Навчальна дисципліна **«Технології професійно-орієнтованої діяльності» 111М група. 22.04.2020.**

ТЕМА: ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ МЕДІАКУЛЬТУРИ В КОНТЕКСТІ СКД

**Навчальною метою лекції** є надання студентам знань з загальних засад медіакультури в контексті соціально-культурної діяльності.

Перелік основних джерел, що стануть у нагоді самостійного опрацювання ключових моментів цієї теми та при самостійній підготовці до практичних занять:

1. Зражевська Н.І. Феномен медіакультури у сфері соціальних ккомунікацій :

дис. … д-ра соц. ком. : 27.00.01 / Ніна Іванівна Зражевська. Київ, 2012. 427 с.

2. Кирилова Н.Б. Медіакультура: від модерну до постмодерну. М. : Академічний проект, 2005. 448 с.

3. Кочубей Н.В. Соціокультурна діяльність: навчальний посібник. Суми. Університетська книга, 2015. 122 с.

4. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / за загал. наук. ред. В.В. Березенко, М. А. Лепського, О.О. Семенець ; відп. ред. К.Г. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя : Кераміст, 2017. 309 с.

5. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посіб. /

О.Т. Баришполець, Л.А. Найдьонова, Г.В. Мироненко, О.Є. Голубева та ін.; за ред. Л.А. Найдьонової, О.Т. Баришпольця. Київ : Міленіум, 2010. 440 с.

6. Череповська Н. І.Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення і творчого сприймання. Київ, Вид-во «Міленіум», 2014. 114.

**План лекційного заняття.**

1. Медіакультура – культура інформаційного суспільства.
2. Аналіз специфіки медіакультури.

**Анотація до лекції.**

Медіакультура – тип культури інформаційного суспільства, що є посередником між суспільством і державою, соціумом і владою. Вона об’єднує в собі всі види аудіовізуального мистецтва. Незважаючи на широке застосування термін досі не набув статусу енциклопедичного.

Медіа (від латинського «media», «medium», що означає посередник) – цей термін був введений  XX століття для позначення феномена «масової культури», «масової комунікації». Одним із перших його почав застосовувати канадський соціолог М. Маклюен в контексті досліджень для позначення різних засобів комунікації.

Простір медіакультури існує не тільки на основі виробництва і розповсюдження образів – це лише одна частина, що робить його можливим, – але й за рахунок циклу «[повідомлення](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F)  – залучення до [комунікації](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F)». Залучення до комунікації є умовою і результатом споживання повідомлення, а виробництво повідомлення є умовою і результатом такого залучення.

У більш традиційних термінах – це взаємообмін «інформацією» та «інтересами»: з одного боку, люди (аудиторія) сприймають як цікаві або корисні в першу чергу ті повідомлення, які вважають або відчувають такими, що мають відношення до них особисто, і на них вони «виявляють [попит](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82)», з іншого боку, виробництво медіапродукції не лише орієнтується на інтерес публіки, а й спонукається реальними інтересами, перш за все, політичними і економічними інтересами спільнот, груп, інстанцій та особистостей.

Медіакультура характеризується інтенсивністю інформаційного потоку (аудіовізуального: телебачення, кіно, відео, комп’ютерної графіки), це засоби комплексного освоєння людиною навколишнього світу в його соціальних, моральних, психологічних, художніх, інтелектуальних аспектах. Російська дослідниця Н. Кирилова визначає медіакультуру як «сукупність інформаційно-комунікативних засобів, вироблених людством у ході культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної [свідомості](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C) та [соціалізації](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F) особистості».

Термін «медіакультура» може розумітися також як:

1) сукупність матеріальних та інтелектуальних [цінностей](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96) у сфері медіа, а також історично визначена система їх відтворення та функціонування в соціумі;

2) по відношенню до аудиторії медіакультура може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати [медіатексти](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82), займатися [медіатворчістю](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%87%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C), засвоювати нові знання у галузі медіа.

Генезис даного феномену дозволяє розглянути медіакультуру в історичній репрезентації, в контексті соціального функціонування і як знакову систему, тобто як певний «[код](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F)», за допомогою якого передається інформація про світ, що оточує людину каналами масової комунікації.

Аналізом [специфіки](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0_(%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%96%D0%BD)&action=edit&redlink=1) медіакультури та її впливу на соціум у ХХ столітті займалися такі зарубіжні дослідники, як Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Г. Маркузе, [Х.Ортега-і-Гассет](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%80%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B0-%D1%96-%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%82), Ю.К. Леві-Стросс, Д. Рашкофф та інші.

У Росії та Україні проблему медіакультури досліджували [представники семіотики](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0), мовознавства, психології (М. Бахтін, В. Біблер Ю. Тинянов, Л. Виготський, Ю. Лотман, В. Міхалковіч, М.[Ямпольський](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%22%20%5Co%20%22%D0%AF%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9), А. Якимович та інші).

Медіа культура пов’язана з аудіозуальними матеріалами, завдяки яким людина (споживач інформаціїї) отримує, аналізує, передає інформацію. Медіакультура не може існувати без:

а)візуальних технологій,

б) аудіовізуальних технологій.

За візуальними технологіями мається на увазі будь-який пристрій для передачі та перегляду візуальної інформації, від картини в галереї до телебачення та мережі [Інтернет](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82). Тобто медіакультура включає у себе такий елемент як візуальна культура, яка є сукупністю візуальних матеріалів та засобів, що допомагають інтерпретувати та передавати візуальну інформацію, будь то певні носії чи канали комунікацїї. До аудіовізуальних технологій відносяться пристрої для передачі відео матеріалів.

Медіакультура стала всепроникним явищем завдяки технологічному прогресу та появи Інтернету. Завдяки соціальним мережам та можливості міттєвого передання фото/відео/текстових матеріалів через спеціальні додатки на телефонах, планшетах та інших пристроях. Тепер для людей, які працюють в науковій сфері, пов’язаних з літературним, [образотворчим мистецтвом](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%87%D0%B5_%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE), кінематографом і медійних дослідженнях, соціології та інших аспектах візуалізації даних створюється можливість для міждисциплінарної роботи. Студент може отримати інформацію та зробити аналіз даних при дослідженні різних областей знань не виходячи з дому.

Людський досвід тепер більш візуалізований ніж будь-коли раніше. Багато в чому люди в даний час користуються візуальними матеріалами та аудіовізуальними засобами інформації. [Журналісти](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82), [блогери](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B5%D1%80), медики, вчителі та звичайні люди постійно створюють візуальну та аудіовізуальну інформацію, передають її та аналізують. Наприклад, ми постійно стикаємося з банерами та рекламою в соціальних мережах. Іноді ми не замислюємося над тим, що ми постійно її аналізуємо. Відтак, до одної [реклами](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0) ми ставимося позитивно, а до іншої негативно, тобто ми постійно перебуваємо під інформаційним впливом візуальних матеріалів. Текст може змусити нас сміятися, картинка плакати, а відео з музичнім рядом викличе іншу емоцію.

Таким чином візуальні, аудіальні та аудіовізуальні матеріали мають різні прямі або непрямі посили, які вловлюються та інтерпретуються [споживачами](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96_%28%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%29_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0). Слід зауважити, що поширання аудіовізуальних матеріалів, вимагає нових засобів інтерпретації інформаціі.

Західна культура послідовно приносила усне слово як вищу форму інтелектуальної практики і сприймала візуальні уявлення як другорядні ілюзії ідей. Однак, проте, поява візуальної культури як [суб’єкта](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B1%27%D1%94%D0%BA%D1%82) заперечила цю гегемонію, розвиваючи те, що Мітчелл назвав «теорію картини». У цій видомій західної філософії і науці тепер використовується образотворча, а не текстова модель світу, яка являє собою серйозну проблему для подання світу як письмового тексту, який домінував в настільки інтелектуальному обговоренні після таких лінгвістичних рухів, як [структуралізм](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BC) і [постструктуралізм](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BC).

**Самостійна робота**.

Засвоїти теоретичні основи загальних засад медіакультури в контексті соціально-культурної діяльності.