Б.И. Есин

ЕЩЕ РАЗ О ТИПОЛОГИИ

Проблема типологии занимает все большее место в современных исследованиях по журналистике. Подчас это становится штампом, обязательной составляющей, оно не вызвано большой необходимостью, и сам термин “типология” характеризуется недостаточной точностью, убедительностью.

Типология — изучение, не описание, именно изучение сходных сторон явлений в журналистике для уяснения основных черт, параметров СМИ, а не стремление к классификации всего разнообразия изданий. Типология — категория теоретическая, научная, целевая, не описательная. По сравнению с классификацией это более системное понятие.

Очень долго мы сосредоточивались на выработке принципов, признаков типологизации. Это было необходимо. Однако этим нельзя ограничиваться: уже сейчас ясно, что набор этих принципов может быть и очень большим, и разным в различных исследованиях, но тщательно отобранным.

Об этом когда-то, в 70-е годы, говорил Е.П. Прохоров: в комплексе типологических черт должно быть главное ядро, подчиняющее все другие; я бы добавил: определяющее другие типологические признаки. Тогда же Е.П. Прохоров обратил внимание на то, что чем больше дифференциация видов СМИ, тем важнее интеграция, возведение ряда из них к одному типу. Типология — это и есть интеграция.

Общими усилиями мы установили, что типология — набор существенных (обязательных) признаков, которые в свою очередь определяют отдельные параметры, свойства СМИ. Например, “аудитория”, важный сам по себе признак, в то же время определяет жанровый набор, литературный стиль и другие свойства печатного органа. Однако это еще не решение проблемы, поскольку в так называемых типологических исследованиях обнаружилась изначальная нечеткость терминов, понятий: классификация, модель, тип, разряд и многое другое.

Очень часто в работах по типологии слово “тип” легко заменяется словом (т.е. понятием) “вид”, “класс”, “разряд”, “отряд”[1]. А ведь это не одно и то же.

Часто в исследованиях подобное определяется через подобное: тип определяется через тип, через модель. До сих пор не

[1] Типология буржуазной печати. М., 1977. С. 99—104.

установлена четкая, ясная субординация следующих понятий: “типология”, “классификация”, “модель”, “система” (печати).

Классификация конкретна, единична (возможен один признак, по которому она проводится), первична. Бывает естественная и искусственная классификация. Классификаций может быть много. Она может проводиться по одному, двум случайно (даже произвольно) взятым признакам в определенных целях, и это будет нормально для классификации (например, женская печать, “толстый” журнал, размер листа, цвет и т.д.).

Модель — это образец. Модель может быть результатом и типологического исследования, и строгой естественной классификации, т.е. синонимом естественной классификации. Может быть организованной суммой изданий отдельной страны, региона. Это упорядоченная система СМИ, ставшая моделью для сравнения, сопоставления, примером.

Система — описание с помощью прежде всего классификации всех средств массовой информации данного места, времени и т.д. Система печати сопрягается с моделью, типология — с классификацией. Очень часто, сталкиваясь с огромным числом изданий, множественной системой СМИ и стремясь к наиболее полной классификации, получаем то, что типологические наблюдения используются вперемежку с избранным принципом (или принципами) классификации — политическим, тематическим, аудиторным или иным.

Итак, классификация еще не типология. Тем не менее это смешение понятий характерно и для С.Г. Корконосенко, и для М.В. Шкондина, и для Л.Г. Свитич, и для Е.В. Ахмадулина, и для многих других молодых исследователей, аспирантов. Например, в сборнике “Журналистика-2004. СМИ в многополярном мире” (М., 2005) в открывающих его тезисах Аль Шахри Бахит Насиба (УДН) “Типологические характеристики периодики Омана” речь идет о простой классификации. В тезисах Н.Н. Замотиной (МГУ) «Православная студенческая газета Московского университета “Татьянин день” как тип издания» вообще дается внешняя история газеты, обзор ее содержания, но не типология и “тип” употребляется в смысле “вид”. То же самое встречаем в тезисах Д.Ю. Рогова (Москва) «Журнал “Русский дом” как тип издания». В каждой типологической картине есть несколько моделей, утверждает автор (вместо видов, подвидов). В тезисах идет описание модели, в публикации мало обобщений, интегрирующего момента.

Несколько лучше тезисы В.А. Никулиной (Волгоград) «Проблема типологии регионального литературно-художественного журнала “Отчий край”». Верно отмечено, что классификация стоит ранее типологии. Однако при попытке дать перечень

установившихся типологических признаков вновь указывается "модель".

В наших экзаменационных билетах 2005 г. по журналистике для ГЭКа также сохранилась некая неясность, путаница. О типологии дано три вопроса:

1) "Национальная модель журналистики" (билет № 34). Если исходить из того, что модель — это образец, то о какой национальной модели идет речь, понять трудно: только о русской или о русской, немецкой или о французской, английской?

2) "Типология журналистики развитых стран" (билет № 36). Каких стран? США, Англии?

3) "Типология СМИ. Современные тенденции" (билет № 105). Тенденции где? В СМИ или в исследованиях типологии?

Возникшие трудности классификации СМИ при обилии изданий заставляют искать в типологии как бы дополнительный ключ, принцип классификации. Но это неверно. Из всех словарных определений понятия "тип" наиболее близким, полезным для журналистики является следующее, принятое в биологии (науке о множестве), — "высшая категория систематики".

Типология — познание неких общих закономерностей развития печати в общем потоке периодических изданий, пусть даже в очень большом, существенных отличий отдельных групп изданий друг от друга. Строить типологию, исходя из современной системы печати, трудно, сложно. Легче брать часть всей выходящей прессы, поскольку типология всегда требует большого сравнительного материала, в том числе и исторического. Хорошо, по мнению Л.Л. Реснянской, когда изучение типологических вариантов современных СМИ опирается на исторические исследования; всегда особенно важно, интересно *рождение* типа. Тогда яснее его типообразующие элементы, легче анализировать соответствующие современные издания. Историки, к сожалению, не могут, отмечает она, предложить богатого набора типов изданий в их первоначальном виде.

Типология может носить микро- и макрохарактер: типология внутри отдельного вида периодики (журнал) и типология в отношении разных групп или всех видов СМИ. Объем СМИ для типологического анализа может быть большой и малый. В свое время А.Г. Бочаров в своей первой статье о типологии журналов подошел к проблеме трезво, осторожно: он взял близкие по содержанию литературные и литературно-критические журналы, причем определенного исторического периода, когда идеологическая норма им всем была задана сверху. Он отстранился от характеристики *всей* системы советской журналистики. Так же поступили и А.В. Западов, А.И. Акопов (первый взял книги, второй — отраслевые журналы). Все они ограничили поле своего

наблюдения, что не помешало им наметить путь типологического исследования. У них нет “общей” типологии всех СМИ, но есть образец типологического анализа.

Ясно, что при типологическом исследовании количество признаков должно быть обосновано, ограничено. Чем больше и больше набирается типологических составляющих (признаков), тем сложнее определить тип издания, тем больше выявляется противоречий и недоумений, и графические схемы становятся все труднее для восприятия. Очень часто такие графические построения доказывают одну простую истину, что все в мире взаимосвязано. Но это не приближает к пониманию типологии, не прибавляет практических знаний. Количество типологических признаков должно быть достаточным, не более того. Чем дольше развивается пресса во времени, тем больше ее разнообразие и тем труднее определить “полный” набор типологических признаков. Да и сами признаки могут быть двух уровней — существенные (главные) и второстепенные, которые, однако, в определенных условиях становятся очень существенными, если не главными. Это относится к техническим условиям, законодательным, цензурным и даже иногда ситуационным моментам.

Поэтому типология требует раздумий, сопоставлений и ограничений в зависимости от характера исследования, объема материала. Вместе с тем надо иметь в виду: типологическая характеристика при большом поле исследования становится более убедительной и полезной практикам.

Я делаю вывод: не во всяком исследовании СМИ нужен типологический подход. Надо более точно определить поле его применения. Сфера применения типологического исследования — это вопрос. Очень часто для конкретных целей описания, исследования СМИ нужны другие методы, инструменты, другие подходы. Не надо делать фетиш из типологии. Типология для типологии не нужна!

Типология нужна в историческом плане, развитии СМИ. Типология складывается при сравнительном ракурсе, аспекте. Нельзя построить единственную абсолютную модель типообразующих факторов, качеств. Они также могут меняться во времени. Типология — категория историческая, изменчивая.

Типология обнаруживается в сложившейся, устоявшейся системе изданий (видов, параметров), сложившихся исторически. Поэтому о типологии верно можно говорить, учитывая большой опыт журналистики, а не по поводу каждого нового издания или группы изданий, что не исключает и такой ситуации, когда приходится иметь дело с печатью неустановившегося типологического качества. Историческое исследование не исключает такой характеристики, как печать неустановившегося типологического образца.

Перейдем к некоторым частным вопросам, проблемам.

Является ли идейная направленность (партийность) основополагающим типообразующим признаком? К этому признаку надо относиться с известной осторожностью. Когда-то, в советскую эпоху, было большой смелостью говорить об этом, намекать, что типология часто не зависит от партийности. Издания разной идеологии (партийности) могут быть одного типа (массовая печать, ежедневная газета, "толстый" журнал и т.д.). Сейчас об этом можно сказать определенно: партийность должна учитываться в ряде исследований, когда речь идет о большом спектре политических изданий, т.е. иногда она будет типообразующей чертой, признаком. Но в принципе она отнюдь не главный типообразующий признак. И вообще словосочетание "партийная журналистика" — тип ли это? Продуктивно ли такое понимание характера прессы? Это наиболее простой элемент типологической характеристики.

В типологических исследованиях надо стремиться к универсальным типологическим характеристикам. Партийность иногда сужает набор типологических доминант. А.Г. Бочаров внимательно анализировал типообразующие признаки журналов (печати) с четким учетом идеологического содержания, тогда как типологические признаки как бы всеобщи, свободны от партийности. Поэтому ряд типологических признаков у него являются не универсальными, а частными для особого вида печати коммунистической, советской.

При изучении типологии СМИ надо иметь в виду, что иногда можно встретить "свернутую", закрытую типологию. Примером "свернутой" типологической характеристики может служить словосочетание "большевистская печать". Это понятие сформировалось в результате многолетнего, всестороннего, обстоятельного изучения и содержит определенный набор признаков, свойств, очень жестко установленных. Всего два слова, а на деле целая типологическая картина! Или словосочетание "печать нового типа". Тут была заключена большая степень типологического обобщения, хотя сейчас она выглядит спорной. Итак, повторим, типологическая характеристика — это не случайная классификация, а плод серьезного раздумья исследователя.

Имеется и такая проблема. В современных исследованиях СМИ типологические параметры часто задаются заранее, априори, а не как результат наблюдений, анализа какого-либо объекта, вида периодической печати (изданий). Таким образом, выходит не типология, а опять-таки классификация по определенным признакам. Исключения составляют случаи, когда типология берется из другого серьезного исследования и вносится в готовом виде в новую работу. Один такой удачный случай проиллюстри-

ровал при исследовании русского еженедельника А.С. Воронкевич[2].

Очень важно при типологической характеристике, оценке издания провести сопоставление разных видов и подвидов печати, издающихся параллельно, например журналов и газет. Об этом мне уже приходилось писать. Типология одних СМИ часто зависит от содержания, развития других. Не менее важен сравнительный анализ аналогичных европейских, американских СМИ.

Еще одна важная сторона дела. Типологическая характеристика должна быть надежным подспорьем практикам печати, СМИ. Она должна давать материал, подсказывающий, как строить то или иное средство массовой информации, какими завоеваниями прошлого можно воспользоваться, чтобы не открывать Америки, добиться лучшего результата. Сейчас, например, очень важна типологическая характеристика дореволюционных местных, региональных газет, учитывая бурный рост региональной прессы и ее борьбу за выживание.

Поступила в редакцию
23.06.2005

[2] См.: *Воронкевич А.С.* Иллюстрированные еженедельники в России (1808—1904 гг.). М., 1985.