

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Современная структура и динамика медиасистемы	10
Средства массовой информации / массмедиа: определение	10
Основные сегменты медиасистемы	14
Медиасистема: основные силы влияния	22
Динамика национальных медиасистем в XX–XXI вв.	28
Медиасистема России на рубеже XX–XXI вв.	32
Глава 2. Исторические этапы развития отечественной медиасистемы	37
Становление русской журналистики в XVIII веке	37
Русские газеты в XVIII веке	40
Первые русские журналы	43
Развитие российской прессы в XIX веке	52
Вторая половина XIX — начало XX века	61
Советский период в истории российской журналистики	73
Глава 3. Правовое и этическое регулирование СМИ	85
Нормативно-правовая база в сфере СМИ: основные этапы	85
Законодательство о СМИ: источники, ограничительная политика	87
Организация деятельности СМИ	90
Отношения СМИ с гражданами и организациями	92
Права и обязанности журналиста	98
Освобождение редакции и журналиста от ответственности	101
Этическое регулирование СМИ	103
Глава 4. Печатные СМИ	109
Основные этапы формирования современных печатных СМИ	109
Основные характеристики газетной периодики	112
Современная журнальная периодика	123
Региональная, городская и районная пресса	132
Тенденции развития печатных СМИ	137
Глава 5. Информационные агентства	141
Информационные агентства в России: исторический обзор	141
Информационные агентства как тип СМИ	144
Типология российских информационных агентств	147
Российские ИА в условиях развития новых информационных технологий	162
Глава 6. Радиовещание	169
Становление современного российского радиовещания	169
Основные сегменты системы радиовещания	173

ОГЛАВЛЕНИЕ

Факторы влияния на российское радиовещание	177
Типы и форматы радиостанций	181
Глава 7. Телевидение	187
Становление современного российского телевидения	187
Факторы влияния на российское телевидение	191
Доставка телевизионного сигнала и телевизионных программ на принимающие устройства	195
Производство телевизионного контента	203
Телеканалы	208
Глава 8. Онлайн-СМИ	220
Технологические предпосылки формирования онлайн-СМИ	220
Классификация онлайн-СМИ	222
Особенности потребления и аудитория онлайн-СМИ	226
Контент онлайн-СМИ	228
Бизнес-модели онлайн-СМИ	234
Перспективы развития онлайн-СМИ	236
Глава 9. Социальные медиа	241
Социальные медиа: общая характеристика	241
Особенности развития Рунета	247
Особенности функционирования социальных сетей	249
Поисковые системы и мессенджеры	255
Блогеры, инфлюенсеры и «новые профессионалы»	261
Актуальные тенденции развития российских социальных медиа	265
Глава 10. Книгоиздание	269
Становление книгоиздательской отрасли в России	269
Система государственной поддержки книгоиздания	272
Основные тенденции развития книгоиздательской отрасли на современном этапе	273
Книгоиздательская деятельность	279
Система книгораспространения России	283
Глава 11. Киноиндустрия	291
Основные этапы развития отечественного кино	292
Государственная поддержка и регулирование в сфере кинематографии РФ	298
Финансирование аудиовизуального проекта	302
Кинопрокат и кинопоказ	311
Видеопиратство в России	316
Видео по запросу	318
Глава 12. Реклама	325
Становление медиарекламного рынка в современной России	325
Реклама как основа бизнес-модели российских СМИ	328
Особенности рекламных продаж в российских СМИ	333
Реклама в контенте СМИ	338

Глава 13. Связи с общественностью	345
Основные этапы развития связей с общественностью	345
Современные тенденции развития связей с общественностью ...	350
Типы коммуникаций в связях с общественностью	357
Институциональная структура PR-рынка	364
Профессиональные сообщества в сфере связей с общественностью	365
Глава 14. Медиакомпании	368
Экономическая история российской медиасистемы	368
Особенности российских медиакомпаний	384
Глава 15. Аудитория СМИ	392
Определение понятия	392
Характеристики и типология аудитории	394
Аудитория телевидения	401
Аудитория радио	410
Аудитория печатных СМИ	413
Аудитория Интернета	418
Приложение	425