

Типология средств массовой информации

Принципы типологии, типологические признаки

ТИПОЛОГИЯ

Это классификация предметов или явлений по общности каких-либо признаков.

Тип (греч. *typos* – «отпечаток, форма, образец») изданий и программ определяется устойчивой совокупностью комплекса характерных черт, появляющихся под действием типообразующих факторов.

ПРИНЦИПЫ ТИПОЛОГИИ СМИ

1. Типологические признаки носят не формальный, не частный характер. Изменение хотя бы одного из них влечет за собой целую цепь преобразований в облике и содержании издания.

ПРИНЦИПЫ ТИПОЛОГИИ СМИ

2. Типология СМИ находится в зависимости от многих внешних (социальных) и внутренних (журналистских) причин и факторов.

ПРИНЦИПЫ ТИПОЛОГИИ СМИ

3. Движение в типологии прессы происходит непрерывно. Это касается не только распределения средств информации по группам, но и самого набора критериев, принятых для описания изданий.

ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ:

РЕГИОН РАСПРОСТРАНЕНИЯ (по вертикальному признаку)

- **транснациональные;**
- **общенациональные** (общероссийские, федеральные, центральные);
- **региональные** (областные/краевые/республиканские/окружные, распространяющиеся на несколько субъектов РФ: федеральный округ, географический регион и др.);
- **местные/локальные** (муниципальные, городские, районные: районы города, районы области);
- **малая пресса** (корпоративные, многотиражные).

ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ: УЧРЕДИТЕЛЬ

- частное лицо;
- объединение граждан;
- предприятие, учреждение, организация;
- политическая партия;
- государственный, муниципальный орган власти.

ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ: ТЕМАТИКА (АУДИТОРИЯ)

- универсальная пресса (политематические, обычно общественно-политические, «для всех и каждого»);
- специализированная (для аудитории с более или менее четкими контурами: медицинские, военные, женские, детские; с узкой тематикой: посвященные конкретному хобби, направлению деятельности и т.д.).

ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ: ФУНКЦИИ

- развлекательные;
- аналитические;
- информационные;
- литературно-художественные;
- рекламные;
- просветительские.

ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ: ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ (формальные признаки)

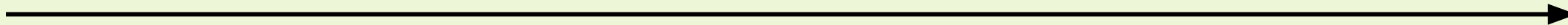
- периодичность;
- время выхода;
- формат;
- объем (хронометраж);
- техника производства;
- цветность и др.

ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ: КАЧЕСТВЕННАЯ И МАССОВАЯ ПРЕССА (только для универсальных изданий)

Качественная

Массовая

Бульварная



ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ: КАЧЕСТВЕННАЯ И МАССОВАЯ ПРЕССА (только для универсальных изданий)

Качественная

(аналитичность, эксклюзивная информация, эксклюзивные источники, опора на факты, надежность информации: фактчекинг, СМИ-влияния, в оформлении - спокойный и строгий стиль, крупные фотографии (обычно портреты), инфографика, много «воздуха», часто используют «большой» формат)

Массовая

(сочетание полезной и развлекательной информации, эмоциональность, используют «народные» источники, наиболее злободневные темы для максимально широкой аудитории, используют открытые источники, в оформлении - динамичные, достаточно яркие, много средств акцентирования, удобная навигация, разножанровые иллюстрации)

Бульварная

(доминируют развлекательная и рекламная функции, не разделены факты и мнения, домыслы, слухи, ведущие темы: шоу-бизнес, псевдонаука (астрология, магия и т.д.), личные отношения, в оформлении - пестрые, эклектичные, почти каждый элемент акцентирован, обилие иллюстративного материала)