**Студенческий медиа центр «МТА» (Media Technology Association).**

**Аннотация.**

Современный мир диктует условия, выходящие далеко за рамки получаемой профессии. В приоритете тот, кто в дополнение к получаемому образованию владеет DIGITAL технологиями. Каждая отрасль затрагивает общественное освещение в медиа. Практика внедрения медиа центра в систему образования студентов имеет социально-педагогическую направленность и нацелена на развитие творческих способностей учащихся, повышению интереса к учебе и событиям в жизни колледжа через обретенный навык в создании видео, написания информационных статей и ведения страниц в социальных сетях. Студенты приобретают практические навыки работы с программами по обработке аудио, видео и графики, обучаются работе на профессиональной видеотехнике, учатся эффективно взаимодействовать друг с другом в команде. В будущем эти знания ребята всегда смогут применять вне зависимости от направления своей основной деятельности.

**Место реализации практики.**

Иркутский региональный колледж педагогического образования.

Адрес: г. Иркутск, ул. 5-я Железнодорожная 53.

Контактное лицо: Бабакина Мария Александровна, педагог-организатор.

Тел.: +79501259970, e-mail: Marya88@yandex.ru

**Актуальность.**

Развитие творческих способностей учащихся, повышение интереса к учебе и событиям жизни колледжа через работу в медиа сообществе, которая заключается в создании видео, написании информационных статей и ведении страниц в социальных сетях, а также практической работе с программами по обработке аудио, видео и графики.

**Цель и задачи:**

***Цель*** **-** создание студенческого медиа центра - информационного органа в Иркутском региональном колледже педагогического образования для системного освещения социально значимых событий студенческой жизни колледжа; привлечения студентов в деятельность центра; оказания помощи в реализации творческого потенциала молодежи.

***Задачи:***

1. обеспечить информирование студентов, преподавателей и гостей колледжа о студенческой жизни;
2. организовать работу студентов по ведению социальных сетей колледжа;
3. научить создавать медиа продукты, освещающие внутриколледжную и городскую жизнь студентов;
4. обеспечить участие в конкурсах различных уровней и других мероприятиях в направлении медиа;
5. развивать у студентов умение видеть удивительное, интересное в повседневной жизни колледжа, способность к объективному анализу и аргументированному изложению своих мыслей в письменном формате.

**Средства и способы реализации практики.**

***I этап - подготовительный (1 месяц)***

В ходе реализации практики проводится отбор участников, который осуществляется по следующим критериям:

- позитивное отношение к данной деятельности;

- отсутствие неуспеваемости в обучении;

- активность во всех видах деятельности.

На подготовительном этапе осуществляется выбор меда направления, в котором участник центра хочет работать: фотография, видеосъемка, монтаж, радио, новости, режиссура, блоггинг, журналистика, smm-менеджмент.

На первом собрании творческой группы выбираются актуальные темы, которые будут отражаться, освещаются возможные конкурсы по данному направлению и составляется план дальнейшей работы.

***II этап – основной (8 месяцев)***

1. Работа фото и видео группы. Члены медиа сообщества данного направления не реже одного раза в неделю собираются для распределения заданий и планирования своей работы по фото- и видеосъемке мероприятий в колледже и за его пределами.

По окончании недели руководитель медиа центра собирает ребят для анализа качества проделанной работы, обработки фотоматериалов, монтажа видео.

2.Работа группы студентов по ведению социальных сетей колледжа и выпуска информационных статей и блогов. Не реже одного раза в неделю члены медиа сообщества данного направления собираются для обсуждения формата освещения новостей и событий колледжа. Разрабатываются формы предоставления информации для подписчиков групп социальных сетей «Вконтакте» и «Instagram», а также обсуждается стратегия и методы развития данных социальных сетей колледжа.

Руководитель медиа центра совместно с ребятами проводит анализ качества информационных материалов и стратегии маркетингового развития социальных сетей колледжа.

***III этап – аналитический (1 месяц)***

В конце года проводится общее собрание, на котором присутствуют: студенческий совет колледжа, старосты учебных групп и администрация колледжа. Студенческим медиа центром проводится анализ работы по направлению своей деятельности, отчет о достижениях и презентации развития сообщества за прошедший учебный год.

***Необходимые ресурсы.***

* Технические средства обучения: компьютер для видеомонтажа и работы с графикой, 2 монитора, аудио система, видеокамера, штатив, 3 вида микрофонов, рир-фоны, доступ к сети интернет, программы по монтажу видео и звукозаписей.
* Информационное обеспечение.

1. Кричман. Стиль рождается в тандеме режиссер-оператор.

2. Кузминский. Зеленый объектив. Пособие для экологов, снимающих фильмы

3. Лоусон Д. Г. Работа кинооператора над фильмом (глава из книги).

4. Шостак М. И. Репортер: профессионализм и этика. – М., 2001.

5. Лукина М. М. Технология интервью. – М., 2003.

6. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество. – Екатеринбург, 2002.

1. Ким М. Н. Жанры современной журналистики. – М., 2004.

* Кадровое обеспечение.

Реализацией внедрения практики создания студенческого медиа центра в образовательном учреждении может заниматься педагог с высшим образованием (по специальности педагог дополнительного образования), а также имеющий опыт и профессиональную подготовку в направлениях «Оператор и монтажер телевизионного эфира», «Телевизионный ведущий», «Выпускающий редактор информационных программ», «Основы телевизионной журналистики», «Мастерская интервью», «Журналистика решений».

**Критерии результативности.**

1. Наличие актуальной и рабочей страницы колледжа в социальной сети «Вконтакте».
2. Наличие актуальной и рабочей страницы колледжа в социальной сети «Instagram».
3. Банк медиа продуктов, освещающих внутриколледжную и городскую жизнь студентов.
4. Участие в конкурсах различных уровней и других мероприятиях в направлении медиа.
5. Публикации информационных статей о внутриколледжных мероприятиях и профессиональных достижениях студентов и сотрудников колледжа.

**Данные о результативности.**

Результативностью внедрения практики организации студенческого медиа центра в Иркутском региональном колледже педагогического образования является наличие рабочих страниц в социальных сетях:

«Вконтакте» - <https://vk.com/irkpo_ru>

«Instagram» - <https://www.instagram.com/irkpo_inst/?utm_medium=copy_link>

Публикации статей на официальном сайте ГБПОУ ИО ИРКПО - <https://irkpo.ru>

Документы, подтверждающие участие и достижения в различных конкурсах и фестивалях по данному направлению - <https://disk.yandex.ru/d/1JisQJ6UqokaqA>

**Алгоритм внедрения практики.**

1. Разработать программу дополнительного образования по медиа направлению.
2. Утвердить программу дополнительного образования на научно-методическом совете образовательного учреждения.
3. Написать тематическое планирование работы медиа центра на год в соответствии с планом воспитательной работы колледжа.
4. Закупить необходимое оборудование: компьютер для видеомонтажа и работы с графикой, 2 монитора, аудио система, видеокамера, штатив, 3 вида микрофонов, рир-фоны, доступ к сети интернет, программы по монтажу видео и звукозаписей.
5. Оборудовать аудиторию для занятий и практической работы медиа центра.
6. Разработать презентационный видеоролик для привлечения студентов в коллектив медиа центра.
7. Составить расписание занятий и практической работы медиа центра.
8. Составить перечень всевозможных конкурсов и фестивалей по данному направлению и организовать в них участие студентов.