МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Кубанский государственный университет»

Кафедра электронных СМИ и новых медиа

**РЕФЕРАТ:**

**Специфика печатных СМИ**

Специальность: 42.03.02 Журналистика

Работу выполнила \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.И. Денисова

(подпись, дата)

Курс 2 ЗФО, факультет журналистики

направление 42.03.02 Журналистика

Научный руководитель

к.ф.н, проф.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В.Вологина

(подпись, дата)

Краснодар 2019

Оглавление

[Введение 3](#_Toc9704802)

[1.История печатных СМИ 4](#_Toc9704803)

[2. Типология печатных СМИ 13](#_Toc9704804)

[3.Особенности работы журналиста в печатных СМИ 17](#_Toc9704805)

[Заключение 20](#_Toc9704806)

[Список использованных источников 21](#_Toc9704807)

# Введение

Печатные СМИ едва ли не самый «традиционный» тип медиакоммуникации, насчитывающий не одну сотню лет. На сегодняшний день исследование печатных СМИ актуально тем, что сложившиеся в периодический печати каноны и теоретические схемы с развитием техники и появлением новых технологий, распространились и на сферу радиовещания, и в практику телевидения, и даже — в сетевое пространство.

Объект исследования – печатные СМИ.

Предмет исследования – выявление специфики печатных СМИ.

Цель работы - изучить особенности и специфику печатных средств массовой информации.

К числу основных задач относятся: изучить этапы становления печатных СМИ, разобраться в типологии печатных СМИ, выделить особенности работы журналиста в печатных СМИ.

Методы исследования: исторический анализ проблемы, метод сравнения, основанный на сопоставлении компонентов изучаемой структуры проблемы, метод обобщения, метод анализа найденных данных.

В исследовании использованы различные источники, такие как: «Основы журналистики: Учебник для студентов вузов» С.Г. Корконосенко, труды Прохорова Е.П., Есина Б.И., Ковалевой М.М., Жиркова Г.В., Кима М., Кузнецова И.В., Лазутиной Г.В. и других. Также с помощью электронных источников: <https://gazetina.ru>, https://urait.ru.

Структура исследования: история печатных СМИ, типология печатных СМИ, особенности работы журналиста в печатных СМИ.

# 1.История печатных СМИ

Журналистика в России появилась как элемент государственной политики-по указу Петра Великого, направленному на содействие и интерпретацию новаторских реформ императора. Феодальное общество России практически не нуждалось в регулярном и своевременном обмене информацией через средства массовой информации. В то время было достаточно деловых контактов. Также и научное сообщество еще не почувствовало необходимости публиковать свой собственный журнал, как это было в Англии и Франции. Таким образом, в России полноценная пресса появилась только в начале XVIII века. Поначалу журналы были тонкими, незначительными, а потом постепенно переросли в обширную общественно-жизненную силу. Почти полвека непосредственно к российскому правительству и через посредничество академии наук в их руках появилась монополия в прессе, только в конце пятидесятых годов XVIII века появилось первое частное издание.

Первая российская газета «Куранты» (1621 г.) была рукописной. Её по-другому называли «Вестовые письма». Она создавалась по типу «Ньюз-леттерз» и содержала выборку сообщений на дипломатическую, военную, придворную и торговую темы из немецких, шведских, польских и голландских газет, переведенных на русский язык. Для массовой аудитории не предназначалась, и вообще ее выпуск был окружен тайной. С текстами этих газет можно ознакомиться по академическим изданиям «Вести-Куранты». 1600-1639, М., 1972; «Вести-Куранты». 1642-1644, М., 1976; «Вести-Куранты». 1645-1648, М., 1980.

Первая настоящая газета - «Ведомости» (декабрь 1702-1727) создана по указу Петра Первого. Это сильно отличается от того, как формируются западные медиа-системы: первая партия газет появляется в основном как частные инициативы и служит торгово-коммерческим целям. Петр I часто участвует в подготовке, редактировании и отборе газет. Цель публикации - продвижение национальной и внешней политики.

«Санкт-Петербургские ведомости» (1727-1917) - первая газета, которую стала издавать Академия Наук, как правительственный орган. Это научное объединение стало центром интеллектуальной и культурной жизни России. С ним на протяжении почти полувека связано развитие отечественной журналистики и СМИ. Первоначально «Санкт-Петербургские ведомости» выходили на немецком языке - «Sanct-Peterburgische Zeitung». До сих пор сохранились лишь издания немецких “Санкт-Петербургских ведомостей” за 1727 г. В 1728 году стали печатать и русские переводы этой газеты. Газета приобрела удивительную для России регулярность Основные жанры газетных материалов - информационные заметки, письмо, в некоторых материалах можно найти элементы зарисовки, репортажа. Многие материалы были заимствованы из-за рубежа. На страницах газет не было политического анализа, не было политических статей, а только информация, сообщает официальная хроника академии наук: 1727 год был еженедельным, а с начала 1728 года появлялся два раза в неделю, где объявляются театральные представления.

"Московские ведомости" (1756-1800) - вторая российская газета, выпускающая около 600 экземпляров в год после открытия Московского университета, появилось издание по инициативе М.В.Ломоносова. Газета выходила на 8 страницах. Публиковались материалы о жизни и творчестве Московского университета, его профессоров и студентов на различных факультетах, научных разработках ученых, о торжественных актах и других событиях, о выпуске новых книг.

В 1779 году издание сдали в аренду (это очень характерное явление для России, потому что в этот период было запрещено создавать новые медиа для борьбы со вольнодумством, можно только покупать или арендовать существующие медиа), известный издатель и редактор Н.И. Новиков вложил в газету новую энергию.

Он начал печатать не только политические статьи, но и литературные и художественные статьи. Однако в 1788 году он покинул газету до окончания срока аренды. Формально говоря, причиной стала публикация статьи об истории иезуитов, в которой выражалось недовольство их притязаниями на политическую власть. Королева Екатерина II покровительствовала ордену монастыря и была недовольна публикацией. Эта статья была запрещена. Преследование издателя закончилось его арестом и заключением в крепости.

Газеты 18-го века мало похожи на современные газеты как внешне, так и внутренне. Без комментариев, с использованием сухих придворных хроник, перепечаток из иностранных газет, слухов, ставок счетов - содержание этих публикаций. Информация о зарубежной жизни имела приоритет над сообщениями провинциальной жизни. Основной географическим охват- Санкт-Петербург, Москва, их окрестности, крупные европейские города и столицы, а иногда - Сибирь, Центральная Россия, Башкирки и другие регионы.

Газеты в России менее популярны, чем журналы. Система цензуры серьезно повлияла на «лицо» средств массовой информации. Можно было писать о прошлом, но не о настоящем, особенно о революционных событиях. Из-за этого в России литературные и художественные произведения и критические статьи о них, комментарии стали самым важным типом новостей в 18-м и 19-м веках. А эти черты более типичные для журналов. Популярность газет и транспорта, технические возможности типографий, невозможность публикации прибыльных газет, неграмотность большинства людей и внимание российской экономики к натуральному сельскому хозяйству не способствовали этому.

"Толстые" журналы в России заменяют все: газеты, литературные коллекции, энциклопедии на протяжении всего XVIII века. Газеты еще не были ежедневными и своего названия газета не получила, так как термины "газета" и "журнал " не были четко разделены. Это произошло только в 1840 году, когда В.Г.Белинский обратил внимание на это и дал определение обоим типам изданий.

XIX век характеризовался возрождением и оживлением общества в связи с убийством деспотичного Павла I и восхождением Александра I на престол. Общество начинает говорить о свободных изменениях в Конституции, о твердости закона. Стало очевидным и более терпимое отношение к прессе. Значительно увеличилось количество журналов и ежегодников, появились новые газеты, в том числе провинциальные. В Санкт-Петербурге появилось 47 новых изданий, в Москве 84, в губернии 3. Важным фактом совершенствования структуры российской журналистики является появление отраслевой журналистики, включающей в себя административную, экономическую, научно-техническую деятельность. Не менее важно создавать специализированные тематические публикации: музыкальные, театральные, образовательные, женские, детские, библиографические и другие. Появляются все новые и новые газеты.

В 1816 году была создана первая русская литография, и за семь лет ее существования было выпущено более 30 000 литографий. Несмотря на возросший спрос на газеты, основными журналами в России по-прежнему остаются журналы, не литературные или сатирические, а энциклопедии. Развитие журналистики в этот период характеризовалось системой цензуры, которая запрещала публичное обсуждение политических вопросов и наиболее важных вопросов семейной жизни. «Толстый» журнал продолжает удерживать свои позиции в аристократических и литературных салонах.

Особенностью газетного издания в то время было наличие общенациональных, лизинговых и частных изданий. Часто газеты сдаются в аренду частным лицам из-за экономических и профессиональных трудностей. Например, в разное время они арендовали «Санкт-Петербургские ведомости» и «Московские ведомости». Главная особенность в том, что нет социальных и политических газет. Кроме того, издание газет является убыточным бизнесом, поэтому большинство газет пытаются за свой счет официально и полуофициально сотрудничать с любым отделом. Только несколько человек приносят доход. Например, «Северная пчела» прибыльна, но, как показывает история, ее издатели тесно сотрудничают с третьим отделом и получают от него финансирование «за верную службу».

Русская легальная печать начала ХХ в. была весьма разнообразной. По статистике в 1900 г. в России выходило 125 общественно-политических газет. Но среди них не было ни одной партийной газеты. Начало века - это появление и активная деятельность легальной и нелегальной социал-демократической печати - экономистов («Рабочая мысль»), меньшевиков («Социал-демократ», «Начало», «Народная дума»), большевистской «Искры».

В начале века в 1903 году - 200-летие российских СМИ. Что касается празднования, то либеральные газеты в честь даты начали кампанию за свободу слова, но не получили никакой отдачи. Как и прежде, судьба издателей и их публикаций решалась на встрече четырех министров. Однако в 1902-1903 годах в Саратове, Нижнем Новгороде, Владивостоке, Ростове-на-Дону, Екатеринославе, Томске и других крупных городах был создан ряд провинциальных ревизионных комиссий. Некоторые особо заслуживающие доверия провинциальные публикации не подлежали предварительной проверке. Но все основные вопросы: назначение редакции, рассмотрение особо важных статей, лицензирование или запрещение публикаций - все это решается в Санкт-Петербурге. Есть и острая тема запрещенной журналистики, прежде всего освещение трудового движения. Русско-японская война 1904-1905 годов позволила системе цензуры ужесточить контроль над прессой. Только революционные действия народа 1905 года вынудили правительство пойти на уступки. Была упразднена система предварительной цензуры политических газет, появились первые партийные политические газеты, в частности, социал-демократические и общественно-революционные газеты, а также журнал "легального марксизма". В либеральных публикациях заметное место занимают журналы "Русское богатство" и "Вестник Европы». Периодическая печать в годы первой русской революции. Главным событием этого периода стала декларация от 17 октября 1905 года. Он объявил о гражданских правах и политической свободе, что привело к многопартийным новостям. Вскоре система цензуры была практически отменена, но процедуры для журналистов по наказанию преступлений прессы в суде были восстановлены. Они могли быть оштрафованы, арестованы на три месяца, лишены свободы на срок до полутора лет и отправлены на примирение. Конфискация копий, право приостанавливать публикации и закрывать типографию остались за главным управлением по делам печати Министерством внутренних дел и полиции. С 1906 года этот указ начал принимать очень строгие меры. Власти начали использовать и субсидировать правительственные и консервативные публикации в качестве средства их поощрения. В это время в России появляется партийная печать. Каждая партия, даже небольшая могла иметь свои печатные органы: октябристы, Союз трудового народа, монархисты. Ряд из них носили шовинистический и националистический характер. Так же в 1905-1907 гг. появляются национальные газеты (то есть издания на языках народов, входивших в состав Российской империи)

Поражение первой русской революции привело к ужесточению условий выпуска газет и журналов. Часть из них закрылась, многие партийные газеты стали вновь издаваться за границей или нелегально. Большевики в 1911 г. начинают издавать газету «Звезда» (1910-1912), а в 1912 г. - «Правда», которая с перерывами выходила вплоть до 1917 г. Идейным вдохновителем и руководителем газеты был В.И.Ленин. По цензурным соображениям ее издание не раз прекращалось. Но ее начинали выпускать вновь под похожими названиями: «Рабочая правда», «Правда труда», «За правду», «Путь правды», «Трудовая правда». Но накануне Первой мировой войны она все-таки была закрыта цензурой.

Журналистика в годы Первой мировой войны. Война - это особый период журналистики. Даже в демократических государствах существуют ограничения свободы прессы. В России ужесточение газет в основном привело к закрытию всех легальных большевистских публикаций (они выступили против войны и призвали правительство потерпеть неудачу), некоторые из которых стали снова публиковаться за рубежом. Остальная часть публикации заняла патриотическую позицию, призывая людей объединиться перед врагом и призывая к войне до конца. Известные писатели и специалисты по связям с общественностью выступали европейскими культурными защитниками «немецких варваров». В «левых» изданиях обсуждалось, как война повлияет на развитие рабочего движения. Они считали, что победа войны является важным условием успешной освободительной борьбы и революционных усилий. Все газеты печатали воззвания, обращения, призывы к политическим и общественным деятелям, занимающимся вопросами национальной обороны и участием всех людей.

Февральская революция 1917 года была завершена в России мирным путем. Она провозгласила свободу демократии, прежде всего свободу слова и свободу прессы, и наложила амнистию на политзаключенных, позволяя социалистическим партиям (Социалистическая партия, РСДРП, анархисты) действовать законно и выпускать свои собственные публикации. Эти изменения открыли новую главу в истории отечественной журналистики - короткую работу в условиях свободы прессы.

Временное правительство начало выпускать свою официальную газету «Вестник временного правительства», а затем «Народную газету». Это показывает, что он продолжал проводить ту же внутреннюю и внешнюю политику, что и королевская власть. Поэтому левые партии и издания стали критиковать власть в своих публикациях с одинаковым энтузиазмом.

27 апреля 1917 года был принят «Закон о печати», и в Россия стало возможным свободно выпускать, публиковать, распространять и продавать печатные издания любых политических направлений.

Журналистика перед Октябрьской революцией была многопартийной, многонациональной, с хорошо выраженной дифференцированной структурой. К октябрю 1917 г. у большевиков было 75 периодических изданий. У социалистических партий - 85. Вся эта разветвленная система многопартийной печати. Рассчитанной на различные категории читателей, сложилась за 8 месяцев работы в условиях демократических свобод и свободы печати. Последующие события октября 1917 г., острая борьба между партиями решили судьбу многих периодических изданий, выражавших несогласие с большевиками. Для многих 1917-1918 гг. стали последними в их истории.

Формирование однопартийной системы журналистики и жесткие ограничения свободы слова - важнейший результат победы прессы и средств массовой информации в завершение Октябрьской революции. Идеологическая партийная диктатура во всех сферах жизни, включая журналистику, противодействие инакомыслию, в том числе физическому, закрытие всех оппозиционных и частных изданий, монополия на публикацию СМИ, использование средств массовой информации и информации в качестве политических влиятельных газет служат делу революции.

Печать и радио в довоенные годы и в годы Великой Отечественной войны. В 1935-1941 годах история нашей журналистики была странной. Под влиянием договора Молотова-Риббентропа официальные средства массовой информации поддерживают дружественные отношения с Германией, запрещая все нападения на страну, ее руководство и ее политику. Поэтому начало Второй мировой войны для нее не было катастрофическим событием. Журналистика во время войны не имеет себе равных в мировой истории, рождается из сплава талантов журналистов, они участвуют в событиях и нуждаются в совершенствовании духа всех соотечественников. Была реконструирована структура печатных СМИ, в частности-сократилось количество центральных изданий, увеличилось количество фронтовых изданий.

Послевоенная журналистика, в большинстве случаев, ограничилась освещением героических подвигов войны и поднятием новой волны патриотизма в связи с суровым состоянием экономики. В 1956 году состоялся Двадцатый съезд КПСС, в котором Н.С.Хрущев в своем докладе разоблачил культ личности Сталина, осудил репрессии и другие эксцессы сталинской партийной политики. Это привело к изменениям в политической жизни и в работе средств массовой информации. Новости, радио, телевидение во второй половине 50-х годов. Они начали предоставлять более точные отчеты о реальной ситуации в стране, хотя они по-прежнему находятся под административным и командным управлением. Пресса пытается избавиться от старых стереотипов, паттернов, клише, но создать новые.

2. Типология печатных СМИ

По мнению С. Корконосенко в журналистике существует определенная типология печатных СМИ, которая делится:

· по региону распространения (транснациональная, национальная, региональная, местная пресса);

· по учредителю (государственная и негосударственная пресса);

· по аудиторной характеристике (возрастной, половой, профессиональный, конфессиональный признаки);

· по издательским характеристикам (периодичность, тираж, формат, объем);

· по легитимности (с точки зрения наличия разрешения на издательскую деятельность);

· по содержательному наполнению (качественная и массовая).

По мнению Л. Реснянской наиболее часто используется деление печатных СМИ на две группы: универсальные, специализированные.

Универсальные охватывают большой спектр аудитории, это издания «для всех и обо всем». Они реализуют все базовые функции СМИ и охватывают все сферы общественной жизни. Среди общероссийских газетных СМИ значительную часть занимают общественно-политические или универсально-тематические издания. Такие газеты отличаются особой спецификой: они предназначены и доступны любому. Их универсальность проявляется в полифункциональности – реализации всех базовых функций СМИ и информационном охвате всех сфер общественной жизни. Для отечественной журналистики издания с ярко выраженными чертами «газеты для всех» традиционны. Благодаря тому, что они универсальны обеспечивается устойчивость на информационном рынке, особенно при низкой платежеспособности населения, из-за которой выстраиваются ограничения в выборе газетной и журнальной продукции.

Неспроста, так называемая, «бесплатная пресса» зачастую использует преимущества универсального СМИ.

Второй тип печатных СМИ - специализированные издания, которые делятся на два вида:

· «для всех не обо всем» (тематическая профилизация прессы – «Спорт-Экспресс», «СПИД-инфо», «Финансовая Россия»);

· «не для всех не обо всем» (ограничение аудитории и тематики – профессионально-отраслвые, женские, мужские, детские).

Особое место в типологической структуре современной российской прессы занимает общероссийская газета. Это связано с их важностью сохранения единого информационного пространства суверенного государства, с ролью, которую они играют в организации широкого обмена информацией между странами, которые имеют огромную территорию между регионами.

Как и другие СМИ, общероссийские газеты классифицируют по всем типам признаков, используемых в типологическом анализе. Однако в формуле публикации необходимо учитывать, что основным типом формирования этой группы является зона распространения и социальный адрес. Статус «Всероссийская газета» означает распространение публикаций по всей стране для создания широких социальных связей.

Лидеры общероссийского рынка относятся к первой модели, к универсальным изданиям. Это «Аргументы и Факты», «Московский Комсомолец», «Комсомольская правда», имеющие ряд общих черт. Они имеют советское происхождение, не имеют связи с государственными институтами на организационном уровне, а информационная политика основана на принципе независимости. Особенности этих изданий заключаются в следующем. В информационной политике «АиФ» наиболее заметно стремление быть доступной каждому. Это нормативная модель популярной газеты, которая избегает четких политических позиций, чрезмерного использования прикладных материалов и предпочитает известных героев. Ключ к газете прост и удобен, максимально приближен к кругу ежедневного быта читателей. «МК» имеет более широкую информационную географию (СНГ, мир), содержит меньше утилитарной информации. Склоняется то к форме «газеты новостей», то «газеты сенсаций», не уклоняется от политических игр.

«КП» больше похожа на «МК» - баланс между качеством и бульварной прессой. Чтобы повысить свою конкурентоспособность, она предложила «толстушку» - «газету, которую можно читать за неделю», используя модель газеты выходного дня: позитивный, культурный, личный интерес, отзывы читателей.

Типология журнальных публикаций претерпела серьезные изменения в 1990-х и начале нового века в России. Ниже приведены основные тенденции в преобразованном газетно-журнальном лагере.

Самым ярким явлением является процветание рекламных носителей. Во второй половине 1990-х годов к этой категории относились каждая 4 новая газета. Их разница в огромном тираже. Тираж московской газеты "Все для вас - столица" - тираж 100 000 экземпляров, рекламное издание 1998-2002 гг. "Наша газета", «В каждый дом», «Ва банкъ». Диапазон составляет от 325 до 250000. Увеличение количества рекламных публикаций оказало негативное влияние на другие средства массовой информации, поскольку рекламные листовки «похитили» рекламодателей из других публикаций.

Значительно возрос интерес к местным СМИ. Процесс основан на ряде причин: укрепление региональной независимости, заинтересованность местных элит в информационной поддержке, развитые регионы могут использоваться для развития материально-технической базы их собственных СМИ, региональные журналисты могут лучше учитывать историю и культуру своей аудитории. И национальные традиции.

Также сильные позиции на газетном рынке заняли таблоидные издания. Еще десять лет назад их совершенно не существовало, но сейчас они опережают большинство крупных изданий. Желтая пресса имеет свой тип-от "универсального" бульвара, который предлагает сплетни и преувеличенные ощущения от всех сфер жизни «Экспресс-газета», «Желтая газета») до профессионального, посвященного любой области(если преступности - «Вне закона», «Криминальная хроника») и т.п.

Формирование рыночных отношений привело к образованию экономических газет и журналов (продукция издательского дома «Экономическая газета», семья «КоммерсантЪ», «Финансовая Россия»).

На журнальном рынке рубежа веков наблюдался полный упадок «толстых» журналов, рост интереса к политико-экономическим еженедельникам («Деньги», «Власть» издательского дома «КоммерсантЪ»; «Эксперт», «Профиль», «Итоги»), возникновение и признание аудиторией «телегидов» («Телепарк», «Семь дней», «Телесемь»), укрепление позиций глобальных журнальных брендов («Cosmopoliten», «Playboy», «Burda», и т.д.).

Из многих существующих классификаций печатных СМИ классификация, управляемая PR, не менее интересна. С этой точки зрения существует четыре основные группы:

1. Деловые издания.

2. Общественно-политические издания.

3. Таблоиды, или «желтые» издания

4. Специализированная пресса.

# 3.Особенности работы журналиста в печатных СМИ

Печатные издания имеют очевидную специфику как элементы медиа-системы. Это определяется тем, что основным рабочим материалом прессы является текст и изображения, оставленные на бумаге или других «твердых» носителях. Газеты, журналы, альманахи, книги могут быть сохранены в течение многих лет без явного ущерба. Они могут быть востребованы потребителями в любое время. Их легко анализировать, сравнивать, перечитывать и возвращаться к не менее важным идеям. В журналах высокий спрос на стиль и точность использования слов. Практика показала, что «совокупный читатель» обращает внимание на любые ошибки, даже в выходных данных.

Конечно, у каждого из печатных изданий есть свои особенности. Старая поговорка «газета живет один день» верна лишь частично, но она подчеркивает скорость, с которой журналисты должны работать в ежедневной газете. Иногда его сравнивают с конвейером, где каждый конвейер выполняет свои собственные операции, и, наконец, он производит что-то общее. Здесь наряду с проблемными и новостными лекциями важное место занимает короткая информационная заметка, которая заставляет читателя обратить внимание на то или иное событие или явление. Еженедельнику уже не столь необходима высокая оперативность, зато здесь чрезвычайно уместны обзоры, аналитические материалы.

В отличие от газет, журнал редко публикует материалы «по горячим следам». Правда в том, что технологический цикл здесь намного длиннее, чем у газеты. Но у журнала есть свои преимущества. Поэтому тот же самый номер будет читать примерно в пять раз больше, чем газету. Считается, что журналы могут предоставить авторам больше места, чем газеты. Это не всегда так, потому что есть различия между толстыми и тонкими журналами. Но у них есть и общее – это четко установленная периодичность выхода. Альманах, в отличие от журнала, выпускается по мере накопления материала и редко имеет четко выраженную периодичность.

Редактирование и организация журналов и альманахов осуществляется редакционной коллегией, и в каждой редакции есть редактор и его заместитель, ответственный секретарь (который координирует работу отдела), руководители департаментов, редакторы и общественность. Количество сотрудников зависит от типа журнала. Толстые журналы обычно привлекают экспертов и консультантов.

Различия между печатными СМИ только подчеркивают сходство между ними. То есть - нужно внимательно изучить слово, с четкими выводами и обобщениями. Читатели не могут посетить место события. Репортер - это не только его глаза, но и его уши, нос, осязание и вкусовые органы. Вот почему «картина», написанная репортером, также должна обладать всей необходимой жизненной силой, а не только «видимой».

Еще одна особенность: сотрудники газет или журналов должны хорошо разбираться в инструментах дизайна, обычно единственный орган, который читателю может рассказать о конкретном материале - глаза. Современные печатные СМИ редко не имеют иллюстрации. Поэтому авторам следует подумать, как использовать интересные иллюстрации для дополнения текста при написании работы.

Поскольку мы живем в эпоху «экранной цивилизации», серия знаковых печатных изданий очень важна. Более того, в отличие от слова, иллюстрация психологически считается документальным и неопровержимым доказательством подлинности сообщения. Информация о событиях, документальные, образовательные, развлекательные, сатирические, юмористические и другие фотографии, рисунки и графики могут не только объяснить текстовые материалы, но и иметь свое собственное значение.

Текст и иллюстрации, заголовочные комплексы, анонсы, врезки, выделения- все это и многое другое делают газеты, журналы и ежегодники не просто набором слов и картинок, а живым организмом, сосуществующим с мыслями и чувствами автора. Любой газетчик знает, что дизайн шрифта заголовка и текста может быть выделен или, наоборот, можно сделать его практически невидимым на странице Старая истина – форма содержательна, а содержание должно быть оформлено - оно предопределяет особые требования к выбору шрифтов для заголовочных файлов. «Слепой» заголовок может привести к тому, что даже самая важная информация останется незамеченной и не воспринятой читателем, но слишком яркая и явно затмит вторичный материал в основной материал на странице. Вы не можете забыть это. Вот почему имеет смысл заранее представить положение материала на полосе и выбрать шрифт заголовка, соответствующий его размеру и содержанию.

В последние годы при выборе шрифта для текста и заголовка все больше и больше публикаций вводят так называемую моногарнитурную верстку с одним шрифтом и назначаются путем изменения кегля или начертания (то есть насыщенности, наклона, плотности). Это технически оправдано, хотя и значительно снижает выразительность внешнего вида публикации.

Есть еще некоторые издания, которые работают по старой классической схеме: материалы, подготовленные к опубликованию, и эскизный макет номера сдаются в издательство, где на основе рукописей и иллюстраций изготавливаются оригинал-макеты, пленки или фотоформы, которые затем передаются в типографию.

# Заключение

На основании анализа исследованной литературы выявлено, что печатные издания, особенно газета, — это изощренный механизм воздействия на аудиторию, показывающий множество важных новостей. Газета совершенствовала способы взаимодействия с читателем более двух столетий. Установлено, что созданное годами специальное оформление газетных полос: универсальная грамматика размеров заголовков, шрифты, места их размещения, межбуквенная разрядка, пустые пространства, разделы, фотографии и иллюстрации, дают читателю тонкие подсказки о том, что и как читать для полного погружения в тему и написанный материал.

Приведенный в работе материал позволяет заключить, что печатные издания имеют ясно выраженную специфику как элементы системы СМИ. Оно определяется тем, что основной рабочий материал прессы - слово и изображение, составленные на бумаге или другом «твердом» носителе информации.

Отставая от радио и телевидения в оперативности, печатные СМИ превосходят их в аналитичности.

В заключение следует отметить: существует нечто общее между печатными СМИ, а именно -необходимость тщательной работы над словом, четкостью выводов и обобщений. В любом печатном издании журналист обязан самым тщательным образом сверять имена, фамилии, цифры, даты, цитаты. Все то, что в случае ошибки может ввести читателя в заблуждение. Вот почему опытные журналисты важные детали записывают печатными буквами в обычный блокнот и не забывают перепроверить.

# Список использованных источников

1. Есин, Б.И. История русской журналистики (1703-1917) / Б.И. Есин. - М.: Флинта, 2009. - 464 c.
2. Жирков, Г.В. Журналистика сталинской эпохи: 1928-1950 г / Г.В. Жирков. - М.: Флинта, 2016. - 504 c.
3. Западов, А.В. М.В. Ломоносов и журналистика / А.В. Западов. - М.: МГУ, 2011. - 120 c.
4. Ким, М. Основы творческой деятельности журналиста. Стандарт третьего поколения / М. Ким. - СПб.: Питер, 2011. - 400 c.Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики: 1917-2000: Учебн. комплект / И.В. Кузнецов. - М.: Флинта, 2008. - 640 c
5. Ковалева М.М. Отечественная журналистика: вопросы теории и практики. - Екатеринбург: Наука, 2000. - с.-17
6. Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики. Учебник для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2001. - 287 с.
7. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. - М.: Аспект-Пресс, 2010. - 240 c
8. Махонина, С.Я. История русской журналистики начала XX в. (1900-1917) / С.Я. Махонина. - М.: Флинта, 2009. - 368 c.
9. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Учебник. -- 8-е изд., испр. -- М.: Аспект Пресс, 2011. -- 351 с.
10. Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: Учебное пособие / Д.Л. Стровский. - М.: Юнити, 2011. - 359 c.
11. <https://gazetina.ru>
12. https://urait.ru