

УДК [316.74:659.4](470+571)(035.3)
ББК 60.842
Б90

Р е ц е н з е н т ы:

доктор социологических наук, профессор *В.П. Коломиец*
доктор филологических наук, профессор *В.А. Евстафьев*
доктор социологических наук *И.А. Полуэхтова*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Б90 **Бузин, Валерий Николаевич.** Социальное управление российским медиапространством. Системно-деятельностный подход: монография / В.Н. Бузин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 311 с.

ISBN 978-5-238-02288-8

Агентство СІР РГБ

Предлагаемая вниманию читателей книга является развитием научных идей социологии управления в области массовых коммуникаций, разрабатываемых автором в предыдущих книгах «Медиапланирование. Теория и практика» (2010), «Основы медиапланирования» (2002), «Медиапланирование для практиков» (2006, 2008), «Гуманизация социально-экономических отношений в современном обществе» (2010) и более чем в 50 статьях.

Новая книга посвящена разработке концепции системно-деятельностного подхода к управлению медиапространством, который позволяет дать целостную картину медиапространства как части пространства социального. Для анализа структуры медиапространства вводится понятие базового элемента медиапространства, которое используется и для выявления функциональной связи объектов российского медиапространства. Описываются система эффективного управления российским медиапространством и система контроля за реализацией управленческих решений.

Для социологов, психологов и маркетологов, работающих в сфере массовых коммуникаций. Будет полезна всем специалистам в области массовых коммуникаций, рекламы и PR.

ББК 60.842

ISBN 978-5-238-02288-8

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2012

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания (ФЗ № 94-ФЗ от 21 июля 2005 г.).

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2012

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Медиапространство как объект социально-управленческой деятельности	13
1.1. Социальное пространство в социологическом дискурсе	13
1.2. Медиапространство как составная часть социального пространства	31
1.3. Социологические парадигмы управления медиапространством	42
Глава 2. Системно-деятельностный подход к управлению медиапространством	63
2.1. Особенности системного подхода к социальному управлению медиапространством	63
2.2. Принцип деятельности как теоретическая основа социального управления медиапространством	80
2.3. Основные элементы и функциональные связи медиапространства как объекта управления с точки зрения системно-деятельностного подхода	92
Глава 3. Российское медиапространство как многоуровневый объект социального управления: состояние и проблемы	102
3.1. Многоуровневость медиапространства как специфическая черта управления российским медиапространством	102
3.2. Структура национального российского медиапространства как объект социального управления	110
3.3. Структура регионального и анклавного российского медиапространства как объект социального управления	129
3.4. Медиахолдинги и структура собственности российского медиапространства как объект социального управления	141
Глава 4. Российское медиапространство как социокультурная среда социального управления	151
4.1. Количественные и качественные характеристики национальной аудитории средств массовой коммуникации	151
4.2. Специфика региональной аудитории средств массовой коммуникации	178

4.3. Типологизация регионального медиапространства как метод стандартизации управленческой среды	207
Глава 5. Системно-деятельностные принципы эффективного управления российским медиапространством	229
5.1. Социологические источники и инструментарий управления российским медиапространством	229
5.2. Эффективное управление российским медиапространством через многоуровневое управление информационными кампаниями	256
5.3. Методы контроля эффективности управленческих решений при управлении российским медиапространством	274
Заключение	290
Литература	294