

Кириллова Н. Б.

Медиакультура: теория, история, практика: Учебное пособие. — М.: Академический Проект; Культура, 2008. — 496 с. — *(Фундаментальный учебник)*.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
Глава 1. МЕДИАГЕНЕЗИС.....	6
1.1. Медиакультура как предмет изучения.....	6
1.2. Медиакультура в исторической репрезентации.....	18
1.3. Медиакультура как знаковая система.....	37
1.4. Социальные функции медиакультуры.....	46
Глава 2. МЕДИАКУЛЬТУРА КАК ФЕНОМЕН ЭПОХИ МОДЕРНА.....	54
2.1. Технический прогресс и культура модерна.....	54
2.2. Медианновации индустриального общества.....	61
2.3. Триумф кинематографа.....	73
2.4. От медианноваций — к социальной модернизации.....	88
Глава 3. МЕДИАКУЛЬТУРА И МИФЫ XX ВЕКА.....	92
3.1. Миф как инструмент власти.....	92
3.2. Миф как коммуникационная система.....	101
3.3. Мифологизация прессы.....	103
3.4. Мифотворчество в кино.....	109
3.5. Телевидение как «фабрика мифов».....	128
Глава 4. ДИСКУРСИВНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАПРОСТРАНСТВА.....	142
4.1. Драмы идей «диалогизма».....	142
4.2. Дихотомия «элитарное — массовое» как парадокс культуры.....	153
4.3. Метаморфозы кино.....	165

4.4. Концепт постмодерна.....	197
Глава 5. ВЫЗОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭПОХИ.....	212
5.1. «Демассификация» массмедиа.....	216
5.2. Телекратия и клип-культура.....	219
5.3. Компьютеризация и социальная память.....	226
5.4. Интернет и «виртуальная реальность».....	230
5.5. Глобализм и поиски новой идентичности.....	236
Глава 6. МЕДИАКУЛЬТУРА КАК ИНТЕГРАТОР СРЕДЫ РОССИЙСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ.....	240
6.1. Методологические аспекты социально-культурной модернизации.....	240
6.2. Особенности российской модернизации.....	245
6.3. Модели развития массмедиа как социального института.....	257
6.4. Медиакультура как «катализатор» диалога власти и общества.....	261
6.5. Медиасреда «российского транзита» в демократию.....	266
6.5.1. Издательская система и массовая печать.....	269
6.5.2. Расширение теле- и радиопространства.....	275
6.5.3. Социальная роль массмедиа и доверие общества к ним.....	279
6.5.4. Информационные агентства и сфера их влияния.....	293
6.6. «Глобальная» медиасреда и ее влияние на социум.....	297
6.6.1. Аудиовизуальные коммуникации и экранная культура.....	299
6.6.2. Интернет как пространство свободной коммуникации.....	305
6.6.3. Искусство в киберпространстве мультимедиа.....	309
Глава 7. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНТЕГРИРУЮЩАЯ СИСТЕМА.....	320
7.1. Медиаменеджмент как феномен управленческой культуры информационной эпохи.....	320
7.2. Медиapolитика государства и правовая основа медиаменеджмента.....	324
7.3. Интернет и электронный менеджмент.....	336
7.3.1. «Электронное правительство» в информационном обществе.....	336

7.3.2. Сетевые коммуникации и современная журналистика.....	352
7.3.3. Интернет и электронная коммерция.....	360
7.4. Инновации аудиовизуального менеджмента.....	375
7.4.1. Продюсерство в кино и на телевидении.....	375
7.4.2. Киноиндустрия и кинопрокат в новой России.....	386
7.4.3. Проблемы продюсерского телекино в России.....	395
7.4.4. Фестивальный менеджмент.....	401
Глава 8. МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ.....	416
8.1. Медиаобразование как комплексный процесс.....	416
8.2. Теоретические концепции и практика медиапедагогики.....	421
8.3. Модели современного российского медиаобразования.....	434
8.4. Роль библиотеки в реализации целей медиаобразования.....	441
ПОСЛЕСЛОВИЕ.....	448
СЛОВАРЬ СПЕЦИАЛЬНЫХ ТЕРМИНОВ И ПОНЯТИЙ.....	451
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	474
АДРЕСА ОСНОВНЫХ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИНТЕРНЕТНЫХ САЙТОВ, ОТРАЖАЮЩИХ ТЕМАТИКУ МЕДИАКУЛЬТУРЫ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ.....	487