

ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «СИСТЕМА СМИ»

НАЗАРОВА Татьяна Владимировна
кандидат филологических наук, доцент
Волгоградский государственный университет
г. Волгоград, Россия

В работе представлены апробированные в практике преподавания будущим журналистам приемы изучения дисциплины «Система СМИ». Описаны разделы курса; предложено уточнение метода типологического анализа СМИ; методика определения профилей универсальных изданий; планы практических занятий, формирующих умения студентов определять специфику аудитории, характер информирования, цели и задачи изданий.

Ключевые слова: типологический анализ СМИ, профильные характеристики СМИ, характер информирования.

Изучение дисциплины «Система СМИ» обучающимся по специальности «Журналистика» преподается в первом семестре первого курса и включает разделы: системоформирующие факторы, виды и типы систем, процессы трансформации медиапространства, структура современного медиапространства. Поскольку в первую очередь студентам необходимо научиться ориентироваться на информационном поле, большее количество семинаров, предполагающих самостоятельную работу учащихся, посвящено типологическому анализу российских СМИ.

Вопрос о типологии периодических изданий долгое время остается дискуссионным. Классификации по разным основаниям представлены в исследованиях А.И. Аكوпова, А.Н. Алексеева, А.Г. Бочарова, Б.И. Есина, Е.А. Корнилова, С.Г. Корконосенко, Э.А. Лазаревич, Е.П. Прохорова, М.В. Шкондина, В.В. Тулупова, Е.В. Ахмадулина. Справедливым представляется утверждение И.М. Дзялошинского о том, что типологический подход в настоящее время затруднен в связи с процессами трансформации СМИ и построение типологии на основе линейных схем сейчас невозможно [2, с. 44].

В то же время без применения типологического анализа нельзя представить информационное поле как определенную систему. Подводя итоги дискуссии теоретиков журналистики, Е.В. Ахмадулин констатирует, что с мнением А.И. Аكوпова в принципе все согласны и можно считать общими основаниями для классификации тематическое направление и целевое назначение изданий [1, с. 270]. Предлагая свою типологизацию, Е.В. Ахмадулин

конкретизирует термин «целевое назначение», придавая ему значение «адресность», «запросы определенных социальных групп»; сохраняет основание «проблемно-тематическая направленность»; вводит типоформирующий признак «специфика социальных функций» [1, с. 269]. Для студентов первого курса и для ориентации любого члена общества эта классификация представляется наиболее удобной. Такая логика подразумевает, что целевая аудитория определяет контент издания. Расчет на массовую аудиторию предполагает политематическое издание, адресованность к определенной группе профессионалов или группе по интересам, полу, возрасту – специализированное. Деление на универсальные и специализированные СМИ предлагал Е.П. Прохоров [4, с. 206, 208]; С.Г. Корконосенко также считает, что «существует деление на СМИ для всех и обо всем и специализированные (для части аудитории и по более менее узкой тематике)» [3, с. 91-92].

Под спецификой функций Е.В. Ахмадулин понимает не принятые в социологии журналистики информационно-коммуникативную, ценностно-ориентирующую, социально-организационную, а выделенные А.Н. Алексеевым: обзорную, аналитическую, просветительскую справочно-консультационную, развлекательную, контактную, мобилизационную, функцию документирования [1, с. 273-274]. Нам представляется неудачной и классификация А.Н. Алексеева (она включает разные основания), и сам термин «специфика функций» в качестве типоформирующего признака изданий в концепции Е.В. Ахмадулина. Любое издание и любой текст выполняет целый ряд

функций. При определении типа издания необходимо учитывать коммуникативную цель и задачи издания.

Студентам при изучении курса «Система СМИ» предлагается определять тип издания по трем основаниям: целевая аудитория, доминирующая тематика, цель и задачи СМИ.

Проблема в том, что для формирования представления о системе СМИ нужна более детальная классификация: необходимо уметь определять профиль СМИ внутри группы политематических изданий. Массовыми универсальными являются и «Российская газета», и «Известия», и «Газета.ru», «Взгляд», «АиФ», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Независимая газета», все областные, городские и районные газеты, множество телевизионных программ, порталов и сайтов. Для выявления их целей и расчетной аудитории необходимо выявлять не темы-доминанты (все универсальные СМИ сообщают обо всем), а характер информирования. Для этого студенты проводят контент-анализ выборок материалов из основных рубрик издания.

Предлагается разделить каждый текст на смысловые фрагменты, найти или сформулировать основной тезис, определить его характер: сообщается о факте или проблеме; негативный или позитивный характер новости. Выявить способы развертывания тезиса: с помощью фактов, оценок, анализа (причин, следствий), формулирования прогнозов, предложений по решению проблем.

Особое значение при этом имеет определение субъекта/ов деятельности и субъекта/ов речи: представитель власти/органов управления; бизнеса (с учетом статуса внутри бизнес-структуры); эксперт (представитель научно-исследовательского института, профессионального сообщества, специалист); представитель общественной организации или партии/движения; рядовой член общества, в сфере интересов которого данная новость; журналист (его статус).

Необходимо при этом определить, кому из субъектов деятельности и речи уделено большее внимание, с чьей позицией солидаризируется журналист или занимает нейтральную позицию.

Такой анализ позволяет выявить цель публикации: проинформировать, разъяснить ситуацию/необходимость принятых мер, по-

ставить проблему, сообщить о предложениях/ планах /о деятельности по решению проблемы; или оценить, или проанализировать (выявить причины, следствия, прогнозировать развитие ситуации).

Например, анализируется репортаж о сборе моркови в одном из хозяйств района: включен фрагмент интервью с главой района, где рассказано о том, как удалось помочь привлечь инвестиции; интервью с фермером, который демонстрирует новое оборудование; показаны рабочие, включены их отзывы; журналист сообщает, что урожай выше, чем в прошлом году. Студентами легко определяется цель публикации – трансляция позитивного опыта; адресат – работники АПК; функции – инновации, мобилизации.

В результате количественного обсчета всех единиц анализа выявляется профиль издания: особенности аудитории, характер информирования, приоритетные цели.

Каждый семинар (при необходимости два-три) посвящен целостному анализу разных рубрик одного издания. Если преподаватель формирует выборки материалов разных СМИ на одну или близкие темы, это помогает быстрее научиться определять специфику изданий. Например, по данным НИУ ВШЭ, в 2025 г. нехватка требуемых работников в РФ выросла на 7,5% по сравнению с 2024 г. и составила 2,6 миллиона человек, к 2030 г. не хватать будет уже 4 миллиона сотрудников. На семинарах последовательно изучались «Российская газета», «Известия», «Коммерсантъ». В числе других были включены выборки на эту тему. При анализе студенты легко определили, что «Российская газета» сообщала о мерах правительства: изменениях в Трудовом кодексе, о мерах по развитию особых экономических зон (ОЭЗ) и территорий опережающего развития (ТОР), национальном проекте «Производительность труда»; «Коммерсантъ» обсуждал проблему с руководителями бизнес-структур, которые делились опытом удержания, переобучения сотрудников, оптимизации процессов; «Известия» публиковали мнения представителей структур по подбору персонала, подробно писали о возможностях профессионального обучения и трудоустройства; «Общественное телевидение России» – со зрителями и экспертами обсуждало проблему безработицы в одних регионах и нехватки работников в

других, возможности подработки, условия труда, низкую заработную плату. Выявленные отличия в характере информирования дали возможность определить профильные характеристики изданий.

Анализ подборки материалов разных изданий с совпадающим информационным поводом позволяет проводить более глубокий анализ, определять стандарты информирования. Например, в прошлом январе многие СМИ обсуждали борьбу более ста рыбодобывающих компаний Петербурга и Ленинградской области с Северо-Западным территориальным управлением Росрыболовства, не выдавшим разрешения на промышленный лов в Финском заливе и Ладоге. В соответствии со стандартами журналистики демократического участия «Российская газета», «Известия», «Комсомольская правда» и другие, выступили на стороне рыбаков, в публикации были включены диалоги с руководителями предприятий, обращения журналистов в федеральное агентство Росрыболовства, в Северо-Западное управление. Региональная «Фонтанка.ru» провела свое расследование ситуации (это ее постоянный фор-

мат работы). В следующий раз об инциденте издания вспомнили накануне фестиваля корюшки в конце апреля и написали, что рыбаки выиграли дело, обратившись в прокуратуру. Только «РБК» в соответствии со стандартами делового издания уже 20 февраля опубликовало статью «Корюшка прошла административные сети», где были указаны точные данные о том, что и когда произошло: «19 февраля на заседании Общественного совета при Росрыболовстве действия Северо-Западного управления Росрыболовства признаны незаконными». В материале присутствовали ссылки на документы, находящиеся в распоряжении редакции.

Студентам необходимо напоминать, что точность результата достигается при анализе больших выборок материалов, повторяющихся через определенные промежутки времени, политика изданий может меняться и наши семинары не позволяют делать окончательные выводы о профилях СМИ, а выполняют учебную роль: методика типологического анализа им будет необходима при выборе места работы и в процессе журналистской деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики. – М.: Юрайт, 2019. – 358 с.
2. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. – М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2015. – 312 с.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – М.: Изд-во «Юрайт», 2025. – 293.
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Изд-во Московского ун-та, 2023. – 398 с.

TYPOLOGICAL ANALYSIS IN THE STUDY OF THE DISCIPLINE «MEDIA SYSTEM»

NAZAROVA Tatiana Vladimirovna

Candidate of Sciences in Philology, Docent
Volgograd State University
Volgograd, Russia

The paper presents the methods of studying the discipline «Media System» that have been tested in the practice of teaching future journalists. The sections of the course are described; the method of typological analysis of the media is clarified; the method of determining the profiles of universal publications is proposed; and the plans for practical classes are presented that help students to determine the specifics of the audience, the nature of information, and the goals and objectives of publications.

Keywords: typological analysis of the media, profile characteristics of the media, and the nature of information