

Системная типологическая модель СМИ

□ Средства массовой информации относятся к *социальным системам*, так как:

□ **включают в себя** различные виды *социальной деятельности*, имеющей свои цели, средства и результаты (сбор, создание, распространение и потребление массовых информационных продуктов);

□ **создают и потребляют** эти продукты *социальные субъекты* – представители духовной, духовно-практической и практической деятельности. В создании произведений СМИ участвуют авторы, редакторы, режиссеры, ведущие, дикторы и др. личности. Потребляют, усваивают получаемую информацию – читатели, радиослушатели, телезрители, посетители сетевых СМИ и др.;



- средства массовой информации **являются частью более общей социальной системы** – общества как совокупности исторически сложившихся форм совместной деятельности людей;
- СМИ участвуют в осуществлении многих **социальных функций**, в том числе функций общественного сознания: познавательно-отражательных, идеологических, конструирования социальной действительности и др.



- представляют собой один из механизмов **общественного диалога, социального взаимодействия**, которое определяет существование и структурную организацию любой социальной системы;
- основным участником этого взаимодействия выступает **личность как носитель общественных отношений, общественного и группового сознания**. Через личность в общественный диалог вовлекаются различные социальные группы и организации.

- Кроме того, системы подразделяются на два крупных вида: *открытые и закрытые*.
 - Закрытые относительно независимы от окружающей среды, в то время как на открытую оказывают воздействие факторы внешней среды.
 - Теория социальных систем рассматривает СМИ как открытую систему, как многофакторное и многоцелевое образование.
-
- 

□ Основными элементами системы являются:

□ **цели,**

□ **задачи,**

□ **структура,**

□ **техника и технология,**

□ **люди.**

□ Человек (индивид) в социальной системе рассматривается как *социально ориентированное и направляемое существо*, обладающее многочисленными потребностями, которые воздействуют на производственную сферу и, в свою очередь, испытывают обратное влияние с ее стороны.



- **Системный подход** – направление методологии научного познания и социальной практики, в основе которого лежит рассмотрение объектов как систем.
- Он ориентирует исследователей на раскрытие *целостности объекта*, на выявление многообразных типов связей в нем и сведение их в единую теоретическую картину.
- Принципы системного подхода нашли применение в биологии, экологии, психологии, кибернетике, технике, экономике, управлении.

- СИСТЕМА – (от греч. *systema* – целое, составленное из частей; соединение) – множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность, единство.
- Существуют **материальные и абстрактные** системы.
- Материальные системы:
 - ▣ **неорганической природы:** физические, химические, геологические и др. (солнечная система, различные молекулярные системы);
 - ▣ **живые системы** (популяции, виды, социальные системы).
- Абстрактные системы – понятия, гипотезы, теории. Напр., периодическая система Менделеева, гелиоцентрическая система мира Коперника.



- Основной общий принцип **системного подхода** заключается в рассмотрении частей или элементов системы в процессе их взаимодействия.

- Системный подход выявляет **структуру системы**, ее внутренние и внешние связи.

Триада системного подхода



Социология как система

- Огюст Конт определяет место социологии в системе наук и вместе с тем ее вспомогательные средства и методы.
 - По мнению Конта, существует «иерархия наук» по степени их общности; в этой системе каждая предшествующая наука является логическим предположением и необходимым пособием для разработки следующей за ней науки.
 - Кто изучает какую-либо науку, тот должен подняться по этой «*echelle encyclopedique*» (энциклопедической лестнице) до той ступени, на которой он хочет оставаться.
-



СМИ как система

- Средства массовой информации как сложно организованная открытая социальная система должны отвечать *требованиям системного* подхода.
 - Одно из основных его требований – **система должна иметь *внутреннее единство, относительную автономность, независимость от окружающей среды.***
 - Обладают ли СМИ этими свойствами?
 - Чтобы ответить на этот вопрос, мы должны выяснить, работают ли СМИ совместно на единый конечный интегральный результат в процессе своего
-
- ▶ функционирования?

Структура социальной системы СМИ

- Применим для ответа на вопрос структурный метод и переформулируем вопрос следующим образом:
- Соответствует ли структура СМИ как социальной системы структуре самой социальной системы в целом?



- ▣ *Структура социальной системы* — это способ взаимосвязи взаимодействующих в ней подсистем, компонентов и элементов, обеспечивающий её целостность.
- ▣ Социальная система должна удовлетворять следующим требованиям:
 - ▣ **должна быть приспособлена к среде (адаптации);**
 - ▣ **у неё должны быть поставлены цели (целедостижения);**
 - ▣ **все её элементы должны быть скоординированы (интеграции);**
 - ▣ **ценности в ней должны сохраняться (поддержания образца).**

- Очевидно, что все структурные характеристики одинаково присутствуют и успешно функционируют в СМИ, так что ответ на заданный вопрос будет положительным.
- Более того, социальная деятельность нуждается в постоянном *взаимодействии между ее участниками*, и средства массовой информации удовлетворяют эту общественную потребность.



- В чем специфика СМИ в системе социального взаимодействия, действующей в обществе?
- В чем характер их целостности как системного объекта?
- В том, что они обеспечивают взаимодействие не просто между индивидами, а между ними как **личностями, поднимают индивида до уровня личности.**
- СМИ обращаются к индивиду как к действующему социальному субъекту, то есть как к участнику тех или иных видов социальной деятельности.



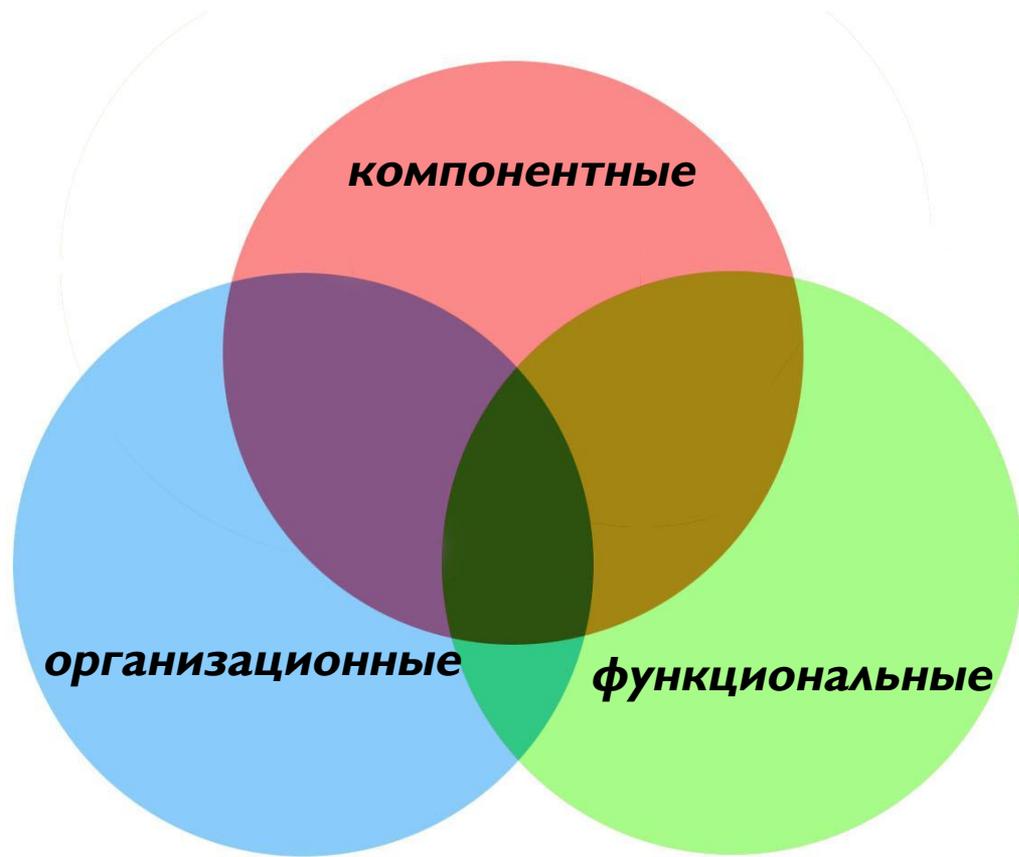
Системная типологическая модель СМИ

□ Она включает в себя:

- **модели компонентные** (технологическую, экономическую, редакционную, аудиторную, информационно-содержательную, дизайнерскую);
- **модели функциональные**, определяемые различными функциями того или иного вида социальной деятельности и их субъектами.
- **модели организационные**, связанные с участием в массовом информационном процессе тех или иных организаций и реализацией их организационных функций.



Модели СМИ



Модель компонентная

□ **ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ**

- печать, радио, телевидение, Интернет-СМИ, информационные агентства;

□ **АУДИТОРНЫЕ**

- общероссийские, межрегиональные, региональные, деловые, профессиональные, молодежные, детские, женские, для мужчин, семейные, для верующих и др. СМИ;

□ **СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ** *(ПО ХАРАКТЕРУ ИНФОРМАЦИИ)*

- универсально-тематические или специализированные по тематике;

□ **ДИЗАЙНЕРСКИЕ**

- по уровню визуализации содержания и смысла
-



□ РЕДАКЦИОННЫЕ

- газетные, журнальные, книжные редакции и соответствующие им редакции электронных и иных СМИ;

□ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ

- по формам собственности (частная, государственная, государственно-капиталистическая, общественных организаций^ и иностранный капитал);
 - по характеру инвестиций: инвестиционные СМИ; рекламные; за счет продажи информационного продукта (подписка, розница и др.);
 - по результатам хозяйственной деятельности (высокодоходные, среднедоходные, низкодоходные, убыточные).
-

Модель функциональная

□ **ПО ФУНКЦИЯМ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ**

- **Познавательно-отражательные функции**, связанные с осуществлением познавательного процесса, дифференцируют СМИ на теоретические (теоретический уровень сознания) и на СМИ, которые «обслуживают» обыденное, практическое сознание.
- **Идеологический и общественно-психологический процесс** вызывает к жизни пропагандистские и агитационные СМИ различной идеологической направленности.
- **Политика, право, мораль, религия, наука, искусство, философия** как формы общественного сознания оказывают активное влияние на структуру массового информационного процесса. На этой основе создаются политические, правовые, религиозные, научные, художественные и др. СМИ.



▣ ПО ФУНКЦИЯМ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

▣ ПО ФУНКЦИЯМ ДУХОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- ▣ по **функциям науки** (научно-теоретические, научно-практические, научно-методические, научно-технические, научно-производственные, научно-популярные).
 - ▣ по **функциям искусства** (литературные, художественные, литературно-художественные, художественно-публицистические).
 - ▣ по **функциям журналистики** как литературно художественной документальной деятельности (информационные аналитические, художественно-публицистические, рекреативные, развлекательные, др. СМИ).
-



▣ ПО ФУНКЦИЯМ ДУХОВНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- ▣ по функциям управления (официально-документальные, инструктивные, информационные и др.);
- ▣ по функциям образования и воспитания (учебные, учебно-методические, учебно-консультационные, культурно-просветительные, справочно-информационные и др.)

▣ ПО ФУНКЦИЯМ ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- ▣ в том числе производства, обращения и потребления: отраслевые, профессиональные, корпоративные, деловые, рекламные и др. СМИ.
-



Модель организационная

- ▣ **организационно-правовая** (ОАО, ЗАО, АОЗТ, ТОО и др.);
- ▣ **организационно-политическая** (СМИ государственных органов, партийных, профсоюзных и других общественных организаций);
- ▣ **организационно-хозяйственная** (СМИ – издания различных ведомств, корпораций, других хозяйствующих субъектов);
- ▣ **организационно-научная** (СМИ академий наук, научно-исследовательских центров, институтов);
- ▣ **организационно-художественная** (СМИ творческих союзов, театральных и др. обществ и т.п.).

Некоторые типологические характеристики российской периодики

- Основой типологии является расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа.
- Тип определяется как *разновидность, форма, модель*, которая характерна для той или иной группы предметов, как единица расчленяемой в типологии реальности.



-
- В печати такой единицей является периодическое издание (газета, журнал), на телевидении – канал, телепрограмма, на радио – радиостанция, радиопрограмма, в интернете – сайт.
 - А для СМИ в целом – средство массовой информации.
-
- 

Единица СМИ как форма

- Форма – это внешние очертания, наружный вид предмета; внешнее выражение чего-либо, обусловленное определенным содержанием, сущностью; тип, устройство, способ организации чего-либо.
- У печатных СМИ, технологически связанных с полиграфией, есть иное толкование термина: форма здесь — это поверхность, на которой формируются печатающие элементы и которая служит для переноса изображения на бумагу или другой материал.

- Если мы возьмем *газету, журнал или книгу*, то они отличаются друг от друга по форме.
 - Газета не имеет переплета, ее листы не скреплены, мелко не разрезаны – все настроено на быстроту изготовления.
 - Многие журналы тоже несут в себе черты периодичности, погони за временем. Но уже значительная их часть может подолгу храниться.
 - Книга имеет наиболее совершенную – как технологически, так и эстетически, форму – и хранится еще дольше.
-
- 

-
- Но у газет, журналов, книг есть и общее – бумажный носитель информации. А также иные, внутренние проявления формы: текст, графика, фото, рисунки.
 - У электронных СМИ – телевидения и радио – также есть свои формы: звуковой сигнал, телесигнал, которые передаются антеннами и принимаются телевизионными и радиоприемниками.
-
- 

- Форма содержательна, а содержание формировано.
- Похожие формы изданий часто отличаются их различным содержанием.
- Эту "содержательную" отличительность более четко фиксирует понятие "**модель**".
- Понятие "**тип**" характеризует определенную группу изданий.
- Например, женская печать – это тип изданий, но в эту группу входят различные по форме издания: газеты, журналы, еженедельники.



- Признаки **формы** могут в определенном случае отличать одну группу изданий от других.
 - Но за этим отличием скрыты функциональные, содержательные и иные особенности каждого из названных типов изданий.
 - Функция газеты непрерывно отображать изменения в условиях жизни общества, ее предмет, прежде всего, актуальная изменчивость в текущей действительности.
 - И форма газеты служит этим задачам.
-
- 

-
- Т.е. тип издания, исходя из определения модели, мы можем характеризовать, опираясь не только на понятия "форма", "вид", "разновидность".
 - Тип – это также образ группы изданий, располагающих *общими* для этой группы признаками.
-
- 

Расчленение и группировка

- ▣ *Расчленение и группировка* "используется в целях сравнительного изучения существенных признаков, связей, функций, отношений, уровней организации объектов".
- ▣ Причем эта процедура может проводиться не только по отношению к таким единицам расчленяемой действительности, как отдельное издание, программа телевидения и радиовещания, информационное агентство, т.е. любое средство массовой информации.

-
- Всю совокупность этих средств расчленяют и группируют по разным основаниям.
 - Мы вычленяем газеты, журналы и выявляем типологические особенности каждого из этих типов изданий, а также можем провести расчленение и группировку на другом уровне: внутри совокупности газет или журналов.
-
- 

□ Типология журналистики используется для сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Такими признаками являются:

- **технологические;**
- **экономические** признаки (по формам собственности, характеру инвестиций и др.);
- **аудиторные;**
- **редакционные** (редакции газетные, журнальные, книжные, других СМИ);



- **предметно-тематическая направленность** и иные черты, связанные с характером информации;
- **целевое назначение** (по характеру осуществляемых функций);
- **организационные признаки:** по характеру учредителей, издателей владельцев СМИ, эти цели реализующих;
- **время выхода** (утренняя, вечерняя газета, ночная программа телевидения, радио и др.);
- **формат;**
- **объем** (толстый журнал), продолжительность вещания;
- **периодичность выхода** (ежедневная газета, еженедельник, месячный журнал)
- и мн. др.

*Спасибо
за внимание!*

