одно – быть успешными. Большинство из них очень быстро взрослеют, видя себя значительно старше своих лет [Sherry Posnick-Goodwin, 2015 : 9].

На формирование Поколения Z накладывает отпечаток также укрепление вертикали власти. Государственный аппарат получает все большую силу. Мелкие компании поглощаются крупными сетями, слабое и рыхлое погибает, сильное торжествует. Общество живет в состоянии ожидания новых терактов, фактически террористической войны. Государственная машина управления, контроля и подавления набирает обороты.

При этом жизнь этого поколения проходит под знаком Internet и других социальных медиа, они «на ты» с новейшими технологиями. Их способ взаимодействия со сверстниками – социальные сети, путь получения знаний – мировая информационная сеть. Они гибки по своей натуре и ожидают гибкости от социальных институтов, которые не очень дружелюбны к ним.

Все их друзья ВКонтакте, они также легко расстанутся с ними, как и заводят новых. Они не готовы строить прочные связи – ни в личных отношениях, ни в деловых. Благодаря Internet их мир значительно шире других. Нам кажется, что он хаотичен, и мы удивляемся, как легко они ориентируются в нем. Для современного школьника Internet – это главное, а иногда и единственное средство входа в большой мир. Поколение Z отличается независимостью и внутренней свободой, представители этого поколения разрушают все иерархии и не признают авторитеты, они эгоистичны и ленивы, но при этом весьма талантливы.

В этих условиях, пока взрослое население пытается осмыслить происходящее, анализирует и оценивает степень опасности надвигающегося цифрового цунами, Поколение Z активно осваивает медиaprостранство и приспособливает его

к своему миропорядку.

Из своего настоящего они легко конструируют образ будущего, основываясь на имеющемся у них социальном и личном опыте. Такое целенаправленное прогностическое конструирование будущего под нашим руководством было предпринято представителями Поколения Z 27 сентября 2015 года на Международном юношеском медиафоруме в Международном детском центре «Артек». В форсайт-сессии «Медиасреда 2035» приняли участие 158 школьников – победителей региональных детско-юношеских журналистских конкурсов.

Форсайт-сессия проходила двумя потоками по 80 человек по три этапа каждый. На первом этапе было проведено анкетирование 158 участников сессии в возрасте от 10 до 15 лет. Анкета включала в себя вопросы о возможных особенностях и направлениях развития медиасреды в 2035 году, о проблемах, с которыми столкнется человечество в этот период, о том, какую роль будут играть СМИ в обществе, а также о том, какие новые виды медиа и медийные профессии могут возникнуть в эпоху формирования нового поколения – Поколения Альфа.

Второй и третий этапы были посвящены непосредственно конструированию образа будущей медиасреды – в малых и больших экспертных группах. Причем на последнем третьем этапе участникам предлагалось выработать два сценария развития событий – позитивный и негативный. Полученные прогнозы следовало визуализировать и в образной форме презентовать всем участникам форсайт-сессии.

Предлагаем примерный план проведения форсайт-сессии «Медиасреда 2035».

- Вопрос для разминки. Кем вы видите себя в 2035 году? – 5 минут
- Характеристика Поколения Z. Каким образом возможно будет вести себя в медиапространстве Поколение Альфа (2020-2040)? – 10 минут
- Раздача анкет – 3 минуты
- 1 этап. Анкетирование – 20 минут

- 2 этап. Вступление к форсайт-сессии. Что такое форсайт? – 10 минут Деление на 10 команд по 8-9 человек – 5 минут
- Работа в команде. Создание собственного сценария развития медиасреды 2035, фиксация результатов – 20 минут
- 3 этап. Объединение малых групп в 3 команды по 25-30 человек – 5 минут
- Постановка задачи – 3 минуты
- Интеграция сценариев развития медиасреды 2035, созданных в малых группах, разработка двух общих сценариев – позитивного и негативного – 15 минут
- Защита трех сценариев – 30 минут
- Объединение трех сценариев в один – 10 минут
- Креативная пауза – 10 минут
- Представление общего сценария – 10 минут
- Подведение итогов, рефлексия – 10 минут.

Приведем основные результаты, полученные в ходе анкетирования подростков и коллективной творческой работы.

По мнению 15-летних, человечество через 20 лет столкнется с проблемами недоверия между людьми, оно будет втянуто в постоянные информационные войны, людям будет сложно отличить правду от лжи. В большинстве своем информация будет дешевая и некачественная, исчезнет ее уникальность, она не будет восприниматься человеком, а потом и совсем выйдет из оборота за ненужностью. В медиасреде будет много возможностей, но мало интереса, информацию заменит пропаганда, «регулирование настроения народа», «наступит скучная мультимедийная жизнь».

Тема управления умами звучала во всех промежуточных и итоговых результатах форсайт-сессии. «С помощью Internet будут управлять людьми», «общество еще больше разделится на тех, кто будет управлять и тех, кем будут управлять» «управляющих будет гораздо меньше остальных», «мир будет

управляться с помощью технических средств на теле человека», «нас ждет тотальная слежка» и т.д. Идея управляемости миром и людьми транслировалась подростками как естественная и неизбежная.

При этом 15-летние подростки спокойно рассуждают об «оцифровывании человеческой памяти на электронный носитель, передаче информации прямо в человеческий разум». Через 20 лет будущее поколение станет полностью зависимым от медиасферы, которая будет иметь огромное влияние на жизнь каждого человека. «Уже с детства ребенка будут приучать к работе с медиасферой. Детям будут внедрять информацию в мозг с рождения, но постепенно». «Людям не придется вставать рано утром, чтобы ухватить последнюю газету в ларьке, они заменят это обычным кликом в Internet. Не надо листать страницы, тратить время на покупки, когда можно использовать Internet для удовлетворения любых своих потребностей». «В будущем появятся виртуальные помощники, которые будут не только информировать нас, но и помогать в личных проблемах».

Вот такой представляется пятнадцатилетним реальность через 20 лет: «Отношение между потребителями и создателями информации складывается очень своеобразно. Создатели представляют собой некий образ божества, который может навязывать свою волю населению. Последние обязаны повиноваться и принимать часто ложную информацию за правду. Уже 10 лет прошло с тех пор, как в организм человека ввели первый чип. С его помощью доводится информация для народа. Во время объявления важных сообщений человек впадает в транс и видит перед собой божество, доносящее информацию. Религия исчезает. Её заменяет религия технологического мира. Фраза: «Кто владеет информацией – тот владеет миром» приобретает культовый характер. Мир становится безнравственным, но управляемый высшими силами».

Основные направления развития медиасреды в 2035 году представителями цифрового поколения видятся как «развле

чение посредством сплетен и интриг», «поддержание порядка среди обычных людей, чем-то недовольных», «поддержка и восхваление правительства». 56% опрошенных считает, что телевидение станет набором отдельных программ, которые которые можно будет смотреть в любое время и в любом месте, возникнет карманное телевидение. Большинство опрошенных (73%) считает, что Internet заменит собой все другие виды медиа и станет глобальной медиасредой, при этом 51% полагает, что человечество сделает Internet максимально управляемым и введет много новых ограничительных законов.

СМИ, по мнению будущих журналистов, будут играть в общественной жизни ведущую роль, более значимую, чем сейчас, «СМИ станут жизнью, мы все станем СМИ», при этом «все будет направлено на управление мыслями человека». А роль журналиста сведется к тому, что за небольшую плату он будет охотиться за достоверной информацией. 41% подростков, принявших участие в анкетировании, считает, что профессия журналиста умрет, так как информацию будут собирать и обрабатывать блогеры или пресс-роботы.

Их представление о новых видах медиа, которые возможно появятся к 2035 году, раскрывается в таких понятиях как «телепатическая связь», «все будет в нашей голове, мы сами будем медиа», «голографика» и др. Возникнут новые профессии, такие как инстаграм-журналист, 3D-моделист, голографер, медиасанитар, медиаполицейский, управляющий журналистскими роботами.

Представители Поколения Z считают, что «пресс-роботы смогут моментально обрабатывать информацию и будут помогать корреспонденту, облегчать работу профессиональным журналистам». «Роботы будут выполнять большую часть человеческой деятельности. Станет меньше материального: книги, журналы, газеты заменят мобильные роботизированные устройства». «Произойдет сокращение количества работников, замена людей роботами». Появится новая профессия — «разработчик программ для роботов».

И еще один показательный результат форсайт-сессии Артека 2015, который напрямую относится к проблеме нового восприятия будущего представителями Поколения Z. Только 5% респондентов ответили утвердительно, что они боятся наступающего будущего, и по 34 и 37 процентов, что скорее не боятся и не боятся совсем. У подростков нет страха перед новым технологиями, революционными открытиями, они способны жить и работать в условиях неопределенности. Возможно, это симптом того, что происходит некое смещение традиционной установки российского человека, который с недоверием относится к будущему и неизменно ищет опору в прошлом. Он готов за это прошлое, за стабильность и предсказуемость пожертвовать всем, чем угодно – своими личными и гражданскими свободами, инновациями и переменами. Однако цифровое поколение, родившееся в новой медиасреде, практически живет в будущем, черпает из него свои представления о том, как должна быть устроена его жизнь. И это не конфликт поколений, а смещение мировоззренческой парадигмы.

Литература:

1. Sherry Posnick-Goodwin. Train Your Brain. California Educator Magazine, February – 2015, Volume 19 Issue 6, p. 9.

2. Теория поколений в России [Электронный ресурс]. <http://rugenations.ru/tag/поколение-z/> (дата обращения: 12.11.2015)

Как «Сделать ШАГ» навстречу подростковой самореализации

На примере школьной газеты

Ольга Юрьевна Кутузова,
руководитель школьного пресс-центра «Сделай ШАГ»
ГБОУ Гимназия № 1552 г. Москвы

Обычно бывает так: строишь планы, раскладываешь их по полочкам, составляешь расписание дальнейших действий, радостно потираешь руки в ожидании претворения их в жизнь. И вот, казалось бы, все исполнено для их успешной реализации... Вуаля! Все оборачивается самым неожиданным и не всегда желаемым образом. В чём же причина? Возможно, когдаставишь какую-то конкретную цель и стремишься её добиться, то незамеченным остаётся сам процесс волшебного путешествия к ней. Суета и гонка ради достижения результата не доставляет радости от самой работы, остается только усталость и разочарование в конце пути. Уже и цель кажется неправильной, и получилось не то, что хотелось.

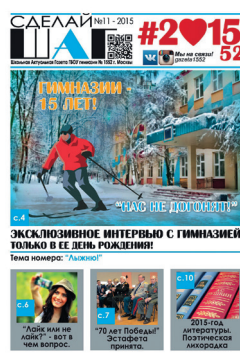
Такую ошибку, как правило, совершают энтузиасты, которые решили выпустить школьную газету. С чего все начинается? Придумать название, распределить роли в редакции, раздать задания, определить даты выпуска номеров – вот как представляется обычно работа школьного пресс-центра. Все правильно, но только не в школе. Если не делать скидку на юный возраст участников процесса, если работу над изданием газеты превратить в бесперебойный печатный станок, газета умрёт. И чем строже будут правила выпуска, тем быстрее это случится. Или в газету будут писать взрослые, делая вид, что

что это детские статьи. И верстать тоже будут сами, пытаюсь уложиться в срок и не ударить в грязь лицом перед коллегами и администрацией школы. Потому что, если учащимся поручить издательское дело, они никогда не смогут работать как часы. И вовсе не потому, что такие безответственные или ленивые, а просто потому, что они дети. Не может нормальный подросток заниматься творчеством (а работа в газете – это творческий процесс) по расписанию. Кто-то более работоспособный и строчит одну статью за другой, кто-то медленнее включается в работу, больше рефлексиирует, но в любом случае необходимо научить ребёнка получать удовольствие не от вида своей статьи или иллюстрации на газетной полосе, а от самого процесса соиздания. Очень часто бывает, что ученик пишет в газету, его работу опубликовывают в газете, и все – он исчезает. Цель достигнута, меня напечатали, я – молодец, я пошёл. Ещё писать? А зачем? Меня же уже опубликовали. Или другой часто встречающийся вариант. Школьник получил задание, радостно помчался его выполнять, но не справился: не нашёл нужных слов, не успел в срок, не понравилось то, что получилось. Ему стыдно, он боится, что услышит порицание, его вы тоже вряд ли увидите снова. Надо что-то большее, чтобы он остался в редакции. Прежде всего, сделать так, чтобы само творчество приносило радость, чтобы рядом были единомышленники и, главное, чтобы первые шаги его ни в коем случае не были «на оценку». Поверьте, современным школьникам хватает работы на уроках и с домашними заданиями, не стоит и газету превращать в очередной «школьный компонент».

Итак, основная проблема в создании школьной газеты – это её «живучесть». Практически все учебные заведения так или иначе начинали издавать свою газету, но проект, просуществовав недолгое время, исчезал бесследно. Наша цель – сделать проект школьной газеты долгосрочным и результативным. В результате должно получиться живое издание, созданное детьми для детей. Это будет интересно прежде всего руководителям школ, которые зачастую хотят видеть у себя ана

лог «взрослого» периодического издания. И, конечно, для тех безумцев, которые решили взять на себя ответственность за создание этого непредсказуемого, неуправляемого и этим прекрасного детёнка-газетёнка. Для успешной реализации подобного проекта потребуется как минимум один взрослый руководитель (лучше, конечно, больше, чем один). Желательно, что он был не из учительского состава, т.к. дети воспринимают учителя все-таки как человека, который оценивает их работу на уроке и дома по определённым предмету, а мы хотим уйти от оценочной системы. Поддержка со стороны администрации тоже обязательна. От неё зависит и финансовая сторона вопроса, издательское дело штука затратная. Но главное, чтобы работа в редакции школьной газеты была заметна и одобряема. Доброе слово, как известно, и кошке приятно, а уж детям как хочется, чтобы их хвалили за то, куда они вкладывают своё время, силы и душу!

На примере нашей редакции я постараюсь рассказать, с чего мы начинали, каких шишек набрали и до чего «докатились». Газета «Сделай ШАГ» появилась в нашей гимназии более трех лет назад. За это время она претерпела разные преобразования, были и достижения, которыми мы гордимся, были и неудачи, из которых стараемся сделать правильные выводы. На заре своего существования она задумывалась как периодическое печатное издание, издаваемое учениками. На деле все оказалось гораздо сложнее, чем представлялось.



Шаг 1

Решаем кадровый вопрос

Где взять авторов? Очередь из желающих сразу, разумеется, не выстроилась. А те, что изъявили желание работать в газете, не рассчитали сил и времени, необходимых для бесперебойной работы предприятия. Поэтому в дальнейшем мы отказались от строгого дедлайна и объёма.

Шаг 2

Экономим время

Заседания редколлегии, которые планировалось регулярно проводить после уроков, перенеслись на перемены и в сеть Internet. Обретя таким образом определенную свободу, авторы газеты стали легче находить темы интересных материалов.

Шаг 3

Решаем технические проблемы

Возник вопрос с оборудованием и софтом. Здесь нам очень помогло участие нашей гимназии в проекте Школы новых технологий, после которого нам закупили все необходимое для работы.

Шаг 4

Используем социальные сети

Способность успевать за веянием времени и меняться в соответствии с современными запросами аудитории – самое главное в жизни любого издания. Ни для кого не секрет, что сегодняшний школьник огромное время проводит в сети. Ребята из редакции именно в Internet решили искать свою издательскую и читательскую аудиторию. Создав группу газеты ВКонтакте, учащиеся получили возможность оперативно выкладывать информацию, получать комментарии и отзывы читателей, привлекли новых авторов и сохранили старых поклонников.

Шаг 5

Расширяем информационное пространство

С помощью социальных ведётся активное общение с кол-

легами из других школьных изданий, организациями, которые координируют деятельность юных журналистов. Результатом такого плодотворного сотрудничества с ЮНПРЕСС стала возможность троих членов редакции принять участие в Международном юношеском медиафоруме «Артек» осенью этого года. Возвращение наших героев с форума оказало положительный эффект в поднятии престижа школьной газеты. Ведь теперь стало очевидно, что работа в пресс-центре приносит и вполне реальный «доход» для её участников! Какому же ученику не хочется побывать в знаменитом лагере, да ещё и в учебное время!

Шаг 6

Создаем конкурентную среду

Это ещё одна важная, можно сказать, обязательная условие для того, чтобы школьная газета жила и процветала. Не оценка, не осуждение, а поощрение лучших, самых трудолюбивых и целеустремлённых. Здоровая конкуренция среди подростков сегодня необходима, чтобы место под солнцем занял достойнейший, заслуживший это своим трудом! Задача взрослого не вызвать зависть к счастливым у других детей, а дать им поверить, что это место способен занять любой, стоит только как следует захотеть и от души постараться.

Шаг 7

Переходим к сетевому взаимодействию

Школьная газета должна расти, развиваться, открывать новые возможности, пробовать разные формы. Газета должна иметь свой сайт, радио- и телеточку. Конечно, не все сразу, конечно, это сложно и затратно по финансам, по времени, особенно, если учесть, что и у детей и у взрослых есть дела поважнее: учеба и работа (газета, как правило, не основной вид деятельности сотрудника). Сказывается и нехватка знаний не хватает, за современными технологиями попробуй успей! Но расти и двигаться надо, что делать? Выход – искать партнёров, как сейчас модно говорить! В нашем случае такой палочкой-выручалочкой оказался полиграфический колледж. Сегодня в Москве мы являемся участниками пилотного проекта

сетевого взаимодействия. На базе медиакружка «Юный журналист» учащиеся получают ознакомительные навыки профессий, таких как фотограф, дизайнер-верстальщик, веб-дизайнер, ретушё, корректор и т.д. В колледже они уже овладевают профессиональными навыками и при успешном обучении по окончании получают свидетельство о присвоении специальности с правом трудоустройства. Это уникальный проект призван помочь молодым людям без отрыва от обучения в школе овладеть интересными и востребованными на сегодняшнем рынке труда профессиями. А помогла им в этом школьная газета!

Так давайте не дадим исчезнуть этому замечательному начинанию – школьным редакциям! Пусть их будет много и все будут не похожи друг на друга. Давайте не будем загонять детское творчество в жесткие рамки, делать клише. Придёт время, они всему научатся, все будут делать в срок и по правилам. Обязательно будут грамотно писать и красиво формулировать свои мысли. Овладеют новыми профессиями, может даже выберут полиграфию, журналистику или медиа делом своей жизни. Станут взрослыми и будут учить своих детей. А сегодня пусть газета в школе будет не плацем, где маршируют по команде старшего, а тренировочной площадкой для обучения как работе в команде, так и личной самореализации школьников. Пусть этот маленький трамплинчик поможет им сделать шаг в большую жизнь, где умение работать на результат не всегда лучше умения любить свою работу!

Как организовать школьную радиостудию

Поиск нового звучания и выход на широкую аудиторию

Юлия Александровна Пивкина
руководитель медицентра гимназии 1409 WIFMEDIA

Школьное радио в век цифровых технологий может обрести новое звучание и выйти на практически бескрайние просторы. Речь идет о просторах Internet, конечно.

Год назад мы с нашими юными телевизионщиками решили создать школьную радиостудию WIFRADIO. Инициатива исходила от самих ребят: одни мечтали принимать музыкальные заявки в прямом эфире, другие – вести авторские программы. Учителям гимназии тоже проект показался интересным, они увидели в этом возможность возродить традиционные школьные радиолинейки.

Проблема: работа на радио для школьников является уникальным фактором формирования навыков правильного говорения на родном русском языке, что в дальнейшем способствует развитию успешной личности.

Цель: создание школьной радиостудии. В результате руководители школьных творческих объединений и педагоги дополнительного образования смогут на основе модели WIFRADIO создать радиостудию в своем образовательном учреждении.

Шаги по реализации:

Шаг 1

Помещение:

- Помещение должно быть маленьким с хорошей звукоизоляцией;
- возможны варианты профессиональной звукоизоляции акустическим поролоном (Mappysil или более экономичное решение ППУ «Волна»), допустима и оригинальная звукоизоляция из подручных средств (например, картонные ячейки упаковок для яиц).



Шаг 2

Оборудование:

- Компьютер
- Звуковая карта для компьютера
- 2 студийных микрофона
- 2 пантографа (держателя для микрофона)
- Микшерный пульт (Пример: YAMAHA MG06)
- 2 пары наушников



Шаг 3

Программное обеспечение:

- Internet-платформы вещания
(Пример: www.volnoretz.com)
- Профессиональные программы
(Пример: DjiN www.djinlite.ru)

Шаг 4

Создание бренда:

- логотип
- слоган
- джингловый пакет

Шаг 5

Эфирная сетка:

- программы
- расписание

Успешный двухлетний опыт работы школьной радиостанции WIFRADIO доказывает жизнеспособность предложенной схемы организации работы. В данный момент у нас работает 12 диджеев, еженедельно выходит в прямом эфире 8 авторских радиопрограмм научно-популярной, образовательной и развлекательной направленности.

Шаг 6

Резюме

Резюмируя вышесказанное, хотелось бы особо отметить, что для красивого звучания вашего школьного радио, кроме акустически подходящего помещения и минимального набора радиийного оборудования, вам потребуется регулярно заниматься с детьми артикуляционной гимнастикой, скороговорками и прочими упражнениями, улучшающими произношение. Для того, чтобы ваше радио всегда было актуальным и интересным, почаще встречайтесь со своими слушателями и будьте к ним внимательны. Удачи!

Работа юных режиссёров и операторов на многоканальной ПТС

Организация прямых эфиров

Максим Александрович Акилов
режиссёр телекомпании НТВ,
руководитель ДТО «Ракурс», Москва

На медиафорумах для юных журналистов, где представлено телевизионное направление, у ребят появляется возможность поработать на многокамерной передвижной телевизионной станции (ПТС).

Успешный опыт был представлен на Международном юношеском медиафоруме «Артек» в сентябре–октябре 2015 года. Телевизионные трансляции осуществлялись с помощью 4-х камерной ПТС, за которой работали юные журналисты. ПТС была установлена в центральном зале – «Зале Дружбы» (вместающем только 100 человек при общем количестве детей в лагере – 550), изображение выводилось на плазменные экраны, установленные в холлах корпусов, где жили юные журналисты, а также онлайн на портале «РобУмеранг». Это уникальный опыт доверия детям задачи, сложнейшей в техническом плане и объемной в творческом. Было осуществлено более 30 прямых эфиров: трансляции мероприятий и новостные выпуски с участием ведущих. Для всех детей, задействованных в выпуске новостей, подобная практика была первой.

Для того, чтобы юные телевизионщики смогли реализовать себя в качестве режиссеров, операторов, ассистентов режиссера, необходимы следующие условия.

Шаг 1

Режиссирование события

Самое главное – снимаемое событие. Это может быть как простая пресс-конференция, так и сложное ток-шоу, как работа на открытых площадках и съемка больших театрализованных ток-шоу, так и выпуск «Новостей» в режиме «прямого эфира». Конечно, чем масштабнее происходящее, тем сложнее для начинающих режиссеров свести воедино 3-4 камеры для получения в конечном итоге хорошего видеоряда в трансляции. Однако даже для простой пресс-конференции режиссерам и организаторам нужно заранее продумывать пространственную картинку, т.е. кто где стоит, кто где выступает, как и где проходят ведущие и прочие детали.

Шаг 2

Подготовка ПТС к работе

Второй важный момент – технический. Передвижная телевизионная станция сама по себе сложная, и ребятам, по крайней мере, на начальном этапе, необходимо понимать, как работает этот комплекс. Для этого перед началом работы те, кто впервые будет работать, проходят обучение. Дело в том, что специфика работы на подобной технике в конкретном случае такова, что обслуживают её сами ребята, т.е. прежде чем начать работать,



Фото: Александр Потопяк

необходимо скоммутировать, «раскатать», подключить и настроить комплекс. И все это делают сами юные операторы и режиссеры, хоть и под руководством взрослого инженера-педагога. При этом каждый юный оператор отвечает за раскатку и настройку своей камеры/или крана. Режиссер, ассистент режиссера и звукорежиссер настраивают видеомикшерный пульт, систему записи, компьютер воспроизведения и систему связи «режиссер–операторы». После этого идет сведение камер по цвету/взятие баланса белого.

Шаг 3

Работа в прямом эфире

После технической готовности, режиссер объясняет каждому оператору его задачу. Это необходимо, чтобы каждый оператор четко понимал, как он работает. Важно то, что в случае отказа связи «режиссер-оператор» оператор отрабатывает заранее проговоренные планы (крупный, средний, общий). В процессе работы режиссер выстраивает крупности планов, исходя уже из реальной обстановки, но при этом работает по заранее намеченному плану и раскадровки. Соответственно, операторы выстраиваются согласно командам режиссеров. При этом сами команды заранее проговариваются.

В качестве режиссера педагогом выбираются ребята, хорошо зарекомендовавшие себя в качестве операторов, уже работающие на ПТС в качестве операторов и умеющие монтировать, т.к. работа режиссеров за пультом – по сути, монтаж в режиме «прямого эфира». Как показывает практика, не каждый хороший режиссер монтажа может сесть за режиссерский пульт и провести эфир. В работе режиссера на ПТС главное – быстрота реакции на быстро меняющуюся обстановку, умение кратко и четко объяснить задачу оператору во время съемки и, конечно, выдержка и спокойствие.

В качестве ассистента режиссера выбираются ребята, потенциально готовые стать режиссерами, имеющие навыки работы на ПТС в качестве операторов, звукорежиссеров.

Операторы ставятся на точки, согласно крупностям, которые распределил режиссер, и соответственно опыту работы. На общих планах работают ребята, опыт которых на ПТС невелик. На средние и крупные планы лучше поставить ребят, которые уже неоднократно и положительно проявили себя в качестве операторов на ПТС. На Международном медиафоруме в работе ПТС был задействован небольшой кран с вылетом стрелы 2-3 метра. В качестве операторов на кране были задействованы опытные и физически выносливые ребята.

На Международном медиафоруме ПТС была задействована практически на всех значимых мероприятиях, и подобных трансляций с выходом в Internet было более 20. За это время в качестве режиссеров, ассистентов, звукорежиссеров, операторов поработали более 30 человек из разных медиаточек. И каждый раз юные телевизионщики все больше и больше набирались опыта. Были и такие, кто впервые встал за видеокамеру, а затем даже сел за режиссерский пульт. Таким образом, Передвижная телевизионная станция (ПТС) способствует повышению творческой и телевизионной грамотности юных режиссеров и операторов. Работа на ПТС командная, одновременно во время трансляции работает 7-10 человек, потому общий успех зависит от полноценной слаженности команды.



Фото: Александр Потомяк

Превращаем телеманию в виртуальную реальность

Творческая концепция детской виртуальной
киностудии

Леонид Данилович Гликин

руководитель телевизионной студии школы 1311 г. Москвы,
режиссер, член Союза журналистов России

Если ранее, в середине XX века, на вопрос, обращенный к любому ребенку: «Кем ты хочешь быть в будущем?», мы чаще всего слышали весьма определенный ответ: «Пожарным! Космонавтом! Шофёром!», – то сегодня, в XXI веке телевидение сделало свое дело, и все чаще мы слышим от детей: «Режиссером! Актером! Сценаристом!..» и, даже... «Продюсером!» Только повзрослев, ребенок поймет, что главное в жизни это «не КЕМ быть?», а «ЧТО делать?» Но пока, он смело отвечает: «Хочу в телевизор!»

Хорошо это или плохо, наркотик это или лекарство - зависит от того, ЧТО с этого экрана вещают. В этом и заключается главная цель нашего проекта – превратить «контент» телевизионно-компьютерного продукта в дистанционно-образовательную среду в формате очно-заочного обучения. Попробуем превратить ТЕЛЕМАНИЮ в ВИРТУАЛЬНУЮ РЕАЛЬНОСТЬ. Иными словами, мы хотим, опираясь на современные возможности компьютерных технологий, используя привлекательность для детей компьютерной игры, модернизировать процесс обучения и предоставить детям возможность реализовать свой

творческий потенциал в деятельности нашей виртуальной киностудии.

Шаг 1

Привлекаем участников

«Кликнув» ссылку на нашем сайте, ребенок видит перед собой виртуальный земельный участок, огороженный красивым забором. У ворот на флагштоке реет флаг с логотипом киностудии и висит объявление: «Внимание! Открывается первая в мире детская виртуальная киностудия! Требуются: сценаристы, режиссеры, операторы, актеры, звукорежиссеры, продюсеры. Возраст: от 8 до 15 лет». Рядом висит другое объявление: «Объявляется конкурс сценаристов! Представленные на конкурс сценарии должны быть направлены по такому-то адресу». Там же предложены примеры сценариев и прописаны советы по их оформлению.

На огороженном участке, недалеко от входа, начинает строиться виртуальное здание сценарного отдела.

Шаг 2

Создаем сценарии

Ребенку нелегко сразу заявить себя сценаристом. Если сомнения в своих творческих способностях не переселят желание стать кинематографистом, то он подаст заявку и пришлёт нам наброски сценария.

В нашем ЦО №1311 ЮЗАО г. Москвы есть несколько специалистов, которые начнут совместно с будущим юным сценаристом «доводить» текст и, когда он будет готов, передадут его в «Цех подготовки съемок».

На территории киностудии начинает строиться виртуальное здание цеха подготовки съемок. При желании, с помощью 3-D моделирования, мы можем зайти в любое помещение всех зданий студии.

Если сомнения юных кинематографистов окажутся непреодолимыми, то мы предложим им поиграть в «Песочницу» - это онлайн игра наподобие «The Movies». Там дети в качестве «продюсеров» строят свою киностудию, нанимают актеров, одевают их, снимают фильмы и так далее. Эта компьютерная игра дает внешнюю иллюстрацию нашему проекту. Рано или поздно дети захотят написать «настоящий» сценарий, стать актером, режиссером, оператором... И пришлют нам свой сценарный набросок.

Шаг 3

Переходим к производству фильма

Тем временем, первые сценарии доработаны, и мы отправляем их в уже построенный цех подготовки съемок. Очень трудно сделать кино в одиночку. Кино – дело коллективное. И мы объявляем кастинг тех, кто хотел бы принять участие в реальном производстве фильма по утвержденному сценарию. Для производства фильмов мы предлагаем учебно-производственную базу ЦО №1311. Нам нужны режиссеры, актеры, операторы... Автор сценария вправе сам избрать себе какую-либо роль. Или принять участие в наборе претендентов. Мы предполагаем, что в таком заочном кастинге примут участие очень многие молодые таланты. С этого момента начнет формироваться картотека будущих кинематографистов. Нам придется построить виртуальную киношколу и организовать дистанционное и очное (используя учебно-производственную базу ЦО №1311) обучение (программа - в приложении).

Далее. Главные действующие лица нашли друг друга по интернету, образовали съемочную группу и готовы приступить к съемкам. Пожалуйста! Если захотят, они могут обойтись своими силами, если нужна помощь – могут рассчитывать на наших специалистов, павильоны и оборудование. Мы готовы научить и помочь! Если будет не хватать наших производственных мощностей, то нам помогут наши коллеги, телецентры других

школ. Нам хотелось бы, чтобы они «построили» свои офисы на территории виртуальной киностудии.

Шаг 4

Приглашаем на премьеру

Тем временем, новые сценарии поступят в цех подготовки, откроются новые мастер-классы, новых кинематографистов выпустит киношкола, будет построен гримерный цех, костюмерная, новые павильоны и, наконец, выйдут в свет первые фильмы нашей студии. Их нужно где-то показывать! И для этой цели будет построен виртуальный «Кинотеатр», где любой желающий может познакомиться с творчеством юных кинематографистов. Сначала в малом формате, а, затем, по мере развития интернет-технологий, и в нормальном качестве. Премьеры и фестивали могут быть виртуальными, а могут быть и очными, например, на базе ЦО №1311.

Шаг 5

Даём дорогу в жизнь

Как, наверняка, уже стало ясно из выше изложенного, главной целью этого проекта становится попытка найти способных детей и дать им возможность в игровой форме реализовать свои творческие возможности, а может быть, и помочь выбрать свою дорогу в жизни.

Наброски программы «Виртуальной киношколы»

Представленный курс призван обеспечить производственную составляющую темы «Виртуальная киностудия» профориентационно-образовательной программы «Технология телевидения» принятой для 9-х классов ЦО №1311 «Тхия».

В основу содержания программы обучения курсов положены более подробные сведения о технологической цепочке и этапах телевизионного производства. В частности, предполагается изучение следующих разделов: разработка сценарной заявки, работа с библиографией, разработка литературного сценария, разработка режиссерского сценария, расчет сметы телепередачи, подготовка съёмок, освоение объекта, съемочный период, монтажный период, озвучка, сдача телепродукции, организация эфира и т.д.

Программа курсов, в соответствии с технологической цепочкой телевизионного производства, предполагает две формы обучения – заочную и очную.

Заочная: подготовка творческой заявки, изучение материала и, частично, литературный сценарий, предварительные съемки.

Очная: литературный сценарий (доработка), подготовка съёмок, режиссерский сценарий, съемка, монтаж, озвучка и подготовка к эфиру.

На каждом этапе знакомства с программой учащиеся приобретают начальные знания, умения и навыки таких телевизионных профессий как тележурналист, редактор, режиссер, оператор, звукооператор, теледизайнер, продюсер.

В процессе реализации практической части программы, учащиеся объединяются в «съемочные группы». Каждая группа под руководством мастера снимает телепродукцию с установленным хронометражом на заданную тему. Эта работа будет считаться итоговой и на основании ее будет проводиться

аттестация учащихся. По замыслу авторов программы выпускники курсов должны стать инициативным ядром школьного телевидения у себя в школах.

Программа

1. Заочная форма обучения (интернет-консультации) – 12 часов в месяц*.

«Творческая заявка» – 4 часа

1. Тема.
2. Актуальность темы.
3. Идея.
4. Сверхзадача.
5. Сквозное действие, события.
6. Образное решение.
7. Технические средства реализации.
8. Источники финансирования.

«Подготовительный период» – 8 часов

1. Изучение темы.
2. Работа с библиографией.
3. Изучение объекта съемок.
4. Сбор материала.
5. Разработка предварительного литературного сценария.
6. Предварительные съемки (видео или фото пробы) объектов, героев и исполнителей.

2. Очная форма обучения – 64 часа в месяц**

Вводное занятие – 2 часа

1. Знакомство с профессиями.

«Сценарный план и литературный сценарий» – 8 часов

1. Оформление творческих заявок.
2. Синописис (краткое изложение сюжета).
3. Разработка персонажей.
4. Драматургия эпизодов.
5. Событийный каркас.
6. Интервью. Диалоги. Авторский текст.
7. Литературная обработка материала.

«Режиссерский сценарий» – 6 часов

1. Режиссерская экспликация (определение исходного события, главного события; построение событийного ряда; определение стиля, жанра, темпо-ритма и художественных особенностей).
2. Разработка творческих заданий оператору, звукорежиссеру, художнику.
3. Режиссерский план съемок.

«Подготовка съемок» – 8 часов

1. Составление календарного плана съёмок.
2. Формирование съёмочной группы.
3. Расчет сметы производства.
4. Освоение объектов съемок.
5. Изготовление оформления, реквизита.
6. Подготовка съёмочной техники и осветительной аппаратуры.
7. Подготовка съёмочной площадки.
8. Работа с персонажами (или актерами).

«Съёмка» – 14 часов

1. Работа с камерой.
2. Постановка света.
3. Композиция кадра.
4. Определения точек съёмок.
5. Макро и микро съёмки.

6. Репортажная съёмка.
7. Режимная съёмка.
8. Работа со звуком.
9. Основы грима.
10. Работа с актером на съёмочной площадке.

«Монтажно-тонировочный период» – 24 часа

1. Изучение программ цифрового монтажа.
2. Черновой монтаж.
3. Чистовой монтаж.
4. Спецэффекты.
5. Запись диктора.
6. Музыкально-шумовое оформление.
7. Сведение.

Сдача готовой продукции и подготовка к эфиру – 2 часа

1. Внесение поправок.
2. Форматы готовой видеопродукции.
3. Документальное оформление (паспорт фильма).
4. Продвижение на рынке (рекламные ролики, презентации и т.д.).

* Заочные занятия проводятся ____ (адрес сайта).

** Очные занятия на базе ЦО 1311.

Мультфильм: познаём мир и себя

Опыт работы студий анимации Дальнего Востока и других регионов России

Полина Алексеевна Сяркина

менеджер информационных ресурсов, заведующая читальным залом Дальневосточного Федерального университета, член оргкомитета и руководитель пресс-центра фестиваля «Веселая Ларга» ЦДТ г. Владивостока

Соавторы: Татьяна Викторовна Никитченко, руководитель проекта «Фестиваль детского кино и телевидения «Веселая ларга»;

Евгения Борисовна Онуфриенко, заведующая отделом туризма и краеведения ЦДТ г. Владивостока, координатор фестиваля «Веселая ларга»;

Александр Владимирович Потопьяк, Татьяна Витальевна Шандрук, Татьяна Олеговна Олесова, Галина Михайловна Чан, педагоги дополнительного образования отдела туризма и краеведения ЦДТ г. Владивостока, члены организационного комитета фестиваля «Веселая Ларга»

Мультфильм имеет огромные возможности для родителей, педагогов и воспитателей на пути к личности ребенка: для познания мира и самого себя, развития творческих способностей. Показ в рамках фестиваля «Веселая Ларга» лучших мультфильмов, сделанных детьми, положительно сказывается на развитии этого жанра в нашем городе, интересе к изучению экологических проблем, традиций Российского народа, его фольклора, событий истории обитателей залива Петра Великого и Уссурийской тайги, а главное – себя в этом большом мире, поиске своего места в нем.

На их примере дети видят, к чему надо стремиться, а взрослые начинают понимать, как использовать этот ресурс не только в воспитании, но и в развитии и образовании ребенка. «Важно, что обучение проводят дети в наших мастерских. Это снимает барьер между учеником и учителем, переводит процесс в ряд сотворчества.

Шаг 1

Определили, кому нужны наши тренинги мастерства?

Учителям и родителям, чтобы было легче найти путь к сердцу ребенка, чтобы они лучше его понимали. И, конечно, детям, чтобы понимали, прежде всего, себя и своих сверстников. Часто современным детям легче освоить компьютерные технологии с 3-4 лет, чем найти общий язык со сверстниками и взрослыми. Многие дети замкнуты, не могут раскрыться. А в процессе создания мультфильма любой талант ребенка – «к месту». Бывает так, что ребенок еще только говорить научился, но уже может озвучить мультяшку так, что мы его будем слушать много раз, получая от этого огромное удовольствие.

«Мой ребенок рисует, но не очень хорошо», - говорит мама на мастер-классе, проведенном нами в ЗАТО г. Фокино в клубе «Чудество». И вот на ее глазах каракули «чада ненаглядного» превращаются в героя сказки и путешествуют вместе с ребенком, вместе с маминими радостями и переживаниями. А кто-то рад, что он в общем мультфильме будет «солнышко двигать», постепенно превращаясь в это солнышко для других детей, как это получилось у группы «Миллениум» – инициаторов фестиваля детского кино и телевидения «Веселая ларга» и «VOSTOK25». Они учатся сами и учат других.

Шаг 2

Ученики стали учителями

Девизом клуба «Следопыт», частичкой которого является студия «МультиКра» (Мультипликационное краеведение), ста-

ли слова: «Научился сам, научи другого». Дети, участники студии «МультИкра», начали учить других детей создавать мультфильмы.

«Татьяна Викторовна, я хотел пригласить к нам в клуб детей, чтобы они учились создавать мультфильмы, но у них времени нет ездить в ЦДТ. Вот решил на переменках и после уроков их учить. Мы собираемся в библиотеке, и я на ноутбуке все им показываю. Мы и газету к конкурсу будем делать», – рассказал юный гимназист города Владивостока Миша Дружинин, который, получив первые навыки создания мультфильмов, сразу стал учить других.

После таких импровизированных мастерских прибавилось количество участников нашего фестиваля. А еще были присланы работы из других регионов России (студия «Ормулька» п.Орда, «Ладушки» г.Лысьва), из канадского города Торонто. Ролики с участием мультипликационных персонажей были трогательны, заразительны и прекрасны, а еще очень различные. Посмотрев их, дети Владивостока стали интересоваться техникой создания рисованных, пластилиновых, кукольных, песочных и других персонажей, тоже захотели создавать такие мультики. Они и сами стали придумывать, из чего еще можно сделать мультфильм. Первые мастер-классы по анимации на фестивале провели педагоги студий «Арлекин» - А.Сивкова (перекладная) и «Ирбис» -И.Заляутдинов (компьютерная). И вот уже ученики учат других. Галина Михайловна Чан, педагог-эколог, обучившаяся в студии «Арлекин», создала свою студию детского экологического мультфильма «Ручеек», и на следующий год сама провела мастерскую на фестивале, а Игорь Заляутдинов, представитель студии «Ирбис», учил детей Приморского края 3-D анимации.

Шаг 3

Пригласили экспертов

Кроме этого к нам в гости приехал директор фестиваля – мастер-класса «Жар-птица» – Петр Иванович Анофриков. Он провел творческие встречи с учителями младших классов, с родителями, детьми и руководителями студий. Мы посмотрели мультфильмы его студии «Поиск». Это было очень полезно и интересно. Много секретов организации детской студии и создания мультфильмов узнали участники фестиваля. Петр Иванович щедро делился опытом. С руководством фестиваля и Центра детского творчества г. Владивостока Петр Иванович договорился о создании базовой площадки по развитию этого жанра на территории Дальнего Востока. Этот вопрос сразу же был обсужден оргкомитетом фестиваля «Веселая Ларга» с институтом повышения квалификации, и с нового учебного года площадка начнет действовать.

Конечно, чтобы детей умело вести вперед, этому надо учиться. И вот для подготовки руководителей – аниматоров летом в Новосибирск выехали 4 педагога и их ученики из Владивостока и Приморского края. Мы поставили своей целью обучить учителей школ, мам, пап для дальнейшей работы тренерами на нашем фестивале. «Дорого приглашать постоянно мастеров, будем учить своих», – принял правильное решение оргкомитет фестиваля.

Шаг 4

Расширили границы медиапространства

Жанру анимации на нашем фестивале в этом и в следующем году будет уделено большее количество времени и внимания, чем другим. Первый день фестивалей 2014 и 2015 годов проходит как «День анимации во Владивостоке». Педагоги Владивостока, родители и дети знакомятся с руководителями других студий. Это дает перспективы развития для каждого. Например, после посещения мастер-классов П.И. Анофрикова (г. Новосибирск, фестиваль-мастер-класс «Жар-птица») все участники получили электронные письма с методическими пособиями, ответы на все вопросы, которые их интересуют

Такая заочная школа мастерства тоже полезна для тех, кто начинает свой путь в этот удивительный мир мультипликации. И после фестиваля в кабинете №7 ЦДТ г. Владивостока (клуб «Следопыт») с утра до вечера оживленно. Здесь собираются руководители студий мультипликации, чтобы обсудить перспективы развития фестиваля и его номинаций, новые программы: «Благотворительность и благотворители» (мастер-классы, которые проведут дети студий анимации в детских домах); проект «Да здравствует, мультфильм!» (благотворительные кинопоказы в учреждениях образования и кинотеатрах Владивостока, Приморского края); «От сценария к мультфильму» (помощь юным сценаристам в создании мультфильмов по их сценариям); «Фестиваль шагает по планете» (создание координационных центров фестиваля в разных городах России и за рубежом).

«Под нашим руководством прошли пилотные проекты в разных городах России и Приморском крае. Мы увидели все плюсы и минусы, сделали выводы, и всем миром претворяем это в жизнь», – рассказала автор этих программ Т.В. Никитченко. Помощь сценаристам мультфильмов согласились оказать сразу несколько мультстудий. «Арлекин», «Литораль» (г. Владивосток) сделают мультфильмы по сценариям Артема и Ярослава Паламарчук и Людмилы Семеновой – победителей конкурса сценаристов мультипликаторов. «С удовольствием поучаствуем в инициативе вашего фестиваля «Веселая Ларга» – помощь юным сценаристам анимационных фильмов! Все желающие могут обратиться к нам в город Салехард, объединение мультипликации «Мыни-ку», – написал руководитель этой студии Михаил Коробов в оргкомитет фестиваля.

«В этом году дети города Фокино стали членами Большого детского жюри фестиваля «Веселая Ларга». Просмотр работ номинации «Анимация» прошел у нас в клубе «Чудетство». Это хорошая форма работы, придуманная членами

оргкомитета для вовлечения в этот жанр детей. Они сразу стали рисовать героев мультфильмов и захотели создавать мультики сами. На фестивале было 14 человек из нашего города Фокино. Хотим и в нашем городе создать что-то подобное», – Ирина Федотова, ЗАТО г. Фокино. «Нам показался очень интересным ваш опыт создания разных студий мультипликации в городе Владивостоке. Мы тоже хотим научиться этому и развить этот жанр на территории Пожарского района. Для этого я приехала на фестиваль к вам с педагогом, которая посетила все мастер-классы по анимации», – Маргарита Цветкова, директор фестиваля детских СМИ «Пробный шар», г. Лучегорск.

Пример популяризации жанра анимации преподнесла студия «Игра» Дома молодежи г. Владивостока, руководитель А. Сергеева: «Для нас уже стали традиционными часовые показы мультипликационных фильмов участников нашей студии в кинотеатрах нашего города. В этом году в кинотеатре «Иллюзион» прошел новогодний показ, а в «Галлактике» – благотворительный – для детей из интернатов Владивостока. На этом не остановимся, для этих детей проведем мастер-классы, научим, возьмем шефство. Думаем, что в следующем показе их работы тоже примут участие».

Шаг 5

Не останавливаемся на достигнутом

Старт новой образовательной программе «Школы кино и телевидения «Следопыт» и проекту «Эхо Бумеранга во Владивостоке и Приморском крае» был дан в новом учебном году в школе №13 (с. Многоудобное Шкотовского района Приморского края). Творческий десант приедет сюда еще не один раз, чтобы подготовить детей к участию в фестивале «Веселая Ларга», конкурсной программе Форума «Бумеранг» и фестивалей-партнеров. Дети получают навыки создания мультфильмов в разных техниках и знания в области кино и телевидения.

Дзюба Катя: «В «Орленке», на форуме «Бумеранг», я многому научилась, создавала мультфильм при помощи песка, а раньше занималась компьютерной анимацией. А в Новосибирске, на фестивале «Жар-птица», я тоже прошла обучение и получила хорошую практику. Теперь хочу научить технике песочной анимации других детей».

«Благодаря мультфильмам, которые я посмотрела на вашем фестивале и на встрече с П.И. Анофриковым, лучше понимаешь ребенка, видишь свои промахи в воспитании. Дети талантливо и просто передают свои эмоции и впечатления от жизни, от людей, которые с ними рядом. Для меня самой показали поучительными многие мультфильмы. Я поняла, что мультик – лучший помощник в воспитании ребенка. Взрослые, вместо нравоучений и замечаний делайте мультики со своими детьми! Я лично буду воспитывать ребенка так с сегодняшнего дня», – Лариса, просто мама шестилетней Лерочки.

Примечание: В статье обобщен опыт работы студий анимации г. Владивостока, г. Арсеньтева, г. Лучегорска и других городов России.

Мультимедийное информационное пространство

Создание портала молодёжи для молодёжи

Диана Игоревна Косолапова
директор ООО ТО ЮНПРЕСС

Трансформации, происходящие в системе массовой коммуникации в последние годы как в мире в целом, так и в России в частности, отражаются и на специфическом сегменте СМИ, создаваемых детьми и подростками. Внедряются мультимедийные технологии, активно используются практики Web2.0. Не случайно, что на фоне этих изменений принципиальным для дальнейшего развития нашей организации стал вопрос обновления сайта – Мультивидеопортала молодёжи для молодёжи ЮНПРЕСС (<http://ynpress.com/>).

О том, как это происходило и к каким выводам нам удалось прийти – в нашей пошаговой инструкции.

Шаг 1

Систематизация накопленного опыта

Портал ЮНПРЕСС имеет серьёзную историю – первая версия создавалась в начале двухтысячных годов, когда компьютеры и тем более интернет были далеко не в каждом доме. С тех пор он несколько раз обновлялся, наращивались функции, появлялись новые рубрики и проекты. Мы постарались вспомнить все, что уже было когда-то изобретено, записать, облечь в схемы, найти общие элементы и максимально упростить.

Так мы определили основные функции нашего сайта:

- информационная (молодёжный взгляд на актуальные события; новости в сфере детской и молодёжной журналистики);
- коммуникативная и интерактивная (возможность оставлять комментарии; самому участвовать в процессе модерации информационного продукта, соревноваться с коллегами-юными журналистами);
- методическая (обмен опытом, архив ювенильных СМИ и методических материалов по журналистике);
- презентационная (наличие данных об организации, механизмах взаимодействия с ней).

При сравнении с результатами исследования мотивов участия в ювенильных СМИ мы увидели, что предложенные функции отвечают потребностям юных журналистов.

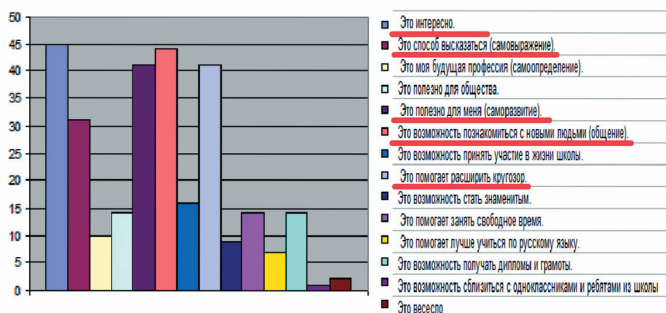


Диаграмма «Мотивы участия в ювенильных СМИ»

Кроме того, мы провели опрос среди наших коллег и активных юных журналистов и выбрали сайты, которые нам действительно нравятся. В их число попали:

Национальная Служба Новостей <http://nsn.fm/>

The Moscow Times <http://www.themoscowtimes.com/>

Метро <http://www.metronews.ru/>

Forbes <http://www.forbes.ru/>

Lenta.Ru <http://lenta.ru/>

Эхо Москвы <http://www.echo.msk.ru/>

ИТАР-ТАСС <http://itar-tass.com/>

Vice News <https://news.vice.com/>

ВОС <http://w-o-s.ru/>

FURFUR <http://www.furfur.me/>

Таким образом, мы увидели, что нас привлекают удобная навигация, крупные иллюстрации, адаптивный дизайн, мультимедийность.

Шаг 2

Редизайн мультимедиапортала

Ошибочно полагать, что создание сайта – это работа исключительно технической команды. Какими бы профессионалами своего дела не были дизайнеры и веб-мастера, они не умеют читать мысли, поэтому нужно очень четко формулировать задачи, учитывать тренды и специфику целевой аудитории.

Итак, благодаря нашей совместной работе, на новом мультимедиапортале появились следующие разделы.

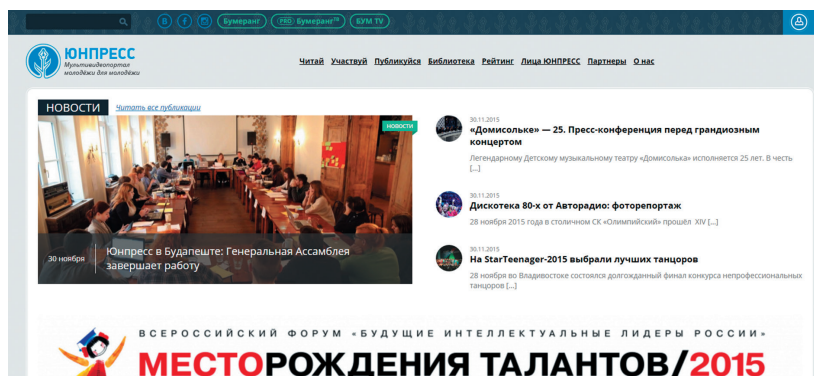
На главной полосе разместились три информационных блока «Новости» (короткие информационные сообщения); «Длинные истории» (развернутые информационные материалы; материалы с претензией на аналитику); и «Спецпроекты». Здесь же расположилась интерактивная карта, где отмечены медиаточки – творческие объединения для юных журналистов.

Раздел «Участвуй» объединил анонсы мероприятий для медиалидеров, а также события, где работают наши мобильные пресс-центры. В «Библиотеку» мы собрали выпуски ювелирных СМИ и методические материалы для руководителей творческих объединений.

После регистрации в «личном кабинете» участники получают доступ к дополнительным функциям: это возможность самим добавлять материалы через кнопку «Публикуйся», уча-

ствовать в рейтинге журналистов и подавать заявку на получение пресс-карты.

Таким образом, мы постарались дать «выход» всем обозначенным функциям портала ЮНПРЕСС.



Главная страница Мультимедиапортала <http://ynpress.com/>

Шаг 3

Формирование команды журналистов

Нашей целью было не только создание современной мультимедийной платформы, удобной для пользователей в техническом плане, но и организация работы мультимедиапортала молодёжи для молодёжи как живого самоорганизующегося организма, создателями которого являются дети и подростки из разных регионов России.

В связи с этим отработку механизма работы с сайтом — публикация материалов через личный кабинет и формирование рейтинга юных журналистов — мы включили в качестве мотивирующего элемента образовательной программы Международного юношеского медиафорума «Артек». Участникам было предложено зарегистрировать личный кабинет на портале и все созданные медиапродукты размещать в режиме реального времени, начислять баллы и подниматься в рейтинге.

Авторы трех и более опубликованных материалов смогли оформить пресс-карты (официальный документ, в котором помимо личных данных журналиста указан номер свидетельства о регистрации СМИ). Таким образом, мы приняли 120 корреспондентов из 52 регионов России. Обладателям пресс-карт было предложено стать «штатными сотрудниками»: написать резюме, пройти собеседование и получить должность в информационном агентстве. Всего было создано четыре рабочие группы:

- выпускающие редакторы (модераторы материалов, поступающих на сайт, имеющие право подтверждать публикацию);
- координаторы медиаточек (модераторы деятельности информационного агентства в регионах, организаторы информационных акций);
- SMM-менеджеры (редакторы аккаунтов в социальных сетях – Вконтакте, Facebook, Instagram, Twitter);
- руководители тематических направлений (редакторы материалов отдельных рубрик портала).

Резюме сотрудника ЮНПРЕСС:

- 1. Имя, фамилия*
- 2. Дата, год рождения*
- 3. Место проживания*
- 4. Творческое объединение*
- 5. Для меня участие в ЮНПРЕСС - это*
- 6. Должность, которую я хотел бы занимать в ЮНПРЕСС*
- 7. Почему именно я?*
- 8. Какие должностные обязанности я хотел бы выполнять*
- 9. Как часто я смогу заниматься выбранной деятельностью*

10. Образование, в том числе в сфере детской и молодёжной журналистики
11. Профессиональные навыки
12. Личные качества, которые мне помогут в работе
13. Личные качества, которые могут мне помешать
14. В результате своей деятельности в ЮНПРЕСС я ...
15. Вы не спросили, но я хочу сказать ...



На фото: Яна Высоцкая

Шаг 4

Системное онлайн и офлайн взаимодействие

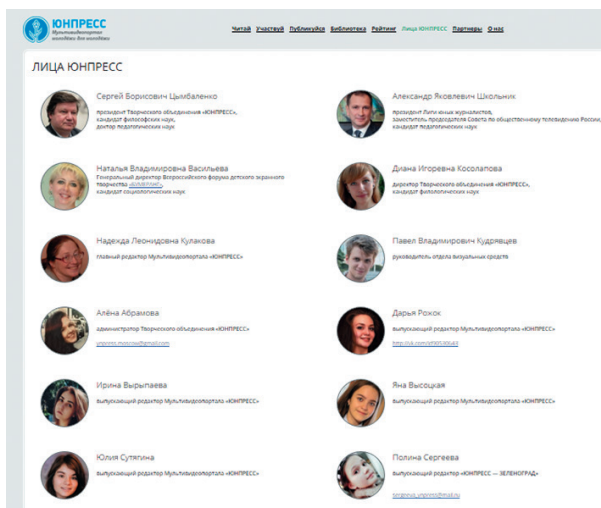
Важно не только привлечь участников, но постоянно поддерживать их интерес.

Для корреспондентов – это возможность получить аккредитацию на практически любое событие: от концерта люби-

группы до пресс-конференции с президентом Российской Федерации. На большинство из них обладателям пресс-карт достаточно просто подать заявку, а на крупные мероприятия от ЮНПРЕСС оформляются специальные письма поддержки. В случае, когда претендентов на одно событие много, проводится внутренний конкурс, выявляющий наиболее достойного.

«Штатные» сотрудники собираются на онлайн-планерки в скайпе, в ходе которых обсуждаются приоритетные направления работы на ближайшее время, проводится экспресс-обучение по ключевым моментам работы, которые вызывают затруднения. Ежедневное общение в режиме вопросов и ответов происходит в специально созданных диалогах во Вконтакте, что позволяет оперативно поддерживать связь.

Для наиболее активных членов команды предусмотрены поощрения: рекомендательные письма в вузы, возможность участия в международных стажировках, номинирование на получение государственной премии по поддержке талантливой молодёжи.



Портреты «штатных» сотрудников ЮНПРЕСС из числа юных журналистов размещены в разделе «Лица»

Шаг 5

Перспективы развития мультимедийной платформы

Что же дальше?

В содержательном плане – создание уникального конкурентного контента, интересного не только авторам и их коллегам – юным журналистам, но и широкой читательской аудитории.

С технической точки зрения приоритетными являются две задачи. Во-первых, это создание собственной образовательной платформы с возможностью записываться на онлайн курсы, смотреть видеолекции, выполнять задания, общаться с преподавателями в режиме реального времени. Во-вторых, разработка мобильного приложения, которое скачивается на смартфон и позволяет быть включенным в молодёжное информационное пространство, добавлять материалы – не только текст, но и фото, видео, аудио – находясь в любой точке, где есть интернет.

Как вести работу в социальных сетях

Становимся ближе к читателям

Алёна Сергеевна Глушенкова
администратор творческого объединения ЮНПРЕСС

Этот год ознаменовался для Юнпресс многими позитивными начинаниями и реализованными идеями. Мы расскажем сейчас об одной из них – эффективной и качественной работе в социальной сети. Многие понимают: трудно выделиться и завоевать доверие аудитории в условиях разнообразия существующего контента, в особенности, в детской и подростковой аудитории. О чем писать больше? На что ставить акцент? Как часто публиковать материал? В каком стиле подавать посты?

Согласитесь, проблема существует. А ее решение не всегда приводит к положительному результату. Задумываем одно – выходит другое. А чаще не задумываем ничего – просто не знаем, как поступиться и с чего начать!

Сегодня мы расскажем, как не просто наполнить аккаунт интересными материалами, но создать отлаженный механизм. Механизм, который в обозримом будущем сможет большую часть времени работать без вашего вмешательства. И, несомненно, будем рады, если опыт Юнпресс окажется полезным для руководителей и педагогов, начинающих и взрослых журналистов.

Шаги по реализации на примере группы Тот Самый Юнпресс <https://vk.com/ynpress>

Шаг 1

Создавайте уникальный контент

Ваша аудитория – это больше, чем просто читатели. Это те, кто вам доверяет. И уникальный контент – это первое и неизблемое правило. Мы уважаем свою аудиторию и не копируем чужие материалы, слегка изменив пару строк. Основной костяк постов в группе Юнпресса – это наши новости с сайта. Но не просто новости, случайно заброшенные с портала в группу, а с кратким анонсом – первым абзацем или самой интересной цитатой. Зачем? Во-первых, привлекаем внимание аудитории. Во-вторых, соблюдаем этику: мало кому приятно смотреть на череду ссылок, просто перепечатанных с сайта.

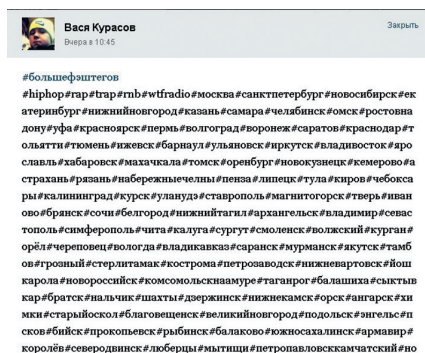


Шаг 2

Не бойтесь хэштегов

В каждом опубликованном материале группы мы используем хэштеги #юнпресс и #unpress. Во всех постах. Обязательно. Зачем? Так аудитория сможет отслеживать новости: кликнув на хэштег, мы получаем все публикации, которые сделали. Удобно, быстро, информативно! Придумайте ваш собственный хэштег с названием организации и используйте его во всех социальных сетях. Занимаетесь детским телевидением и хотите привлечь к себе внимание других заинтересованных

в теме? Используйте, кроме вашего, схожие хэштеги: например, #детскаяжурналистика, #детскоетелевидение и другие. Но не увлекайтесь, как на фото ниже:



Шаг 3

Но бойтесь репостов

Удобна кнопка репоста! Клик – и материал в группе или на странице. Но, делая репост, мы забываем о главном – о себе. Аудитория заходит к первоисточнику, продолжает цепь репостов, вы же – лишь звено. Мы практически не делаем репосты – мы делаем рерайты со ссылкой на источник. В итоге, аудитория увидела информацию, а первоисточник – что мы про него написали, упомянули и... делает репост уже с нашей страницы. Где здесь хитрый смайлик?

Шаг 4

Рубрики – не только в газетах

Если вы будете писать искренне, грамотно и давать полезную информацию – аудитория будет вас читать. Но если вы сделаете рубрики – аудитория будет еще и следить за вашими публикациями. Для группы Тот Самый Юнпресс мы создали рубрики - по дням недели и с хэштегами:

ПН **#юнмузыка** – тематическая подборка аудиозаписей, заряд на неделю,

ВТ **#юнсовет** – полезная информация для начинающего журналиста, практические рекомендации, сервисы,

СР **#юнцитата** – афоризм, цитата, мотиватор в jpg,

ЧТ **#юнличность** – краткий пост об выдающемся юном журналисте, победителе чего-нибудь – 3-5 вопросов+фото,

ПТ **#юнопрос** – анонимное голосование на тему из актуальной повестки дня,

СБ **#юнредакция** – пост о редакции, студии – 3-5 вопросов и фото/видео + ссылка на их группу ВКонтакте,

ВС **#юнфото** – эффектное фото и его характеристика-эмоция в 1-2 слова.

Помните, что контент должен быть специально отобранный для ВКонтакте: привлекательный, яркий, и обязательно такой, который захочет «лайкнуть» и сделать репост – и не только тому, про кого вы написали.

Шаг 5

И акции – не только в магазинах

Акции, конкурсы, розыгрыши – то, что привлечет к вам больше интереса, и, соответственно, больше аудитории. Так, за лучшую фотографию с хэштегом мы ставили фото победителя на аватарку группы. Выберите тему конкурса, продумайте условия, опишите их в публикации, и не забудьте про приз, ради которого стоит побороться: одни наши товарищи на фестивале разыграли шапку-ушанку вожатого. И если бы нас спросили, ради чего бы ребята боролись больше – ушанки или новенького iPhone, мы бы еще подумали.

Шаг 6

Заручайтесь помощниками

В самом начале мы упомянули о механизме, большую часть времени работающем без вашего присутствия. Конечно, это задача на долговременную перспективу, но что мы можем для этого сделать именно сейчас? Заручиться помощниками.

В группу Юнпресса мы набрали штат сми-менеджеров из

числа юных журналистов. Заявки – исключительно по желанию, а вот права публиковать – после нескольких качественных постов через кнопку «предложить новость». Менеджеры распределены по дням и стоят в своеобразном «дежурстве», в которое входит ведение рубрики (помните, мы о них рассказывали выше?) и публикация анонсов на новости с сайта.

Кто-то спросит: «А не проще ли раскрутить аккаунт с помощью фейков?».

У нас не было задачи «накрутить» количество пользователей, поэтому мы сразу отказались от идей с заказной раскруткой. Группа Тот Самый Юнпресс работает на конкретную целевую аудиторию, поэтому, как говорится, лучше меньше да лучше. У всех разные цели, и если ваша – это количество людей в группе, то сейчас огромное разнообразие фирм, которые нарисуют любую цифру в любой социальной сети. Но будет ли эта аудитория ваша?

Удачи в работе и отзывчивой аудитории!

Виртуальная стена или холст для коллективной работы

Как создать и для чего удобно применять?

Маргарита Витальевна Кузьмина
старший преподаватель КОГОАУ ДПО ИРО Кировской области

Интерактивная доска стала неизменным атрибутом многих учебных классов. Размещаем объекты, передвигаем, открываем и закрываем текстовые, графические и видеообъекты на доске и многое другое.

А теперь попробуем представить, что доска стала намного больше, что доступ к ней не ограничен – не обязательно подходить к доске, можно открыть доску с любого сетевого компьютера, планшета, айфона и смартфона. И не только открыть, но и быть полноправным пользователем: добавлять, перемещать, удалять объекты. Такую виртуальную доску, стену или холст можно создать с использованием различных сетевых сервисов. Один из них Lino.

Создадим с использованием этого сервиса полотно, на котором воспитанники студии смогут разместить свои заметки, стихи, анонсы, идеи, оценочные листы, видеосюжеты, фотографии и другие материалы.

В результате мы получим виртуальную газету, журнал, копилку идей, подборку видеосюжетов или рефлексивную стену. Можно будет настроить разные варианты доступа к стене: полный доступ с возможностью редактирования, доступ для просмотра или сделать стену доступной только для ее автора. Для реализации идеи нужен Internet и устройства, которые

помогут создавать и размещать медиаматериалы. Рассмотрим алгоритм по шагам.

1. Регистрация аккаунта и вход в Lino.

С помощью любого браузера делаем запрос Lino. В списке найденных ссылок открываем <http://en.linoit.com> (рис. 1).

Далее, «Регистрация» (рис. 2) для начала работы или «Логин» (рис. 3) для входа.

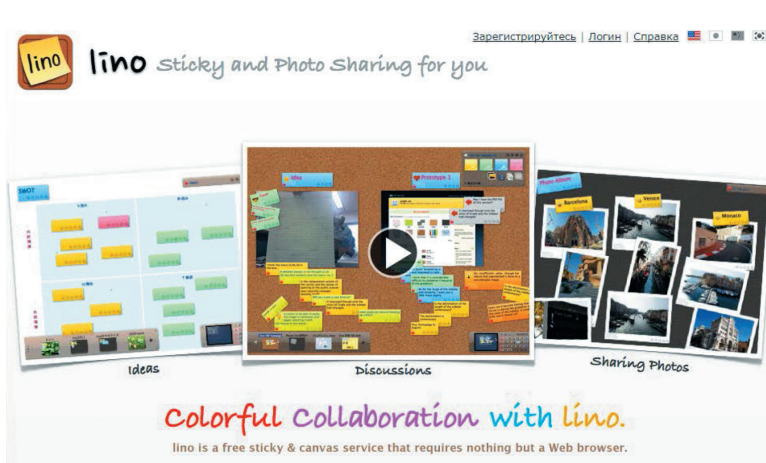


Рис. 1

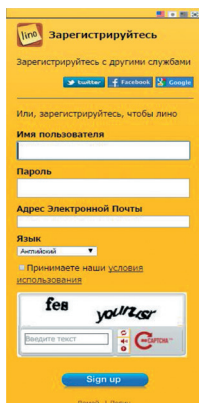


Рис. 2

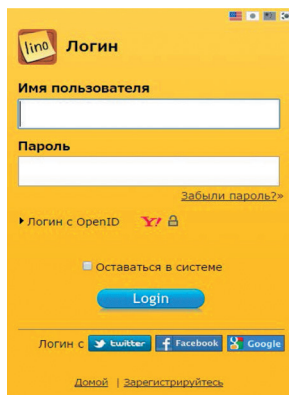


Рис. 3

Можно зарегистрироваться, если заполнить поля «Имя пользователя», «Пароль», «Адрес электронной почты», установить отметку в поле «Принимаете наши условия», ввести текст для проверки и нажать «Sign up». Другим способом входа может быть регистрация с помощью других служб: Google, Facebook, Twitter.

Аналогично, для зарегистрированных пользователей или пользователей, которые пользуются указанными службами, вход на сайт возможен двумя способами.

2. Создание стены, полотна или холста.

В открывшемся окне будут видны вкладки «Моя страница», «Мои холсты», «Мои группы», «Избранное», «Задачи», «Корзина» (рис. 4).

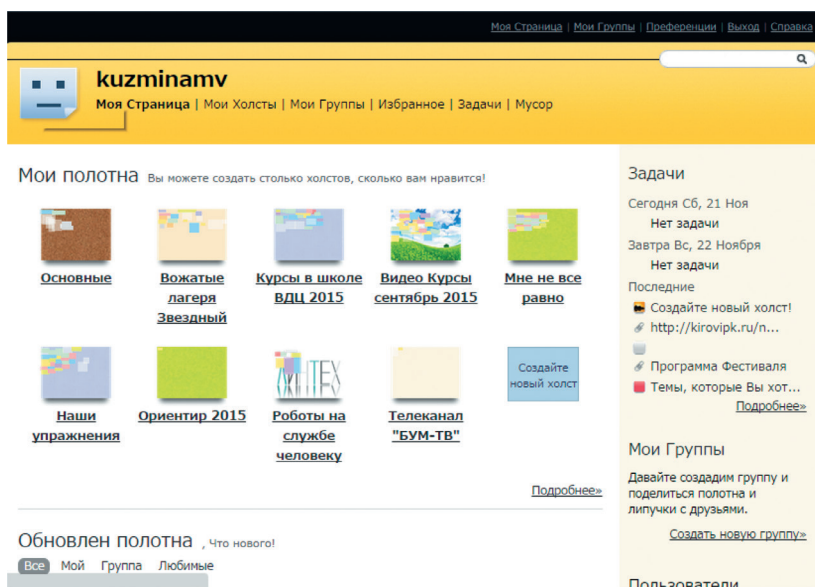


Рис. 4

В открывшейся вкладке «Мои полотна» будет видно полотно «Основные» (на этом полотне Вы увидите шаги инструкции по работе в Lino) и предложение «Создайте новый холст».

Создаем новый холст, пишем название холста. Выбираем фон из предложенных или загружаем свое изображение (рис. 5).

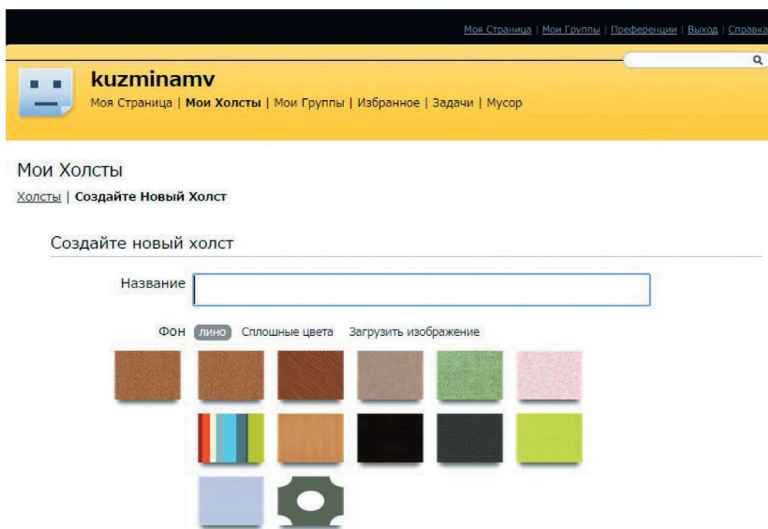


Рис. 5

Доступ к стене возможен: личный, для других пользователей, которым будет предоставлена ссылка, или открытый для всех с возможностью размещать любые материалы.

Доступ к канве (на правах рекламы)

- Для моего личного использования
Никто не может увидеть холст, но вы
- Показать липучки каждому
Другие люди могут не пост липучки
- Все желающие могут размещать липучки
Показать липучки для каждого, и пусть каждый пост липучки

Детали

- Уведомить меня, когда кто-то разместил липкий
- Показать этот холст на причале
- Создать липкий по электронной почте
Проверьте адрес электронной почты после того, как полотно создается
- Позволяют другим копировать липучки на этом холсте
- Список на общественном полотне
- Разрешить гостям публиковать липучки
- RSS-это всегда генерируется для всех общественных полотна

Рис. 6

3. Размещение материалов на стене.

Для размещения материалов на стене или холсте воспользуйтесь предложенными меню вариантами объектов (рис. 7).

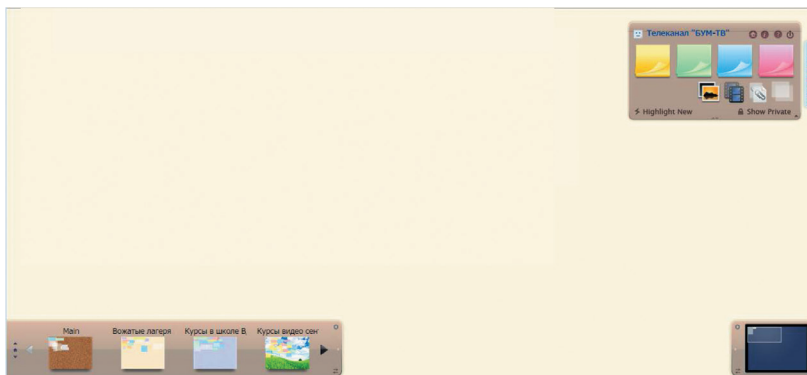


Рис. 7

Вы можете «вешать» на стену стикеры (рис. 8), на которых можно писать текст, добавлять иконки, календарь, тэги. Цвет стикера можно выбирать любой из предложенных, цвет и размер текста можно регулировать (рис. 9).

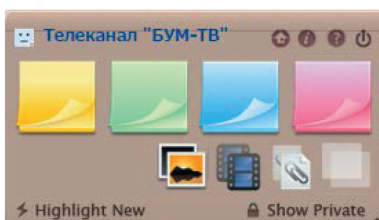


Рис. 8



Рис. 9

На холст можно добавлять рисунки или картинки, выбрав их из файлов на компьютере и установив размер (маленький, средний или большой) (рис. 10).

Если к рисунку нужно добавить текст, то выбираем тип «Frame» и пишем текст, который будет под рисунком (рис. 11).



Рис. 10

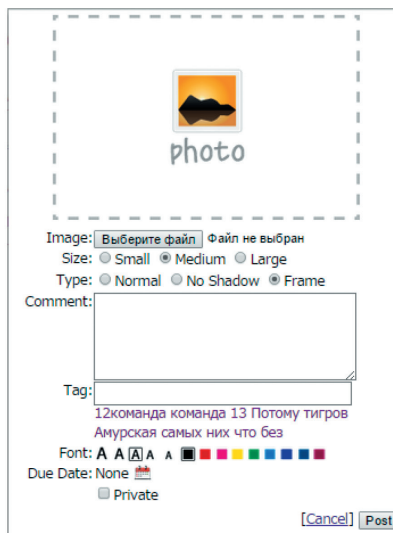


Рис. 11

Чтобы добавить на холст видео, необходимо предварительно его найти в Internet на YouTube, Vimeo или Ustream и скопировать ссылку, которую нужно добавить в строку окна (рис. 12).

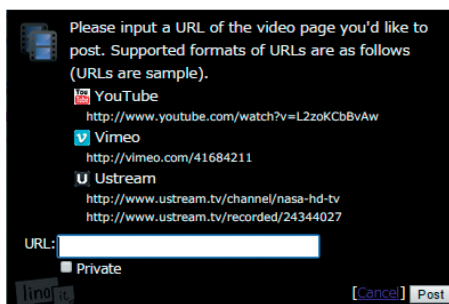


Рис. 12

На холст можно добавлять документы, выбрав их на компьютере (рис. 13), добавлять к этим документам комментарии, тэги, календарь.

Если нужно, чтобы был виден только текст нужного цвета и размера, существуют прозрачные стикеры (рис. 14).

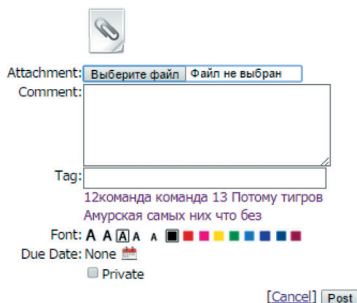


Рис. 13

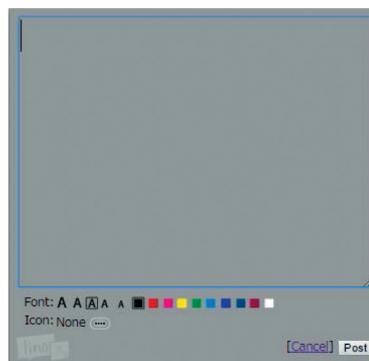


Рис. 14

Редактировать объекты, добавленные на стену, можно с помощью маленьких кнопочек в нижнем правом углу стикеров «Edit» (редактировать)(рис. 15), добавить дату (рис. 16), копировать на другую стену (рис. 17), удалить (рис. 18).

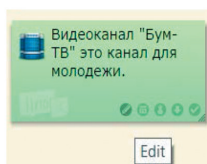


Рис. 15

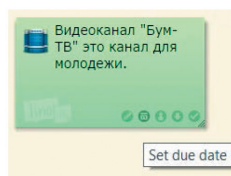


Рис. 16

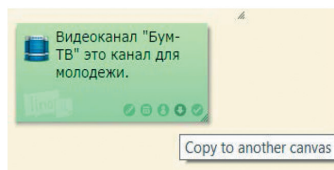


Рис. 17

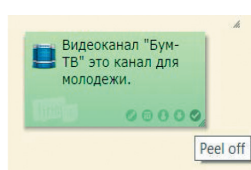


Рис. 18

Таким образом, мы получаем виртуальную стену, к которой возможен доступ для чтения по ссылке, коллективный вход и даже коллективная работа. Это очень удобный сервис, позволяющий создавать больше количество подобных стен, очень удобных для решения различных образовательных задач с применением компьютеров и мобильных устройств.

Как организовать работу детской социологической службы

Получаем качественный контент для инфографики

Юрий Васильевич Шинкаренко
журналист, председатель правления
ДМОО юных корреспондентов Свердловской области

Юные социологи работают сегодня в школах, загородных лагерях, в детских и юношеских СМИ. Принимаясь за очередной опрос своих сверстников, они иногда становятся похожи на главного героя мультика В. Дегтярева «Козлёнок, который умел считать до десяти». Лишь бы чего-нибудь сосчитать! Тем более, процедура кажется несложной... Internet предоставляет широкие возможности. Зашёл, например, ВКонтакте, кликнул «Что у вас нового?», последовательно нажал «прикрепить», «другое», «опрос» – и действуй. Задавай вопросы.

Ну, задал: «Любишь ли ты конфеты?». Получил ответы: «Да» – 5 голосов, «нет» – 6 голосов. Ну и что? Что это значит? Практически ничего. Мы даже наверняка не можем сказать, кто за конфеты, а кто против. Может, «за» девятилетние юноши? Что с того, что ВКонтакте можно зарегистрироваться только с 14 лет? Некоторые умудряются обойти все хитрости и заводят себе страничку чуть ли не с первого класса. А «нет» кто сказал? В основном, 18-летние девушки? А может это прапрабабушки со вставными зубами, которые, регистрируясь, чуть занизили свой возраст?

Одним словом, в Internet респонденты (так называют тех, кого опрашивают) могут «шифроваться». Значит Internet не пользоваться? Нет, пользуйтесь: там много удобных сервисов с разными возможностями. Но чтобы оценить эти возможности и выбрать наиболее подходящие для себя, лучше начать с проверенных методов.

Шаг 1

Планируем знания

Вопрос о том, какого рода знания вы хотите получить в ходе деятельности вашей Детской социологической службы (ДСС) – это, в первую очередь, вопрос, в какие условия социализации вы намерены погрузить своих воспитанников и кого планируете сформировать: добросовестных исполнителей, безудержных творцов, расчетливых конформистов или гармоничных испытателей мира?

Возможно, вы собираетесь добросовестно обслуживать интересы родной школы и первым делом возьметесь исполнять важные задания администрации. Вот, например, попросили посчитать в ходе опроса, сколько учеников за лето осилило обязательный список литературы. Ну, взяли посчитали. Проанализировали данные, визуализировали их в виде диаграммы, отчитались перед заказчиком. Социологических лавров эта работа вам не принесёт. Да и пользы особой от таких знаний не будет. Почему? Да потому что эти знания очевидные. Их не надо добывать, они на поверхности. Во время уроков литературы учитель и без ваших графиков и диаграмм хорошо видит, кто осилил все рекомендуемые книжки, кто нет. Информация, выданная вами за научные знания, никого не заставит задуматься, не подтолкнёт к преобразующей мир деятельности, не добавит ничего нового к нашему представлению об обществе. Вы просто сработали как группа «счётчиков». Заодно дипломатично выстроили отношения с руководством школы.

Устраивает такой подход? Если устраивает – продолжайте дальше, только не называйте свою работу научной. Наука – это совсем не тот случай, когда мультяшный козлёнок считает персонажей вокруг себя... Наука – это когда козлёнок (продолжим мультяшную метафору!) вспоминает, что у него есть рога... Рогами можно стукнуть о гранит реальности, который сам себя скрывает от исследователя, высечь искру понимания.

Не бойтесь самых сложных тем, не волнуйтесь, что нарушите какие-то предписания и экспектации (слово не расшифровываю, может, это подвигнет кого-то дополнительно заглянуть в социологический словарь), не убегайте от современности. Планирование знания с этого и начинается. Сбросьте все штампы, все лишнее. Насытите себя ветрами и ароматами современности, её горечью и сладостью.

Какая она, современность? Какая она, если смотреть на общество с высоты птичьего полета (это ракурс социологии: социологи жертвуют частными деталями в угоду общему представлению о проблеме)? Она, наша современность, глобальная? Ой, ли? Это вчера было бесспорно. А сегодня эта глобальность чем-то посечена... Иллюзия, что мир целостен и един в своей целостности, сегодня потихоньку развеивается. А что приходит на смену?

Каким одним выражением ухватить суть современности? Может, попробуем такое определение: «традиционалистский реверс»? Реверс – это механизм, который переключает ход чего-либо в обратном направлении. Не определяется ли сегодняшний момент реальности этой попыткой возврата к прошлому? Не настаиваю. У вас наверняка есть какие-то свои варианты «обоснования актуального» – работайте с ними.

После того, как актуальность «заклеймена», можно приступить к её детальному переописанию. Переописать реальность – это значит, освободившись от научных штампов, заново всмотреться в социальный мир и рассказать о нём «по горячему следу жизни». Обрисовать (хоть заказчику, хоть кому другому), как устроен НОВЫЙ МИР, мир сегодняшний, мир вот

этой секунды, что сейчас проносится сквозь нас и нашу с вами социальную суть... Переописать новый мир – значит показать, как теперь сочленены в нём различные части и сочленены ли они вообще, какими новыми потоками этот мир пронизан, что горит и теплится внутри него, придавая смысл всему живому.

Да, и не забыть бы всё же сосчитать, сколько школьников всё-таки прочитало за лето «Войну и мир»!

Как вы будете с ребятами определять сегодняшний мир? Все зависит от ваших пристрастий и склонностей. Потренируйтесь на мирах уже описанных и переописанных. Возьмите фантастические романы, утопии и антиутопии, изучите модели обществ, в них представленные. Найдите интересные формы, которые помогут вам погрузиться в фантастические миры. Попробуйте «ролевые игры», «суды истории», съемку фильмов «по мотивам...» – и пусть кто-то вас упрекнёт, что юношеская социология – это скучновато.

Шаг 2

Осваиваем количественные методы.

Не огорчайтесь, если ребята, приступая к исследованиям, не успели познакомиться с работами Конта, Вебера, Дюркгейма, Лумана, Парсонса, Сорокина, Лиотара и прочая-прочая-прочая... Социология – наука нешуточная. В школьном возрасте полностью ее не освоить. Продвигайтесь шаг за шагом, от термина к термину, от концепции к концепции.

Будет правильно, если сделать акцент не только на начитанности, а на приоритете некоторых «социологических» качеств личности. Например, на такой стороне личностной деятельности, как «точность». Можно даже точнее сказать: поднимаем на щит научную точность!

Не секрет, что детские СМИ (при которых удобнее всего создавать ДСС) грешат приблизительностью. Здесь дело в самом статусе СМИ: они от двух родителей – науки и искусства. С одной стороны, дают нам вполне научное представление о жизни, стараются организовать нас по рациональным прави-

лам, с другой, пытаются влиять на нас, на наши чувства, словно заезжий театрик. Когда «театрика» много – появляются преувеличения...

Работа ДСС – хороший способ постоянного возвращения к точности, рациональности, логической безупречности.

Для проведения количественного исследования (такого, где, как у мультяшного козлёнка, нужно много считать!) эти качества особенно важны. Сами процедуры количественного исследования словно созданы по заданию социализатора, озаченного воспитанием точности в юном социологе. Здесь всё на точность! Даже определение ошибки – и то должно быть точным! Ошибка закладывается в ходе планирования выборочной совокупности.

Вернемся к заданию школьной администрации: исследовать, сколько ребят прочитало летом все рекомендованные книжки. Допустим, мы убедили администрацию углубить задание, немного его переформулировав. Мы предложили такую гипотезу: книжки читают плохо, потому что они не отвечают запросам ребят на инновационное освоение действительности. Они слишком традиционны! Авторы учебных программ, возможно, переборщили, ориентируясь на «традиционалистский реверс» сегодняшнего дня и не сбалансировали программу по принципу гармоничного соотношения инновации и традиционализма. Поэтому на стадии планирования исследования мы предложили не только выяснить, сколько ребят справилось с рекомендательным списком. Но и дополнительно заложили вопрос для опрашиваемых: «Какие книги вы прочитали вне списка?».

Первый вопрос «Вы прочитали все рекомендованные книги?» будет закрытым. Это означает, что респонденты могут выбрать только предусмотренные варианты ответа. В нашем случае: «да», «нет». Второй вопрос – открытый. Здесь может быть какое угодно количество ответов.

Теперь разбираемся с выборками. Юные социологи могут не знать теории социальных систем Н. Лумана (успеют!).

Но что такое генеральная и выборочная совокупность знать должны!

Мы проводим социологический опрос в школе. Значит, объём ее учеников – это и есть генеральная совокупность нашего исследования. Допустим, в школе учится 1543 ученика. Далее: только на «четыре» и «пять» учится 385 учащихся, дневники с тройками и двойками – у оставшихся. Те, кто учится хорошо – это одна страта. Кто учится с тройками – другая. Данные страты не пересекаются (отдельные двойки у отличников не будем принимать во внимание).

Опрашивать полторы с лишним тысячи человек – труд непосильный для маленькой ДСС. Поэтому мы прибегаем к методу вероятностного моделирования. Создаем модель школьного общества, которая с большой вероятностью отвечает всем его характеристикам.

Такая модель называется вероятностной выборочной совокупностью. Она определяется по сложным математическим (статистическим) формулам на основе теории вероятности. Мы не будем усложнять жизнь юного социолога, заставляя осваивать эти формулы, а попросту воспользуемся имеющимися в Internet счетчиками. Например, вот этим:

<http://socioline.ru/rv.php>

Здесь вы можете заодно узнать, что такое доверительная точность и доверительный интервал (ошибка выборки). В первом поле (доверительная точность) ставим по умолчанию 95%. В поле «доверительный интервал» попробуем поставить 10%.

В поле «Генеральная совокупность» вводим свои данные (1543 школьника).

Кликаем кнопку «Рассчитать выборку». И в поле «выборочная совокупность» получаем: 90.

Это означает, что нам достаточно опросить 90 человек, отобранных случайным образом, чтобы оценить всю генеральную совокупность с точностью плюс-минус 10%.

Ошибку выборки можно уменьшить, но тогда увеличится сама выборочная совокупность, прибавится работы анкетёрам

и счётчикам (так называют тех, кто письменно или устно фиксирует ответы респондентов).

Давайте поставим ошибку выборки – 7%. Получаем выборочную совокупность – 174 человека. Прибавилось работы? Это цена увеличившейся точности получаемых данных! Моделирование выборочной совокупности строится по законам статистической вероятности. Но к ним в процессе моделирования можно добавить и социологические фильтры. Какие пропорции нам важно сохранить в данном опросе? Вероятно, соотношение между теми, кто учится на «четыре» и «пять», и остальными учениками (это значимый фактор для выяснения условий полного освоения списка литературы в летние каникулы!). Иначе может получиться, что в выборочную группу попадут одни троечники. Не будем же мы по ним делать вывод о всех учениках?

Итак, подсчитываем выборку отдельно по отличникам-хорошистам (их 385 человек) и по остальным учащимся (1158 человек).

Закладываем данные в «социологический» калькулятор. Получаем: нужно опросить 77 отличников и хорошистов и 89 учащихся-троечников. Количество опрашиваемых снова увеличилось. И опять – это цена за более точное отражение реальности научными методами. Данные по такой выборочной совокупности будут соответствовать структуре всей генеральной совокупности с погрешностью плюс-минус 10%. Выборка же называется стратифицированной (мы разделили всю генеральную совокупность на страты – и каждую страту изучали в отдельности).

Потренируйтесь, снижая и повышая погрешность выборки. Определите наиболее приемлемые для исследования результаты.

Обратите внимание, мы предлагаем работать с респондентами «вживую». Уже говорилось, почему. Да, в Internet достаточно сервисов, где можно не только подсчитать объём выборки, но и провести само исследование, например, очень

простые инструменты для проведения опроса предлагает социальная сеть ВКонтакте. Однако пока не у всех сервисов отлажен контроль за уникальностью ответов. Это значит, что один и тот же человек может ответить дважды. Трудно проконтролировать также характеристики респондента (пол, возраст и т.д.). Это сказывается на качестве исследования.

Когда вы вживую работаете с респондентом, при анализе данных часто возникают проблемы от небрежности как при заполнении анкеты (заполняет сам респондент), так и при заполнении протокола (ведет юный социолог, фиксирует ответы). Тщательно разработайте форму протокола, проследите, чтобы фиксация одних ответов не смешивалась с другими.

Итак, мы опросили школьников, собрали информацию про летнее чтение. Дополнительно узнали, какие книги они прочитали факультативно. Теперь нам нужно понять, почему список факультативных книг выглядит именно так. Для этого количественные методы не подходят.

Шаг 3

Осваиваем качественные методы

Качественные методы помогают исследовать те стороны проблемы, которые не поддаются простому подсчёту. Один из качественных методов — проведение фокусированного исследования или фокус-группы.

Допустим, собираем вместе группу ребят, которым есть что сказать на тему «Инновации и традиционализм в современном обществе». Дискуссия фокусируется на проблемах, вытекающих из столкновения (или сотрудничества) инновационно и традиционалистски мыслящих личностей. Эту тему можно повернуть под любым углом. Помню, когда я в детстве отдыхал в «Орленке», известный ленинградский социолог В.Т. Лисовский проводил похожую фокус-группу с нашим участием. Тему он определил так: «Современен ли Дон Кихот?». Правда, красиво? Так и хочется поспорить, высказать свое мнение, а не отмалчиваться в сторонке.

Формулируя тему, мы должны помнить об основной теме нашего исследования: как различные мировоззренческие подходы, инновационный и традиционалистский, влияют на освоение книжного богатства.

Планируя этапы дискуссии, мы должны сформулировать вопросы так, чтобы в ходе разговора прояснилось: какие книги нужны сегодняшнему инноватору? Что читают подростки, склонные к традиционному взгляду на мир? Нравственные вопросы тоже разделяются по критериям «инновации-традиции»? Прогресс относится только к технологиям или к внутреннему миру человека тоже? Как школьная программа по литературе удовлетворяет потребности ребят, мировоззренчески отличающихся друг от друга (традиционалисты и новаторы)? Как скорректировали бы эту школьную программу представители разных лагерей?

Записав и расшифровав такую дискуссию, мы получаем материал к дальнейшей обработке и анализу.

Шаг 4

Обрабатываем данные

Теперь у нас есть количественные данные (опросы по прочитанной летом литературе). Есть стенограмма фокус-группы. Возможно, добавились углублённые интервью (ещё один из качественных методов).

На этапе, когда выдвигалась гипотеза, мы предложили определенную квантификацию нашего знания. «Инноватор», «традиционалист», «книги с инновационным уклоном», «книги под традиционалиста» — когда мы употребляли эти слова, мы уже квантифицировали наше знание, разбивали его на мелкие «порции»... Возможно, это было неправильная квантификация, возможно в ходе дискуссий определятся новые концепты... Кто-нибудь заявит, что он «инновационный традиционалист» и пояснит, что это такое... Возможно выяснится, что художественная литература, имеющая отношение к духовному миру человека, всегда инновационна, потому что она обращена к

одному человеку, а у него, у этого человека, на пути взросления все «инновационно»: первая любовь, первый секс, первая смерть близкого человека... Возникнет формулировка «вечная инновация» Какие-то наши кванты знания изменятся, от каких-то придётся отказаться, и возможно – дополнительно провести опрос.

И вот из этих-то кубиков возникнет в результате ответ на вопрос: что и как читают подростки. Ответ не примитивный, всеобъемлющий, глубокий. Так сложится непростая картина современного мира, который мы пробуем переписать, используя арсенал одной из наук – социологии.

Хорошая наука! Будучи по сути формирующей, она даёт подростку возможность изучать мир, себя в этом мире, спорить отстаивать какие-то истины, примеривая к граниту реальности свои крепнущие рожки... И расти самому – вместе с научным постижением мира.

На фото: [выслать фото](#)

Детская социологическая служба работает на Медиафоруме в Артреке, идет опрос.

Так может выглядеть визуализация результатов одного из опросов, а с анализом этого опроса можно познакомиться здесь: <http://young-streets.ru/articles/260954>

Методическое издание

Медиашаги

Из опыта работы по проекту
«Поддержка медийных детских и молодежных сообществ,
формирование социально ориентированного
информационного пространства»

Редактор Диана Игоревна Мясникова

Корректор Анастасия Леонидовна Есаева

Верстка Эля Байбикова

Подписано в печать 10.02.2018 г.

Формат 60x84/8. Бумага офсетная.

Гарнитура ПТ Санс. Печать офсетная.

Тираж 500 экз.