



Наталья Кириллова

Медиадиалогия

А

академический
проект

Наталья Кириллова

Медиалогия



Академический Проект
Москва
2015

УДК 008
ББК 71
К 43

Рецензенты

Баразгова Е. С., доктор философских наук, профессор
Девятова О.Л., доктор культурологии, профессор
Федоров А. Ф., доктор педагогических наук, профессор

Кириллова Н.Б.

К 43 Медиалогия. — М: Академический проект, 2015. — 424 с. (Концепции)

ISBN 978-5-8291-1734-4 (Академический проект)

Монография является продолжением предыдущих трудов автора, исследующего процессы медиатизации общества. Автор рассматривает теоретические аспекты проблем новой науки XXI века — медиалогии в контексте истории медиа, медиасемиотики, теории и практики медиакультуры и медиафилософии, медиаменеджмента и медиапедагогики. В книге даны парадоксы взаимодействия медиа и общества — от драмы идей «диалогизма» до информационных войн. Основная мысль автора состоит в том, что медиалогия — это синтез гуманитарных наук, трансформировавшихся в условиях эпохи глобализма и интенсивного развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), влияющих на общественное сознание и процесс социализации личности.

УДК 008
ББК 71

ISBN 978-5-8291-1734-4
(Академический проект)

© Н. Б. Кириллова, 2015
© Академический проект,
оригинал макет, оформление, 2015

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. МЕДИАГЕНЕЗИС	9
1.1. Медиа как объект изучения	9
1.2. Медиа в исторической репрезентации. Культуртинология Г. М. Маклюэна	20
1.3. Язык медиа	38
ГЛАВА 2. МЕДИАКУЛЬТУРА. XX ВЕК	49
2.1. Техническая революция эпохи модерна	49
2.2. Медиаинновации. Электронная культура	55
2.3. Феномен кинематографа	67
2.4. Возможности телевидения	78
2.5. Полифункциональность медиакультуры	84
ГЛАВА 3. МЕДИАКУЛЬТУРА КАК НОВАЯ МИФОЛОГИЯ	90
3.1. Миф как инструмент власти	90
3.2. Миф как коммуникативная система	100
3.3. Мифологизация массовой печати	103
3.4. Мифотворчество в кино	109
3.5. Телевидение как «фабрика мифов»	129
3.6. Виртуальные мифы новой России	142
ГЛАВА 4. ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ МЕДИАФИЛОСОФИИ.	150
4.1. «Реальность» и «медиареальность»	150
4.2. Онтологические аспекты коммуникации	156
4.3. Человек в пространстве медиареальности	159
4.4. Концепт модерна и постмодерна	168
ГЛАВА 5. ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАСРЕДЫ	182
5.1. Вызовы глобализации	182
5.2. «Демассификация» печатных медиа	187
5.3. Метаморфозы экранной культуры	190
5.3.1. Экранная культура и медиатехнологии	191
5.3.2. Интернет и «волна цифровой революции»	195
5.3.3. Искусство в виртуальной реальности	198
5.4. Телекратия и клип-культура	206
5.5. Глобальная медиасреда и ее влияние на социум	214
5.6. Многообразие культур в глобальном медиапространстве и поиск новой идентичности.....	218

ГЛАВА 6. МЕДИА И ОБЩЕСТВО. СОЦИАЛЬНЫЙ ПСИХОАНАЛИЗ	225
6.1. Драма теории «диалогизма»	225
6.2. Медиа – личность – общество: парадоксы взаимодействия	236
6.3. Виртуальная реальность в контексте психоаналитических процессов	245
6.4. Информационные войны как геополитическая проблема	255
ГЛАВА 7. МЕДИАПОЛИТИКА	262
7.1. Медиаполитика и социокультурная модернизация	262
7.1.1. Издательская система и массовая печать	271
7.1.2. Расширение теле- и радиопространства	275
7.1.3. Информационные агентства и сфера их влияния	281
7.2. Медиаполитика как катализатор диалога власти и общества	286
7.3. Модели медиаинститутов	292
ГЛАВА 8 МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ	296
8.1. Медиаменеджмент как интегрирующая система	296
8.2. Правовая основа медиаменеджмента	301
8.3. Интернет и электронный менеджмент	312
8.3.1. «Электронное правительство» в информационном обществе	312
8.3.2. Сетевые коммуникации и журналистика online	322
8.3.3. Интернет и электронная коммерция	331
8.4. Фестивальный менеджмент	346
ГЛАВА 9. МЕДИАПЕДАГОГИКА	356
9.1. Массмедиа и ментальная идентичность молодежи	356
9.2. Медиаобразование как комплексный процесс	364
9.3. Теоретические концепции и практика медиапедагогики	370
9.4. Основные модули российского медиаобразования	384
9.5. Роль библиотеки в эпоху Интернета	392
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	400
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	403