

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
<b>ЧАСТЬ 1. ТЕКСТ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ</b>	
<b>1. ТЕКСТ В СИСТЕМЕ ПУБЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>	
1.1. Система современных публичных коммуникаций.....	7
1.2. Текст как лингвистический феномен.....	13
1.3. Текст как структурированное целое.....	21
1.4. Типы информации в тексте.....	23
1.5. Категория информативности.....	27
<b>II. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА</b>	
2.1. Текст в системе политических и бизнес-коммуникаций.....	33
2.2. Проблемы перевода и адаптации речевых тактик.....	40
2.3. Прецедентные тексты в медиапространстве.....	44
2.4. Лингвистические особенности политических медиатекстов.....	50
<b>III. МЕДИАТЕКСТ КАК РЕСУРС ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ И ПОВЕДЕНИЕ АУДИТОРИИ</b>	
3.1. Воздействие на различные типы аудитории.....	63
3.2. Развитие классических риторических традиций в современной коммуникативной практике.....	68
3.3. Типология речевого воздействия.....	72
3.4. Стратегии влияния.....	82
3.4.1. Информирование.....	88
3.4.2. Убеждение.....	98
3.4.3. Манипулирование.....	110

## **ЧАСТЬ 2. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ТЕКСТОПОРОЖДАЮЩАЯ СИСТЕМА**

### **IV. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ФАКТОР ТИПОЛОГИЧЕСКОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СМИ**

4.1. Типологические модели СМИ.....	168
4.2. Философские основания профессиональной культуры....	180
4.3. Профессиональная идеология.....	194
4.4. Технологии профессиональной деятельности журналиста.....	192

### **V. ТРИ ЖУРНАЛИСТИКИ, ТРИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРЫ.....**

5.1. Журналистика как бизнес.....	213
5.2. Журналистика влияния.....	227
5.3. Общественная, социальная, гражданская – поиски новой модели.....	246
5.4. Журналистика соучастия.....	279

### **VI. ТЕХНОЛОГИИ ЖУРНАЛИСТИКИ СОУЧАСТИЯ**

6.1. Диалог в системе журналистики соучастия.....	289
6.2. Информационные акции и кампании как инструмент журналистики соучастия.....	305
6.3. Медиаобразовательные технологии в системе журналистики соучастия.....	346

Заключение.....370

Список литературы.....373