

УДК 070(075.8)  
ББК 76.0я73  
Ч-90

Электронные версии книг  
на сайте [www.prospekt.org](http://www.prospekt.org)

**Рецензенты:**

**Минаева Л. В.**, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой международной коммуникации факультета мировой политики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;

**Кужелева-Саган И. П.**, доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии Национального исследовательского Томского государственного университета.

**Чумиков А. Н.**

Ч-90 Медиакommunikation : учебник. — Москва : Проспект, 2023. — 208 с.  
ISBN 978-5-392-39246-9

Учебник охватывает тематическое поле федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по направлению подготовки «Медиакommunikation» для бакалавриата и магистратуры и сопрягает его с другими ФГОС коммуникационных направлений и специальностей «Журналистика», «Медиакommunikation и журналистика», «Реклама и связи с общественностью». Такой подход является отражением и признанием глобальности современного информационного мира.

Книга «Медиакommunikation» — это то, что журналисты должны знать о PR, а специалисты по рекламе и связям с общественностью — о журналистике.

Учебник предназначен для студентов, преподавателей и практиков.

УДК 070(075.8)  
ББК 76.0я73

*Учебное издание*

**Чумиков Александр Николаевич**  
**МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**  
**Учебник**

Подписано в печать 19.04.2023. Формат 60×90 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Печать цифровая. Печ. л. 13,0. Тираж 1000 (1-й завод 100) экз. Заказ №  
ООО «Проспект»  
111020, г. Москва, ул. Боровая, д. 7, стр. 4.

ISBN 978-5-392-39246-9

© Чумиков А. Н., 2023  
© ООО «Проспект», 2023

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение.</b> Медиасистема, медиапроект, медиапродукт .....	3
<b>Глава I</b>	
<b>МЕДИАРЫНОК</b> .....	5
Телевидение .....	6
Радио .....	9
Печатные СМИ.....	11
Социальные медиа.....	19
<b>Глава II</b>	
<b>МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ</b> .....	24
Количественные и качественные показатели в конкретных социологических исследованиях (КСИ) и медиаизмерениях.....	24
Информационный аудит (мониторинг) .....	30
Оценка публикационной активности (KPI) .....	38
<b>Глава III</b>	
<b>МЕДИАПРОДУКТЫ</b> .....	43
Продукты для использования в медиа.....	44
Продукты для публикации в медиа .....	47
Универсальные медиапродукты.....	51
<b>Глава IV</b>	
<b>МЕДИАПРОИЗВОДСТВО</b> .....	57
Новости в медиапродукте.....	57
Факты в медиапродукте .....	63

Смыслообразование в медиапродукте .....	70
Сторителлинг в медиапродукте .....	83
<b>Глава V</b>	
<b>МЕДИАПРОДВИЖЕНИЕ.....</b>	<b>93</b>
PR медиапродукта.....	94
Медиареклама.....	100
Медиасообщества и медиаинфлюенсеры.....	104
<b>Глава VI</b>	
<b>МЕДИАСОБЫТИЯ .....</b>	<b>114</b>
Традиционная пресс-конференция.....	114
Интернет-конференция и «прямая линия».....	118
Брифинг и пресс-подход .....	119
Пресс-ланч и деловой обед.....	120
Конференция.....	121
Презентация .....	122
Пресс-тур и блог-тур.....	123
Круглый стол.....	128
Конкурс .....	130
Клубный вечер .....	131
<b>Глава VII</b>	
<b>МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ .....</b>	<b>133</b>
Планирование медиарилейшнз .....	133
Медиапланирование.....	139
<b>Глава VIII</b>	
<b>МЕДИАКАМПАНИИ.....</b>	<b>146</b>
Типология коммуникационных кампаний.....	146
Медийная составляющая коммуникационных кампаний.....	147
<b>Глава IX</b>	
<b>МЕДИАКОММУНИКАЦИИ КОНФЛИКТА.....</b>	<b>158</b>
Дезинформация .....	158
Фейки .....	161

Троллинг.....	165
Коммеморация .....	168
Конспирология .....	173
Информационные войны.....	175
Спецпропаганда.....	180
Лоббизм.....	184
<b>Глава X</b>	
<b>МЕДИАСТРУКТУРЫ И СПЕЦИАЛИСТЫ .....</b>	<b>189</b>
Традиционные построения.....	189
Новые профессии.....	193
<b>Список источников.....</b>	<b>197</b>