

# Оглавление

<b>Предисловие .....</b>	<b>5</b>
ГЛАВА I	
<b>Трансформации методологических конструктов в исследовании медиакоммуникаций .....</b>	<b>23</b>
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 осмыслиннии 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. Медиасоставляющая цифровой экономики .....	161
ГЛАВА II	
<b>Региональное телевидение в условиях цифрового развития России .....</b>	<b>177</b>
2.1. Особенности переходного периода на цифровое телевещание .....	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	
<b>Модели взаимодействия медиа с аудиторией .....</b>	<b>259</b>
3.1. Особенности взаимодействия человека и коммуникативных технологий .....	259

## Оглавление

---

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 медиакоммуникаций 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
<b>ГЛАВА IV</b>	
<b>Медиаобразование для профессионалов . . . . .</b>	<b>381</b>
4.1. Особенности работы журналиста в мультимедийной среде . . . . .	381
4.2. Дополнительное образование в медиаиндустрии . . . . .	391
<b>Вместо заключения . . . . .</b>	<b>410</b>
<b>Литература . . . . .</b>	<b>412</b>
<b>Об авторе . . . . .</b>	<b>414</b>