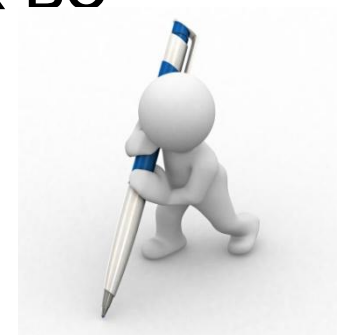


Типология интернет-СМИ



- **Типология** (от греч. *týpos* — отпечаток, форма, образец) – метод научного познания, в основе которого расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщённой, идеализированной модели или типа.
- Типология используется в целях сравнительного изучения существенных признаков, связей, функций, отношений, уровней организации объектов как сосуществующих, так и разделённых во времени.



Носик Антон Борисович

Выделял **две** большие группы сетевых ресурсов:

СМИ общего профиля, включая в них сетевые СМИ (электронные газеты, информпорталы, электронные журналы, интерактивные СМИ), электронные версии традиционных СМИ (газет, телеканалов, радио, информационных агентств);

специализированные СМИ (агентства экономической информации, тематические ресурсы (спорт, культура, интернет и пр.).



Иван Давыдов

Медийные ресурсы можно разделить на:

- собственно сетевые (оригинальные) и версии традиционных СМИ;
- новостные, комментарийные и смешанные;
- монотемные и политематические;
- по принадлежности – государственные медийных групп, политических групп, бизнес-групп, независимые;
- по ориентации на определенную аудиторию – общероссийские и региональные»



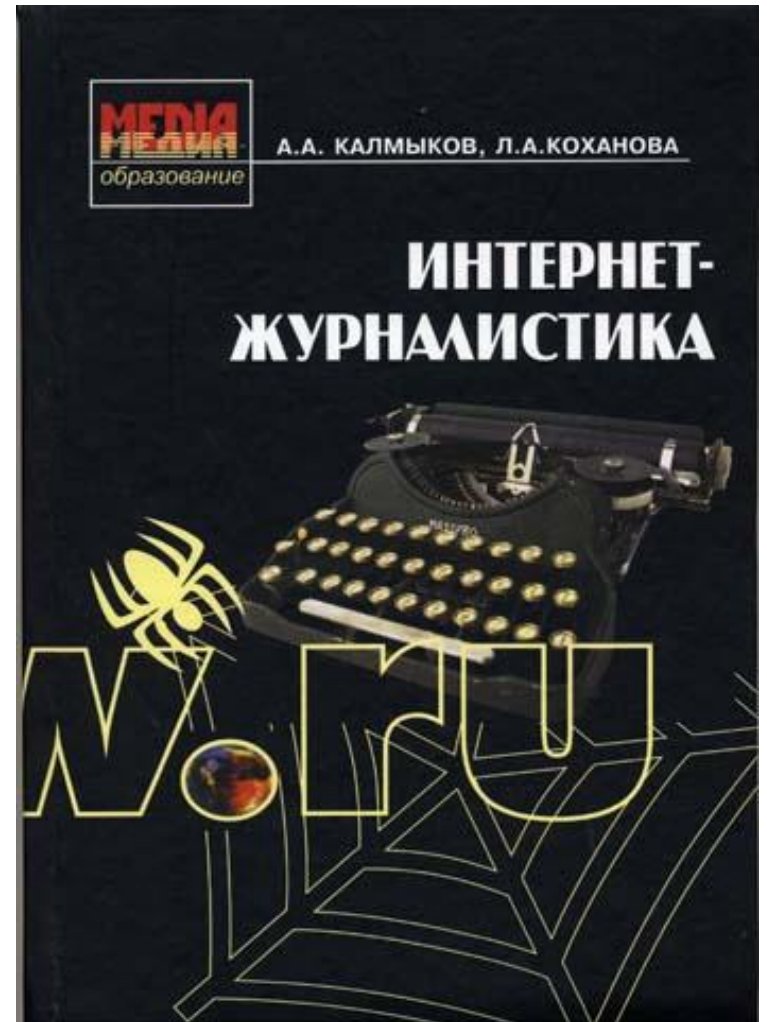
С 2006 года – главный редактор **Эксперт-онлайн**.

С 2007 по 2009 гг. – руководитель интернет-проектов медиахолдинга **Эксперт**

С 2009 года – заместитель главного редактора интернет-проектов радио **Голос России**.

Александр Калмыков Людмила Коханова

- Интернет СМИ классифицируются следующим образом:
- клоны несетевых изданий;
- издания, существующие только в интернете;
- смешанные издания.



Калмыков и Коханова предлагают различать веб-издания по сходности с их традиционными аналогами и выделять:

- Интернет-газеты — часто обновляемые издания, специализирующиеся в основном на новостях.
- Интернет-журналы — издания в основном аналитического характера как тематические, так и общественно-популярные.
- Интернет-радио – web-радиостанции.
- Web-телевидение – развивающееся интерактивное телевидение.
- Специализированные информационные агентства — ресурсы, поставляющие информацию с телетайпных лент.



Юлия Костыгова

«Сетевые СМИ: занимательная ТИПОЛОГИЯ»

- профессиональные – любительские;
- новостные – аналитические;
- общие – специализированные;
- по свободному или по платному распространению;
- по распространению непосредственно через сайты или путем уведомления через рассылку

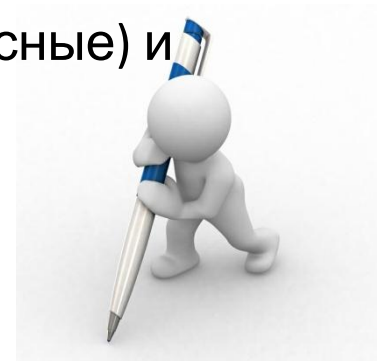


Лукина М.М. и Фомичева И.Д. «СМИ в пространстве Интернета»

Основания, по которым типизируются информационные коммуникации:

1. **Характер и состав участвующих субъектов, направленность и масштаб распространения:**

- по социально-структурному контуру – социетальные (на уровне общества в целом), внутри- и межгрупповые, межличностные;
- по территориальному охвату – глобальные, общенациональные, локальные;
- по характеру контакта: непосредственные и технически опосредованные;
- по направленности – конкретно направленные (адресные) и рассеянные (вероятностные);
- по степени открытости: публичные и непубличные



2. Содержание и функции передаваемой информации:

- по сфере функционирования: политические, экономические, образовательные и т.п.;
- по тематике – универсальные, многотемные и специализированные;
- по видам – моно- и полижанровые, а среди них событийно-новостные, аналитические, художественно-публицистические;
- по предмету отражения – о жизни социума или о деятельности субъекта коммуникации;
- по функциям, связанным с контентом – управляющие, консультирующие, просвещающие, убеждающие, развлекающие;
- по направленности – вертикальная («сверху-вниз» субъект-объектная), горизонтальная (субъект-субъектная)».



3. Распределение ролей между участниками:

- по жесткости закрепления ролей – поляризованные («один вещает – другой внимает») и неполяризованные (со сменой ролей);
- по наличию/отсутствию синхронной обратной связи – с обратной связью и без нее.



Акопов Александр Иванович «Типологические признаки интернет-изданий»

Автор делит сетевые СМИ на определенные типы по следующим признакам:

- издатель;
- целевое назначение;
- аудитория;
- жанры;
- внутренняя структура;
- оформление;
- авторы;
- периодичность;
- объем

