

Е.А. Корнилов, Е.Е. Корнилова

**МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
НА РУБЕЖЕ ТЫСЯЧЕЛЕТИЙ**

Монография

2-е издание, стереотипное

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2017

УДК 070
ББК 76.0
К67

Научный редактор
д-р филол. наук, проф. *В.Д. Таказов*

Корнилов Е.А.

К67 Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий
[Электронный ресурс]: монография / Е.А. Корнилов,
Е.Е. Корнилова. — М. : ФЛИНТА, 2017. — 256 с.

ISBN 978-5-9765-1360-0

Книга посвящена научным проблемам массовых коммуникаций, в ней подводится итог развитию журналистики и освещается современный этап науки о ней, раскрываются основные принципы формирования глобального информационного общества, тенденции развития новейших средств массовых коммуникаций, рекламы. Впервые дается комплексный, системный анализ процессов, происходящих в отечественных и мировых средствах массовой коммуникации в конце XX — начале XXI века.

Книга адресована теоретикам и практикам журналистики, студентам, аспирантам и всем, кто интересуется процессами, происходящими в сфере массовых коммуникаций.

УДК 070
ББК 76.0

ISBN 978-5-9765-1360-0

© Корнилов Е.А.,
Корнилова Е.Е., 2017
© Издательство «ФЛИНТА», 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	4
Раздел I. Проблемы методологии исследования	5
1. Методологические проблемы исследования журналистики	5
2. Классификация в истории и теории журналистики	17
3. Типология журналистики: основные понятия и категории	21
Раздел II. Система, типология и состояние прессы на рубеже веков	35
1. Журналистика в изменяющемся мире	35
2. Социокультурные модели журналистики	43
3. Советский и российский самиздат	57
4. Пресса на бульваре	82
Раздел III. Глобализация информационных процессов и телевидение	124
1. Телевидение — величайшее явление культуры и технической мысли	124
2. Технологии телевизионного творчества	135
3. Программы и жанры советского телевидения	152
4. Современные концепции и модели телевидения	167
5. Методика исследования телевизионных каналов	177
6. Позиционирование российских каналов	182
7. Телевидение и Интернет в России: конвергенция технологий	192
8. Цифровое телевидение	211
9. Платное телевидение в России: тенденции развития	218
Раздел IV. Средства массовой коммуникации в современном мире	231
1. Четвертая власть	231
2. Система средств массовой информации или коммуникации? ...	235
3. Реклама как объект научного исследования	238
4. Типология рекламы	247
5. Инфо-ноосфера и журналистика будущего	252
Литература	255