

# ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

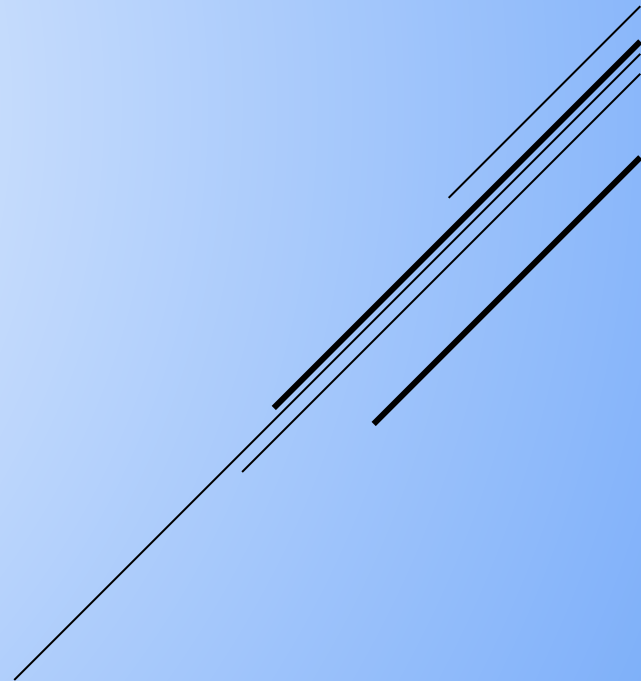
# ОЖЖ



- ▶ **1. Понятие СМИ. Специфика прессы как СМИ.**
- ▶ **2. Специфика радиовещания и телевидения как СМИ.**
- ▶ **3. Специфика интернет-СМИ.**
- ▶ **4. СМИ как система. Инфраструктура СМИ.**

**ЖУРНАЛИСТИКА КАК СИСТЕМА  
СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

# ПОНЯТИЕ СМИ



Средства массовой  
коммуникации (СМК)

Массмедиа / медиа  
(заимствовано из  
английского)

Каналы массовой  
информации /  
коммуникации

# ТЕРМИНОЛОГИЯ

Синонимы  
понятия «СМИ» в  
журналистике



- ▶ **Средство массовой информации (СМИ)** – это канал распространения информации в обществе, который делает её доступной для потребления массовой аудиторией.

**ПОНЯТИЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ**

Любая форма  
периодического  
распространения  
информации

Аудитория не  
ограничена.

Имеется  
постоянное  
название.

Периодичность –  
не реже 1 раза в  
год.

СМИ С **ЮРИДИЧЕСКОЙ** ТОЧКИ ЗРЕНИЯ  
(СОГЛАСНО ФЗ «О СМИ»)

**Узкое значение**



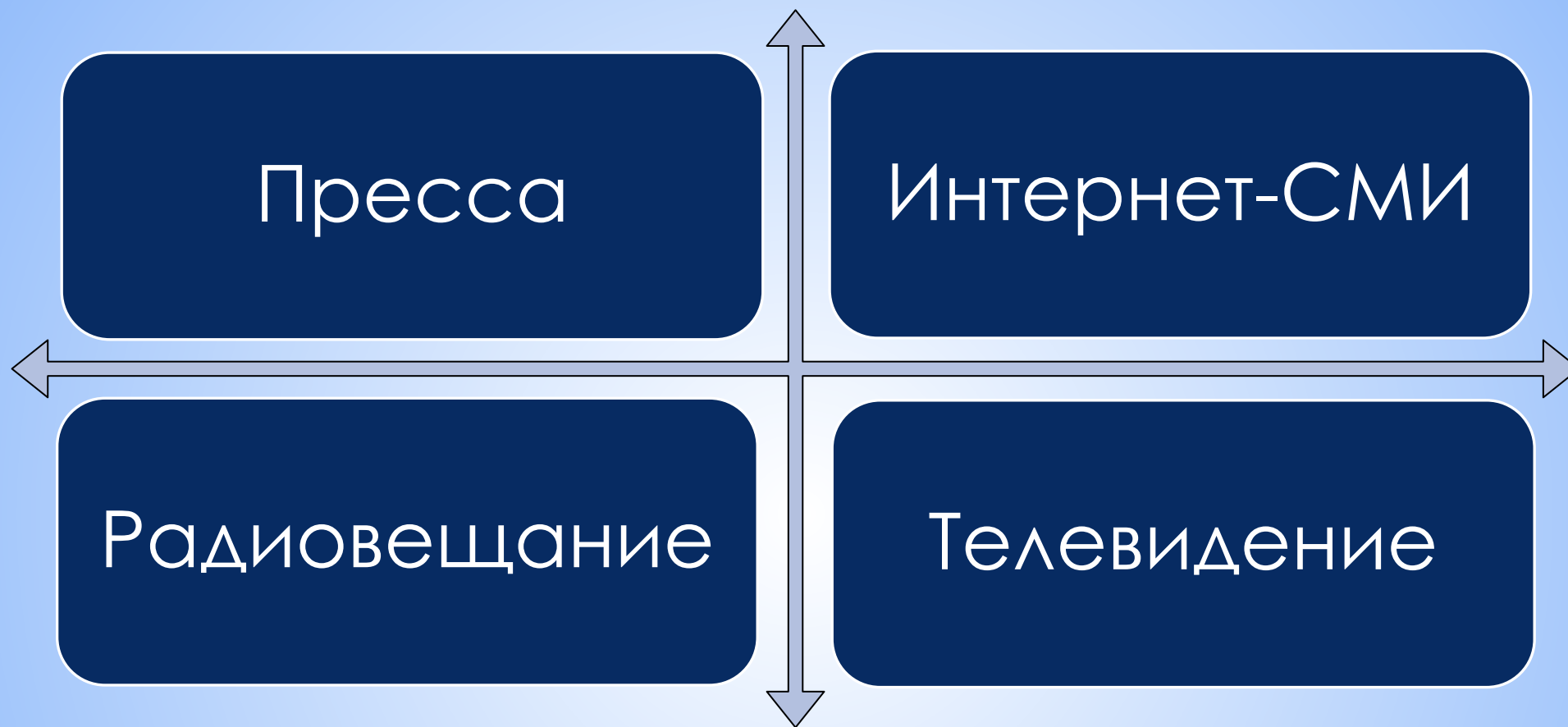
**Конкретное СМИ («Россия 1»)**

**Широкое значение**



**Вид СМИ (телевидение)**

**ТЕРМИН «СМИ» УПОТРЕБЛЯЕТСЯ В ДВУХ  
ЗНАЧЕНИЯХ**



**ВИДЫ СОВРЕМЕННЫХ СМИ – СМИ  
В ШИРОКОМ ЗНАЧЕНИИ**



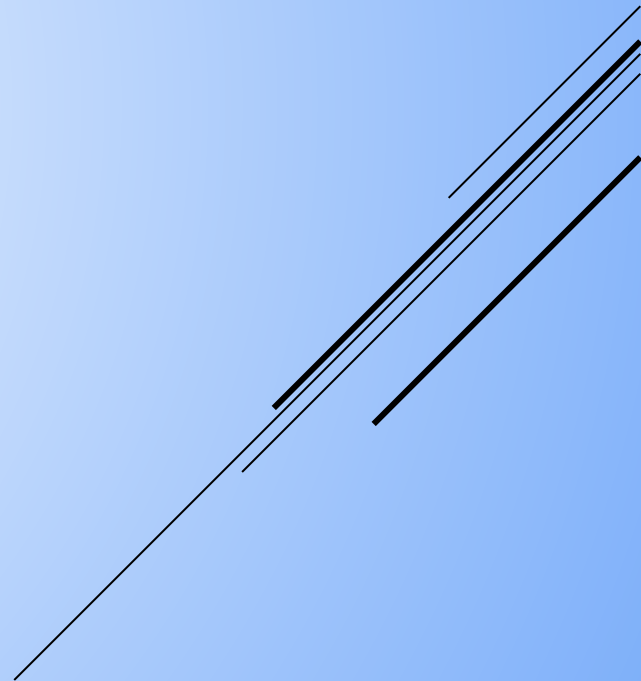
**СМИ (виды СМИ) – прежде всего технические средства передачи информации, но техника определяет:**

**Способ представления информации аудитории.**

**Способ восприятия информации аудиторией.**

**ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ  
СПЕЦИФИКИ СМИ**

# ПОНЯТИЕ ПРЕССЫ



- ▶ **Пресса** – канал распространения массовой информации, который функционирует на основе технологий печати на бумажном носителе.
- ▶ **Синонимы:** периодическая печать, периодические издания, периодика, печать, печатные СМИ, бумажные СМИ.

**ОТ ЛАТ. PRESSO – ЖМУ, ДАВЛЮ**

**Появление  
периодических  
изданий**

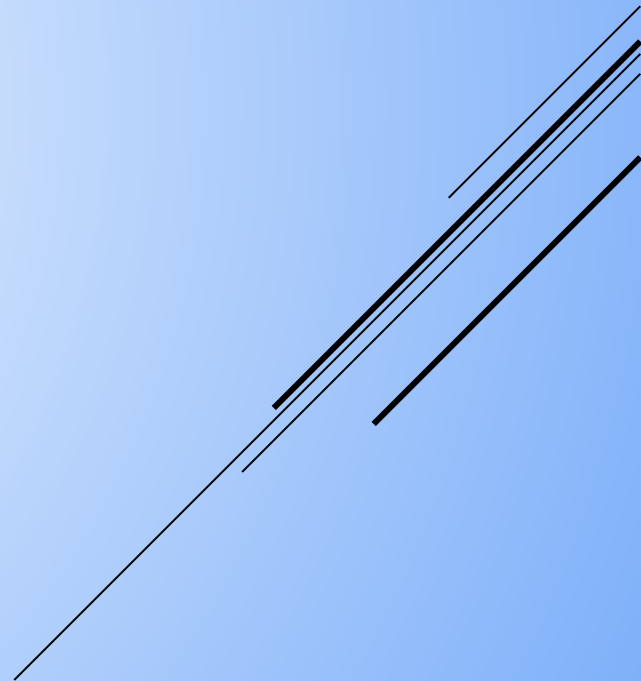
- **Начало XVII века в Европе;  
начало XVIII века в России.**

**Становление как  
СМИ**

- **К концу XIX века.**

**ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕССЫ**

# СПЕЦИФИКА ПРЕССЫ



## Автономность носителя

- Для потребления информации технические устройства не нужны.

## Мобильность носителя

- Номер газеты/журнала удобен для транспортировки.

## Зафиксированность информации

- Информация сохраняется на носителе в статичной форме.

# ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕССЫ

## Возможность многократного восприятия

Лучшее усвоение информации, в т.ч. сложной (важно для аналитики).

Вторичная аудитория: газета – до 3 читателей; журнал – до 7 читателей.

# ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ В ПРЕССЕ

**Материальная  
выраженность  
носителя как  
посредника**

**Читатель легко  
отделяет от себя  
воспринимаемую  
информацию.**

**Критичность  
восприятия,  
затрудняется  
манипулирование.**

# **ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ В ПРЕССЕ**





# ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ В ПРЕССЕ

Характер  
восприятия



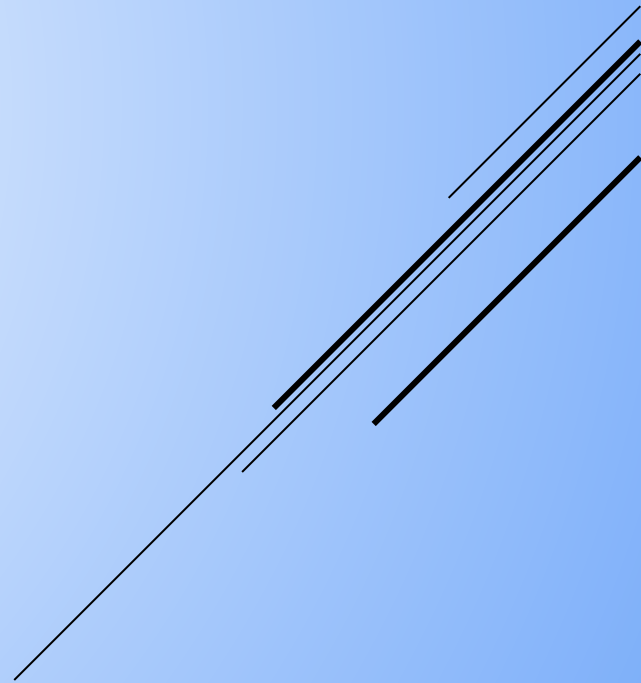
Decorative graphic consisting of several parallel diagonal lines in black and grey, extending from the bottom right towards the center of the page.

Статичное  
представление  
информации

- Распределение информации в прямоугольном поле носителя – страницы и разворота печатного издания.
- Порядок восприятия: слева направо + сверху вниз (не только чтение, но и обзор в целом).

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ  
ИНФОРМАЦИИ В ПРЕССЕ**

# **ИНФОРМАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА ПРЕССЫ**



**Главные**



**Печатный текст  
(словесный)**



**Статичное изображение  
(фото и др.)**

**Дополнительные**




**Графические элементы**



**Вёрстка**

**СРЕДСТВА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ  
ИНФОРМАЦИИ В ПРЕССЕ**



И то, и другое –  
разные языки,  
системы знаков.

Причём знаки  
различаются  
принципиально.

**ТЕКСТ И ИЗОБРАЖЕНИЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ  
СЕМИОТИКИ**

- ▶ **Слово** – конвенциональный знак (от лат. conventio – соглашение).
- ▶ Это условный знак, который не имеет какой-либо непосредственной связи с обозначаемым.

**СЛОВО С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СЕМИОТИКИ**

- ▶ **Изображение** – иконический знак (от греч. *eicon* – изображение, образ).
- ▶ Это знак, который непосредственно связан с обозначаемым, похож на него, подобен ему по своим видимым параметрам.

## ИЗОБРАЖЕНИЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СЕМИОТИКИ



## Фотографическое

Главное преимущество: документализм, эффект достоверности – высокая степень соответствия изображаемым объектам.

## Графическое (рисунок)

Более условно, но в некоторых случаях это может быть востребовано (карикатура – создание сатирического образа).

# ВИДЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ПРЕССЕ



Универсальное средство, способное передавать информацию любого характера и любого уровня сложности, но оно слабо привлекает внимание.

- Слово

Хорошо привлекает внимание, но слишком привязано к внешнему облику объектов – способно передавать только информацию, которую можно показать.

- Изображение

## ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СЛОВА И ИЗОБРАЖЕНИЯ

- Словесный текст (особенно печатный) воспринимается сложнее и дольше.
- Это снижает привлекательность прессы относительно других СМИ.
- Изображения и вёрстка помогают сделать текст привлекательнее.

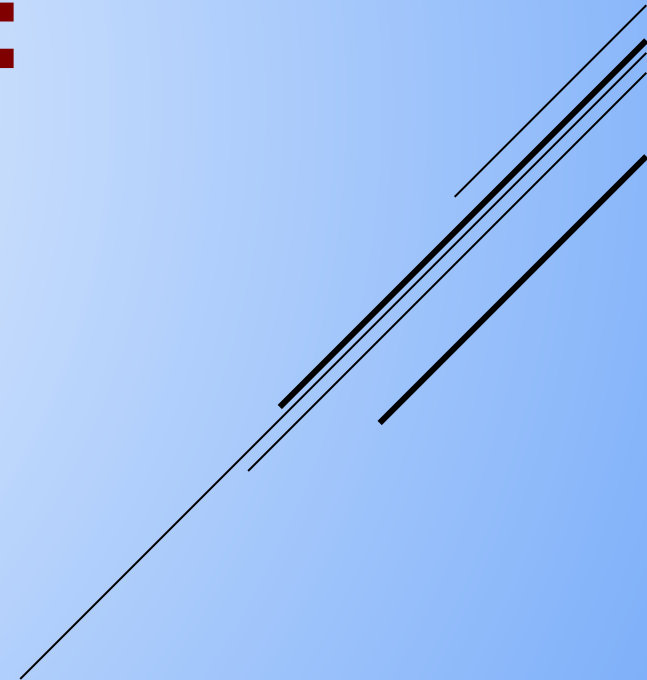
**ПРИОРИТЕТ СЛОВА В ПРЕССЕ:  
СЛЕДСТВИЯ**

**Сначала применяется как средство оформления, чтобы сделать текстовую информацию зрительно более привлекательной.**

**Позже осознаются его содержательные ресурсы – становится полноценным информационным средством.**

**РОЛЬ ИЗОБРАЖЕНИЯ В ПРЕССЕ**

# **ВНУТРЕННЕЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ПРЕССЫ**



**Виды периодических  
изданий / подвиды  
прессы как СМИ**

**Газета**

**Журнал**

**РАЗДЕЛЕНИЕ НА  
ПОДВИДЫ  
ХАРАКТЕРНО  
ТОЛЬКО ДЛЯ  
ПРЕССЫ**

## Газета



- Объём меньше, формат больше.
- Несброшюрованное издание без обложки.
- Полиграфическое качество ниже.

## Журнал



- Объём больше, формат меньше.
- Сброшюрованное издание с обложкой.
- Полиграфическое качество выше.

**ТЕХНИЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ ПОДВИДОВ  
ПРЕССЫ**

Газета



- Периодичность выше.
- Оперативность выше.
- Информативность важнее аналитичности.

Журнал



- Периодичность ниже.
- Оперативность ниже.
- Аналитичность важнее информативности.

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ**  
**ПОДВИДОВ ПРЕССЫ**

# СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕССЫ





**Традиционная пресса переживает кризис: теряет аудиторию и, соответственно, рекламодателей.**

**Бумажные СМИ читают консервативные люди зрелого возраста.**

**Журналы находятся в лучшем состоянии, чем газеты (ненамного).**

**Печатные издания трансформируются в интернет-издания.**

**НАИМЕНЕЕ ПОПУЛЯРНЫЙ ВИД СМИ**