

Ворошилов В. В.

Журналистика. Базовый курс. Учебник. 5-е издание. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. — 640 с.

Рассказывая о таком уникальном явлении социальной действительности, как журналистика, автор учебника рассматривает ее теоретические аспекты и особенности функционирования в современных условиях.

Учебник адресуется преподавателям, аспирантам и студентам факультетов и отделений журналистики, а также журналистам, работающим в газетах, на телевидении и радио, в информационных и рекламных агентствах, организациях «публик 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.....	54
1.7.История журналистского образования.....	59
1.8.Журналистика XXI века.....	65
Выводы.....	65
Контрольные вопросы и задания.....	66
Примечания.....	67
Литература.....	70
Глава 2	
ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН.....	71
2.1.Журналистика Европы.....	72
2.2.Журналистика Америки	83
2.3.Журналистика Азии.....	94
2.4.Журналистика Африки.....	97
2.5.Журналистика Австралии и Океании.....	101
2.6.Крупнейшие собственники СМИ.....	104
Выводы	109
Контрольные вопросы и задания.....	110
Примечания.....	111
Приложение. Список первых в мире ежедневных газет.	

Долгожители.....	114
Литература.....	116

Глава 3

ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ	119
3.1. Газета и научно-технический прогресс.....	119
3.1.1.Из истории газетного производства	120
3.1.2.Допечатный процесс.....	123
3.1.2.1.Подготовка текста.....	124
3.1.2.2.Макет и верстка.....	129
3.1.3.Печатный процесс.....	134
3.2. Развитие электронных СМИ	142
3.2.1.Техника радиовещания	142
3.2.2.На пути к цифровому телевидению	144
3.2.3.Электронный инструмент в руках журналиста	152
Выводы	154
Контрольные вопросы и задания	154
Примечания.....	155
Литература	156

Глава 4

ТИПОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	158
4.1.Журналистика как система средств массовой информации.....	159
4.1.1.Газеты на любой вкус	162
4.1.2.Плюрализм радиоволн.....	169
4.1.3.Эффект телевидения.....	177
4.1.4.Интернет	184
4.2.Инфраструктура журналистики	190
Выводы	200
Контрольные вопросы и задания.....	201
Примечания.....	201
Литература.....	203

Глава 5

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ЖУРНАЛИСТСКОГО ТВОРЧЕСТВА.....	204
5.1. Творчество журналиста и его продукт.....	205
5.1.1. Понятийное и образное в газетном материале.....	206
5.1.2. Инновации в творчестве журналистов электронных СМИ.....	212
5.2. Жанр как форма выступления журналиста.....	215
5.2.1. Информационные жанры	218
5.2.2. Аналитические жанры.....	224
5.2.3. Художественно-публицистические жанры	227
Выводы	236
Контрольные вопросы и задания	236
Примечания.....	237
Приложение. Организация деловой игры	
«Подготовка статьи, очерка, фельетона»	238
Литература	242

Глава 6

ЖУРНАЛИСТСКОЕ РАССЛЕДОВАНИЕ.....	246
6.1. Особенности журналистского исследования-расследования.....	250
6.1.1. Факты и версии	251
6.1.2. Конфликты и их анализ.....	253
6.1.3. Поиск информации.....	260
6.1.4. Наедине с листом бумаги	268
6.2. АЖУР (Агентство журналистских расследований).....	274
Выводы	291
Контрольные вопросы и задания.....	292
Примечания	292
Литература.....	293

Глава 7

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	295
------------------------------------	-----

7.1. Журналистика как фактор развития общественного сознания.....	298
7.2. Анализ противоречий как метод журналистики	306
7.3. Интерактивность журналистики и ее проблемы.....	313
7.3.1. Редакция и аудитория: поиски контакта	315
7.3.2. Цели средства массовой информации и информационные предпочтения его аудитории.....	320
Выводы	327
Контрольные вопросы и задания	328
Примечания.....	328
Приложение. Дюжина примеров из журналистской практики автора учебника (областная и центральная пресса, журнал «Крокодил»)	331
Литература	334

Глава 8

СМИ: ПРАВОВЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ	335
8.1. Правовое поле СМИ.....	336
8.2. Этика журналиста.....	346
8.2.1. Этика профессиональная и служебная.....	348
8.2.2. Кодекс как механизм саморегуляции в журналистских сообществах	353
8.3. Журналиста вызывают в суд.....	355
Выводы.....	369
Контрольные вопросы и задания.....	370
Примечания.....	371
Приложение. Правовой практикум.....	372
Литература.....	384

Глава 9

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	386
9.1. Ренессанс российской рекламы.....	387
9.1.1. История рекламы.....	388

9.1.2. Что такое реклама?	392
9.1.3. Рекламное объявление в газете: содержание и форма.....	396
9.1.4. Реклама на телевидении и радио.....	404
9.2. Организация рекламной деятельности	412
Выводы	426
Контрольные вопросы и задания	426
Примечания.....	427
Приложение. Реклама: тесты.....	428
Литература	436

Глава 10

ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	438
10.1. Public relations: дефиниции и функции	438
10.2. Пресс-службы	446
10.2.1. Пресс-секретарь.....	449
10.3. PR: приемы связи со средствами массовой информации.....	452
10.3.1. Устные контакты.....	452
10.3.2. Информационный пакет.....	454
10.3.3. Пресс-конференция.....	465
10.4. PR во властных структурах.....	472
Выводы.....	487
Контрольные вопросы и задания.....	488
Примечания.....	488
Приложение. Public relations: тесты.....	490
Литература.....	496

Глава 11

ЭКОНОМИКА ЖУРНАЛИСТИКИ.....	497
11.1. СМИ в условиях перехода к рынку	499
11.1.1. Поиски коллективных форм управления экономикой	507
11.1.2. Интервенция частного капитала в журналистику.....	515
11.2. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ.....	535

11.2.1.Маркетинг прессы.....	537
11.2.2.Маркетинг электронных СМИ.....	549
11.2.3.Маркетинг СМИ и социология журналистики ..	552
11.2.4.Поиск оптимальной финансовой модели СМИ ..	554
Выводы	561
Контрольные вопросы и задания.....	563
Примечания.....	563
Приложение. Примеры разработок бизнес-планов СМИ студентами «ЛЭТИ» (в сокращении)	566
Литература.....	573
 Глава 12	
МЕНЕДЖМЕНТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	574
12.1.Журналист в условиях рынка.....	575
12.1.1.Сотрудник СМИ: потенциал творческой личности.....	575
12.1.2.Самомаркетинг как условие становления журналиста.....	579
12.1.3.Истоки миграции в журналистской среде.....	586
12.2.Управление в редакции.....	590
12.2.1.Менеджер в газете	595
12.2.2.Руководитель как гарант стабильности редакционного коллектива.....	605
Выводы.....	613
Контрольные вопросы и задания.....	614
Примечания.....	615
Литература	617
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	618
БИБЛИОГРАФИЯ.....	622