

# 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)

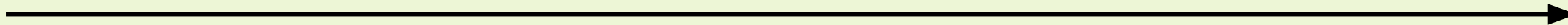
- периодичность;
- время выхода;
- формат;
- объем (хронометраж);
- техника производства;
- цветность и др.

# 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)