

МЕДІАКУЛЬТУРА

Мета курсу — започаткування основ медіакультури, вираження в сучасному медіа просторі; формування теоретичної бази знань з основ медіаграмотності і практичних навичок ефективної та безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіаджерел, у тому числі з урахуванням використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденній практичній, зокрема навчально-пізнавальній, діяльності; навчання сприйняттю і переробці інформації, переданої по каналах ЗМІ (в широкому тлумаченні), розвиток критичного мислення, умінь розуміти прихований зміст того чи іншого повідомлення, протистояти маніпулюванню свідомістю індивіда з боку ЗМІ; формування вмінь знаходити, готувати, передавати і приймати інформацію в тому числі, з використанням різних медіаресурсів.

Навчальна дисципліна пов'язана з такими дисциплінами як «Мультиплікаційний проект», «Медіакультура», «Сценарна і редакторська справа», «Публіцистика в кіно і на телебаченні» тощо.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей: теоретичні знання і практичне оволодіння навичками аналізу видів медіа, засобів комунікації; навичками критичного мислення та рефлексивного сприймання медіатекстів; методами аналізу медіатекстів; прийомами психологічного захисту проти непотрібної інформації та навичками безпечної поведінки в медійному просторі; навичками організації особистісного медійного простору (у тому числі й творчими); розвитком мотивації щодо формування індивідуальної медіакультури.

Програмні результати навчання:

знати: мову медіатекстів, визначати їх форми, жанри і категорії; специфіку жанру й виду медіа тексту; коди, що використовуються медіа (кадр, ракурс тощо); особливості аналізу та інтерпретації медіатексту з погляду аудиторій, що належать до різних культур, віку, освітніх і соціальних рівнів і т. д.;

уміти: «читати», ідентифікувати й обговорювати аудіовізуальні тексти, у тому числі, пов'язані з мовою медіа (ракурс, план, колір, звук і т. д.); аналізувати кілька сюжетних ліній в медіатексті;

виокремлювати головну думку медіатексту, виражати думки з приводу його змісту (точність, доречність, упередженість тощо) і форми; пояснювати, як інформація співвідноситься з кодами й умовами медіа;

володіти: навичками аналізувати вплив реклами; визначати різниці між реальною подією та її відображенням у медіатексті; оцінювати ефективність різних елементів, використовуваних у медіатексті; аналізувати вплив медіа на професійний розвиток і дозвілля людей; аналізувати процес створення медіатексту для різних типів аудиторії.

Зміст навчальної дисципліни:

Вступ до курсу. Місце медіа та інформації у сучасному світі. Проблематика медіа в контексті соціально-гуманітарного знання. Медіакультура як культура трансляції, розповсюдження та інтерпретації повідомлень. Мова медіатекстів. Різновиди та

історичний розвиток медіа. Преса, фото, реклама. Радіо, кіно, телебачення. Інтернет, мобільний зв'язок.

Види та особливості медіа культури в сучасному світі. Друковані ЗМІ. Фотографія. Жанрова палітра у пресі: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри. Оформлення та дизайн друкованих видань. Основні поняття поліграфії. Маніпулятивні можливості преси. Медіарепрезентація. Роль фотографії у масовій комунікації. Жанри та види фотографії. особливості статичних візуальних образів. Реальність та її відображення на фотографії. Кіно і телебачення. Кінематограф як технологічний та художній феномен XIX-XXI ст.. Витоки, художній контекст. Формування жанрів кіно. «Люм'єрівський» та «мельєсівський» напрямки розвитку кінематографу. Поняття спец ефекту в кіно, його різновиди та історія. Телебачення як засіб комунікації та спосіб конструювання буття. Історія телебачення. Телебачення як інструмент влади та впливу, як бізнес та публічна сфера, як освітній засіб. Реклама. Історія та роль реклами у сучасному суспільстві. Види та форми реклами. Специфічні види реклами. Психологічні маніпуляції. Інтернет і мобільний зв'язок. Новий тип екрану в культурі XX ст.: відео монітор, комп'ютерний екран, дисплей. Інтернет як ключова технологія інформаційної епохи. Соціальні функції Інтернету. Феномен мережевих спільнот. Інтернет та мультимедіа. Музика та радіо. Жанровий різновид музичних творів. Радіо як мас-медіа. Відеокліп як засіб візуалізації музичного твору. Інформаційні виклики сучасної медіакультури. Інформація як «стерилізоване знання», вплив масової культури на інформаційні вибухи сучасного суспільства. Демасифікація масмедіа. Телекратія та кліпова культура. ЕОМ та соціальна пам'ять. Інтернет та «віртуальна реальність»

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 3 кредити ЄКТС, загальний обсяг 90 годин, у тому числі 36 годин аудиторних навчальних занять і 54 години самостійної та індивідуальної роботи.

Форма семестрового контролю: 3 семестр – залік.