

## **МАГНИТ ПОЗНАНИЯ**

*Шуклина Ангелина Александровна,*

*учащаяся 10 «Б» класса,*

*МБОУ Маслянинской СОШ №1 Маслянинского района*

*Новосибирской области*

*Руководитель Шуклина Наталья Николаевна,*

*учитель-логопед, МБОУ Маслянинской СОШ №1*

*Маслянинского района Новосибирской области*

## **ПРЕСС-ЦЕНТР 9»**

### **Введение**

В современном мире очень важно развивать те компетенции, навыки и умения, которые тесно связаны с медиа коммуникационной средой. Это критическое мышление и творческие способности, талант управления и координация с другими, эмоциональный интеллект, когнитивная гибкость.

Обучаясь в специализированном инженерно- технологическом классе, мы активно участвуем во всех мероприятиях различного уровня, это олимпиады, конкурсы. Да и в нашей школе всегда происходит много событий, но знает о них только та группа учеников, которая участвует в этих мероприятиях. Поэтому мы решили организовать школьный пресс-центр, для трансляции тех событий, в которых участвует наш класс и для освещения школьных мероприятий.

Сегодня актуальным становится необходимость всестороннего использования компьютерных технологий в образовательном пространстве школы. Системное внедрение новых информационных технологий открывает возможность качественного усовершенствования учебного процесса и позволяет вплотную подойти к разработке информационно-образовательной среды. Реализацию этой задачи и обеспечивает наш проект «ПРЕСС-ЦЕНТР 9».

Медиа - сфера нам особенно интересна. С 8 класса мы посещаем кружок «Юный режиссёр». Мы научились писать сценарии, снимать видео, выполнять инфографику, интервьюировать. Наша команда подготовила множество видеороликов для школьных мероприятий: поздравление учителей «Взгляд

снизу», видеоролики на новогоднюю тематику, документальный фильм «Шаг в будущее» для ознакомления с особенностями обучения в инженерно-технологическом классе, рекламные ролики для проектных работ по экономике, видеоролик о проведении профильной смены в нашей школе «Школьный технопром», репортажи с выставки УЧСИБ. Для всероссийского конкурса, в котором участвовала наша школа, мы подготовили видеоролик «Школьный дендропарк».

Проект «ПРЕСС-ЦЕНТР 9» дает возможность нам раскрывать свой творческий потенциал. Работа над созданием видеороликов о жизни школы, класса позволяет нам попробовать свои силы в самом широком спектре человеческой деятельности – от гуманитарного до технического. Мы приобретаем навыки подготовки журналистских текстов, подбираем и обрабатываем фотоматериал к собственному тексту, снимаем и монтируем видео. Работа по созданию мультимедийных проектов способствует развитию навыков XXI века, учит нас работе в команде, брать на себя разные роли и, главное, показывать публично результаты своей работы.

**Цель проекта:** Создание информационно-образовательной среды в школе через организацию группы в сети интернет

**Задачи:**

1. Расширить знания и практические навыки в области мультимедийной журналистике для профессионального самоопределения
2. Совершенствовать практические навыки работы над созданием видеороликов
3. Создать группу в интернет пространстве для трансляции школьных и классных мероприятий.
  - 3.1. рассмотреть понятие «социальная сеть» и ее виды;
  - 3.2. провести анкетирование обучающихся с целью выяснить, какой портал пользуется наибольшим успехом среди обучающихся школы и определить наиболее интересные темы сообщества.

**Принципы проекта**

Открытость – возможность включения в реализацию проекта всех заинтересованных участников образовательного процесса.

Сотрудничество – взаимодействие с учениками и учителями школы.

Доступность – продукты проекта будут находится в свободном доступе в сети Интернет.

### **Целевая аудитория проекта**

Так как данный проект реализуется в нашей школе, то он интересен непосредственно ученикам данного учебного заведения и учителям. Все продукты данного проекта: сюжеты, ролики, фоторепортажи, презентации демонстрируют жизнь школы или отдельных её представителей, что может быть интересно другим образовательным организациям. Прежде всего деятельность проекта направлена на занятия инициативной группы, непосредственно которая будет создавать все информационные продукты.



## **1. Интернет как новое информационное пространство**

Интернет можно рассматривать как некое глобальное средство массовой информации. Он дает возможность иметь практически мгновенный доступ ко всем источникам информации одновременно и при этом делать индивидуальный выбор.

С появлением интернета изменились условия превращения продуктов информационно-коммуникативной деятельности в массовую информацию, производством которой теперь занимаются не только профессиональные журналисты. Сообщения теперь приобретают гипертекстовую структуру, что помогает пользователям получать более полную информацию о происходящих

событиях и их участниках. Появились и новые способы подачи информации,

Изучая литературу по интернет журналистике, мы познакомились с такими понятиями, как дигитализация, конвергенция, глобализация и диверсификация. Медиаэксперт С. Машкова, в своём учебном пособии, утверждает, что в основе модификации современной системы СМИ лежат данные процессы. [6, с. 7]

Под словом *дигитализация* (от англоязычного термина *digitalisation* — цифровизация) подразумевается перевод содержания СМИ во всех его формах — текстовой, графической, звуковой — в цифровой формат, понятный современным компьютерам. Дигитализация позволяет содержанию легко «транспортироваться» по любому каналу электронной коммуникации. В результате интернет превращается в особую информационную и коммуникационную среду, в которой медиапродукты благодаря своему цифровому формату способны преодолеть любые границы. Дигитализация устраняет различия между отдельными СМИ и прокладывает дорогу к их конвергенции.

Суть понятия *конвергенция* (от латинского *convergere* —приближаться, сходиться) лучше всего передает слово «слияние».

Во-первых, это слияние технологий, которое позволяет разным техническим носителям — кабельным или телефонным сетям, беспроводной спутниковой связи — доставлять информацию пользователю или потребителю.

Во-вторых, конвергенция — это слияние достаточно отдаленных и разобщенных средств массовой информации. Теперь возможны такие формы объединения, как радио и телевидение в интернете, новостная лента на мобильном телефоне и т.п. В результате у пользователя появляется возможность получать одинаковые информационные продукты разными каналами.

Однако важнейшим следствием процесса конвергенции становится изменение характера самого информационного продукта. Текстовые, графические, звуковые и видеоиллюстрации интегрируются в единый информационный продукт, создавая новую информационную среду, которую и называют *мультимедиа*. Мультимедийная среда помогает разнообразить подачу

информации и сделать ее более удобной для восприятия аудиторией, запросы которой сильно изменились.

*Глобализация* обозначает общемировую тенденцию к взаимозависимости и открытости. Если прежде масштаб деятельности СМИ определялся размерами страны или определенного региона, то сейчас подобные границы теряют всякий смысл. Глобализация открывает пользователям доступ к огромному количеству ресурсов, а медиаорганизации, в свою очередь, могут расширять свою аудиторию.

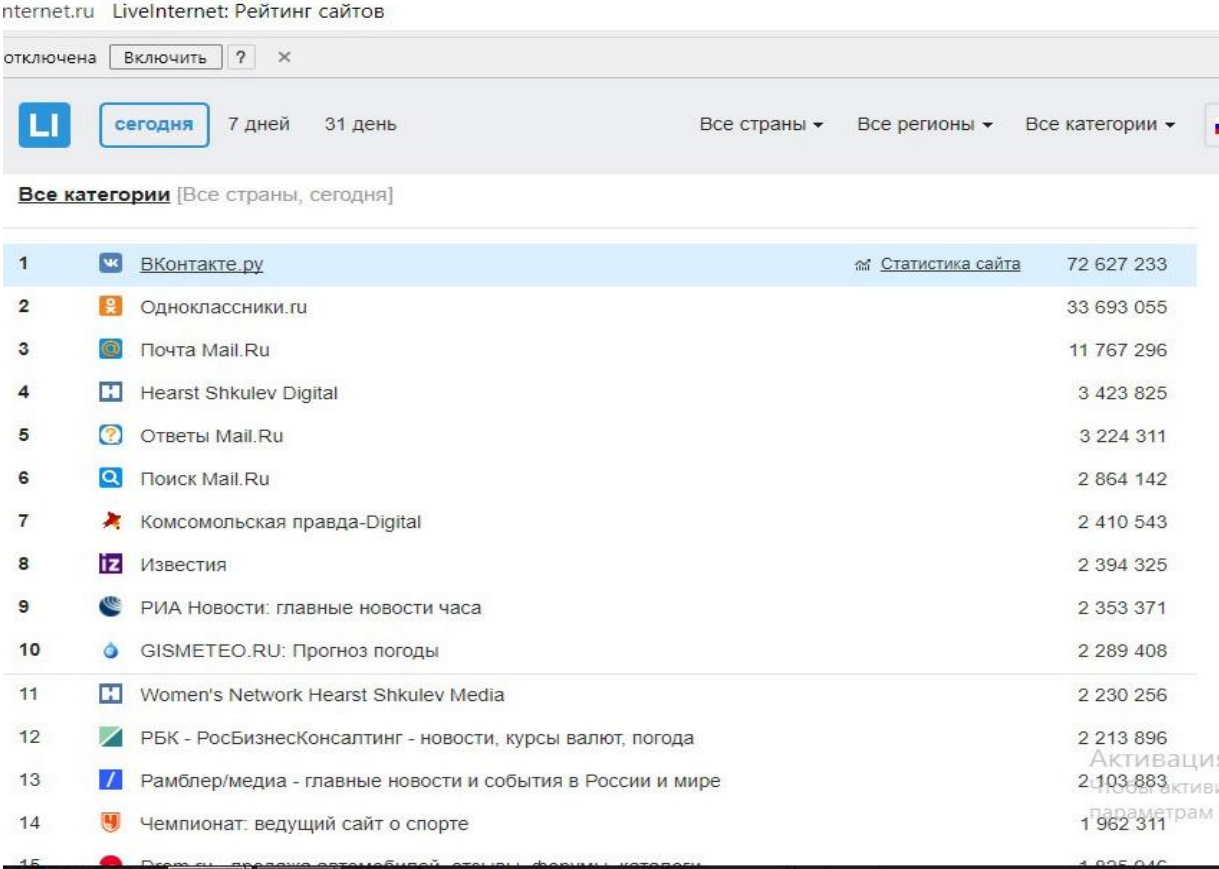
*Диверсификация.* Несмотря на то, что современные масс-медиа могут донести свои сообщения до огромного количества людей, они к этому вовсе не стремятся. Наоборот, СМИ нацеливаются на все более узкие сегменты массовой аудитории. У СМИ появляется возможность четко сегментировать аудитории и предоставлять конечному пользователю персонализированную информацию.

За последние годы количество средств массовой информации заметно выросло, но это не значит, что у людей появилось больше времени, которое они могут посвятить чтению газет и журналов, слушанию радио или просмотру телеканалов. В сложившейся ситуации использование мультимедийной информации дает онлайн-информационным ресурсам преимущество, т.к. в интернете пользователь может получать информацию, самостоятельно выбирая, что читать, слушать или смотреть и в каком объеме и тем самым экономя своё время (он может прочитать веб-страницу полностью или пробежаться по заголовкам, он может просмотреть видео целиком или определенную его часть).

Необходимо также отметить, что соцсети заметно потеснили доминирующие информационные сайты и агрегаторы. И это понятно, сегодня, чтобы узнать последние новости, достаточно войти в свою социальную сеть.

Социальные медиа стремительно завоевывают разные сферы деятельности, а благодаря доверительному отношению аудитории уже сейчас являются качественным инструментом во взаимодействии с широкой общественностью. Скорость распространения информации как в Интернет пространстве, так и в социальных медиа в частности, а также качество информации на выходе делают

их на порядок выше традиционных СМИ в том числе и по уровню заявленной свободы высказываться и получать обратную связь.



nternet.ru LiveInternet: Рейтинг сайтов

отключена Включить ? x

LI сегодня 7 дней 31 день Все страны Все регионы Все категории

Все категории [Все страны, сегодня]

Рейтинг	Сайт	Посетителей
1	ВКонтакте.ru	72 627 233
2	Одноклассники.ru	33 693 055
3	Почта Mail.Ru	11 767 296
4	Hearst Shkulev Digital	3 423 825
5	Ответы Mail.Ru	3 224 311
6	Поиск Mail.Ru	2 864 142
7	Комсомольская правда-Digital	2 410 543
8	Известия	2 394 325
9	РИА Новости: главные новости часа	2 353 371
10	GISMETEO.RU: Прогноз погоды	2 289 408
11	Women's Network Hearst Shkulev Media	2 230 256
12	РБК - РосБизнесКонсалтинг - новости, курсы валют, погода	2 213 896
13	Рамблер/медиа - главные новости и события в России и мире	2 103 883
14	Чемпионат: ведущий сайт о спорте	1 962 311
15	Пресс-служба правительства Российской Федерации	1 895 916

Рис 2 рейтинг сайтов

По данным *liveinternet.ru*

Просматривая рейтинг информационных агентств на сайте @Medialogia мы выяснили, что все новости из газет, журналов и других средств массовой информации ежесекундно цитируются в социальных сетях. Не секрет, что почти каждый человек имеет свой аккаунт в социальной сети. Мы решили создать своё сообщество в социальной сети, для быстрой и интерактивной подачи информации. Вначале решили выяснить, что такое социальная сеть

## 2. Социальные сети

Мы живем в уникальное время конкуренции средств массовой коммуникации за внимание аудитории. В предыдущей главе мы показали, как в

современной реальности печатные версии газет, традиционное радио, массовое эфирное телевидение сдают позиции перед Интернетом как каналом коммуникации. Скорость, мобильность, универсальность, интерактивность, мультимедийность — вот ключевые слова современного СМИ, современной редакции и современного медиaprостранства. Мы становимся очень мобильными, «всегда на связи/в сети/в сообществе». Время и место перестают быть ограничителями в нашем взаимодействии с медиа.

К группе онлайн-информационных ресурсов следует относить регулярно обновляющиеся сайты, которые предоставляют своим посетителям продукты профессиональной журналистской деятельности. Среди них можно выделить онлайн-ресурсы, которые существуют только в интернете; онлайн-версии печатных изданий, сайты которых наполняются журналистскими материалами, ранее опубликованными в бумажных версиях этих журналов и газет; онлайн-версии печатных изданий, сайты которых, помимо переноса материалов с бумаги в сеть, производят собственную уникальную журналистскую продукцию (информационный контент). Как альтернатива профессиональным информационным ресурсам в интернете существуют авторские проекты и блоги, сообщества в социальных сетях которые могут вести обычные люди.

В Википедии мы нашли следующее определение: **Социальная сеть** — платформа, онлайн-сервис и веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете.

«Социальная сеть» - это сообщество людей, связанных общими интересами, общим делом или имеющих другие причины для непосредственного общения между собой. Сегодня в Интернете социальная сеть — это программный сервис, площадка для взаимодействия людей в группе или в группах. Теоретически в качестве подобия социальной сети можно рассматривать любое онлайн-сообщество, члены которого участвуют, например, в обсуждениях на форуме. Социальная сеть также образуется читателями тематического сообщества, созданного на любом сервисе блогов. Социальные сети в их современном виде



имеют целый ряд дополнительных возможностей, по сравнению с существовавшими ранее инструментами общения пользователей.[8]

Главной особенностью сервисов нового поколения являются именно инструменты поиска нужных контактов и установления связей между людьми. При помощи инструментов социальной сети каждый ее пользователь может создать свой виртуальный портрет — сформировать профайл, в котором указать подробно данные о себе, свой опыт работы, увлечения, интересы и цели. Наличие профайла уже позволяет использовать механизмы поиска единомышленников, единомышленников, коллег, людей, общение с которыми необходимо по работе и учебе. По прогнозам, уже через несколько лет мессенджерами — а их теперь называют «новыми социальными сетями» — будут пользоваться несколько миллиардов человек.

С чего же все начиналось? С развитием технологий Web 2.0 социальные сети обрели осязаемую основу в виде порталов и веб-сервисов. Победное шествие по Интернету социальные сети начали в 1995 году с американского портала Classmates.com («Одноклассники» являются его русским аналогом). Проект оказался весьма успешным, что в следующие несколько лет спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. Но официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003—2004 годы, когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook. В Россию мода на социальные сети пришла двумя годами позже — в 2006-м, с появлением Одноклассников и ВКонтакте. И если LinkedIn создавалась с целью установления/поддержания деловых контактов, то владельцы MySpace и Facebook сделали ставку в первую очередь на удовлетворение человеческой потребности в самовыражении. Социальные сети стали своего рода Интернет-пристанищем, где каждый может найти техническую и социальную базу для создания своего виртуального «Я». При этом каждый пользователь получил возможность не просто общаться и творить, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией той или иной социальной сети. Рассмотрим некоторые из них.

**Facebook** - веб-сайт популярной социальной сети. Дата основания сайта - 4 февраля 2004 года. Facebook зародился как сайт для общения студентов Гарвардского университета. Основателем сервиса является Марк Цукерберг, который смонтировал портал в общежитии университета. Основным отличием Facebook от существовавших тогда социальных сетей стала именно возможность контакта: Цукерберг предложил людям простой и удобный способ обмениваться информацией друг о друге. Вплоть до сентября 2005 года сайт использовали только студенты. В июне 2006 года Facebook был открыт для профессиональных сообществ, а в сентябре на сайте была открыта свободная регистрация. С начала 2008 года Facebook был переведен с английского на 20 других языков. 20 июня 2008 года заработала русская версия сайта.

**ВКонтакте** - это одна из самых распространенных социальная сеть. Главный создатель и мыслитель этого проекта является Павел Дуров. Создание этого проекта длилось очень долго и прошло много этапов. Основная задумка проекта – это социальная сеть для студентов. Но большинство попыток провалились, так как у создателя не получалось приблизить виртуальное общение к реальному. А именно: студенты могли общаться, не зная что они учатся на одной кафедре и в одном вузе, так как имена и фотографии были скрыты за никнеймами и аватарами. Тогда Павел Дуров впервые ввел понятие имя, фамилия, фотография, факультет, курс, кафедра. Но и эта идея не помогла сделать социальную сеть более реальной, потому что студенты по привычке вводили свои никнеймы, неохотно указывая свои имена. Создатель стал искать иную форму для студенческого сайта. Вскоре в Россию после учебы в Америке вернулся его старый друг. Он познакомил Павла с проектом для американских студентов «facebook», который был сделан по модели "социальная сеть" – в профилях могли использоваться только реальные имена и фотографии, а в качестве логина для входа на сайт служили не никнеймы, а адреса электронной почты. Авторы стали разрабатывать аналогичную концепцию для российской системы образования. В итоге они собрали базу данных по вузам, факультетам и кафедрам России. Использовались справочники министерства образования,

сайты вузов, личные связи в университетах – всё, что могли найти. Летом 2006 функционировала альфа-версия будущего "всероссийского студенческого сайта", а в сентябре сайт вступил в стадию бета-тестирования и запустил первых пользователей. К первому февраля 2007 года ВКонтакте.ру уже стал одним из самых посещаемых сайтов рунета, оставив позади крупные форумы и сайты.

**Instagram** – автор идеи Кевин Систром. Бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей. Инстаграм больше функционирует как мобильное приложение, так как удобно снимать и сразу выкладывать фото с мобильного устройства.

**Твіттер** – социальная сеть для публичного обмена сообщениями при помощи веб-интерфейса, SMS, средств мгновенного обмена сообщениями или сторонних программ-клиентов для пользователей интернета любого возраста. Созданный Джеком Дорси в 2006 году, «Твиттер» вскоре завоевал популярность во всём мире. Публикация коротких заметок в формате блога получила название «микроблогинг». Пользование сервисом бесплатно.

**Одноклассники.ру** – мультиязычная социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников, а также родных и близких родственников и общения с ними. Проект запущен 4 марта 2006 года, его автором является российский веб-разработчик Альберт Попков. [10]

Необходимо отметить, что проекты соц. сетей принесли разработчикам большую прибыль. Сейчас это известные люди в сфере бизнеса.

Современная социальная сеть обычно предлагает следующий набор стандартных сервисов: хранение личной карточки с контактными данными, онлайн-адресная книга, онлайн-органайзер, который доступен с любого компьютера, хранилище мультимедийных данных пользователя, возможность ограничивать общение с нежелательными персонами и т.д. То есть человек получает как бы собственное «место жительства» в Интернете, причем даже близко не похожее на персональные сайты, столь распространившиеся на заре

интернета. Изучив и проанализировав социальные сети, мы выделили несколько основных функций:

### **1. Общение**

Это первая и главная функция, которая доступна абсолютно всем пользователям каждой социальной сети. Именно для этого были созданы социальные сети.

### **2. Возможность быстрого поиска информации**

Интернет, в принципе, сам по себе предоставляет такую возможность, но пользование поисковыми системами подразумевает анализ и сравнение нескольких источников информации, ведь в них может содержаться абсолютно противоположная по смыслу информация. В этом плане у социальных сетей есть небольшое преимущество: задав вопрос, вы скорей всего получите ответы именно от тех людей, в компетентности которых уверены. Сферы деятельности отдельных личностей пересекаются, поэтому шанс найти того, кто уже сталкивался с вашей проблемой довольно высок.

### **3. Просмотр загруженных файлов**

В большинстве социальных сетей существует возможность загрузки фотографий, видео, аудио файлов, а также документов многих других форматов. Таким образом, вы всегда будете иметь доступ к необходимым файлам, причем совершенно бесплатно.

Мы решили провести анкетирование обучающихся нашей школы с целью выяснить, какая социальная сеть наиболее востребована среди учеников. (Приложение 1)

Данный опрос нам был необходим для того, чтобы размещать материалы нашего пресс-центра в социальной сети. Для этого мы провели опрос среди учеников нашей школы 6 – 11 классов. Им было предложено ответить на несколько вопросов с выбором ответа. Всего было опрошено 375 человек. Подробно анализируем полученные результаты.

#### **1. Какой социальной сетью Вы пользуетесь?**

100% респондентов имеют свой аккаунт ВКонтакте. Эта сеть наиболее

популярна среди школьников и это понятно, так как она обладает наиболее широким набором возможностей, и более того, почти всех одноклассников легко найти здесь.

Также ребята указали, что имеют ещё аккаунты в Одноклассниках, а также в Tweeter и Facebook

## **2. Для чего вы там зарегистрировались?**

Большинство ребят назвали общение основной целью регистрации в социальных сетях. Это не удивительно: мы тратим много времени на подготовку домашних заданий, а желание быть в курсе всех событий остается.

## **3. Сколько времени Вы там проводите?**

Значительная часть опрошенных ответила, что не может точно определить время, которое проводит в социальной сети. Мы считаем, что сейчас многие используют социальную сеть как замену SMS-сообщениям и практически не выходят из сети.

## **4. Если будет создана группа в соц.сети, какие темы вам будут интересны?**

Большинство ребят хотят узнавать из группы школьные новости, просматривать фото и видеотчеты проведенных мероприятий.

Социальная сеть ВКонтакте является аналогом крупнейшей сети *Facebook* и наряду с сетью Одноклассники входит в число самых масштабных и посещаемых социальных сервисов в России. По данным сайта *liveinternet.ru* ВКонтакте занимает первое место по посещаемости в России, имея более 70 миллионов уникальных посетителей в сутки, при этом 2.5 миллиарда страниц открываются ежедневно. (см. рис 2)

### **3. Создание сообщества в ВКонтакте**

Ответы на вопросы анкеты помогли нашей команде утвердиться в том, что необходимо создать группу ВКонтакте. Создание группы состояло из нескольких шагов.

Мы создавали сообщество в ВК через свой аккаунт.

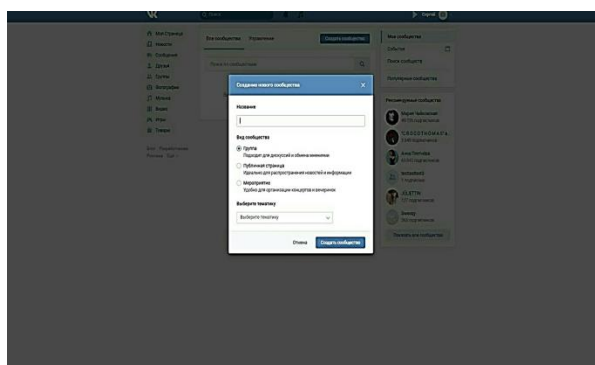
1. Вошли под своим логином/паролем, слева в меню выбрали пункт

«Группы» Открылось окно, в котором мы перешли по ссылке «Создать сообщество».



2. Выбрали название, вид и тематику сообщества

Выбрали вариант сообщества – группа, для общения пользователей между собой

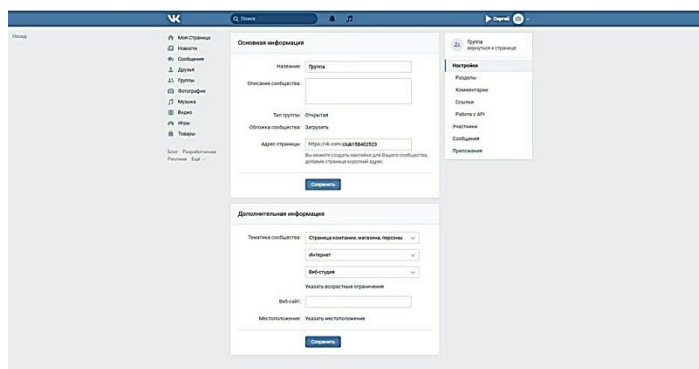


3. Добавили основную и дополнительную информацию

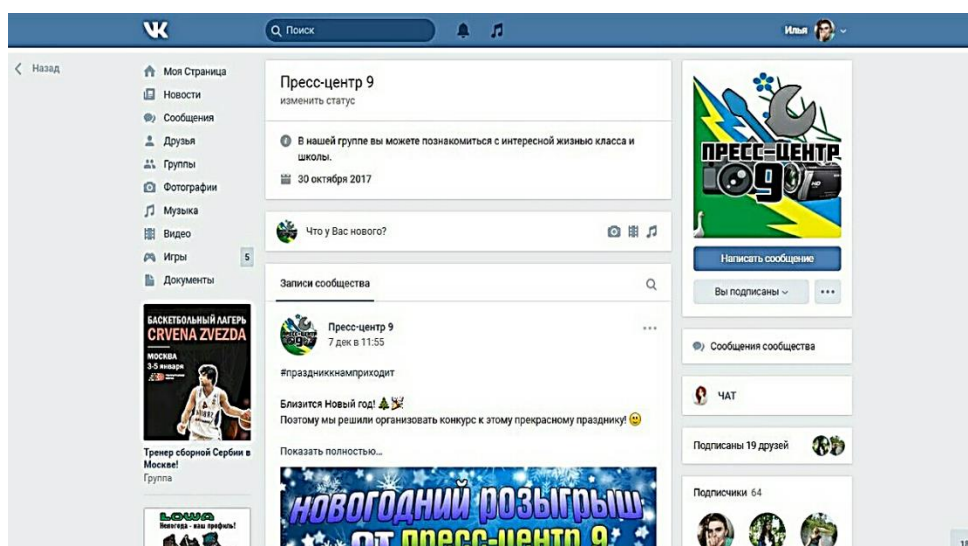
Название группы ПРЕСС-ЦЕНТР 9

*Описание сообщества.* Здесь указывается информация, которая как можно более полно описывает вашу деятельность в социальной сети. Мы указали, что в нашей группе можно познакомиться с интересно жизнью класса и школы.

*Тематика сообщества.* Нужно указать наиболее подходящую тематику для вашей группы ВК. Мы указали - *Открытая*. Любой желающий может вступить в нашу группу.



4. Добавили оформление. Для оформления использовали символику Маслянинского района, потому что мы гордимся нашим районом и школой, в которой учимся, а также атрибуты мультимедийных журналистов: фотоаппарат, видеокамера, микрофон.



Далее необходимо было раскрутить группу. Раскрутка группы — это довольно продолжительный процесс. Одним из условий прогрессивности группы является постоянное обновление контента. Мы создали в группе несколько постов. Мультимедийный информационный пакет постов включает в себя текст, фото, видеоролики. (Приложение 2)

Хэштеги постов:

#жизньшколы

#новости

#праздникамприходит

#знайнаших

#абитуриент

#вечнаяпамять

#праздникнастоящихмужчин

#жизнькласса

Вовлекаем участников в жизнь сообщества с помощью конкурсов и акций.

В декабре мы провели конкурс, что позволило увеличить наших подписчиков.

Условия конкурса:

- 1) Быть подписанным на нашу группу VK.
- 2) Сделать репост себе на стену этой записи.

На школьной линейке мы поздравили победителей и вручили обещанные призы.

Заключительным и решающим этапом является оценка перспектив.

Для дальнейшего развития проекта мы решили провести статистику сообщества.

#### 4. Мониторинг активности сообщества ПРЕСС-ЦЕНТР 9

Выводы. Перспективы.

Мы посмотрели статистику группы через интернет - сервис [SOCSTAT.ru](http://SOCSTAT.ru).

Данные с 16.02-23.02. За неделю 58 человек отметили, что им нравятся наши посты, 3 подписчика поделились нашими хэштегами с друзьями.



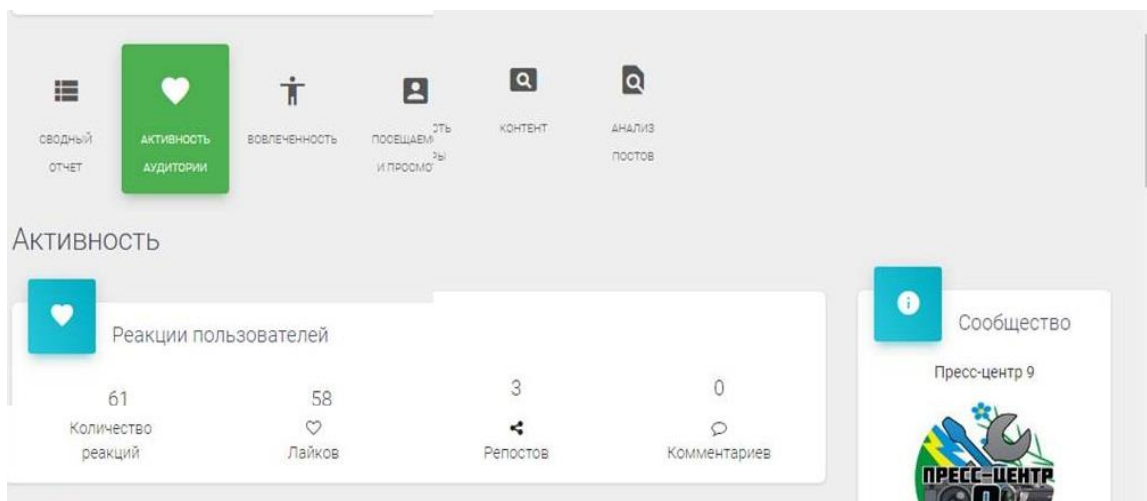


Рис 3 Активность аудитории

Посетили нашу группу 185 человек, просмотров 324

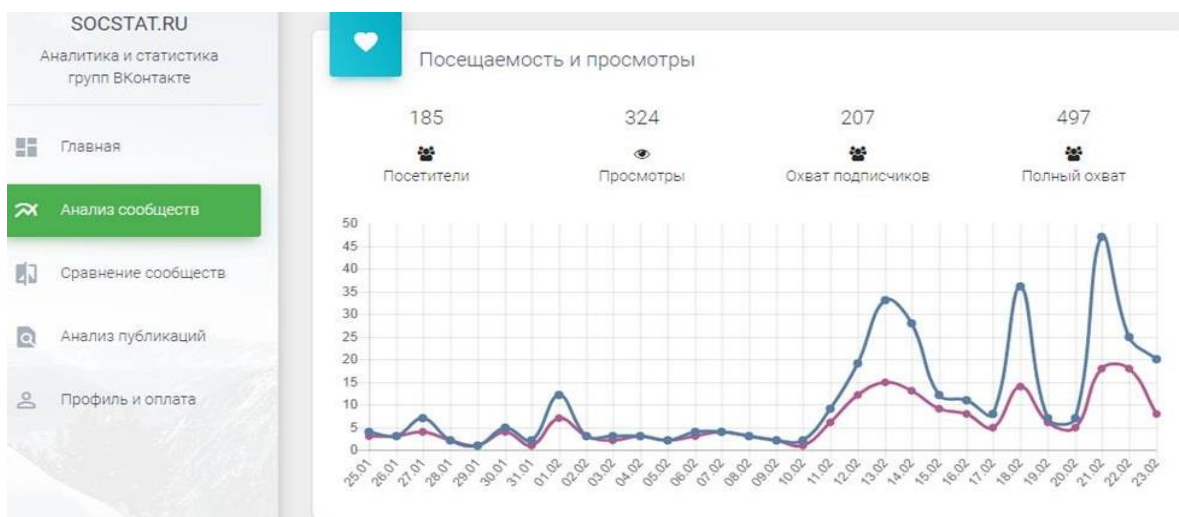


Рис 4 Посещаемость и просмотр

Провели мониторинг реакций пользователей (количество лайков) на все посты, которые мы выставили за 3 месяца существования сообщества. Больше количество лайков и просмотров набрали посты, которые сопровождаются фото и видео иллюстрациями. Поделились информацией с одноклассниками.

Большой процент подписчиков нашего сообщества составляют молодые люди в возрасте от 14-18 лет. Для них наиболее интересны посты с яркими изображениями, фотографиями, видеоматериалами.

Проект «ПРЕСС-ЦЕНТР 9» находится в постоянном развитии – появляются

новые видеосюжеты о жизни школы и класса. В сообществе будут появляться новые посты. Мы будем делиться интересными моментами школьной жизни. На основании результатов работы пресс-центра мы наметили план дальнейших действий. К концу учебного года мы выпустим документальный фильм о профессии инженер, который будет направлен на профессиональное самоопределение будущих выпускников. Данный фильм также опубликуем в своём сообществе. Запустим посты со следующими хэштегами: #пробапера,

#юморим, #спросииияответчу

В созданной группе ВК будем публиковать продукты работы пресс-центра, которые отражают жизнь школы и класса. Эти материалы будут находиться в соц. сети постоянно в общей доступности, что играет ознакомительную роль по отношению к нашей школе, в общем, и специализированного инженерно-технологического класса в частности.

#### Заключение

В своей работе мы проследили, как меняются технологические возможности интернета, неограниченность в объемах публикаций, использовании фото-, видео- и аудиоматериалов, доступность в любой точке мира делают онлайн-информационные ресурсы особенными и привлекают к ним все больше аудитории. Социальные сети стали полноправными участниками мира медиа и базой для создания новых взаимоотношений между журналистикой и ее аудиторией.

Подводя итог проделанной работы, можно сказать, что основу для журналистских публикаций нового поколения составляет мультимедиа. Журналист перестает быть просто журналистом в обычном смысле этого слова. Теперь он не просто «человек с пером» (или диктофоном), теперь в его рюкзаке должна находиться фото- и видеокамера. Он должен уметь монтировать и ставить сюжеты на сайт, он должен не просто думать, о чем и как написать статью, а принимать решения об использовании тех или иных технологий. Журналист должен уметь выбирать, какой вид информации будет более уместным для освещения того или иного события или проблемы - фотоснимки,

видеосюжет или видео комментариев. Чтобы создавать разноплановый, качественный контент важна и командная работа. Этому мы учимся, создавая журналистские материалы для постов в сообществе. Мы приобретаем навыки выражения собственных мыслей, понимания получаемой информации и ее интерпретации.

Работая над проектом, мы получили опыт поисковой работы (знакомство с литературой, сайтами по заданной теме) и опыт аналитической работы (статистика сообщества). В ходе работы были реализованы творческие способности, совершенствовали навыки в области мультимедийной журналистики, научились создавать сообщество в социальной сети.

Проект «ПРЕСС-ЦЕНТР 9» долгосрочен, практичен, востребован, и рассчитан на конкретные действия и результаты:

Эффективное взаимодействие между всеми участниками информационно-образовательного пространства школы;

Формирование коммуникативных навыков и культуры общения в соц. сетях;

Трансляция школьных и классных мероприятий.

В перспективе мы планируем

-Совершенствовать и развивать навыки литературного творчества, фото-видео-дела

-Выпускать информационные ролики, видеорепортажи, социальные рекламы

-Оформлять материалы «Пресс-центра 9» в сообществе

-Будем привлекать заинтересованных учеников к работе пресс- центра

## Приложение 1

### 1. Какой социальной сетью Вы пользуетесь?

(Можно указать несколько)

А) ВКонтакте

Б) Одноклассники.

В) Мой мир.

Г) Facebook

Д) Twitter

Е) Другая социальная сеть (Какая)

**2. Для чего вы там зарегистрировались?**

А) Для общения с друзьями и знакомыми.

Б) Для развлечения, игр.

В) Для вступления в сообщества по интересам

Г) Другой вариант ответа. (какой?)

**3. Сколько времени Вы проводите в социальной сети?**

А) До 2-х часов.

Б) От 2-х до 5-ти часов.

Г) Затрудняюсь ответить.

**4. Если будет создана школьная группа в ВК, какие темы вам будут интересны?**

А) Новости специализированного класса

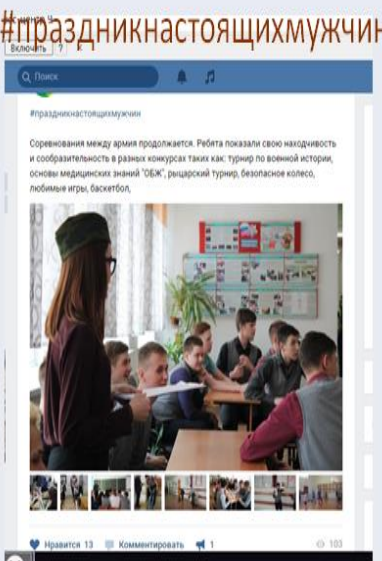
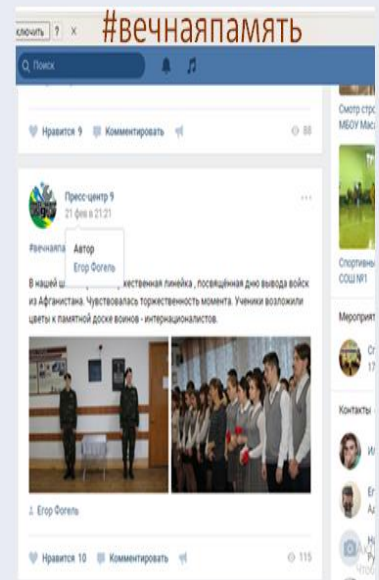
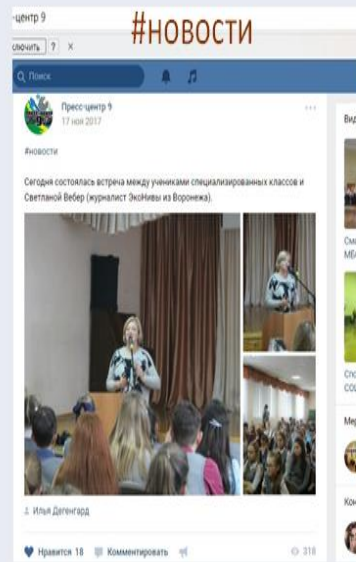
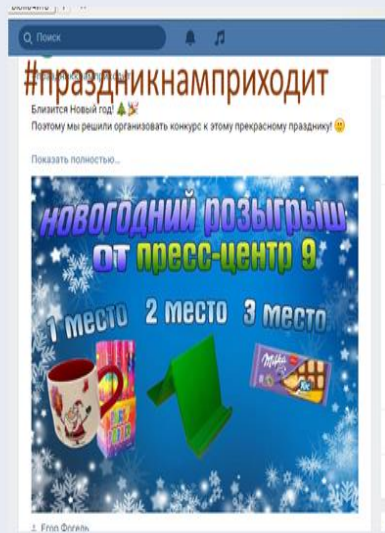
Б) Фоторепортажи школьных мероприятий

В) Видеоролики с лучшими моментами школьной жизни

Г) Другой вариант ответа (какой?)

## Приложение 2

### Создание сообщества в ВКонтакте



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вартанова, Е.К. чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Вартанова//Информационное общество. — 1999. — № 5. — С. 11 – 14;
2. Землянова, Л. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков/Л. Землянова // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Л. Землянова. — М.: Изд-во Московского унив-та, 2000;
3. Кирия, И. Что такое мультимедиа? / И. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;
4. Коханова, Л. Интернет — журналистика / Л. Коханова, А. Калмыков. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005;
5. Лосева, Н. Конвергенция и жанры мультимедиа/ Н. Лосева// Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;
6. Машкова, С. Интернет-журналистика: учеб. пособие / С. Машкова. — Тамбов, 2006;
7. <http://facebook.com/>
8. <https://ru.wikipedia.org/>
9. <http://social-networking.ru/>
10. <http://socialnye-sety.ru/>
11. <http://socseti.com/>
12. <http://webanketa.com/>
13. [http:// liveinternet.ru](http://liveinternet.ru)