

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. ВВЕДЕНИЕ …………………………………………………3
2. Теоретическая часть………………………….......................7
   1. СМИ. Понятие. Краткий исторический экскурс. Виды современных СМИ...................................................................................7
   2. Бумажные издания. Понятие. Виды. Основные характеристики................................................................9
   3. Сетевые издания. Понятие. Виды. Основные характеристики................................................................11
   4. Аспекты сравнения бумажного и сетевого издания………………………………………………….14
3. Практическая часть. Сравнение печатных и сетевых изданий на примере российской региональной газеты........................................16
4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ…………………………………………….23
5. Список используемой литературы…………………...…...26

**ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность.Современный мир подвержен постоянному обновлению. С этим фактом связаны изменения, происходящие во всех сферах нашей жизни. Они влекут за собой необходимость людей совершенствоваться в профессиональном плане, учиться работать с новыми технологиями. Журналистов – людей, работающих с информацией (создающих, собирающих её и т.д.)1 эта тенденция затрагивает в большей степени. Каждую секунду в мире происходит масса событий, о которых необходимо сообщать людям. Если журналист вовремя не проявляет бдительность - это служит фактом его непрофессионализма, влекущим за собой разного рода негативные последствия. На сегодняшний день существует несколько каналов связи, благодаря которым обеспечивается передача сообщений в любую точку земного шара - это телевидение, радио и Интернет. В работе с ними специализируются электронные СМИ. Локально информация распространяется с помощью бумажных носителей, то есть печатных изданий. Те и другие виды СМИ, хотя и появились в разное время, сегодня сосуществуют и являются основными инструментами современного

журналиста. Этот факт лишь доказывает сложность развития мира и подчеркивает актуальность выбранной темы.

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017)

1. " «О средствах массовой информации», Статья 2

Анализ сетевых и бумажных СМИ поможет выявить их характерные особенности, создать стратегию работы с ними, определить перспективы и возможные стороны их развития, поможет молодому специалисту по работе с информацией сориентироваться на раннем этапе своей профессиональной деятельности.

Разработанность.Для исследования данной темы были привлечены различные учебные материалы, например, книжные издания таких авторов, как С.Г. Корконосенко, Л.А. Волкова; научные публикации Н.В. Вакуровой и Л.И. Москвина; электронные ресурсы информационного характера: сайты «Академик», «Википедия». Дополнительные источники информации, например, Закон «О СМИ». Обработка всей вышеуказанной литературы привела автора работы к выводу: на данный момент разработаны лишь отдельные аспекты выбранной темы. Большинство исследований носит субъективный характер. Полного, структурированного и при этом объективного теоретического материала о сравнении печатных и сетевых СМИ найдено не было.

Новизна. Именно этот факт позволил автору работы взглянуть на выбранную тему по-новому. Изучив некоторые, раннее созданные теоретические материалы, анализируя один их современных печатных и одновременно сетевых СМИ, а также опираясь на собственные умозаключения, мироощущения и опыт, создать аналитическую работу, включающую в себя определение Интернет и бумажных изданий, разделение их на виды, выявление отличных и схожих черт, плюс, взгляд на возможные перспективы развития на примере одного из региональных СМИ.

Применение полученных знаний. Данная курсовая работа поможет начинающим специалистам, работающим с информацией, не только выбрать для себя наиболее подходящую нишу в журналистике, в которую они смогут внести ряд положительных изменений, но и научиться создавать более качественные материалы.

Цель исследования. Структурировать знания в обозначенной области исследования и добавить новые, отражающие современную действительность, а также провести комплексный сравнительный анализ одного из региональных печатных изданий и его сетевого аналога.

Задачи исследования.

1. С помощью различных учебных материалов изучить теоретические аспекты понятия СМИ: его краткую историю, виды, в частности - бумажные и сетевые.
2. Определить основные аспекты сравнения печатных и Интернет -изданий, дать им краткую характеристику.
3. На основе полученных знаний сделать сравнительный анализ между двумя версиями одной из российских региональных газет.
4. Подвести итоги исследования, сделать предположение о тенденциях развития бумажных и сетевых СМИ.

Объект исследования. Объектом исследования данной курсовой работы являются средства массовой информации.

Предмет исследования. Предмет исследования курсовой работы - печатные и Интернет - издания: их понятие, характеристика, виды и т.д.

Методы исследования. Для решения поставленных в работе задач были задействованы такие методы исследования, как анализ СМИ, в частности печатных и сетевых изданий, а также метод их сравнения.

Структура курсовой работы.

1. Введение: план и краткая характеристика будущего исследования.
2. Глава 1: теоретический аспект выбранной темы.
3. Глава 2: практическая часть в виде сравнительного анализа двух видов одного СМИ.
4. Заключение: выводы, пришедшие в ходе создания курсовой работы.
5. Список литературы: перечень используемых источников информации.
   1. **Теоретическая часть**
   2. **СМИ. Понятие. Краткий исторический экскурс. Виды современных СМИ**

Под средством массовой информации сегодня понимают периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмму, радиопрограмму, видеопрограмму, кинохроникальную программу, иную форму периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием). СМИ может осуществлять свою деятельность только после регистрации, за исключением случаев освобождения от неё, предусмотренных настоящим Законом.2 Существуют и иные интерпретации понятия СМИ. Например, по данным Интернет - энциклопедии -  «Википедия» - это совокупность органов [публичной](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF) [передачи информации](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0_%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8) с помощью технических средств.3 Для проведения дальнейшего исследования нужно запомнить, что СМИ работают с информацией, которая поступает к аудитории с помощью различных каналов связи посредством бумажных или электронных носителей. СМИ представляют собой периодические образования, закрепленные Законом РФ.

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017)

1. " «О средствах массовой информации», Статья 12
2. 3. СМИ [ Электронный ресурс ] // Википедия – свободная
3. Энциклопедия. URL: ru.wikipedia.org (дата обращения:3.03.18)

Какой вид СМИ появился первым, и в какой последовательности добавлялись другие? Первым основным способом распространения информации стали печатные и периодические издания. С изобретением Поповым прибора, передающего звуки на расстоянии, появился второй способ - радио. Вместе с ним мир узнал и о радиожурналистике. В двадцатые годы ХХ века на расстоянии впервые было передано изображение, что послужило толчком к созданию телевидения, а затем и тележурналистики. В семидесятые годы ХХ века появился еще один способ передачи информации - электронный, вместе с ним в Интернете были созданы первые сетевые СМИ. 4

Сегодня на просторах «мировой паутины» можно найти не только аналоги печатных изданий, некоторых радиостанций, телеканалов, но и персональные вестники – письменные, а также видеоблоги, подкасты, различные гибриды, содержащие текстовую, видео и аудиоинформацию. Запросы аудитории меняются, журналисты лишь стараются их удовлетворять. Что будет завтра, с помощью каких носителей работники СМИ будут распространять информацию - остается предметом глубоких размышлений.

Разнообразные в типологическом отношении средства массовой информации в совокупности образуют целостную систему журналистики.

4. Лекции по дисциплине: «Основы теории журналистики».

Преподаватель Сопкин П.Т.

В структурном плане её представляют три группы:

1. Печатные СМИ – печатные издания
2. Электронные СМИ – радио, телевидение, Интернет (радио в сети, телевидение в сети, сетевые издания).

3\* Информационные службы (телеграфные агентства, пресс - службы и др.)5

В данной работе уделим внимание подробным характеристикам сетевых и печатных периодических изданий.

* 1. **Бумажные издания. Понятие. Классификация. Основные характеристики**

Печатные издания можно разделить на следующие виды:

- Книжные издания

- Журналы

- Газеты

- Календари

- Открытки и др.6

Нас интересуют лишь те из них, что выходят с особой периодичностью.

1. 5. Колесниченко С.Г. Основы теории журналистики:
2. - учебник для вузов. // М.: Аспект Пресс, 2001. — С. 101

6. Волкова Л.А. Издательско-полиграфическая техника и

технология: учебник для вузов. // М.: Мир книги, 1999. – 224 с

Под периодическим печатным изданием мы понимаем газету, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год. По данным Интернет – энциклопедии «Википедия» их разделяют на:

1. Газеты,
2. [журнал](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB)ы,
3. [ежегодник](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA&action=edit&redlink=1)и,
4. [научные журнал](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB)ы,
5. календари,
6. [реферативные сборник](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A0%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%81%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA&action=edit&redlink=1)и,
7. библиографические указатели,
8. [информационные](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B1%D1%8E%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%8C) бюллетени,
9. [справочник](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA)и.7

Отдельно хочется сказать о наиболее распространенных из них - газетах и журналах. Газета – это периодическое издание, выходящее через непродолжительные интервалы времени, содержащее

1. 8. Справочник технического переводчика
2. [ [ Электронный ресурс ] // Академик. URL:
3. dic.academic.ru

официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным

7. Периодическое печатное издание // Википедия – свободная

Энциклопедия URL: ru.wikipedia.org (дата обращения 3.03.18)



общественно- политическим, научным, производственным и другим вопросам, литературные произведения рекламу. Журнал – это периодическое издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи или рефераты по различным вопросам, а также литературно-художественные произведения.8 Можно выделить следующие отличительные особенности печатных изданий: они имеют бумажный носитель; каналами их распространения являются продажа, подписка, доставка и др.; в них есть как фото, так и текстовый материал, который в свою очередь можно отнести к разным жанрам; бумажная продукция ориентирована на разного рода аудиторию; имеет особый формат (размер, объем); может быть как платной, так и бесплатной; чаще всего содержит рекламные объявления; время распространения бумажной продукции в среднем от нескольких часов до нескольких дней. Эти и другие характеристики печатных изданий часто становятся основой для их классификации.

* 1. **Сетевые издания. Понятие. Виды. Основные характеристики**

Сетевые СМИ тесно связаны с таким понятием, как «Интернет». Под чем по данным энциклопедического словаря9  понимают всемирную информационную компьютерную сеть, связывающую между собой как пользователей компьютерных сетей, так и пользователей индивидуальных

8. Справочник технического переводчика [Электоронный

ресурс ] // Академик. URL: dic.academic.ru

1. 9. Энциклопедический словарь [ Электронный ресурс ]
2. // Академик. URL: dic.academic.ru (дата обращения:
3. 3. 03. 2018)

компьютеров для обмена информацией.

Именно благодаря появлению Интернета мы можем говорить о таком виде журналистики, как Интернет - журналистика, которая направлена на работу именно с сетевыми изданиями. Под сетевым изданием сегодня понимают сайт в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом. Отметим, что данное определение появилось в Законе только в 2011 году. Ранее предпринимались многочисленные попытки дать феномену Интернет – СМИ конкретное понятие. Однако ни одно из них нельзя было назвать наиболее исчерпывающим.

Итак, сетевой ресурс называется средством массовой информации лишь в том случае, если он юридически закреплён и имеет лицензию. Во время дальнейшей классификации Интернет – СМИ будем руководствоваться этим фактом и рассматривать только официальные сетевые издания.

Опираясь на работу Н.В Вакуровой и Л.И Москвина10, которые приводят наиболее полный на 2000 год список сетевых СМИ – 22 вида, а также классификацию журналиста Антона Носика,11 разделим Интернет – издания следующим образом:

1. 10. Вакурова Н.В., Москвина Л.И. Сравнительный анализ печатных и
2. Электронных СМИ: научная статья // [Электронный ресурс] //
3. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 3.03.2018)
4. 11. Кузнецов С., Носик, А. Интернет для журналиста: // М. : Галерия,
5. 2001 – 143 с.




11. Сетевые версии традиционных изданий: расширенные и адаптированные
12. Сетевые СМИ, не имеющие традиционных аналогов: Интернет – газеты, Интернет – журналы, новостные порталы (ленты) и др.
13. Сетевые агентства: информационные агентства - агентства экономической информации и др.

Нельзя не отметить: сегодня помимо официальных сетевых изданий существует огромное количество сходных с ними веб – ресурсов, не зарегистрированных как СМИ. К таковым относятся различные веб – сайты и блоги – Интернет - страницы, на которых есть лента новостей одного человека. Вот, что говорит о них автор учебника «Новостная интернет журналистика» - А. Амзин:

«…Ни один стихийный проект не может обогнать хорошо спланированный и организованный. Даже Википедия, общепланетарный проект по составлению "энциклопедии всего", отличается строгой административной иерархией и целым сводом правил, касающихся редактирования и создания статей…»12

Дальнейшая судьба такого рода веб – ресурсов, а также характер их

1. 12. Амзин А. Новостная интернет – журналистика:
2. [Электронный ресурс] // URL: [http://alex-alex.ru](http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf) – С. 118

взаимоотношений с официальными СМИ – предмет отдельного исследования.

Основные особенности Интернет - изданий: для них характерен электронный носитель, к которым можно отнести, например, смартфон или ноутбук; в них имеется разножанровый как текстовый, так и фото - видео – материал; сетевая продукция ориентирована на разного рода аудиторию; она имеет разный формат (размер, объем); может быть как платной (например, издания, которые продаются в App или Google store или онлайн - СМИ – Republic.ru) так и бесплатной; может содержать рекламные объявления; иметь гиперссылки, открытый доступ к архиву материалов, свободу моментального комментирования, время распространения сетевых изданий в среднем – доли секунды.

**1.3 Аспекты сравнения бумажного и печатного издания**

# Печатные и сетевые издания имеют ряд аспектов, характеризующих их ту или иную сторону деятельности. Для того чтобы провести комплексный сравнительный анализ двух отдельных СМИ, выделим и кратко охарактеризуем эти аспекты, опираясь на научный материал Л.О. Новиковой.13

1. 13. Новикова Л.О. Сравнительный анализ газеты и её
2. онлайн – версии: научная статья // [Электронный
3. ресурс] // <http://journals.susu.ru> (дата обращения:
4. 3.03.2018)

# Организационный. Здесь мы рассмотрим отличия в принципах работы журналиста с печатной и сетевой версией издания, приводя конкретные примеры одного из выпусков газеты.

# Содержательный. На основе одного из материалов газеты, появившегося в бумажной и сетевой версиях, проведем сравнительный анализ по следующим параметрам: стиль, жанр, язык, композиция, заголовок, объем. Скажем несколько слов об интерактивных составляющих издания.

# Оформительский. Рассмотрим особенности вёрстки обеих версий, их дизайнерское оформление.

# Структурный. Обратим внимание на структуру газеты: количество рубрик, страниц, возможность доступа к раннее опубликованным материалам.

# Рекламный. Выявим, какое место уделяется рекламе в той и другой версиях газеты, какими характерными особенностями она обладает.

# Аспект доступности и удобства. Определим, какой из видов издания является наиболее доступным и удобным для читателей.



# 2 Практическая часть

# 2.2 Сравнение печатных и сетевых изданий на примере российской региональной газеты

# Для практической части анализа возьмем одно из изданий Краснодарского края – газету «Деловая газета. Юг». Сравнение проведем между её бумажной и, соответственно, онлайн – версиями.

Сперва, коротко охарактеризуем издание, опираясь на предоставленный его редакцией материал: ["Деловая газета. Юг"](http://www.dg-yug.ru/) - независимое издание, посвященное бизнесу и экономике Краснодарского края. Оно выходит с мая 2007 года. Газета посвящена деловым новостям Краснодарского края. Новости публикуются на основании решения редакции. Главными принципами газеты являются достоверность и объективность публикаций. Все редакционные публикации бесплатны. «Деловая газета. Юг» неоднократно признавалась лучшей региональной газетой России. По итогам 2014 года отмечена специальным дипломом Союза Журналистов России «За вклад в развитие деловой журналистики в России».14

Перейдём к сравнению обеих версий издания:

1. Организационный аспект. Его можно рассмотреть с разных сторон, например, как характеристику деятельности всей редакции газеты
2. 14. Деловая газета. Юг [Электронный
3. ресурс] // http://www.dg-yug.ru/ (дата обращения:
4. 3.03.2018)

или одного журналиста в частности. Мы обратимся к планированию работы отдельного специалиста, теоретически дав ему инициалы N.N. Принято, считать, что материалы, готовящиеся для Интернет - версии издания, должны быть написаны быстрее тех, что готовятся для печатной версии. Ведь в сети информация распространяется гораздо быстрее. Предположим, журналист «Деловой газеты. Юг» N.N. должен написать материал об укреплении кредитного портфеля Альфа-Банка в форме интервью. Ему необходимо встретится с определенными людьми, взять у них информацию и оформить ее. В данном случае спектр задач для подготовки материала к бумажной и сетевой версии газеты идентичен. Единственное, N.N. мог бы сделать видео – интервью, для того, чтобы приложить его к публикации в сети. Однако «Деловая газета. Юг» отводит для таких материалов отдельное место - свои аккаунты в социальных сетях, например, YouTube. К 23.03.2018 здесь насчитывается восемнадцать видео. В действительности материал, о котором идет речь, был выпущен в бумажной версии под заголовком «Укрепились в лидерах» от 13.03.18, а в сетевой лишь от 15.03.18. Подобный порядок выхода материалов для газеты не является постоянным. Например, статья «Строители смогут возводить дома за полгода» и в той, и в другой версиях газеты вышел 13.03.18. Опираясь на данные факты, можно сказать, что организация деятельности журналиста, работающего с онлайн и печатной версиями газеты во многом схожа.

# Содержательный аспект. Если взять в пример две вышеупомянутые публикации, провести сравнительный анализ будет невозможно, так как материалы на бумаге и в сети идентичны. Однако в выпуске №499 «Деловой газеты. Юг» есть ряд статей, предназначенных лишь для одной из площадок. Например, заметка «Кубанская «Коровка из Кореновки» обошла по продажам Extreme», вышедшая на сайте газеты 21.03.18. Это короткий новостной материал, главная информация которого содержится в лиде. Композиционно он построен по принципу «перевернутой пирамиды». Язык заметки «сухой» - отсутствует образность, главное место отводится статистическим данным, что характерно для материалов, появляющихся круглосуточно на сайтах новостных агентств. Другая статья из бумажного выпуска газеты (№ 499) - «Евгений Первышов: «Чрезвычайно важно сохранить и развить все, что удалось начать». Журналист освещает отчет мэра города Краснодар относительно его работы в 2017 году и планах на будущее. Статья носит исключительно информативный характер, но в отличие от предыдущего материала имеет больший объем. Текст разбит на подзаголовки, имеются выдержки из отчета – цитаты мэра. Журналист полностью раскрыл вопрос, поднятый в лиде материала. С чем связано решение уделить этому тексту место именно в бумажной версии газеты? Либо с тем, что его содержание будет интересно определенной категории читателей газеты, либо с тем, что подача журналистом материала делают статью уместной лишь для бумажной версии газеты (текст достаточно «монотонный», плюс выстроен так, что интернет - читатель быстро потеряет к нему интерес, т.к. нет интриги в начале и в конце). Подведем итоги: содержание обеих версий газет схоже, есть материалы, публикующиеся только в сети – это короткие новостные заметки, есть статьи, предназначенные лишь для бумаги, в основном они отличаются большим размером и характерным для себя оформлением. (также сюда относятся тексты рубрики «Культура»). При этом большая часть статей публикуется в обеих версиях, имея при этом идентичное содержание.

3. Оформительский. Здесь мы рассмотрим такое понятие, как «дизайн издания». Дизайн создает идею и образ будущей газеты. Постоянство в использовании элементов дизайна (шрифта, заголовков, фотографий, иллюстраций и пробельного материала) является ключевым моментом в создании образа газеты. Понятие дизайна тесно связано с понятием стиля. Стиль периодического издания - это совокупность графических элементов макета, повторяющихся в каждом выпуске и направленных на формирование единого узнаваемого образа газеты. Наиболее важные элементы макета, определяющие стиль – это название (в обеих версиях газеты выполнен одним шрифтом и в одном цвете), обложка (структурно различаются, но выполнены в едином красно – белом стиле), мастхэд (в сети – это ссылки на страницы, в газете прямоугольник с подписями), шрифт (разные в силу особенностей версий), цвет (единый). Следовательно, по строению обе версии газеты различны в силу своих технических особенностей, при этом выполнены они в едином стиле.15

4. Структурный. Печатная версия газеты разделена на рубрики. Всего их девять – это «Власть и общество», «Финансы», «В помощь бизнесу», «Технологии», Кадры», «Недвижимость», «АПК», «Деловая среда», «Свободное время». В Интернет – версии мы также видим разделение материалов по темам, но название рубрик отличается от печатного варианта. Здесь их 18 - это «АПК», «Бизнес», «Власть», «Деловой календарь», «Компании», «Курорты и туризм», «Лица», «Финансы», «Технологии», «Недвижимость», «Спецпроект», «События ДГ», «Новости», «Интервью», «Аналитика», «Фото», «Видео», «Пресс-релизы». Основные отличия рубрикации в обеих версиях газеты заключаются в том, что в Интернете человек, нажимая на ту или иную рубрику, попадает в ее архив, плюс переход из рубрики в рубрику осуществляется с помощью гиперссылок. В бумажной версии, открыв любую старицу, читатель увидит лишь один отобранный журналистами материал. Также в сети имеются страницы с информацией о редакции газеты, о самом издании, возможностях рекламы в нем, ссылки на социальные сети.

1. 15. Кнабе Г.Э. Энциклопедия дизайнера
2. печатной продукции. Профессиональная работа
3. [Электронный ресурс] // http://hi-edu.ru (дата
4. обращения 24.03.2018)

В печатной версии краткая информация о газете вынесена в форме мастхэда на страницу №2. Выходит, рубрики обеих версий «ДГ» различаются. Причем в сети у человека появляется возможность доступа к её архиву, моментальному переходу к ее социальным сетям, а также перемещению из рубрики в рубрику при помощи гиперссылок.

5. Рекламный. Обе версии газеты имеют на своих страницах рекламу. В печатной версии она занимает целую полосу под названием «Реклама», например, стр. 15 в выпуске №027 от 03/10/2017, а также располагается между материалами. Иногда сами статьи газеты содержат элементы рекламы. Что касается сайта газеты, здесь мы видим объявления тех же рекламодателей. Например, банка «Авангард» на стр. 7 №499 в рубрике «Недвижимость». В той же рубрике мы видим его и на сайте газеты. Единственное отличие рекламных объявлений той и другой версии заключаются в интерактивных особенностях Интернета, где человек может нажать на рекламу и моментально оказаться на сайте рекламодателя – это значительно упрощает связь потенциальных клиентов с различными организациями. Следовательно, наличие у печатного издания сетевого аналога большой плюс.

6.Доступность и удобство. Данное издание имеет три версии: печатную, печатный аналог в сети и интернет – версию – сайт. Все они являются бесплатными и находятся в открытом доступе. Для удобства страница сайта имеет мобильную версию, что значительно упрощает её прочтение с экрана смартфонов. К минусам печатной версии можно отнести достаточно широкий формат газеты 297 x 420 мм не совсем удобный в современном мире. Однако таковой характерен для всех газет. Выходит, обе версии являются доступными – бесплатными, плюсом сетевой является возможность постоянного доступа к ней через любой электронный носитель. Что касается удобства, это – субъективный критерий. И печатное и Интернет – издания по мнению автора данной работы достаточно комфортны для чтения.

Подвести итог сравнительно анализа хочется краткой информацией о тираже газеты и ее просмотрах в сети: с**егодня тираж** газеты 5 тысяч экземпляров, и с учетом того, что зачастую газету в организации прочитывает два или три человека, то можно говорить о 10 – 15 тысячах читателей. На сайт «Деловой газеты» каждую неделю заходят 30 тысяч человек и 5 тысяч подписаны на новости издания в социальных сетях. Аудитория обеих площадок - 50 тысяч читателей еженедельно.16

1. 16. Деловая газета. Юг [Электронный

ресурс] // http://www.dg-yug.ru/ (дата обращения:

2.04.2018)



**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В ходе данного исследования нам требовалось решить следующие задачи:

1. С помощью различных учебных материалов изучить теоретические аспекты понятия СМИ: его краткую историю, виды, в том числе частные - бумажные и сетевые.
2. Определить основные аспекты сравнения печатных и Интернет -изданий, дать им краткую характеристику.
3. На основе полученных знаний сделать сравнительный анализ между двумя версиями одной из российских региональных газет.
4. Подвести итоги исследования, сделать предположение о тенденциях развития бумажных и сетевых СМИ.

Мы решили эти задачи и выявили, что под СМИ сегодня понимают периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмму, радиопрограмму, видеопрограмму, кинохроникальную программу, иную форму периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием). Исторически сложилось три вида СМИ: печать, радио, телевидение и Интернет. Они в свою очередь подвергаются делению, например, среди Интернет – СМИ можно выделить онлайн – радио, онлайн – телевидение, онлайн – издания и другие.

Далее мы обратились к подробному исследованию бумажных и сетевых средств массовой информации. Под первыми понимают газету, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год. Основными из них можно назвать: газеты и журналы. Печатные СМИ имеют ряд особенностей, например, бумажная продукция ориентирована на разного рода аудиторию; имеет особый формат (размер, объем); может быть как платной, так и бесплатной и т.д. Сетевые издания – это сайты в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", зарегистрированные в качестве средств массовой информации в соответствии с настоящим Законом. Долгое время им не могли дать точного определения. Сегодня можно выделить следующие основные виды сетевых СМИ – это сетевые версии традиционных изданий, сетевые СМИ, не имеющие традиционных аналогов, сетевые агентства. К отличительным особенностям Интернет – изданий можно отнести, например, наличие разножанрового текстового, фото и видео – материала; ориентацию на разного рода аудиторию; разный формат (размер, объем). Чтобы провести сравнительный анализ вышеупомянутых видов СМИ, мы выделили несколько аспектов, характерных для любого издания – это организационный, содержательный, оформительский, структурный, рекламный, аспекты доступности и удобства. В практической части мы обратились к региональному изданию под названием «Деловая газета. Юг». Оно является еженедельным. Выходит на территории Краснодарского края. Дата основания – май 2007 года. Газета имеет две версии – бумажную и сетевую. В ходе их сравнения мы обнаружили ряд сходных и различных черт. К первым можно отнести идентичное смысловое содержание многих материалов, схожие элементы дизайна, одинаковые рубрики и т.д. Ко вторым - различия в шрифте, верстке, наличии или отсутствии гиперссылок, возможности доступа к архиву газеты и т.д. Обе версии газеты пользуются спросом у аудитории, о чем говорят статистические данные о тираже и просмотрах в Интернете. Конечно, сетевой аналог является более доступным и имеет ряд преимуществ по сравнению с печатным. Однако и последний является актуальным и имеет ряд преимуществ. Выходит, мы не имеем возможности с точностью рассудить, за каким видом СМИ будущее. Настоящий и единственно верный вариант ответа на этот вопрос нам даст только время.

Данная работа собирает воедино информацию, касающуюся сравнения печатных и сетевых изданий. Она пригодится молодым специалистам сориентироваться в сфере журналистики; даст читателям почву для более глубоких размышлений на тему будущего СМИ, заложит фундамент для их дальнейшего исследования. На это по крайней мере искренне надеется автор работы.

**Список использованной литературы:**

1. Амзин А. Новостная интернет - журналистика [Электронный ресурс] // URL: [http://alex-alex.ru](http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf) - С. 118
2. Вакурова Н.В., Москвина Л.И. Сравнительный анализ печатных и электронных СМИ: научная статья // [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 3.03.2018)
3. Волкова Л.А. Издательско-полиграфическая техника и технология: учебник для вузов - М.: Мир книги, 1999. - 224 с.
4. Вуль В.А. Электронные издания: учебник – СПб.: БХВ-Петербург, 2003. - 560 с.
5. Деловая газета. Юг [Электронный ресурс] // http://www.dg-yug.ru/ (дата обращения: 3.03.2018)
6. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) "О средствах массовой информации", Статья 2
7. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) "О средствах массовой информации", Статья 12
8. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России. - М.: Аспект Пресс, 2001 – 259 с.
9. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. - М.: Юнити-дана, 2005 – 383 с.
10. Кнабе Г.Э. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа [Электронный ресурс] // http://hi-edu.ru (дата обращения: 24.03.2018)
11. Колесниченко С.Г. Основы теории журналистики: учебник для вузов — М.: Аспект Пресс, 2001. — С. 101
12. Кузнецов С., Носик, А. Интернет для журналиста // М. : Галерия, 2001 – 143 с.
13. Лекции по дисциплине: «Основы теории журналистики». Преподаватель Сопкин П.Т.
14. Машкова С.Г. Интернет – журналистика: учебное пособие – Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.
15. Новикова Л.О. Сравнительный анализ газеты и её онлайн – версии: научная статья // [Электронный ресурс] // <http://journals.susu.ru> (дата обращения: 3.03.18)
16. Периодическое печатное издание // Википедия – свободная Энциклопедия URL: ru.wikipedia.org (дата обращения: 3.03.2018)
17. СМИ [ Электронный ресурс ] // Википедия – свободная энциклопедия. URL: ru.wikipedia.org (дата обращения: 3.03.2018)
18. СМИ [ Электронный ресурс ] // Википедия – свободная энциклопедия. URL: ru.wikipedia.org (дата обращения: 3.03.2018)
19. Энциклопедический словарь [ Электронный ресурс ] // Академик. URL: dic.academic.ru