

# ТИПОЛОГИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛА: САХАПОВА АЛЕКСАНДРА

УГИЗ- **393305**

ТИПОЛОГИЯ – ЭТО МЕТОД НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ СИСТЕМНОГО ОБЪЕКТА С ПОМОЩЬЮ ОБОБЩЕННОЙ, ИДЕАЛИЗИРОВАННОЙ МОДЕЛИ.

ДЛЯ ТИПОЛОГИИ ЖУРНАЛИСТИКИ ХАРАКТЕРНО ВЫЯВЛЕНИЕ СПЕЦИФИЧЕСКИХ ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ, КАЧЕСТВ И СВОЙСТВ, ПРИСУЩИХ ОТДЕЛЬНЫМ ГРУППАМ ИЗДАНИЙ.

# ТИПОЛОГИЯ

В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ВНИМАНИЕ К ТИПОЛОГИИ КАК НАУЧНОМУ МЕТОДУ ЗАМЕТНО ВОЗРОСЛО. В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, ЭТО СВЯЗАНО С ВОЗМОЖНОСТЬЮ ПРИМЕНЕНИЯ ТИПОЛОГИЧЕСКИХ РАСКЛАДОК В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.

**Типообразующие факторы: главным типообразующими факторами являются - аудиторная направленность, стремление собрать вокруг издания или программы аудиторию с четко определенным набором черт (социально-демографических, социально-мировоззренческих, особенностей потребностей, запросов, интересов, предпочтений и т.д.).**

## КАКИМИ АУДИТОРНЫМИ ПРИЗНАКАМ БУДЕТ УДЕЛЯТЬСЯ ДАННЫМ СМИ?

**1) проблемно-тематическая направленность, обращение к определенным пластам информации; при этом СМИ может быть по этому признаку универсальным, политематическим и монотематическим.**

**2) социальная позиция СМИ, его политическая, экономическая и др. направленность в соответствии с представлением редакции о перспективах развития страны, ее месте и роли в мировом сообществе, линии поведения во внутренних и международных отношениях; при этом очень важно, какая позиция будет реализоваться в условиях плюрализма.**

## КАКИМИ АУДИТОРНЫМИ ПРИЗНАКАМИ БУДЕТ УДЕЛЯТЬСЯ ДАННЫМ СМИ?

**3) линия поведения  
относительно других  
СМИ,  
представляющих  
другие социальные  
позиции,  
отстаивающие  
интересы других  
социальных слоев.**



**Есть и другие типобразующие факторы (масштаб информации, регион распространения, стилевые формы, в т.ч. способы взаимодействия со своей аудиторией и др.), но они представляют как бы «второй пласт» типобразующих свойств.**

# ТИПОЛОГИЯ СМИ



# ПО ТИПУ КОММУНИКАЦИОННОГО СРЕДСТВА:

- Печатные (аналоговые СМИ).

- Аудиовизуальные (электронные СМИ):

Телевидение;

-Радио;

- Интернет.



# ПО ФОРМЕ ПЕРИОДИЧЕСКОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ:

- периодическое печатное издание (газета, журнал, альманах, бюллетень и пр.),

- радиопрограмма,

- телепрограмма,

- видеопрограмма,

- кинохроникальная программа и пр.



# ПО ТИПУ СОБСТВЕННИКА:

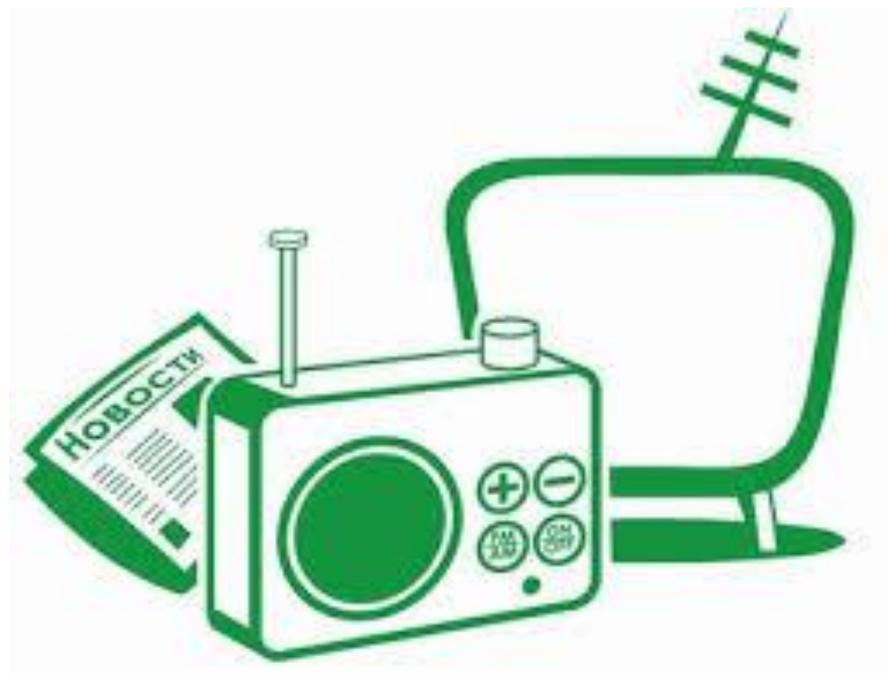
- частное СМИ;
- государственное;
- смешанное.



# ПО ЯЗЫКУ СМИ:

- на одном языке,

- на нескольких языках.



# ПО ТЕРРИТОРИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОДУКЦИИ:

-региональное:

-республиканское

-областное

-районное.

-межрегиональное (два и более регионов),

- национальное (территория какой-либо страны),

- международное (несколько стран, например, журнал «Космо»).



# ПО ЦЕЛЕВОМУ НАЗНАЧЕНИЮ:

- публицистические;
- литературные;
- культурно-просветительские
- развлекательные;
- учебно-образовательные;
- методические (журнал «Литература в школе»);
- научные
- рекламные
- информационные
- спортивные
- эротические
- деловые, финансовые
- общественно-политические и пр.

# ПО ХАРАКТЕРУ АУДИТОРИИ:

- для этнических общностей  
(наций, народностей):

- для территориальных  
общностей (краевые,  
областные, районные СМИ);

- для профессиональных  
групп (военные,  
сельскохозяйственные и т.д.)

- для социальных групп  
(среднего класса,  
интеллигенции и т.д.);

- для возрастных групп  
(детей, подростков,  
молодежи, пожилых и т.д.);

- для женщин и мужчин;

- для малых групп (семья, клуб и т.д.)

- для групп верующих (православных,  
католиков и т.д.).

- для инвалидов и пр.

# ПЕРИОДИЧНОСТЬ ВЫПУСКА:

- ежедневные

- еженедельные

- ежегодные (по нашему  
закону, реже чем раз в год –  
это уже не СМИ, а фигня  
какая-то).



# ПО ИСТОЧНИКАМ ФИНАНСИРОВАНИЯ:

- государственные дотации

- собственные средства  
учредителя

- рекламные доходы

- сбор от подписки

- спонсорские средства и  
пр.



# ПО ХАРАКТЕРУ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ОРИЕНТАЦИИ:

- правящие (ведущую агитацию и пропаганду политической и экономической линии властных структур)

- оппозиционные (критикующую существующий режим и выдвигающую собственные альтернативные проекты развития общества)



# ПО ХАРАКТЕРУ ОБРАЩЕНИЯ К ТЕМАТИЧЕСКИМ ПЛАСТАМ:

- универсальные,
- многопрофильные,
- специализированные.



# КАЧЕСТВЕННАЯ И МАССОВАЯ ПРЕССА

# КАЧЕСТВЕННАЯ ПРЕССА

**Качественная пресса — это издания, рассчитанные на высокообразованного читателя со средним и высоким доходами. Часто качественную прессу называют «прессой мнений для интеллектуальной части общества».**

**Для качественной прессы характерны такие отличительные признаки, как преобладание аналитических жанров (статьи, корреспонденции, рецензии, комментарии, обзоры), взвешенность оценок, контроль за достоверностью информации, спокойный тон публикаций. Читателей качественной прессы интересуют не столько публицистические рассуждения журналистов, сколько мнения компетентных экспертов.**

# КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗДАНИЯ В РОССИИ

## ФАКТЫ:

**Роль и значение специализированной прессы повышаются. «Если в советское время, — пишет А.А. Грабельников, — основное место занимала партийно-политическая печать, а отраслевые, литературно-художественные, научно-популярные издания находились как бы на втором плане, то в ходе перестройки и реформ политические издания были потеснены бурно растущей информационно-коммерческой прессой, отраслевой печатью динамично развивающихся секторов рынка...»**

ПО ДАННЫМ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИХ СОЦИОЛОГОВ,  
ИЗУЧАЮЩИХ НОВУЮ РОССИЙСКУЮ ПРЕССУ, К **1996** Г.  
«ПРОЦЕСС АДРЕСНОЙ И ТЕМАТИЧЕСКОЙ  
ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РОССИЙСКОЙ ГАЗЕТНОЙ ПРЕССЫ  
ДОСТИГ СВОЕГО АПОГЕЯ».

ПОДЧЕРКИВАЯ ЗАКОНОМЕРНОСТЬ ТИПОЛОГИЧЕСКИХ  
МОДИФИКАЦИЙ, Е.Л. КОРНИЛОВ ОТМЕЧАЕТ, ЧТО  
«ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ИЗДАНИЙ — ЭТО ИХ ПРАКТИЧЕСКАЯ  
СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ И ОБОСОБЛЕНИЕ ПО ТЕМ ИЛИ ИНЫМ  
ПРИЗНАКАМ, ЛЕЖАЩИМ В ОСНОВЕ ПРИРОДЫ ПЕЧАТИ».

**Е.П. Прохоров, говоря о движущих факторах формирования системы журналистики, подчеркивает, что для создания максимально полной, объемной, всесторонней и завершенной картины окружающей действительности, в системе «возникает множество изданий и программ, а внутри них — рубрик, страниц, рубриковых передач, которые обращены к различным сферам действительности».**

**В этом процессе, по мнению ученого, важную роль играют нужды и запросы аудитории в соответствии с ее социальным положением, идейнополитическими ориентациями, потребностями и интересами в сфере информации, запросами и предпочтениями, уровнем и характером образования, другими демографическими признаками (возраст, пол и т.д.), среди которых для информационной политики изданий и программ в определенных ситуациях очень важны национальные, религиозные, региональные и т.д. Это разнообразие особенностей и соответственно нужд аудитории порождает огромное количество строго ориентированных изданий и программ, специально обращенных к конкретной аудиторной группе.**

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ПРЕССЫ СЕЙЧАС ПОВЫШАЕТСЯ. В ЭТОМ ПРОЦЕССЕ ВАЖНУЮ РОЛЬ ИГРАЮТ НУЖДЫ И ЗАПРОСЫ АУДИТОРИИ В СООТВЕТСТВИИ С ЕЕ СОЦИАЛЬНЫМ ПОЛОЖЕНИЕМ, ИДЕЙНО-ПОЛИТИЧЕСКИМИ ОРИЕНТАЦИЯМИ, ПОТРЕБНОСТЯМИ И ИНТЕРЕСАМИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИИ, УРОВНЕМ ОБРАЗОВАНИЯ И Т.Д.

ИССЛЕДОВАТЕЛИ ПРЕДЛАГАЮТ ТАКИЕ ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ.

**Е.П.ПРОХОРОВ:** УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ, МНОГОПРОФИЛЬНЫЕ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ, ОБРАЩАЮЩИЕСЯ К ОДНОЙ ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЛИНИИ И ОТНОСИТЕЛЬНО ЛОКАЛЬНОЙ АУДИТОРИИ.

**С.Г. КОРКОНОСЕНКО:** СМИ ДЛЯ ВСЕХ И ОБО ВСЕМ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОН ДЕЛИТ ПО КРИТЕРИЯМ: РЕГИОН РАСПРОСТРАНЕНИЯ, УЧРЕДИТЕЛЬ, АУДИТОРИЯ, ЛЕГИТИМНОСТЬ И ДР.

**А.Н. АЛЕКСЕЕВ:** НА ПОЛИТЕМАТИЧЕСКИЕ И МОНОТЕМАТИЧЕСКИЕ.

ВСЕ ИССЛЕДОВАТЕЛИ ВЫДЕЛЯЮТ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИЗДАНИЯ В ОТДЕЛЬНЫЙ ВИД ПЕРИОДИКИ.

✦ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЕ ЖУРНАЛИСТИКИ РАСШИРИЛСЯ СПЕКТР СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ИЗДАНИЙ. ДОБАВИЛИСЬ БОЛЬШИЕ ОТРЯДЫ ДЕЛОВОЙ ПРЕССЫ, РЕКЛАМНОЙ, АГРАРНОЙ, ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ, РЕЛИГИОЗНОЙ, ЖЕНСКОЙ, ДЕТСКОЙ И ДР. ПЕРИОДИКИ. ЭТО ОБЪЯСНЯЕТСЯ НЕБЛАГОПРИЯТНЫМИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ФАКТОРАМИ И СТРЕМЛЕНИЕМ ИЗДАТЕЛЕЙ ГАЗЕТ ПРИВЛЕЧЬ СВОЮ, ДАЖЕ УЗКУЮ, АУДИТОРИЮ.

# ВЫВОД:

БЛАГОДАРЮ ЗА  
ПРОСМОТР!

# КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗДАНИЯ В РОССИИ

**Одним из первых классификацию русских газет вывел А. В. Пешехонов в 1901 году. Он выделил газеты «дешевые», «малые» и «большие». В современной терминологии эти типы эквивалентны понятиям бульварной, массовой и качественной прессы.**

**Под качественной прессой в этой типологии и в традициях русской журналистики понимался «политический орган со строго выдержанным направлением, рассчитанный на своего читателя-единомышленника, образованного, понимающего стилистически сложные публикации, в которых обсуждаются серьёзные общественные, политические, научные и другие проблемы».**

# КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗДАНИЯ

Главное условие для качественной прессы — это надежность фактов и мнений, их достоверность. К примеру, материалы качественной французской газеты Le Monde студенты и преподаватели высших учебных заведений используют наравне с учебниками. Кроме того, качественные издания отличаются высоким полиграфическим уровнем, респектабельностью внешнего вида. Часто такие газеты или журналы фотоиллюстрациям предпочитают текстовые комментарии. Для качественной общенациональной прессы характерен формат А2.



# КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗДАНИЯ В РОССИИ

**В соответствии с этим определением к качественным изданиям можно отнести уже «Ведомости» Петра I, однако первым классическим образцом русской качественной газеты считаются «Русские ведомости» (1863—1918).**

**Их главной особенностью была приверженность единым принципам издания и стилю оформления. В течение 55 лет газета избегала технических новшеств, погонь за сенсациями, отличалась широким спектром тематики и строгой проверкой информации на достоверность. На страницах «Русских ведомостей» регулярно публиковались видные общественные деятели того времени.**

# КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗДАНИЯ В РОССИИ

**В газете освещались острые вопросы современности, а повышенная информативность соединялась с аналитичностью и серьёзным тоном публикаций. Все это и сделало издание эталоном качественной российской газеты. В 1913 году редакция «Русских ведомостей» провела исследование, по результатам которого выяснилось, что основной круг читателей составляла интеллигенция: это были врачи, адвокаты, ученые, студенты, педагоги и другие. Рабочих было лишь 0,5 %.**

**В начале XX века нишу качественной русской прессы в основном занимали легальные партийные газеты. Это центральный орган большевиков «Новая жизнь», главная газета кадетов «Речь», издания октябристов, прогрессистов и мирнообновленцев «Голос Москвы» и «Утро России» и др. Тип этих газет соответствовал формату качественной прессы Европы. Так, например, редакция газеты «Речь» опиралась на английский опыт издания качественных газет и старалась следовать оформлению и структуре The Times.**

# КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗДАНИЯ В РОССИИ

**Современный рынок российских качественных изданий достаточно насыщен. К качественной прессе можно отнести «Коммерсант», «Независимую газету», «Российскую газету», «РБК daily», журналы «Эксперт», «Итоги», «Русский Newsweek» и т. д..**

**Все перечисленные издания отличаются взвешенным тоном публикаций и преобладанием аналитических жанров журналистики. Современная качественная пресса в России является источником новостей в российском информационном пространстве и влияет на формирование информационной повестки дня.**