

Оглавление

Введение.....	5
Глава 1. Истоки возникновения средств массовой коммуникации, публицистики и журналистики.....	8
1.1. Роль человеческой речи и письменности в становлении массовой коммуникации	8
1.2. Изобретение печатного станка и первые газеты в «галактике Гутенберга».....	14
1.3. Журналистика и коммуникативистика: объектные и предметные области научных дисциплин.....	16
Глава 2. Массовая информация как центральная категория журналистики	30
2.1. Природа и сущность журналистской информации	30
2.2. Прагматические свойства журналистской информации.....	40
2.3. Факт как основа журналистского произведения.....	45
2.4. Источники информации: общая характеристика.....	49
2.5. Методы сбора, анализа и интерпретации информации	56
Глава 3. Информационная политика издания и принципы редакционной деятельности	105
3.1. Информационная политика издания	105
3.2. Редакция СМИ: базовые принципы организации и управления	109
3.3. Слагаемые редакционной работы.....	128
3.4. Организационно-управленческие аспекты деятельности конвергентной редакции.....	137
3.5. Роль главного редактора в управленческой системе редакции... ..	147
3.6. Структура и специфика деятельности информационного отдела издания.....	155

Глава 4. Жанровая система современной журналистики.....	161
4.1. Общая характеристика жанров журналистики.....	161
4.2. Основные подходы в классификации жанров журналистики.....	164
4.3. Информационные жанры журналистики	165
4.4. Аналитические жанры журналистики	189
4.5. Художественно-публицистические жанры	204
Глава 5. Типология СМИ: исследовательский опыт изучения	218
5.1. СМИ и СМК: к определению понятий	218
5.2. Типология СМИ	219
5.3. Типологические исследования в советский период.....	221
5.4. Типологические исследования СМИ в современной журналистике.....	230
5.5. Электронные СМИ: становление и развитие	249
Глава 6. Аудитория СМИ.....	258
6.1. Аудитория СМК: опыт исследования	258
6.2. Мотивы выбора канала информации читателями	260
6.3. Читательский интерес как фактор отношения к газете	264
6.4. Моделирование деятельности издания в зависимости от интересов читателей	274
6.5. Автор — газета — читатель: проблемы взаимодействия.....	281
Заключение	299
Литература	303