

Оглавление

Предисловие	5
ГЛАВА I	
Трансформации методологических конструктов в исследовании медиакommunikаций	23
1.1. СМИ как смысловое воссоздание образно-символического пространства социальной реальности	23
1.2. Теоретико-методологические подходы к изучению телевидения в мультимедийной среде	33
1.3. К методологическим обоснованиям новой теории журналистики и медиа	61
1.4. Традиции и инновации в осмыслении медиа и журналистики	76
1.5. Методология исследования медиа в «эпоху цифровой цивилизации»	89
1.6. Методологические конструкты анализа медиа в условиях цифровых трансформаций	111
1.7. Теории среднего уровня в исследованиях информационно-коммуникативных медиасистем	129
1.8. Социально-психологические аспекты исследования современных информационно-коммуникативных процессов ...	148
1.9. Медиаconstituting цифровую экономики	161
ГЛАВА II	
Региональное телевидение в условиях цифрового развития России	177
2.1. Особенности переходного периода на цифровое телевидение	177
2.2. Информационно-коммуникативные медиасистемы регионов в «Стратегии пространственного развития России»	189
2.3. Стратегии развития и судьба регионального телевидения ...	200
2.4. Региональное телевидение в условиях цифровых трансформаций	213
2.5. Некоторые итоги перехода на цифровое телевизионное вещание	235
ГЛАВА III	
Модели взаимодействия медиа с аудиторией	259
3.1. Особенности взаимодействия человека и коммуникативных технологий	259

3.2. Моделирование медиа как теоретическая проблема и практическая задача	261
3.3. Коммуникативные технологии в построении моделей социального взаимодействия	277
3.4. Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа	285
3.5. Информационно-коммуникативное взаимодействие новых медиа с аудиторией	295
3.6. Миграционные процессы и толерантность: социологический аспект	299
3.7. Стратегии телевидения в условиях формирования «коммуникативных сообществ»	304
3.8. Влияние медиакommunikаций на модели поведения аудитории: методологический аспект	313
3.9. Власть идеологии и идеология власти	316
3.10. Власть доверия и доверие власти	331
3.11. Доверие к СМИ: социологический аспект	345
3.12. Краудсорсинговые технологии в политике и журналистике	347
3.13. Коммуникативные стратегии медиасистем в формировании общероссийской идентичности в мультикультурных регионах	350
3.14. Антропоцентрическая модель коммуникации в контексте ценностных предпочтений телевизионной аудитории	356
3.15. Конфликт поколений или моделей коммуникации? (Социологический аспект)	365
3.16. Национальная информационно-просветительская медиаплатформа в молодежной политике	377
ГЛАВА IV	
Медиаобразование для профессионалов	381
4.1. Особенности работы журналиста в мультимедийной среде	381
4.2. Дополнительное образование в медиаиндустрии	391
Вместо заключения	410
Литература	412
Об авторе	414