

Вікторія Людвігівна Іващенко

**СУЧАСНІ
МЕДІАКОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

Навчальний посібник

Київ 2021

УДК 07+316.774(076)

I-24

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Київського університету імені Бориса Грінченка
(протокол № 5 від 09 червня 2021 року)

Рецензенти:

Бондар Юрій Володимирович,
кандидат політичних наук, доцент,
завідувач кафедри соціальних комунікацій
Інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Пенчук Інна Леонідівна,
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
завідувач кафедри журналістики та української філології
Класичного приватного університету

Іващенко В.Л.

I-24 Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с.

ISBN 978-617-95189-0-4

У навчальному посібнику подано теоретичний матеріал, питання для самоконтролю та підсумкового контролю, практичні завдання й завдання для поточного контролю, тести підсумкового контролю з дисципліни «Сучасні медіакомунікативні технології» для магістрів журналістських спеціальностей.

Видання спрямоване: на формування у студентів системи знань про комунікації як соціальний феномен і технології як спосіб керування комунікативними процесами у вирішенні фахових завдань; на оволодіння базовим інструментарієм сучасних медіакомунікативних технологій; на вироблення навичок і умінь передбачати поведінку аудиторії на новий інформаційний продукт та використовувати набуті знання в практичній професійній діяльності.

Для студентів та викладачів закладів вищої освіти.

УДК 07+316.774(076)

ISBN 978-617-95189-0-4

© Іващенко В.Л., 2021
© ТОВ «Видавництво “Розумники”»

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ПЕРЕДМОВА | 6 |
| <i>Частина перша. МЕДІАКОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ</i> | 8 |
| <i>Тема 1. Нові, новітні та інноваційні технології постіндустріального суспільства. Медіакомунікативні технології</i> | 8 |
| 1.1. Поняття «технологія» та його еволюція | 9 |
| 1.2. Поняття «сучасні технології» в системі суміжних понять | 12 |
| 1.3. Основні групи технологій. Медіатехнології | 13 |
| 1.4. Комунікаційні й комунікативні технології: комп'ютерна та соціальна комунікації. Конвергентні технології | 22 |
| 1.5. Поняття «медіа» і «мас-медіа»: комунікативний і комунікаційний простори | 24 |
| <i>Питання для самоконтролю та завдання</i> | 31 |
| <i>Література для поглибленого вивчення</i> | 32 |
| <i>Тема 2. Соціальна інженерія як медіакомунікативна та комунікаційна технологія</i> | 37 |
| 2.1. Поняття соціальної інженерії. Сфери застосування..... | 37 |
| 2.2. Складники, етапи й типи соціотехнологій в аспекті медіакомунікації | 40 |
| 2.3. Концепція соціальної інженерії, її завдання, методи й напрями. Соціальна інженерія та соціальні комунікації | 42 |
| 2.4. Соціальна інженерія та соціологія керування. Спінтехнології | 44 |
| <i>Питання для самоконтролю та завдання</i> | 47 |
| <i>Література для поглибленого вивчення</i> | 48 |
| <i>Тема 3. Медіапланування як інтегрована комунікативна технологія</i> | 50 |
| 3.1. Медіапланування й медіаплан. Основні поняття | 50 |
| 3.2. Інформаційна та рекламна кампанії як комунікативний процес: етапи планування | 53 |
| 3.3. Медіапланування рекламної кампанії видавничої продукції | 58 |
| 3.4. Специфіка медіапланування для різних медіа | 64 |
| <i>Питання для самоконтролю та завдання</i> | 68 |
| <i>Література для поглибленого вивчення</i> | 69 |
| <i>Завдання для поточного контролю</i> | 72 |

| | |
|--|-----|
| <i>Частина друга. СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ</i> | 73 |
| <i>Тема 4. Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів</i> | 73 |
| 4.1. Масова комунікація й соціальна медіакомунікація: моделі та структурні компоненти | 73 |
| 4.2. Комунікативний ефект (ефект комунікації). Типологія комунікативних ефектів | 77 |
| 4.3. Ефективність комунікації. Основні чинники й техніки ефективної комунікації | 82 |
| 4.4. Психологічний та інформаційний комфорт. Мовні засоби вираження | 84 |
| <i>Питання для самоконтролю та завдання</i> | 87 |
| <i>Література для поглибленого вивчення</i> | 89 |
| <i>Тема 5. Маніпулятивні стратегії медіакомунікативних технологій. Мовні засоби впливу</i> | 92 |
| 5.1. Маніпуляція й медіаманіпуляція в комунікативній взаємодії як технології зміни свідомості. Мовленнєва маніпуляція | 92 |
| 5.2. Масова свідомість і медіасвідомість. Ознаки технології маніпуляції свідомістю | 96 |
| 5.3. Ознаки / способи / тактики маніпуляції інформацією та суспільною свідомістю в мас-медійній комунікації | 98 |
| 5.4. Засоби маніпулятивного впливу в медіатекстах. Маніпулятивний потенціал мовних засобів | 101 |
| <i>Питання для самоконтролю та завдання</i> | 103 |
| <i>Література для поглибленого вивчення</i> | 105 |
| <i>Завдання для поточного контролю</i> | 107 |
| <i>Частина третя. МЕДІАКОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕРЕЖЕВІЙ КОМУНІКАЦІЇ</i> | 108 |
| <i>Тема 6. Мережева технологія і технології мережевої комунікації</i> | 108 |
| 6.1. Поняття мережевих технологій як інформаційних технологій мережевого суспільства | 109 |
| 6.2. Ознаки мережевого суспільства. Інформація в мережі «Інтернет» | 112 |
| 6.3. Мережева комунікація (інтернет-комунікація): моделі, типи, жанрові форми, технології, специфіка | 114 |
| 6.4. Блог-технологія і технологія персоналізації в мережі «Інтернет» | 121 |
| <i>Питання для самоконтролю та завдання</i> | 125 |
| <i>Література для поглибленого вивчення</i> | 127 |

| | |
|--|-----|
| <i>Тема 7. Комунікативні стратегії соціальних мереж</i> | 130 |
| 7.1. Соціальні мережі: типи й комунікативні стратегії | 131 |
| 7.2. Вербальна і невербальна комунікація в соціальних мережах. Технологія самопрезентації | 134 |
| 7.3. Технологія креолізації. Креолізовані тексти у соціальних мережах | 139 |
| 7.4. Видавнича комунікація у соціальних мережах | 141 |
| <i>Питання для самоконтролю та завдання</i> | 144 |
| <i>Література для поглибленого вивчення</i> | 145 |
| <i>Завдання для поточного контролю</i> | 148 |
| <i>Питання для підсумкового контролю</i> | 149 |
| <i>Тести для підсумкового контролю</i> | 151 |
| БІБЛІОГРАФІЯ | 159 |
| I. Список наукової літератури | 159 |
| II. Список допоміжних джерел та довідкової літератури | 165 |
| III. Інтернет-джерела | 169 |
| ДОДАТКИ | 176 |
| <i>Додаток 1. Приклад комунікативного медіапланування телеканалу 1+1</i> | 176 |
| <i>Додаток 2. Приклади створення персональних сторінок користувачів у соціальних мережах</i> | 178 |
| <i>Додаток 3. Приклад презентації одного з жанрів інтернет-комунікації</i> | 181 |
| <i>Додаток 4. Приклад вербальної самопрезентації, імпліцитно й частково експліцитно представленої в соціальних мережах</i> | 182 |
| <i>Додаток 5. Приклад невербальної самопрезентації в соціальній мережі «Інстаграм»</i> | 184 |
| <i>Додаток 6. Приклади вербальної і невербальної самопрезентації в соціальних мережах</i> | 185 |
| <i>Додаток 7. Приклади креолізованих текстів різних типів</i> | 188 |
| <i>Додаток 8. Приклади креолізованих текстів у соціальних мережах</i> | 189 |
| <i>Додаток 9. Видавнича комунікація в соціальних мережах</i> | 191 |

ПЕРЕДМОВА

Основне завдання будь-яких технологій сприяти розвиткові добродесного морально здорового суспільства, в якому пануватимуть ідеали добра, добробуту, справедливості, свободи, демократії тощо. На думку Ф. Брея, важливо знайти спосіб, за допомогою якого технології можуть допомогти суспільству підійти до ідеалу доброго, зважаючи на фундаментальні людські цінності. Тільки тоді технологія є сумісною з гарним суспільством, коли вона підтримує просування таких цінностей [Brey 2018].

Пропонований посібник відбиває структуру й тематику навчальної програми дисципліни «Сучасні медіакомунікативні технології», розробленої на кафедрі видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, яка узгоджується з освітньою програмою «Видавнича справа та редагування» для студентів другого (магістерського) освітнього рівня спеціальності 061 «Журналістика».

Мета дисципліни – формування у студентів системи знань про комунікації як соціальний феномен і технології як спосіб керування комунікативними процесами у вирішенні фахових завдань.

Завдання дисципліни:

- ознайомити студентів з основами теорії соціальних комунікацій та специфікою соціальних трансформацій;
- допомогти оволодіти базовим інструментарієм медіакомунікативних технологій та вмінням розпізнавати їх з-поміж інших типологічних різновидів.

Під час вивчення дисципліни студенти формують такі *компетентності*:

1) *загальні компетентності (ЗК):*

- ЗК-6 Комунікація. Здатність використовувати іноземні мови в популяризації своєї інноваційної роботи.
- ЗК-8 Когнітивна гнучкість. Здатність здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, чинники, причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань у змінених умовах чи нестандартних ситуаціях.
- ЗК-9 Орієнтація на високий результат. Здатність приймати обґрунтовані рішення;

2) *фахові компетентності (ФК):*

- ФК-1 Знання та розуміння. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті в процесі навчання на рівні новітніх досягнень, які є основою для

оригінального мислення, дослідницької і/або інноваційної діяльності; здатність використовувати набуті знання у практичній професійній діяльності. Здатність використовувати знання чинного законодавства з питань інформації.

- ФК-4 Технологічна – здатність використовувати знання з новітніх медіакомунікативних технологій, сучасних видавничих технологій.

Основними програмними результатами є:

- ПРН-1 Демонструвати вміння використовувати концептуальні знання, набуті в процесі навчання на рівні новітніх досягнень для розв’язання складних проблем та вирішення практичних завдань у галузі видавничої справи та редагування.

- ПРН-3 Використовувати знання з новітніх медіакомунікативних технологій, сучасних видавничих технологій.

- ПРН-8 Застосовувати на практиці знання з основ авторського та трудового законодавства; порядку укладання та виконання авторських договорів; захисту інтелектуальної власності; нормативних актів.

Семінарські заняття з навчальної дисципліни «Сучасні медіакомунікативні технології» проходять у комп’ютерних класах.

Заняття за темою «Медіапланування як інтегрована комунікативна технологія» заплановано на одному з телеканалів. Відвідування телеканалу передбачає також ознайомлення з його діяльністю у форматі навчально-пізнавальної екскурсії.

Під час вивчення дисципліни студенти працюють у *Центрах компетентностей*:

- в Інформаційно-аналітичному центрі студенти здобувають навички самостійної дослідницької й аналітичної роботи (семінарські заняття з вивчення та обговорення сучасних медіакомунікативних технологій);
- у Центрі мультимедійних технологій студенти здобувають практичні навички роботи із сучасних медіакомунікативних технологій.