

В.В. Хорольский

**Медийность текстов в средствах массовой  
коммуникации**

*Монография*

*3-е издание, стереотипное*

Москва  
Издательство «ФЛИНТА»  
2020

УДК 070  
ББК 76.01  
X81

**Хорольский В.В.**  
X81 Медийность текстов в средствах массовой коммуникации [Электронный ресурс]: монография / В.В. Хорольский. – 3-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 243 с.

ISBN 978-5-9765-2468-2

Данная монография призвана охарактеризовать факторы становления медийного модуля и признаки медийности текстов, порожденных в сфере масс-медиа, чтобы вскрыть и проанализировать причины кризисных явлений в коммуникативной культуре и в профессии «журналист». Значимость проблемы обусловлена качественными изменениями в культуре информирования широких слоев населения и в трансформации журналистской профессии в последние десятилетия.

Для научных работников, специалистов в области масс-медиа, преподавателей вузов, аспирантов, студентов и всех интересующихся проблемами СМИ.

УДК 070  
ББК 76.01

ISBN 978-5-9765-2468-2

© Хорольский В.В., 2015  
© Издательство «ФЛИНТА», 2015

Ä

# Содержание

<b>Введение.....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Медийность как категория науки о масс-медиа:</b>	
<b>терминологические разъяснения.....</b>	<b>12</b>
1.1. Массовая коммуникация, масс-медиа, медийность и журналистика: неразрывность и различие смысловых векторов, уточнение базовых терминов.....	12
1.2. Медийность текстов и массовая коммуникация в XXI в.....	40
<b>Глава 2 . Медийность и событийность в масс-медиа.....</b>	<b>49</b>
2.1. <i>«Событие» и особенности подачи новостей в медийных текстах.....</i>	<i>49</i>
2.2. <i>Событие в жизни и событие в масс-медиа: различие и различение.....</i>	<i>65</i>
2.3. <i>Важные политические новости и первичные события         в сегодняшнем мире (на примерах ближневосточных событий         последних лет).....</i>	<i>77</i>
<b>Глава 3. «Медийность» и «художественность»: диалектика     противостояния и взаимодействия в СМИ.....</b>	<b>101</b>
3.1. Эстетический идеал и медийно-художественная природа дискурсов в новейшей культуре Запада.....	101
3.1.1. Эстетический идеал в литературном произведении.....	101
3.1.2. Эстетический идеал в публицистическом произведении.....	109
3.2. Эстетический идеал и проблемы этики.....	132
3.2.1. Этический идеал и культура журналиста.....	132
3.2.2. Отступления от стандартов лингвокультурологической этики в СМИ.....	138

<b>Глава 4. Лингвокультурологические параметры политических медийных текстов.....</b>	<b>151</b>
4.1. Медийный модуль социально-политического пространства: идеологические и лингвокультурологические грани.....	151
4.2. Стил ь публицистических выступлений Б. Обамы.....	164
 <b>Глава 5. «Медийность», «развлекательность» и «научность» в СМИ.....</b>	<b>179</b>
5.1. Гедонистическая составляющая в «популярных» изданиях и на экранах ТВ.....	179
5. 2. Лингво-семиотические грани медийности в научно-популярных текстах.....	192
5.3. Социальное проектирование и научно-популярные тексты в СМИ.....	212
5.3.1 Футурология в медийной информации.....	212
5.3.2. Медийность и научность в журналах ЮНЕСКО.....	219
 <b>Заключение.....</b>	<b>232</b>
 <b>Список литературы.....</b>	<b>238</b>