

Ворошилов В. В.

Журналистика. Учебник. 4-е издание. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. - 656 с.

Рассказывая о таком уникальном явлении социальной действительности, как российская журналистика, автор учебника рассматривает практически все аспекты ее функционирования в современных условиях.

Учебник адресуется преподавателям, аспирантам и студентам факультетов и отделений журналистики, а также журналистам, работающим в газетах, на телевидении и радио, информационных и рекламных агентствах, организациях «паблик рилейшнз».

Содержание

Введение	9
-----------------------	----------

Глава 1

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ РОССИИ	13
--	-----------

1.1. Пражурналистские явления	14
1.2. Ранние этапы развития прессы.....	18
1.3. Русская журналистика XIX века	28
1.4. Русская журналистика XX века	37
1.5. Исторические типы и теории журналистики.....	44
1.6. К истории гласности и свободы печати	51
1.7. История журналистского образования.....	56
1.8. Журналистика XXI века.....	61
Выводы	62
Контрольные вопросы и задания.....	63
Примечания.....	64
Литература.....	66

Глава 2

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН	68
--	-----------

2.1. Журналистика Европы.....	69
2.2. Журналистика Америки	80
2.3. Журналистика Азии.....	92
2.4. Журналистика Африки.....	95
2.5. Журналистика Австралии и Океании.....	98
2.6. Крупнейшие собственники СМИ.....	102
Выводы.....	107
Контрольные вопросы и задания.....	108
Примечания.....	109
Приложение. Список первых в мире ежедневных газет. Долгожители.....	112
Литература.....	114

Глава 3

ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ	117
---------------------------------------	------------

3.1. Газета и научно-технический прогресс	117
3.1.1. Из истории газетного производства	118
3.1.2. Допечатный процесс	121
3.1.2.1. Подготовка текста.....	122
3.1.2.2. Макет и верстка	127
3.1.3. Печатный процесс	132

3.2. Развитие электронных СМИ.....	140
3.2.1. Техника радиовещания	140
3.2.2. На пути к цифровому телевидению.....	142
3.2.3. Электронный инструмент в руках журналиста.....	150
Выводы.....	152
Контрольные вопросы и задания.....	153
Примечания	153
Литература.....	154

Глава 4

ТИПОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ	156
4.1. Журналистика как система средств массовой информации.....	157
4.1.1. Газеты на любой вкус	160
4.1.2. Плюрализм радиоволн.....	167
4.1.3. Эффект телевидения	175
4.1.4. Интернет.....	182
4.2. Инфраструктура журналистики	185
Выводы.....	195
Контрольные вопросы и задания.....	196
Примечания	196
Литература.....	198

Глава 5

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ЖУРНАЛИСТСКОГО ТВОРЧЕСТВА	199
5.1. Творчество журналиста и его продукт.....	200
5.1. 1. Понятийное и образное в газетном материале.....	202
5.1. 2. Инновации в творчестве журналистов электронных СМИ	208
5.2. Жанр как форма выступления журналиста	210
5.2.1. Информационные жанры.....	213
5.2.2. Аналитические жанры.....	220
5.2.3. Художественно- публицистические жанры.....	222
Выводы.....	231
Контрольные вопросы и задания.....	232
Примечания.....	233
Приложение. Организация деловой игры «Подготовка статьи, очерка, фельетона»	234
Литература.....	238

Глава 6

ЖУРНАЛИСТСКОЕ РАССЛЕДОВАНИЕ.....	242
6.1. Особенности журналистского исследования-расследования	246
6.1.1. Факты и версии	247
6.1.2. Конфликты и их анализ.....	249
6.1.3. Поиск информации	256
6.1.4. Наедине с листом бумаги	264

6. 3. АЖУР (Агентство журналистских расследований)	271
Выводы.....	288
Контрольные вопросы и задания.....	289
Примечания	290
Литература.....	291

Глава 7

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ЖУРНАЛИСТИКИ293

7.1. Журналистика как фактор развития общественного сознания.....	296
7.2. Анализ противоречий как метод журналистики.....	305
7.3. Интерактивность журналистики и ее проблемы	311
7.3.1. Редакция и аудитория: поиски контакта	313
7.3.2. Цели средства массовой информации и информационные предпочтения его аудитории	319
Выводы.....	325
Контрольные вопросы и задания.....	326
Примечания.....	327
Приложение. Дюжина примеров из журналистской практики автора учебника (областная и центральная пресса, журнал «Крокодил»)	329
Литература.....	332

Глава 8

СМИ: ПРАВОВЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ.....333

8.1. Правовое поле СМИ	334
8.2. Этика журналиста.....	315
8.2.1. Этика профессиональная и служебная.....	347
8.2.2. Кодекс как механизм саморегуляции в журналистских сообществах	351
8.3. Журналиста вызывают в суд	353
Выводы.....	367
Контрольные вопросы и задания.....	368
Примечания	369
Приложение. Правовой практикум	371
Литература.....	380

Глава 9

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ382

9.1. Ренессанс российской рекламы	383
9.1.1. История рекламы	384
9.1.2. Что такое реклама?	388
9.1.3. Рекламное объявление в газете: содержание и форма.....	393
9.1.4. Реклама на телевидении и радио.....	403
9.1.5. Организация рекламной деятельности	412
9. 2. Public relations	426

Выводы.....	437
Контрольные вопросы и задания.....	437
Примечания.....	438
Приложение. Public relations и реклама: Тесты.....	441
Литература.....	454

Глава 10

ЭКОНОМИКА ЖУРНАЛИСТИКИ.....456

10.1. СМИ в условиях перехода к рынку	458
10.1.1. Поиски коллективных форм управления экономикой.....	466
10.1.2. Интервенция частного капитала в журналистику	474
10.2. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ	495
10.2.1. Маркетинг прессы.....	497
10.2.2. Маркетинг электронных СМИ	509
10.2.3. Маркетинг СМИ и социология журналистики.....	513
10.2.4. Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.....	514
Выводы.....	521
Контрольные вопросы и задания.....	523
Примечания.....	523
Приложение. Примеры разработок бизнес-планов СМИ.....	526
Литература.....	534

Глава 11

МЕНЕДЖМЕНТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ535

11.1. Журналист в условиях рынка.....	536
11.1.1. Сотрудник СМИ: потенциал творческой личности.....	536
11.1.2. Самомаркетинг как условие становления журналиста	540
11.1.3. Истоки миграции в журналистской среде.....	547
11.2. Управление в редакции.....	552
11.2.1. Менеджер в газете	556
11.2.2. Руководитель как гарант стабильности редакционного коллектива.....	566
Выводы.....	575
Контрольные вопросы и задания.....	576
Примечания.....	577
Литература.....	579

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....580

БИБЛИОГРАФИЯ.....586

ПРИЛОЖЕНИЕ

Закон Российской Федерации

«О средствах массовой информации»..... 614

Глава I	
Общие положения	614
Глава II	
Организация деятельности средств массовой информации	617
Глава III	
Распространение массовой информации.....	624
Глава IV	
Отношение средств массовой информации с гражданами и организациями.....	628
Глава V	
Права и обязанности журналиста	631
Глава VI	
Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации	634
Глава VII	
Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации	636
Федеральный закон Российской Федерации «О рекламе»	639
Глава I	
Общие положения	639
Глава II	
Общие и специальные требования к рекламе.....	641
Глава III	
Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.....	650
Глава IV	
Государственный контроль и саморегулирование в области рекламы	651
Глава V	
Контрреклама и ответственность за ненадлежащую рекламу.....	653
Глава VI	
Заключительные положения	655