

ОГЛАВЛЕНИЕ

Авторское предисловие	5
Предисловие академика РАН М. К. Горшкова	7
Предисловие председателя Союза журналистов России В. Л. Богданова	9
Введение. Медиарилейшнз: место в системе связей с общественностью и общие принципы построения	11
Глава 1. Новостное производство и смысловое позиционирование информационных материалов. MR-тексты	19
Правовые и административные механизмы регулирования медийного контента	19
Создание информационного потока и управление им: <i>take story</i>	24
Смыслообразование в текстах для СМИ: <i>take sence</i>	39
Особенности MR-текстов и общие требования к их подготовке	52
<i>MR-тексты и журналистские материалы</i>	52
<i>MR-тексты и реклама</i>	54
<i>Общие правила подготовки MR-текстов</i>	56
Материалы для непосредственной публикации	57
<i>Информационные жанры</i>	57
<i>Аналитические жанры</i>	61
<i>Художественно-публицистические жанры</i>	68
Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий	69
Глава 2. Специальные события для СМИ и других целевых групп, способных дать медийный резонанс	78
Пресс-конференция и брифинг	78
<i>Планирование и оповещение</i>	79
<i>За час до пресс-конференции</i>	80
<i>Встреча ньюсмейкеров</i>	81
<i>Начало пресс-конференции</i>	82
<i>После пресс-конференции</i>	84
Конференция	89

Презентация	91
Пресс-тур	93
Клубный вечер (<i>party</i>)	99
«Круглый стол»	100
Конкурс	102
Глава 3. Новые медиарелейшнз в пространстве конвергентных СМИ и социальных сетей	113
<i>Web 1.0:</i> создание, продвижение, насыщение интернет-сайтов	115
<i>Web 2.0:</i> активная, интерактивная, многосторонняя коммуникация. Социальные сети и блогинг как их составляющая	117
<i>Web 3.0:</i> от «простого» общения и «полуавтоматического» анализа к инновационным системам формирования контента и рекомендательным сервисам	140
Конвергентные СМИ. Изменения в производстве контента, измерениях информационного поля и организации мероприятий для медиа	148
<i>Глобальные тенденции в медиасфере</i>	148
<i>Возникновение конвергентных СМИ</i>	151
<i>Особенности работы MR-специалиста по подготовке контента для новых медиа</i>	155
<i>Измерения информационного поля</i>	159
<i>Подготовка мероприятий для СМИ в условиях новых медиарелейшнз</i>	171
Использованная литература	184