### ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ «ЛИЦЕИСТ»

# <sup>1</sup>Турскова А.А., <sup>2</sup>Викулина Е.С.

 $^{1}$ г. Одинцово, МАОУ «Одинцовский лицей №6 им. А.С. Пушкина», 9 «Д» класс;

 $^{2}$ г. Одинцово, МАОУ «Одинцовский лицей N26 им. А.С. Пушкина», 9 « $\Gamma$ » класс

Руководитель: Ананьева Е.В., г. Одинцово, МАОУ «Одинцовский лицей №6 им. А.С. Пушкина», учитель информатики и ИКТ

Данная статья является реферативным изложением основной работы. Полный текст научной работы, приложения, иллюстрации и иные дополнительные материалы доступны на сайте VI Международного конкурса научно-исследовательских и творческих работ учащихся «Старт в науке» по ссылке: https://school-science.ru/6/4/36267.

Актуальность. 21 век невозможно представить без средств массовой информации, они являются неотъемлемой частью нашей жизни. СМИ несут не только информативный и развлекательный характер, но и задают стереотипы правильного поведения человека.

На сегодняшний день в мире наблюдаются стремительные темпы развития новых представителей средств массовой информации — периодических интернет-изданий, и конечно же самое важное место среди них занимает интернет-журнал.

Любое периодическое издание имеет свою страничку в сети Интернет. И все больше различных и журналов, и газет предлагают свои материалы в сети.

Интернет-журнал — это виртуальная версия газет или журналов, которая помогает собрать большее количество интересующихся людей и читателей. На сегодняшний день интернет-журналы стали более популярными, чем их бумажные версии. Это объясняется тем, что объем людей во всем мире, которые каждый день используют Интернет, возрастает [8].

**Практическая значимость.** Мы считаем, что процессе работы над созданием интернет — журнала, решением новых познавательных и творческих задач мы научились пользоваться знаниями, которые мы получили из совершенно разных источников. На наш взгляд, этот проект необходим всем участникам проекта.

В настоящее время особое влияние средства массовой информации оказывают на нас, на подрастающее поколение, поэтому такая форма издания просто необходима школам.

Практическая значимость нашего проекта заключается в том, что школьное интернет – издание поможет учащимся не только реализовать свои проекты и идеи, развить творческие и коммуникативные навыки, но и положительно повлияет на становление личности.

Разработанность проблемы. В настоящее время деятельность интернет-редакций не систематизирована, не изучен опыт, накопленный за годы их существования.

Цель: разработать модель и создать собственное периодическое интернет-издание «Лицеист», используя общедоступные информационные данные, приложения и технические устройства.

Задачи:

- 1. Изучить современные СМИ и существующие школьные периодические издания.
- 2. Сформировать школьную редколлегию, состоящую из инициативных учащихся.
- 3. Сформулировать общую концепцию издания.
- 4. Выбрать программное обеспечение для создания журнала.
- 5. Создать 3 выпуска школьного периодического интернет-издания «Лицеист».
- 6. Разместить готовые журналы на сайте школы и в социальных сетях.
- 7. Рассказать работникам и учащимся лицея №6 им. А.С. Пушкина об Интернет-журнале «Лицеист».

**Результат проекта:** 3 выпуска школьного периодического издания «Лицеист».

# Этапы работы над проектом:

- 1. Создание школьной редакционной коллегии.
- 2. Выбор программы для создания журнала.
  - 3. Сбор информации.
  - 4. Верстка журнала.
  - 5. Создание первого номера журнала.
  - 6. Презентация школьного журнала.
  - 7. Выход на периодичность издания.

І этап – подготовительный (сбор информации, систематизация материала, создание команды единомышленников). Сентябрь – октябрь 2016 года.

- Принятие решения о создании школьного периодического интернет-издания «Лицеист».
- Создание единой редакционной коллегии, состоящей из учащихся средней и стар-

шей школ 5–11 классов, с помощью анкетирования.

Проведение первого собрания школьной редакции

 $ar{ ext{II}}$  этап — реализация проекта. Ноябрь 2016 — март 2017 г.

- Распределение заданий и сбор информации.
- Разработка макета пилотного номера интернет-издания.
- Обсуждение макета на общем заседании редколлегии.
- Разработка сценария презентации первого номера журнала.
- Приобщение к работе школьной редакции активистов Школьного Самоуправления.
- Совместное создание единого медиа дня, приуроченного к презентации первого выпуска журнала.

Размещение номера на сайт лицея.

- Утверждение графика выходов номеров.
- Разработка второго и третьего номеров.
- Приобщение к работе школьного журнала учеников начальной школы.

III этап – организационно-обобщающий. Апрель 2017 – май 2017г.

- Анализ работы по реализации проекта.
- Отчет о проделанной работе.

Итоги на каждом этапе:

**І этап:** поставлены задачи и цели будущего издания, сформирована школьная редколлегия.

**II этап:** изучена программы для верстки PicCollage и Canva, созданы и размещены на сайте лицея 3 номера журнала, проведен Медиа день.

**III этап:** проанализирована работа редколлегии, подведение итогов по реализации проекта.

Предполагаемый результат:

Периодическое интернет-издание «Лицеист».

Рост социальной активности учащихся.

Развитие профессиональной ориентации учеников.

Развитие грамотности среди учащихся.

Продукт: Интернет-журнал «Лицеист». Материально-техническое обеспечение проекта: компьютер, планшет, Интернет, цифровая фотокамера, специализированное программное обеспечение: PicCollage и Canva – лучший бесплатный графический и фоторедактор онлайн.

**Результат проекта.** Интернет-издание «Лицеист» (3 номера).

**Общий итог:** ССЫЛКА НА «Интернет – Журнал «Лицеист»:

На сайте лицея.

В группе ВК.

На бесплатном сервисе для создания интерактивного контента.

## 1. Теоретический раздел

Виды средств массовой информации и их критерии (СМИ).

В наше время средства массовой информации рассматривают не только в качестве средств общения, но и в облике института демократии, охраняющего интересы личности, общества и государства. Подобный акцент связан в первую очередь с необходимостью дополнительной поддержки различных социальных ценностей: свобода выражения мнений и убеждений, политический и идеологический плюрализм, свобода мысли и слова и т.п. [1].

Под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, теле-, радио- или видеопрограмма, иная форма периодического распространения массовой информации.

Существует несколько критериев, которым должны соответствовать средства массой информации:

- массовость получателя;
- периодичность (чтобы издание было признано читателями нужен его неоднократный выход через определенные промежутки времени);
- форма изложения материала печатное издание, интернет-, радио-, теле-, видеопрограмма и тд. [2].

Функции средств массовой информации *(СМИ)* 

Средства массовой информации выполняют различные функции в совершенно разных сферах жизни общества.

Например, российский социолог и филолог, создатель советской, а затем и современной российской теорий журналистики Евгений Павлович Прохоров выделяет следующие шесть функций СМИ:

- коммуникативную функцию общения и налаживания контакта с читателями.
- непосредственно-организаторскую, в которой наглядно проявляется роль журналистики как «четвертой власти» в обществе;
- идеологическую, связанную со стремлением оказать влияние на ценностные ориентации аудитории, на самосознание, стремления и идеалы людей;
- культурно-образовательную, заключающуюся в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей.
- рекламно-справочную, которая связана с удовлетворением утилитарных запросов в связи с миром увлечений разных слоев аудитории;
  - рекреативную функцию развлечения.

Роль средств массовой информации (СМИ) в жизни общества

В современный период развития российского общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от социальной активности личности. Важную роль в ее формировании играют, конечно, и СМИ. О возрастающей роли печати, радио и телевидения в общественной жизни страны свидетельствуют их глобальный рост, распространенность и доступность массовой информации. Печатное и устное слово, телевизионное изображение способны в кратчайшие сроки достигнуть самых отдаленных частей света, проникнуть в любую социальную среду [3].

Средства массовой информации – мощная сила воздействия на сознание людей, средство оперативного донесения информации в разные уголки мира, наиболее эффективное средство влияния на эмоции человека. Особенно четко это проявляется в отношении электронных СМИ. С развитием современных технологий их роль возрастает. А по эмоциональному воздействию на чувства и сознание людей они остаются непревзойденными.

Эффективность деятельности СМИ связана с учетом потребностей людей, их возросших социальных, духовных и политических запросов. Но нужно уметь различать понятия информационные потребности и тематические интересы аудитории. Потребности в информации социальны по своей природе и связаны в первую очередь содержанием, структурой повседневной деятельности человека, объективными характеристиками его профессиональной и общественной деятельности. Тематические же интересы зависят от содержания предлагаемой информации.

Некоторые сведения об информационных потребностях аудитории можно получить путем опроса. Но он дает все лишь картину тематических интересов аудитории. Её необходимо дополнить анализом характера ролевой деятельности представителей различных социальных групп[3].

Современная аудитория включена во всю систему общественных отношений. Поэтому СМИ для реализации целей своей деятельности необходимо учитывать потребности, интересы аудитории, включающие и ряд специфических, формируемых при прямом участии СМИ. При таком подходе аудитории отводится деятельная, целевая роль, являющаяся результатом коммуникативного процесса.

Роль средств массовой информации (СМИ) в прошлом и настоящем.

В наши дни, когда качество информационных технологий и их использования в большей степени определяют характер жизни общества, вопрос о взаимоотношении его и СМИ, о степени свободы СМИ от общества, власти и государства приобретает особое значение. Средства массовой информации, которые являются важной составной частью массовой коммуникации общества, несут в себе множество социально-политических ролей, те или иные из которых в зависимости от определенного числа типичных социально-политических ситуаций – приобретают особую общественную значимость. Это могут быть роли организатора, объединителя и тд. Кроме этого они могут играть и разъединительную роль [4].

Деятельность средств массовой информации оказывает большое влияние на жизнь общества в целом.

Как свидетельствует эволюция журналистики, одним из главных направлений ее развития было наиболее полное удовлетворение потребностей человека в коммуникации. В доисторические времена человек уже сам выступал как средство коммуникации. Например, различные сведения распространяли среди сородичей предсказатели, оракулы, а средством консервации ее являлась наскальная живопись, глиняные дощечки.

На сегодняшний день большинство исследователей едины во мнении, что появление прессы следует отнести к V в. до н. э. Это время, когда в Риме выходили первые газеты, которые стали напоминать современные. Наиболее известным является ежедневный бюллетень «Actadiurna» («События дня»).

В средневековье широкое распространение имели «летучие листки», которые носили ярко выраженный информационно-прикладной Изобретение характер. в 1440 г. И. Гуттенбергом процесса печати с помощью подвижных литер дало продвижение развитию прессы и журналистики. Территорию Западной Европы можно считать родиной прессы как социального института. Первой газетой принято считать бельгийскую «NieweTydingen» («Все новости»), которая стала выходить в Антверпене с 1605 года в типографии Авраама Вергевена. А с 11 марта 1702 г. в Англии, в Лондоне, стала издаваться первая ежедневная газета «DailyCourant» («Ежедневный вестник»)

В древние времена формы языка реализовывались в летописях, хрониках, жизнеописаниях, историях, путешествиях. А когда возникла печатная журналистика стала формироваться система журналистских жанров. Среди начальных можно назвать информациюхронику, репортаж, памфлеты. В дальнейшем их круг стал увеличиваться, появлялись и другие газетно – журнальные жанры [5].

Началом выпуска сетевых периодических изданий можно считать возникновение в 1996 году известного «Журнала.ру». В тоже самое время рождается один из самых грандиозных проектов «Рамблер Медиа Групп» — это Интернет-газета «Lenta». На сегодняшний день объем ежемесячной аудитории газеты составляет более 3,5 миллионов человек, и с каждым месяцем эта цифра возрастает.

Журналистика – средство коммуникации. Средства массовой информации должны побуждать выражать общественное мнение и предоставлять информацию, четко отделяя ее от других мнений и комментариев.

## 2. Практический раздел

#### Редакционные кадры

Что же понадобится для создания школьного периодического издания? Вопервых, дружный и творческий коллектив. Образование его и было нашей начальной целью. В школьную редколлегию были приглашены учащиеся 5–11 классов. Между добровольцами были распределены редакционные обязанности.

**Школьная жизнь.** Чаще всего эта рубрика выходит на первой полосе. В ней освещаются самые запоминающиеся школьные события.

**Маленькая страна.** Эта рубрика-опрос, в ней каждый сможет прочитать мнения самых маленьких экспертов нашего лицея о самых разных событиях и не только.

Это будет интересно! Именно эта рубрика поможет читателям узнать самые необычные и малоизвестные факты!

О спорт, ты мир! Многие ребята из нашей школы увлекаются спортом. Для них мы и придумали эту рубрику. Пусть наши спортсмены и дальше бьют все рекорды и добиваются высоких спортивных достижений, а мы будем читать о победах и радоваться их успехам.

**Компас выпускника.** Эта рубрика посвящена будущим выпускникам лицея. Учителя, выпускники прошлых лет, интересные люди отвечают на самые интересующие вопросы учащихся и делятся своим жизненным опытом.

После определения рубрик начинается распределение обязанностей между ребятами и сбор информации.

Подготовка издания к публикации Этапы подготовки публикации:

• подготовка дизайна макета

<b>№</b> п.п.	Распределение редакционных обязанностей:
	Педагог – куратор
	Главный редактор
	Журналисты, корреспонденты
	Фотокорреспонденты
	Верстальщик

## Формат будущего издания

Первое заседание редколлегии было посвящено формату будущего журнала. После долгих дискуссий и обсуждений, члены редакции пришли к общему мнению. Наш выбор пал на электронный формат издания. Этому есть несколько объяснений:

Скорость подготовки будущего журнала намного выше по сравнению с печатным.

Низкие финансово-экономические затраты на создание издания.

21 век- век информационных технологий. Подростки наиболее активно осваивают электронные носители и Интернет. Тенденция снижения интереса к печатным СМИ более заметна именно среди этой социальной группы.

### Структура журнала

После распределения обязанностей и определения формата будущего журнала следовало подумать о его структуре и в первую очередь о его рубриках.

- подготовка текста автором;
- правка текста редактором;
- подготовка иллюстраций;
- верстка:
- чистка редактором и внесение правки;
- проверка публикации на наличие шрифтов и иллюстраций;
  - подготовка к публикации.

Подготовка дизайна макета — один из самых творческих и в то же время важных процессов. В нашем издании за дизайн и верстку отвечает один и тот же человек. Он учитывает не только пожелания в отношении фирменного стиля и оформления, но и характер публикуемых материалов и иллюстраций. Фотографии для статьи автор подбирает самостоятельно или же просит помощи у дизайнера-верстальщика.

Верстка – наиболее рутинный, долгий и трудозатратный процесс при подготовке будущего издания. Основная проблема состоит в том, что обычно материала бывает

либо много, либо мало и верстальщику приходится думать, каким образом расположить текст и изображения.

Готовое издание отправляется редактору, который вносит поправки и коррективы. Этот процесс может продолжаться циклически несколько раз. Следующий этап – проверка издания и его публикация.

### Этапы работы над проектом:

- 1. Создание школьной редакционной коллегии.
  - 2. Выбор программы для создания журнала.
  - 3. Сбор информации.
  - 4. Верстка журнала.
  - 5. Создание первого номера журнала.
  - 6. Презентация школьного журнала.
  - 7. Выход на периодичность издания.

I этап – подготовительный (сбор информации, систематизация материала, создание команды единомышленников). Сентябрь октябрь 2016 года.

- Принятие решения о создании школьпериодического интернет-издания «Лицеист».
- Создание единой редколлегии, состоящей из учащихся средней и старшей школ 5–11 классов, с помощью анкетирования.
- Проведение первого собрания школьной редакции.

II этап – реализация проекта. Ноябрь 2016 – март 2017 г.

- Распределение заданий и сбор информашии.
- Разработка макета пилотного номера интернет-издания (Приложение 1, рис. 1).
- Обсуждение макета на общем заседании редколлегии.
- Разработка сценария презентации первого номера журнала (Приложение 1, рис. 8).
- Приобщение к работе школьной редакции активистов Школьного Самоуправления
- Совместное создание единого медиа дня, приуроченного к презентации первого выпуска журнала (Приложение 1, рис. 8).

Размещение номера на сайте лицея и в социальных сетях (Приложение 1, рис. 4 - 7).

- Утверждение графика выходов номеров.
- Разработка второго и третьего номеров (Приложение 1, рис. 2 - 3, Приложение 2).
- Приобщение к работе школьного журнала учеников начальной школы.

III этап – организационно-обобщающий. Апрель 2017 - май 2017г.

- Анализ работы по реализации проекта.
- Отчет о проделанной работе.

Итоги на каждом этапе:

І этап: поставлены задачи и цели будущего издания, сформирована школьная редколлегия.

II этап: изучена программы для верстки PicCollage и Canva, созданы и размещены на сайте лицея 3 номера журнала, проведен Медиа день.

**III** этап: проанализирована работа редколлегии, подведение итогов по реализации проекта.

Материально-техническое обеспечение проекта: компьютер, планшет, Интернет, цифровая фотокамера, специализированное программное обеспечение: PicCollage и Canva – лучший бесплатный графический и фоторедактор онлайн.

Общий итог: ССЫЛКА НА «Интернет – Журнал «Лицеист»

На сайте лицея.

В группе ВК.

На бесплатном сервисе для создания интерактивного контента.

## Заключение

Изучив информацию о существующих школьных периодических изданиях и всех средствах массовой информации, выбрав инновационное программное обеспечение для создания интернет-журнала и собрав школьную редколлегию, мы добились своей цели.

Мы разработали модель и создали собственное периодическое интернет-издание журнала «Лицеист», используя для этого общедоступные информационные данные, приложения и технические устройства.

На протяжении восьми месяцев мы анализировали работу журнала, знакомились с новыми людьми и пополняли свои знания в различных сферах.

Создав интернет-журнал «Лицеист» мы пришли к выводу, что периодическое издание - это неотъемлемая часть школьной жизни.

#### Список литературы

- 1. Аналитические жанры газеты: Хрестоматия М:
- Изд-во МГУ, 1989 236 с. 2. Гринёва Л.Г. Как организовать в школе выпуск газеты. - Краснодар, 2004.
- 3. Гейтс Б. Дорога в будущее / пер с англ. М: Диалог-Наука, 1997 – 315 с.
- 4. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества / Аспект Пресс – 2011. – 320 с.
- 5. Интернет-журналистика: учеб пособие / Борис Потятиник М.: ПАИС, 2010-246 с.
- 6. Дзялошинский И.М. Творческая индивидуальность в журналистике. М: Изд-во МГУ, 1984. 80 с.
- 7. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста / Аспект Пресс, 2011. - 224 с.
- 8. Богомолова Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М: Изд-во МГУ, 1991 – 125 с.
- 9. Уланова М.А. К вопросу о типологии периодических интернет-изданий // Книга и мировая цивилизация: Материалы одиннадцатой международной научной конференции по проблемам книговедения. Т 1. – М., 2004. – С. 407–411.
  - 10. http://sozdanie.biz/sozdanie-internet-zhurnala.
- 11. http://tekhnosfera.com/internet-zhurnaltipologiya - printsipy - sozdaniya - metodika - redaktirovaniya#ixzz4dHmC7aNP.