

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПОНЯТТЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ

1.1. Поняття культури. Мультимедіа як феномен культури

1.2. Класифікація мультимедійних продуктів

1.3. Соціальні функції медіакультури



ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПОНЯТТЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ

Мета: визначення ролі та місця
медіакультури у культурному
просторі інформаційного
суспільства



ОСОБЛИВОСТІ МЕДІА ДО ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

- **Аналоговий характер**
(друковані газети, книги, плівкове радіо та телебачення)
- **Обмежена інтерактивність** – без зворотного зв'язку з аудиторією в режимі реального часу
- **Централізоване виробництво та розповсюдження** – контроль над інформацією мали великі видавництва, телерадіокомпанії та кіностудії
- **медіа за фіксованим розкладом** (газетні випуски, телепередачі у визначений час).
- **Висока вартість** виробництва та розповсюдження
- **Обмежений доступ** до інформації
- **Довший життєвий цикл контенту**
- **Фізична присутність для споживання**

ОСОБЛИВОСТІ МЕДІА ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

- **Миттєвий доступ та глобальне поширення** –
- **Інтерактивність** (лайки, репости, обговорення)
- **Персоналізація контенту** – індивідуальні стрічки новин
- **Мультимедійність** – поєднання тексту, зображень, відео, аудіо, анімації та інтерактивних елементів.
- **Децентралізація виробництва контенту**
- **Швидке оновлення інформації**
- **Динамічні формати подачі** – стріми, подкасти, інтерактивні статті, AR/VR-контент.
- **Відсутність жорсткої прив'язаності до пристрою**
- **Нові моделі монетизації** – реклама, підписки, донати, краудфандинг, продаж цифрових товарів

РИЗИКИ СУЧАСНИХ МЕДІА



дезінформація, фейкові новини

- Інформаційні маніпуляції, клікбейт
- **Втрата довіри до традиційних медіа**
- Цензура та обмеження свободи слова
- **Алгоритмічний контроль інформації** – соцмережі та пошукові системи визначають, що побачить користувач, обмежуючи його інформаційний вибір
- проблема **конфіденційності і захисту** персональних даних
- Проблема кібербезпеки.

:: ::

БРЕНДИ І МЕДІА

-
- Багато брендів створюють власні медіа
 - ✓ Підвищити обізнаність про них
 - ✓ Просунути продукт
 - ✓ Підвищити репутацію бренда

Спеціалісти вирішують завдання –

- ✓ вибір оптимальної медіаплатформи та каналів комунікацій
- ✓ Правильного часу
- ✓ Вірного масштабу комунікацій та повідомлень



МОДЕЛЬ КОМУНІКАЦІЇ ЛАССВЕЛЛА АБО МОДЕЛЬ 5W



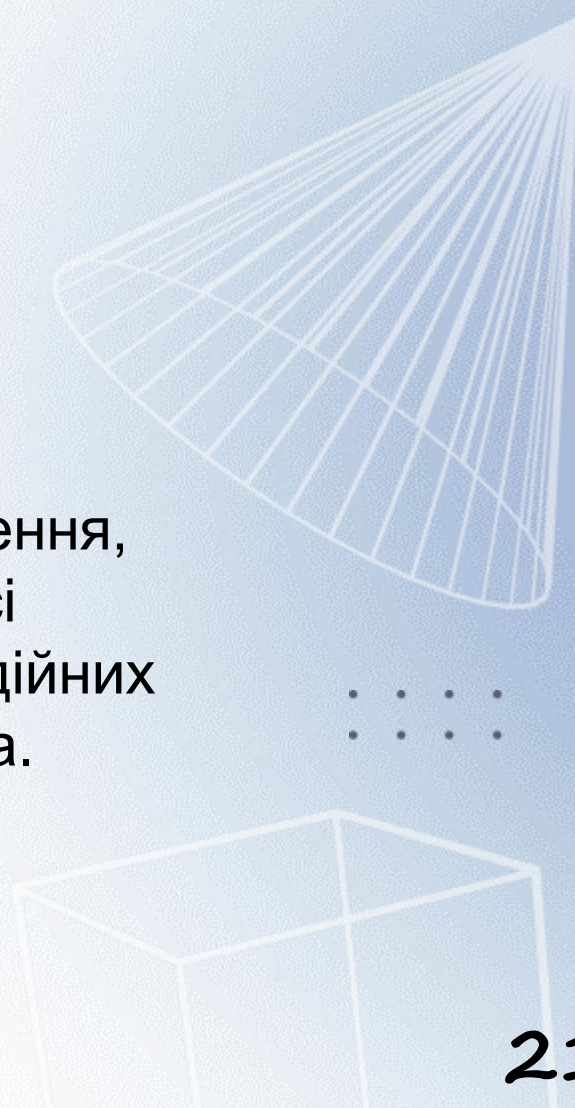
Хто комунікатор ➡ Що говорить Повідомлення ➡ На якому каналі Середовище ➡ Кому Отримувач ➡ З яким ефектом Ефект



ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРИ. МУЛЬТИМЕДІА ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРИ.

Культура мультимедіа - високий рівень розуміння особистістю та володіння мультимедійними технологіями

Мультимедійна культура - процес створення, зберігання та поширення у просторі та часі культурних цінностей засобами мультимедійних технологій у масштабах усього суспільства.





МУЛЬТИМЕДІА РОЗГЛЯДАЄТЬСЯ В ТАКИХ ЗНАЧЕННЯХ:

- як новий засіб електронної комунікації, до якого привела еволюція медіа широкими можливостями інтерактивної взаємодії користувачів;
- як форма художньої творчості новими засобами,

МЕДІАКУЛЬТУРА РОЗГЛЯДАЄТЬСЯ В ТАКИХ ЗНАЧЕННЯХ:

- як спосіб та засіб маніпуляцій свідомістю, при цьому медіа можуть стати та найпотужнішим провідником педагогічного впливу
- з освітньої точки зору визначається мета медіаосвіти – розвиток медіакультури шляхом навчання основним принципам, прийомам та правилам діяльності у медійному світі.

МУЛЬТИМЕДІА ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРИ

- Мультимедіа стало не лише способом подачі інформації, а й засобом залучення аудиторії, створення нового культурного досвіду та трансформації мистецтва
- **Мультимедіа як феномен культури** охоплює взаємодію різних медіаформ (тексту, зображень, відео, аудіо, анімації) у мистецтві, освіті, рекламі та цифровій культурі

ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІА У СФЕРІ МИСТЕЦТВА

призводить до суттєвих трансформацій у його змісті та мовних засобах:

- сучасні шоу з використанням електроніки, лазерної техніки та кінематики, цифрові перформанси – театральні вистави, доповнені проекціями, голограмами та AR-ефектами.

Приклад: шоу Cirque du Soleil, комбінує живу виставу з 3D-анімацією.

- комп'ютерні інсталяції,
- мережева література, трансмузика,
- інтерактивне мистецтво, Інтернет-арт



Cirque du Soleil



ABC News - The Walt Disney Company
rque du Soleil performer recovering afte...



Intermission Magazine
REVIEW: Kurios at Cirque du Soleil | Inter...



The Globe and Mail
Cirque du Soleil barel...



Википедия
Cirque du Soleil: Сказ...



Facebook
KOOZA by Cirque du Soleil



Горбилет
rque du Soleil еженедельно про...



Best Of Theatre
Alegria - Cirque du Sol...



Cirque du Soleil
Преимущества работы в Cirque du S...



YouTube
AMAZING Eye-Catching Stunts of Cirqu...



O2 arena
Cirque du Soleil: Corte...

вистави, доповнені проєкціями, голограмами
та AR-ефектами.

[Трейлер цирку де Солей](#)

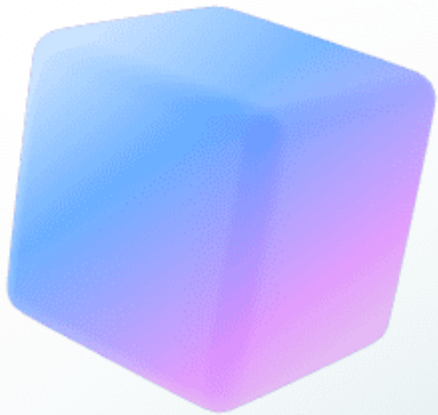
ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІА У СФЕРІ МИСТЕЦТВА

- **VR-мистецтво та віртуальні галереї** – платформи для перегляду картин у VR-просторі. Приклад: **Google Arts & Culture**, що дозволяє досліджувати музеї світу у віртуальному форматі.
- **Мультимедійні виставки** – відеопроєкції+ музика та VR-технології. Приклад: виставки Моне чи Ван Гога, де відвідувачі "занурюються" у картини.



ПРОЦЕС РОЗВИТКУ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУПЕРЕЧЛИВИЙ

Мультимедійні засоби допомагають творчим особистостям знаходити аудиторію та ділитися своїми ідеями. *Приклад:* художники й музиканти використовують YouTube та Instagram для популяризації своїх робіт.



Творчі особистості можуть спотворювати реальність, поширюючи хибні ідеї чи маніпулятивну інформацію.

Приклад: фейкові новини та конспірологічні теорії, що швидко поширюються через соціальні мережі.

1.2. КЛАСИФІКАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРОДУКТІВ

1

комп'ютерні ігри

3

навчальні програми

2

мультимедійні
бізнес-програми

4

спеціальні програми, призначені для
самостійного виробництва різних
мультимедійних продуктів (як
аматорських, так і професійних).

ОСНОВНІ СПОСОБИ СТВОРЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ ПРОГРАМИ:

1

використовувати спеціалізовані засоби розробки

2

доручити цю роботу програмістам для створення програми з нуля.

Найкращим рішенням часто є застосування готового пакета та розширення його можливостей за рахунок використання мов програмування, але таке рішення можливе не для всіх спеціалізованих пакетів.

БІЛЬШІСТЬ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРОДУКТІВ МОЖНА ВІДНЕСТИ ДО ОДНІЄЇ З НАСТУПНИХ КАТЕГОРІЙ:

Web-додатки

Навчальні програми;

презентації

Гіпертекстові/гіпермедійні
програми;

Прототипи
застосування;

За винятком останнього пункту для інших категорій додатків у більшості випадків можна підібрати потрібний спеціалізований пакет.

ЕТАПИ РОЗРОБКИ МУЛЬТИМЕДІА ПРОДУКТУ

- Розробка концепції, ідеї
- Проектування
- Створення інформаційних об'єктів
- Нормування інтерфейсу з користувачем
- Інтеграція інформаційних елементів у лінійну форму (презентація) або нелінійну (інтерактивні авторські додатки), додаток
- Тестування, налагодження
- Випуск у світ



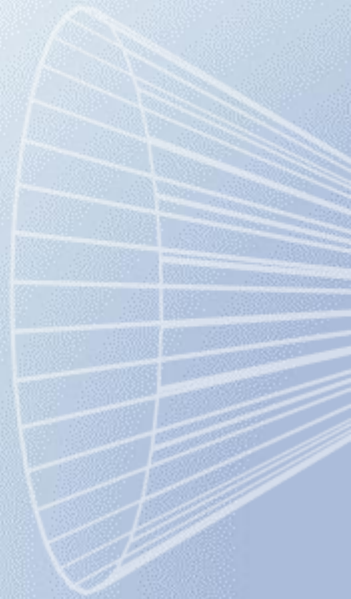
1.3. СОЦІАЛЬНІ ФУНКЦІЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ



У сучасній науці медіакультура особистості розглядається як динамічна диспозиційна система розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю та засвоювати нові знання в галузі медіа.

Виділяють **основні функції медіакультури**:

- інформаційну,
- комунікативну,
- нормативно-ідеологічну,
- релаксаційну,
- креативну,
- інтеграційну
- посередницьку
- політичну, управлінську.



ІНФОРМАЦІЙНА ФУНКЦІЯ

Медіакультура, виступаючи носієм соціальної інформації, у зв'язку з процесами комп'ютеризації та розвитку комп'ютерної техніки є особливим типом інформаційного процесу, сукупністю інформаційно-комунікативних засобів.



Інформаційна – Новини BBC або CNN, що висвітлюють світові події та надають актуальну інформацію.



КОМУНІКАТИВНА ФУНКЦІЯ

Медіакультура надає широкі можливості для спілкування людей у часі та просторі за допомогою розгалуженої системи друкованих, візуальних та аудіовізуальних засобів, включаючи сучасне супутникове телебачення, комп'ютер та Інтернет.

Комунікативна функція – Соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter), де користувачі обмінюються думками, спілкуються та створюють спільноти.

НОРМАТИВНА ЧИ ІДЕОЛОГІЧНА ФУНКЦІЯ

Медіакультура є найважливішим чинником соціалізації особистості, сприяє засвоєнню соціального досвіду, знань, норм, ідеалів, цінностей, звичаїв та традицій, що відповідають даному суспільству чи соціальній групі.



Нормативно-ідеологічна –
Державні телеканали, які формують громадську думку, наприклад, CCTV у Китаї

РЕЛАКСАЦІЙНА ФУНКЦІЯ

Сучасна індустрія розваг, що є складовою медіакультури, пропонує широкий спектр спеціальних засобів релаксації – від фільмів певних жанрів (детектив, трилер, комедія, мелодрама, фантастика тощо) до інтерактивних ігор або подорожей у віртуальних комп'ютерні світи.



Релаксаційна – Стримінгові сервіси (Netflix, Spotify), що пропонують фільми, серіали, музику для розваги та відпочинку.



КРЕАТИВНА ФУНКЦІЯ

Полягає в освоєнні та перетворенні миру та навколишнього життя.

Креативна – Платформи для створення контенту, такі як YouTube або TikTok, де автори демонструють свої творчі здібності.





ІНТЕГРАЦІЙНА ФУНКЦІЯ

Прагнення до збереження культурної спадщини, національних традицій, історичної пам'яті створює зв'язок між поколіннями, об'єднує народи, соціальні групи, держави, що є сильним чинником інтеграції різних культур.

Інтеграційна –
Олімпійські ігри, які
трансляються у
всьому світі,
сприяючи єднанню
різних культур.



ПОСЕРЕДНИЦЬКА ФУНКЦІЯ

Медіакультура як соціальний посередник, встановлює зв'язки між структурами суспільства, між індивідом та суспільством, між індивідами.

Посередницька – Вікіпедія як джерело знань, що акумулює інформацію з різних джерел.



ПОЛІТИЧНА ФУНКЦІЯ

Реалізується у її посередницькій ролі між суспільством та державою, між владою та особистістю.

Політична – Дебати кандидатів у президенти США, що транслюються на телеканалах, впливаючи на вибір громадян.



УПРАВЛІНСЬКА ФУНКЦІЯ

полягає у використанні медіа як інструменту для організації, координації та регулювання суспільних процесів, а також для управління корпоративними, державними чи соціальними структурами

Управлінська – Корпоративні комунікаційні платформи (Slack, Microsoft Teams), які сприяють організації роботи в компаніях.



МІСЦЕ МЕДІАКУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ в загальній медіакulturі

Основою медіакulturи та загальної культури людини є її методологічна культура.
Це спосіб сприйняття світу, який визначає цінності та сенси, що формують особистість.

Щоб краще зрозуміти структуру культури особистості, її поділяють на різні сфери діяльності людини. Цей поділ починається ще на рівні культури особистості.



ОСНОВНІ СЕГМЕНТИ МЕДІАКУЛЬТУРИ:

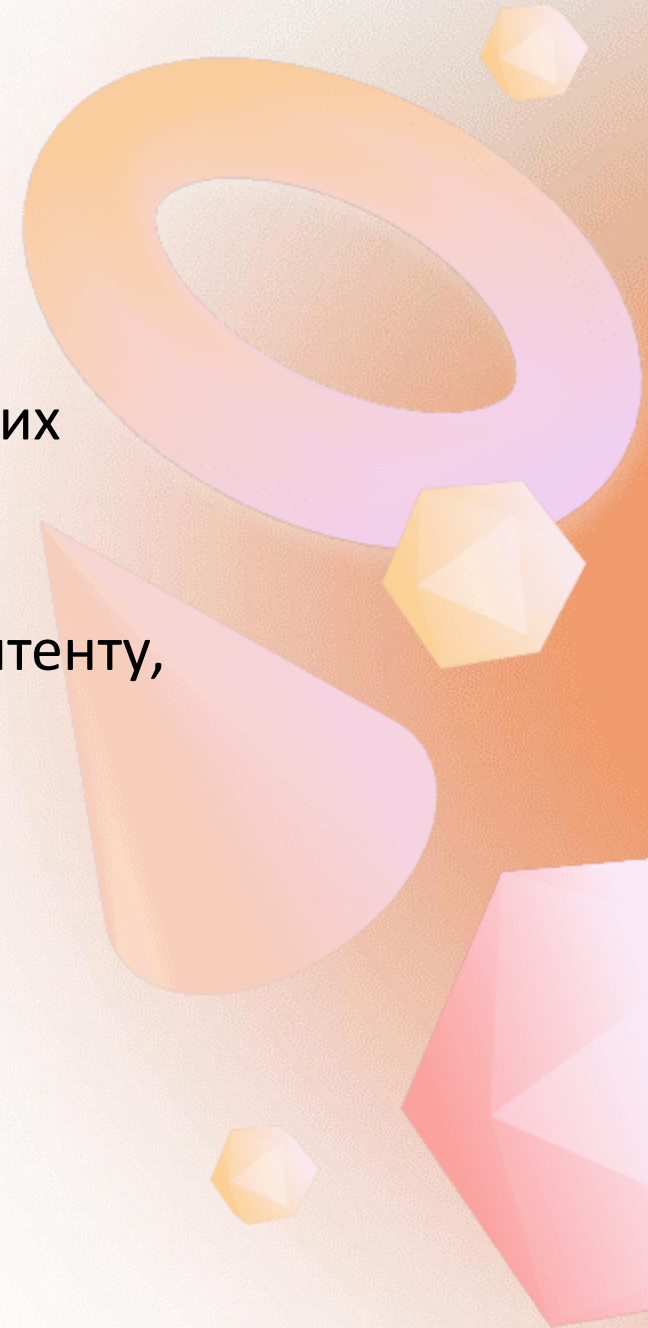


а – комунікативний,
б – інформаційний,
в – освітній,
г – професійний,
д – організаційно-управлінський,
є – психолого-педагогічний,
ж – політичний,
з – економічний,
і – креативний,
к – посередницький,
л – релаксаційний,
м – нормативно-ідеологічний,
н – інтегративний,
о – інтелектуальний і т. ін.

ВИСНОВКИ

Мультимедіа як культурний феномен – це поєднання різних форм інформації (текст, аудіо, відео, графіка, анімація) для створення інтерактивного контенту, що формує сучасне медіасередовище.

мультимедіа є невід'ємною частиною сучасної культури, що впливає на всі аспекти соціального життя, трансформуючи спосіб комунікації, навчання, управління та творчості.



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

