



МУНИЦИПАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ГОРОДА ИРКУТСКА
"ДВОРЕЦ ДЕТСКОГО И ЮНОШЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА"

Информационный проект

Медиа студии Иркутска для подростков

г. Иркутск, 2021 г.

Оглавление

Введение	3
1 глава. Теоретическая часть	7
1.1 История создания. Понятие медиа студии	7
1.2 Актуальность медиа студии для подростка	7
2 глава. Практическая часть	8
2.1 Анкетирование	8
2.2 Создание плакат-трекера	9
Список литературы	12
Приложение	13

ИНФОРМАЦИОННАЯ КАРТА

Площадка реализации проекта	Муниципальное автономное образовательное учреждение дополнительного образования г. Иркутска «Дворец детского и юношеского творчества», Отдел социальной адаптации, Детская студия телевидения «Сок»
Автор проекта	Филиппова София Ивановна
Руководитель проекта	Мельникова Н.Л., методист, педагог дополнительного образования
Участники проекта	Педагоги, обучающиеся, родители, ветераны войны и тыла.
Тип проекта	Инновационный социальный проект, долгосрочный, рассчитан на несколько лет
Гипотеза проекта	Современные школьники не знают, какие медиа студии существуют в Иркутске, необходимо создать информационный продукт, рассказывающий об этом.
Цель проекта	Создание плакат-трекер о медиа студиях в Иркутске для учеников
Задачи проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Собрать и проанализировать информацию о медиа студиях Иркутска в сети Интернет • Провести опрос среди учащихся 9-ых классов на тему их представлений о работе медиа студий. • Проанализировать бумажную рекламную продукцию с обзором детских объединений творчества • Создать плакат-трекер о медиа студиях Иркутска для подростков 9 класса • Провести интервьюирование среди учеников 9 класса об их впечатлении от продукта проекта.
Актуальность проекта	Найти исчерпывающую информацию о работе медиа студий для подростков в Иркутске является сложной задачей, при том, что новый формат весьма интересен детям среднего и старшего школьного возраста. С помощью консультации профессионального дизайнера с целью выявления основных ошибок бумажной продукции для подростков о дополнительном образовании, опроса школьников будет создан плакат-трекер, соответствующий запросам целевой аудитории.
Этапы реализации проекта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Исследовательская часть (сбор информации о медиа студиях для подростков) 2. Анкетирование среди учащихся 3. Анализ бумажной рекламной продукции 4. Создание плакат-трекера
Методы достижения цели проекта	Проектный метод, метод исследования, интервьюирование, описательный и статистический метод, метод сравнительного анализа и сотрудничества.
Требуемые ресурсы	Административные, информационные
Техническое обеспечение проекта	Ноутбук для работы с информацией. Компьютер с профессиональными дизайнерскими программами. Смартфоны для работы с социальными сетями.

Ожидаемые
результаты проекта

Удобный, понятный плакат-трекер, дающий информацию подросткам о медиа-студиях Иркутска.

Пояснительная записка:

В 21 веке среди программ дополнительного образования появился новый формат центров – медиа студия.

В системе дополнительного образования Иркутска существует около 8 медиа студий, однако по данным опроса среди 9 класса учеников МБОУ г.

Иркутска лицея №3 большинство школьников знают лишь о трех из них. При этом 76% опрошенных подростков (диаграмма 1) хотят посещать медиа студии, но не знают, где найти о них информацию.

В Интернете (сайт Навигатор дополнительного образования Иркутской области) содержится информация о программах дополнительного образования бюджетных учреждений. Но у родителей и школьников отсутствует информированность о подобных системах. Данные о платных медиа студиях нужно искать самостоятельно.

Таким образом, нет источника, который содержал бы в себе данные о подростковых медиа студиях Иркутска. С помощью консультации профессионального дизайнера с целью выявления основных ошибок бумажной продукции для подростков о дополнительном образовании, опроса школьников будет создан плакат-трекер, соответствующий запросам целевой аудитории.

Цель: Создание плакат-трекер о медиа студиях в Иркутске для учеников 9 класса

Задачи:

- Собрать и проанализировать информацию о медиа студиях Иркутска в сети Интернет
- Провести опрос среди учащихся 9-ых классов на тему их представлений о работе медиа студий.
- Проанализировать бумажную рекламную продукцию с обзором детских объединений творчества
- Создать плакат-трекер о медиа студиях Иркутска для подростков 9 класса
- Провести интервьюирование среди учеников 9 класса об их впечатлении от продукта проекта.

Результат: плакат-трекер на тему «Подростковые медиа студии в Иркутске» для учащихся.

Отличительной чертой продукта является современная подача материала в формате плаката-трекера для подростков. В ходе опроса 9-ые классы выбрали наиболее привлекательную для них цветовую гамму, дизайн, графические элементы.

Благодаря анализу бумажной рекламной продукции, были выяснены основные ошибки рекламной продукции дополнительного образования (устаревший стиль, шрифт, классическая композиция).

Итоговый продукт может быть использован во внеклассной деятельности школы.

Вопрос проекта: как интересно представить информацию в формате плаката-трекера о подростковых медиа студиях в Иркутске.

1 глава. Теоретическая часть

1.1 История создания. Понятие медиа студии

С ростом научно - технического прогресса увеличивается поток необходимых базовых знаний, преподаваемых в школе. Для их лучшего усвоения, применяются различные системы синтеза гуманитарных и технических наук. Считается, что дополнительное образование в учебных заведениях системы образования должно ориентироваться на подготовку молодого поколения по массовым профессиям, затребованным рынком, в соответствии со своими склонностями. Акцент при этом необходимо делать на использование современных информационных технологий.

С появлением и развитием технических новинок в кино-, теле- и радиоиндустрии, у общества появилась возможность создания доступных и функциональных студий для детей и подростков.

Медиа студия – тип творческих объединений, активно развивающихся в начале 21 века. Большая часть коллективов реализуется на базе дополнительного образования среди школьников и детей.

Деятельность большинства медиа студий построена на основе комплексной программы дополнительного образования «Основы тележурналистики», которая реализует идеи межпредметных связей и объединяет в единое целое несколько направлений деятельности СМИ, таких как: телевизионная журналистика, основы операторского мастерства и режиссуры монтажа.

В существовании медиа студий заинтересованы не только педагоги, подростки, но и СМИ т.к. участники медиа студий получают профориентационные навыки для дальнейшей работы в сфере медиа.

Медиа студия, выпускающая видео-продукцию для сверстников – благоприятнейшая среда для серьезной профессиональной подготовки нового поколения активной молодежи, которая сочетается с активной социально полезной деятельностью и объединяет обучающихся вокруг интересных масштабных дел.

Первые программы медиа студий появились в 2012 году в ВДЦ “Артек” во время профильной смены, где участники отряда на протяжении 21 дня учились и пробовали себя по направлению киноотряда. Осенью 2015 начали

свою работу медиа отряды нового образца. На данный момент существуют 4 разных профиля медиа отрядов: кино, журналистика, газета, мультфильм.

Позже идею создания медиа центров стали пробовать на региональных площадках России в сфере бюджетного и платного дополнительного образования.

В 2016 году в Иркутске появился медиа центр “Телешко”, который стал первой площадкой для развития теле-, радио- области среди подростков. На данный момент среди программ дополнительного образования насчитывается более 8 студий, в большинстве школ практикуется программа своих медиа центров.

1.2 Актуальность медиа студии для подростков

Медиа студии – современные объединения, где подростки под руководством наставников (практикующих журналистов, монтажеров, операторов) занимаются изучением первичной профессиональной базы для работы в сфере телевидения, печати, SMM.

В настоящем времени важный навык – умение искать, анализировать и интерпретировать информацию в сети Интернет. Но качество и правдивость данных не всегда подтверждены фактами. В процессе работы в медиа студии в независимости от направления работы (журналистика, монтаж, операторское искусство), учащийся сталкивается с информацией, которую нужно обрабатывать и проверять в нескольких источниках.

У многих медиа студий есть youtube-каналы, где дети снимаются в кадре. Психологи и педагоги отмечают, что таким образом, у ребят развивается харизма, артистичность, развитие ораторских способности, навык общения с большой аудиторией зрителей. При работе учащиеся работают над соблюдением норм и правил поведения, речи. Во время съемок им приходится взаимодействовать с большим количеством людей, так происходит выработка коммуникабельности.

Подростки учатся работать в команде, отставить свое собственное мнение т.к. работа над медиа продуктом – коллективная задача. Происходит развитие навыка общения со сверстниками. В процессе монтажа они учатся

усидчивости и терпению. Прежде чем осваивать программы для монтажа, учащиеся изучают теорию монтажа по книгам Льва Кулешова, Питера Уорда, Роя Томсона.

Для создания контента медиа студии дети следят за информационными трендами, смотрят классические фильмы для развития личностной эрудиции. Они знакомятся с мэтрами кинематографа, что влияет на их культурную насмотренность.

Таким образом, на занятиях в медиа студии у подростка происходит развитие раскрепощенности, артистичности, трудолюбия, коммуникабельности, поиска и анализа информации. Все эти качества важны в современном мире, они пригодятся учащимся, как в подростковом возрасте, так и во взрослой жизни.

2 глава. Практическая часть

2.1 Анкетирование

В практической части мной была поставлена задача провести анкетирование среди 9-классников МБОУ г. Иркутска лицея №3 и проанализировать результаты опроса, для подтверждения актуальности выбранной мной темы.

В анкетировании были поставлены следующие вопросы:

- 1) Хотите ли вы заниматься в подростковой медиа студии?(диаграмма 1)
- 2) Какие медиа студии Иркутска вы знаете? (диаграмма 2)
- 3) Знаете ли вы где можно найти информацию о медиа студиях Иркутска? (диаграмма 3)
- 4) Какая информация, по вашему мнению, должна содержаться в плакат-трекера о медиа-студиях Иркутска? (диаграмма 4)
- 5) Какое цветовое сочетание подходит для плакат-трекера о медиа-студиях? (диаграмма 5)

Опрос проводился в онлайн формате с помощью программы Google Формы.

2.2. Создание плакат-трекера

Перед созданием плакат-трекер был составлен план работы.

1. Подготовительный этап.

Сбор информации о медиа студиях Иркутска. Создание таблицы с подробной информацией об особенностях студий.

Таблица 1. Подростковые медиа-студии. Платный сегмент.

Название	BOSSMedia	ТЕЛЕШКО	Киношкола Ералаш
Адрес	ул. Лермонтова, д.81/24	ул. Байкальская 107А/3	Театральная улица, 21
Возраст участников программы	5 - 18 лет	8 – 18 лет	5 - 18 лет
Направлени я работы	<ul style="list-style-type: none"> • Видеостудия /видеоблогинг • Анимация • 3D-Анимация • Актерское мастерство • Цифровая Фотография, Photoshop 	<ul style="list-style-type: none"> • Мастерство телеведущего • Основы тележурналистики • Телевизионная режиссура • Актерское мастерство • Телевизионная речь • Креативное мышление • Спецкурсы (видеомонтаж, операторское искусство, стилистика одежды и т.д.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Школа блогеров • Киношкола
Цена (руб.) за месяц занятий	4000	5500	6300
Контакты (сайт, соц. сети)	<p><u>Сайт</u> https://bosstudio.ru/ <u>Вконтакте</u> https://vk.com/bosstudio38 <u>Youtube-канал</u> Медиацентр</p>	<p><u>Сайт</u> http://xn--h1aeawgfg.xn--e1aaprt9b.xn--p1ai/%d0%be-%d0%bd%d0%b0%d1%81/</p>	<p><u>Сайт</u> https://star-studios.ru/school/ <u>Вконтакте</u> Студия Звезд <u>Youtube-канал</u></p>

	BOSSmedia Иркутск	<u>Вконтакте</u> https://vk.com/teleshkoirkutsk <u>Инстаграм-аккаунт</u> teleshkoirkutsk <u>Youtube-канал</u> Телешкола ТЕЛЕШКО-Иркутск	Проект Студия звезд <u>Инстаграм</u> Studzvezd Киношкола Ералаш <u>Likee video</u> studiazvezd @594836925 <u>Tik tok-аккаунт</u> studiazvezd user4570264626588
--	----------------------	---	--

Таблица 2. Подростковые медиа-студии. Бесплатный сегмент.

Название	Медиа студия “СОК”	“Объектив TV”	Программа «Мой первый репортаж»
Учреждение	МАОУ ДО “Дворец творчества”	ЦДТ “Восход”	Дом детского творчества №3
Адрес	ул. Желябова, 5	Ул. Ямская, 53	ул. Пушкина, д. 64
Возраст участников программы	12-17 лет	12-17 лет	10 - 17 лет
Срок обучения	3 года	1 год	1 год
Направления работы	Журналистика Видеомонтаж Операторское мастерство Ведение соц. сетей	Журналистика	Тележурналистика Операторское мастерство Видеомонтаж
Контакты (сайт, соц. сети)	<u>Сайт</u> http://www.ddut-irk.ru/qa/5273.html <u>Youtube-канал</u> Детская студия телевидения “СОК” <u>Инстаграм-аккаунт</u> sok_tvstudio <u>Вконтакте</u> https://vk.com/tvstudiasok	<u>Сайт</u> https://www.cdtvoshod.ru/ <u>Youtube-канал</u> МБУДО г.Иркутска ЦДТ ВОСХОД	<u>Сайт</u> https://rused.ru/irk-ddt3 <u>Youtube-канал</u> Дом детского творчества 3 Иркутск МБУДО ДДТ №3

Таблица 2. Подростковые медиа-студии. Бесплатный сегмент.

Название	Программа “Введение в журналистику”	Программа «Мобильный репортер»
Учреждение	“Дом детского творчества №5”	Дом детского творчества №2
Адрес	ул. Шпачека, д. 19	м/р Первомайский, д. 53.
Возраст участников программы	7 - 14 лет	10 - 17 лет
Срок обучения	1 год	1 год
Направления работы	• Журналистика	• Журналистика
Контакты (сайт, соц. сети)	<u>Сайт</u> http://38ddt5.ru/	<u>Сайт</u> http://ddt2.do.am/ <u>Youtube</u> МБУДО г. Иркутска ДДТ №2

2. Аналитический этап

Анализ бумажной рекламной продукции на тему “Творческие объединения дополнительного образования”.

После консультации со специалистом (Филипповой Ириной Сергеевной, ведущий дизайнер компании ООО “Ника”) были разобраны основные ошибки в создании бумажной рекламной продукции. Основным недостатком проанализированных проектов (25 работ), является неактуальный дизайн для подростков (главная аудитория творческих объединений), отсутствие нужной информации, использование устаревших шаблонов.

3. Опрос учащихся

Создание анкеты в google-форме с целью формирования дизайнерского решения, который нравится большинству опрошенных учеников 9 класса.

В ходе опроса учащиеся выбрали разделы информации, которые они хотят знать о медиа студии (диаграмма 4). Лицеисты проголосовали за цветовую гамму плакат-трекера. 50 % (диаграмма 5) выбрали 1 цветовое решение (рисунок 1) из 4 предложенных им вариантов (рисунок 1-4).

4. Создание продукта

В графическом приложении Canva будет создан плакат-трекер с учетом итогов опроса.

Этапы работы

- Подбор медиа студий
- Создание эскиза
- Выбор общего дизайнерского решения шаблона (шрифт, цвет)
- Проработка деталей буклета (стикеры, QR-код)
- Завершение и печать работы

Готовый вариант буклета представлен в Приложении (рисунок 5)

5. Рефлексия

Интервьюирование целевой аудитории буклета о качестве готового продукта. Для оценки готового продукта мы узнали мнение школьников Иркутска из разных школ и районов города.

Чтобы в дальнейшем при работе с плакат-трекером улучшить его характеристики.

Мнение целевой аудитории

Каролина Тарновская, 16 лет (ученица 9 “В” класса МБОУ г. Иркутска лицей №3)

- Идея плакат – трекера интересная. Не видела ничего подобного. Но мне не хватает какого-то захватывающего заголовка и крупного шрифта в некоторых частях плаката.

Дмитрий Межов, 15 лет (ученик 9 “Б” класса МБОУ СОШ № 9)

- Я считаю, что плакат-трекер получился очень полезным т.к. здесь есть необходимая информация о медиа студиях, подробно расписаны контакты, направления работы. Удобно, что есть QR-коды youtube-каналов, чтобы сразу оценить и сравнить контент медиа студий для выбора наиболее комфортной и профессиональной среды.

Нелли Черных, 15 лет (ученица 9” Г” класса МБОУ СОШ №4)

- Мне понравился плакат – трекер, особенно то, что присутствуют QR-коды. Это упрощает поиск и знакомство с медиа студиями. Яркая цветовая палитра привлекает взгляд. Но на месте автора я бы сделала несколько плакатов и добавила фотографии со съемочного процесса медиа студий.

Заключение

В последние 3-4 года новый формат образовательных программ – медиа студий пользуется спросом. Психологи и педагоги отмечают, что на занятиях учащиеся совершенствуют личностные качества (лидерство, коммуникабельность, артистизм), работают с информацией в сети Интернет, развивая киберграмотность. Но 85% подростков не знают, как и где найти информацию о медиа студиях Иркутска (диаграмма 3). Одной из причин является отсутствие базы данных о всех творческих объединениях города, устаревшая подача рекламы.

В ходе проекта “Медиа студии Иркутска для подростков” был создан плакат-трекер (Приложение рис.5) с помощью выполнения последующих задач. Сбор и анализ информации о медиа студиях Иркутска в сети Интернет. Проведение опроса среди учащихся 9-ых классов на тему их представления о работе детских медиа студий.

Благодаря анализу рекламной продукции с обзором детских объединений творчества были выяснены основные ошибки (отсутствие ярких графических элементов, контактной информации, QR-кодов с переходами на социальные сети объединений).

При создании плакат-трекера учитывалось мнение подростков. В опросе учащиеся отметили, какая цветовая гамма им нравится больше, какая информация интересует их, как будущих участников объединения. После окончания работы над итоговым продуктом было проведено интервьюирование среди учеников 9 класса об их впечатлении от плакат-трекера.

Отличительной чертой продукта является современная подача материала с учетом современных тенденций и трендов среди подростков. Дизайн и цветовая гамма выбирались целевой аудиторией продукта, поэтому продукт должен привлечь внимание большинства учащихся.

Итоговый продукт может быть использован в образовательной и внеклассной деятельности школы для учеников 9 класса.

Список литературы

Прохоров Е. П., Введение в журналистику . 8-е изд., испр. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 351с.

Туманов Д.В. Творим золотым пером: Мастер-класс для начинающих журналистов.- Казань, 2000.- 272 с.

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М., Аспект Пресс, 2004.

Процицкая Е. Н. Выбирайте профессию: Учеб. пособие для ст. кл. сред, шк.—М.: Просвещение, 1991.— 144 с

Ньюарк К. Что такое графический дизайн?: Руководство по дизайну. Изд. Астрель, 2014

Электронные ресурсы

Горбунова Е., Грушевский С. Первая подсказка для юных коллег юнкоров. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://megafon-tv.narod.ru> Дата обращения: 01.12.2020.

Приложение

Диаграмма 1

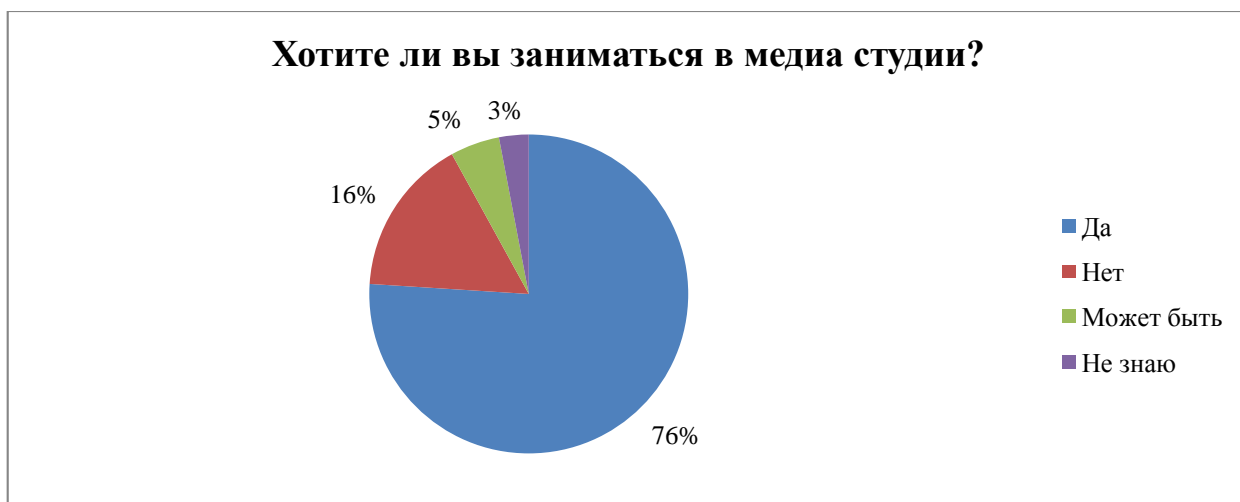


Диаграмма 2



Диаграмма 3

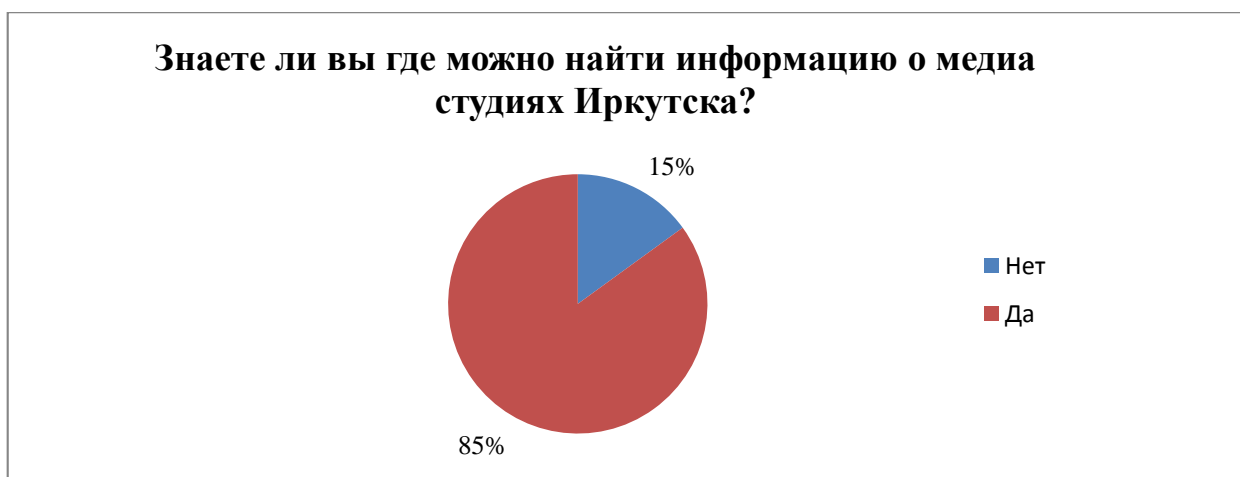


Диаграмма 4



Диаграмма 5



Рисунок 1

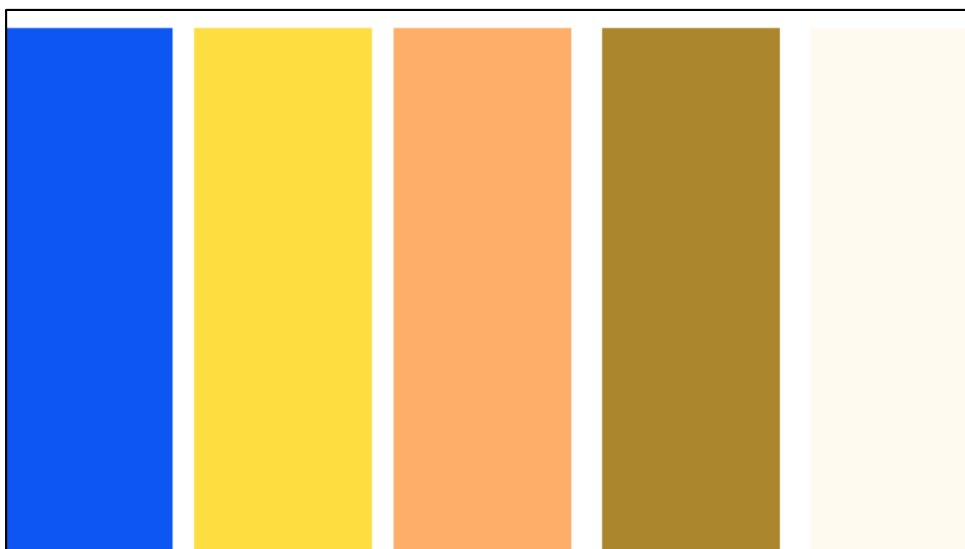


Рисунок 2

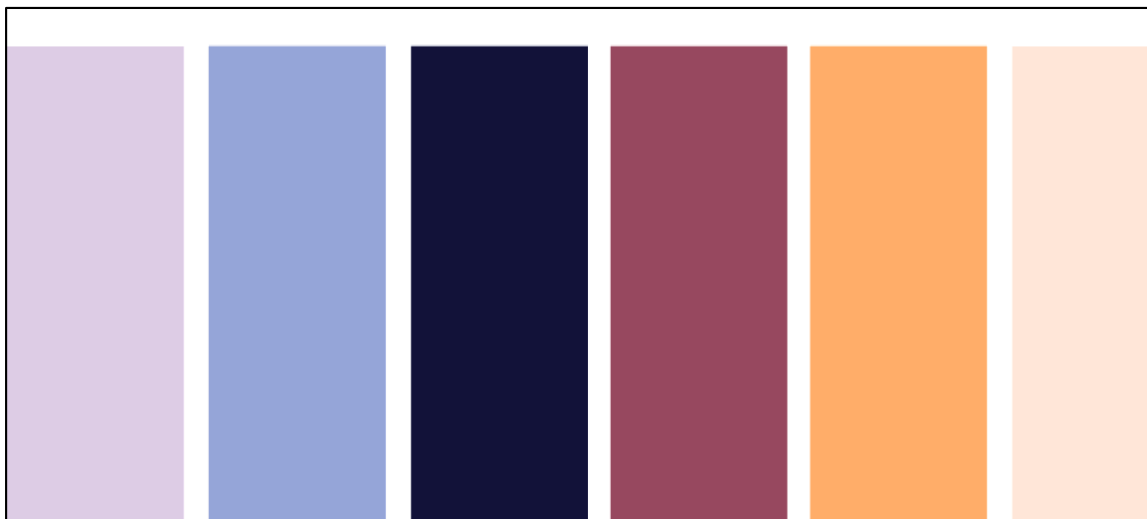


Рисунок 3

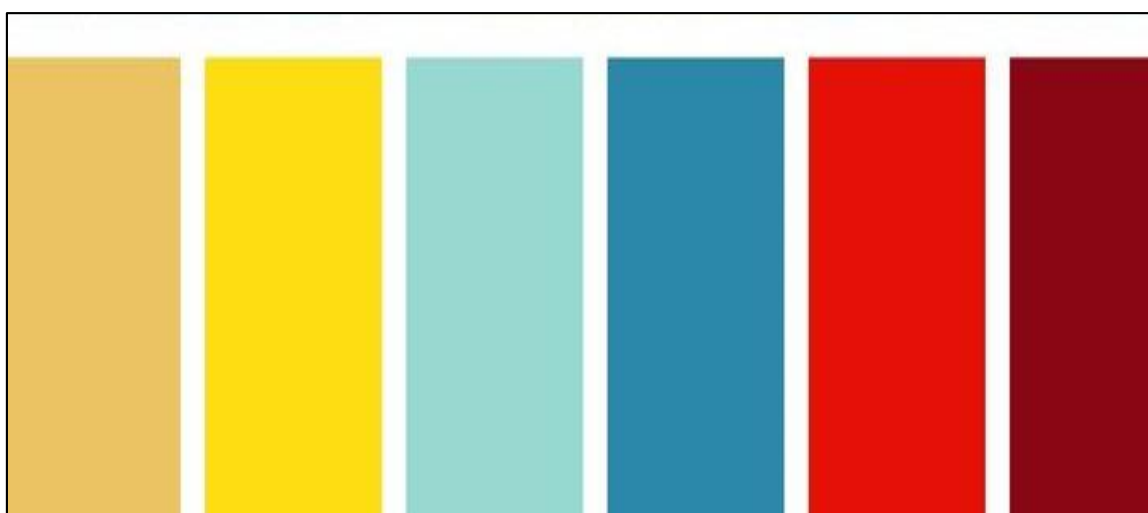


Рисунок 4

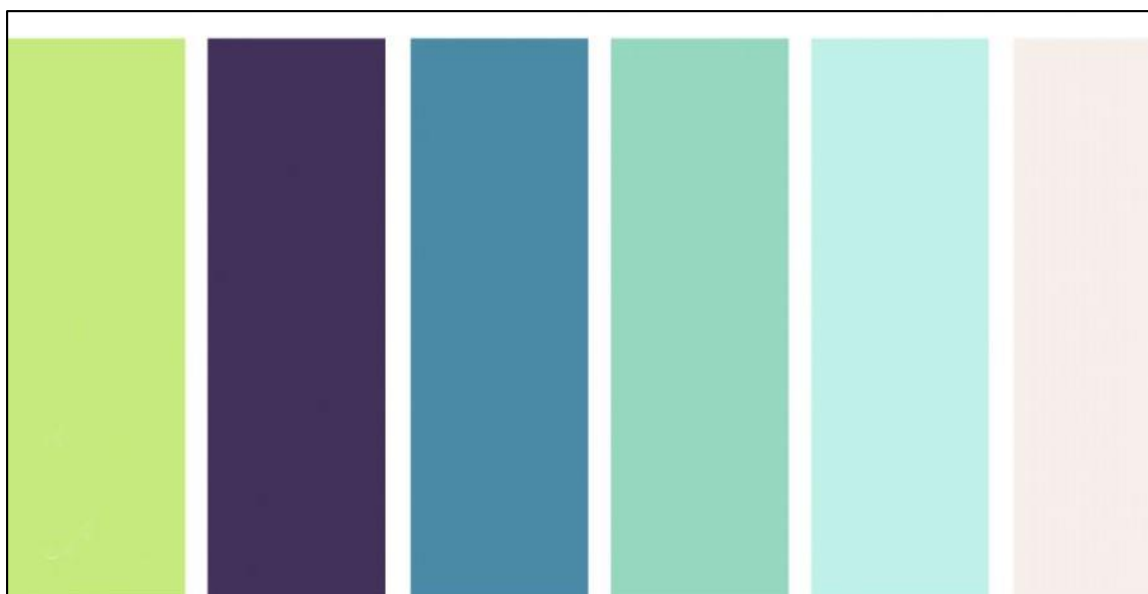


Рисунок 5

МЕДИА СТУДИИ ИРКУТСКА

КАКАЯ СТУДИЯ ВАС ИНТЕРЕСУЕТ?

ПЛАТНАЯ ←

БЕСПЛАТНАЯ →

ТЕАТРАЛЬНАЯ УЛИЦА, 21
5 - 18 ЛЕТ
• ШКОЛА БЛОГЕРОВ
• КИНОШКОЛА
7 (3952) 64-99-20
6300 Р./МЕС.
КИНОШКОЛА ЕРАЛАШ

УЛ. ПУШКИНА, Д. 64
10 - 17 ЛЕТ
• ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА
• ОПЕРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО
• ВИДЕОМОНТАЖ
+7 (395) 246-82-96
МОЙ ПЕРВЫЙ РЕПОРТАЖ

5500 Р./МЕС. **ТЕЛЕШКО**
УЛ. БАЙКАЛЬСКАЯ 107А/3
+7 (3952) 90-07-80
8 - 18 ЛЕТ
• МАСТЕРСТВО ТЕЛЕВЕДУЩЕГО
• ОСНОВЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ
• ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕЖИССУРА
• АКТЕРСКОЕ МАСТЕРСТВО
• ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕЧЬ

+7 (3952) 50-44-50
УЛ. ПЕРМОНТОВА, Д.81/24
• ВИДЕОСТУДИЯ / ВИДЕОЛОГИНГ
• АНИМАЦИЯ
• 3D-АНИМАЦИЯ
• АКТЕРСКОЕ МАСТЕРСТВО
• ЦИФРОВАЯ ФОТОГРАФИЯ, PHOTOSHOP
BOSSMEDIA
5 - 18 ЛЕТ
4000 Р./МЕС.

СОК
УЛ. ХЕЛЯБОВА, 5
+7 (914) 934-35-21
12-17 ЛЕТ
• ЖУРНАЛИСТИКА
• ВЕДЕНИЕ СОЦ. СЕТЕЙ
• ВИДЕОМОНТАЖ
• ОПЕРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО

+7 (395) 220-92-99
УЛ. ЯМСКАЯ, 53
• ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА
• ОПЕРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО
• ВИДЕОМОНТАЖ
ОБЪЕКТИВ TV
12-17 ЛЕТ

МОБИЛЬНЫЙ РЕПОРТЕР
М/Р ПЕРВОМАЙСКИЙ, Д. 53.
+7 (395) 236-62-53
10 - 17 ЛЕТ
• ЖУРНАЛИСТИКА