

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Методичні рекомендації
до виконання лабораторних робіт
з навчальної дисципліни
"ТЕОРІЇ МЕДІА"
для студентів напряму підготовки
6.051501 "Видавничо-поліграфічна справа"
всіх форм навчання

Затверджено на засіданні кафедри комп'ютерних систем і технологій.
Протокол № 1 від 26.08.2014 р.

Укладач Сисоєва Ю. А.

М 54 Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Теорії медіа" для студентів напряму підготовки 6.051501 "Видавничо-поліграфічна справа" всіх форм навчання / уклад. Ю. А. Сисоєва. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 32 с. (Укр. мов.)

Подано лабораторні роботи, мета яких полягає в ознайомленні студентів з історією медіа, моделями комунікаційних процесів та основними теоретичними напрямками досліджень медіа.

Рекомендовано для студентів напряму підготовки 6.051501 "Видавничо-поліграфічна справа" всіх форм навчання.

Вступ

Ми живемо в епоху, яку сучасні дослідники називають по-різному. Для одних це період розвитку "постіндустріального суспільства", для інших – "інформаційна епоха", хтось визначає її як "постмодерністську ситуацію", період "постмодернізаційної революції" чи "глобалізації". Очевидно одне: ми живемо в світі *медіа* – системи комунікацій, що постійно розширюється, "інформаційного вибуху" (за визначенням канадського соціолога Маршалла Маклюена), основними характеристиками якого є хаотичність, безмежність, надмірність.

Медіум – від латинського "*medium*" – засіб, посередник. Термін "медіа" – це множина від слова "медіум"; за поняттям "медіа" стоїть надзвичайно складна та різноманітна сукупність структур та видів діяльності, кожна зі своїм засобом комунікації, своєю економікою, своїми границями та своєю аудиторією.

Мета лабораторних робіт, поданих у методичних рекомендаціях, полягає в ознайомленні студентів з історією медіа (усної мови, писемності, друку, преси, телеграфу, фотографії, телефону, звукозапису, радіо, кіно, телебачення, мережі Інтернет), з найважливішими моделями комунікаційних процесів, основними теоретичними напрямками досліджень медіа та історією розвитку теоретичних парадигм. Виконуючи їх, студенти мають навчитися орієнтуватися в просторі теорій медіа (емпірико-функціоналістських, критичних, лінгвістичних, культурних, соціально-психологічних, політекономічних), аналізувати феномени, процеси та практики суспільства з точки зору задіяних медіа, критично оцінювати медіапродукти з точки зору сучасних теорій медіа, а також враховувати особливості і тенденції розвитку комунікацій під час створення власних медіапродуктів.

Лабораторна робота № 1

Історія медіа: усна мова, писемність

Мета роботи – дослідити історію розвитку усної мови та писемності.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 1), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 1

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Усна мова. Виникнення
2	Усна мова. Сучасні мови світу
3	Писемність. Піктографічне письмо
4	Писемність. Логографічне письмо
5	Писемність. Фонетичне складове письмо
6	Писемність. Фонетичне алфавітне письмо. Співвідношення мов та алфавітів
7	Писемність. Глиняні таблички
8	Писемність. Папірус
9	Писемність. Пергамент
10	Писемність. Папір
11	Писемність. Книга-сувій
12	Писемність. Книга-кодекс

Презентація повинна містити такі підрозділи:

коротка історія медіума;

3 інфографіки за темою завдання (приклади пошукових запитів – "endangered languages", "alphabet timeline");

5 документальних фотографій за темою завдання з підписами;

перелік 3-х професійних відеоматеріалів за темою завдання з підписами;

список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб знайти відомості про медіа, можна скористатися ресурсами та сервісами:

Вікіпедія (рис. 1);

Britannica;

Media History Project: University of Minnesota;

Dictionary of Media and Communication – Oxford Reference;

Google.Зображення (рис. 2);

Yahoo.Images;

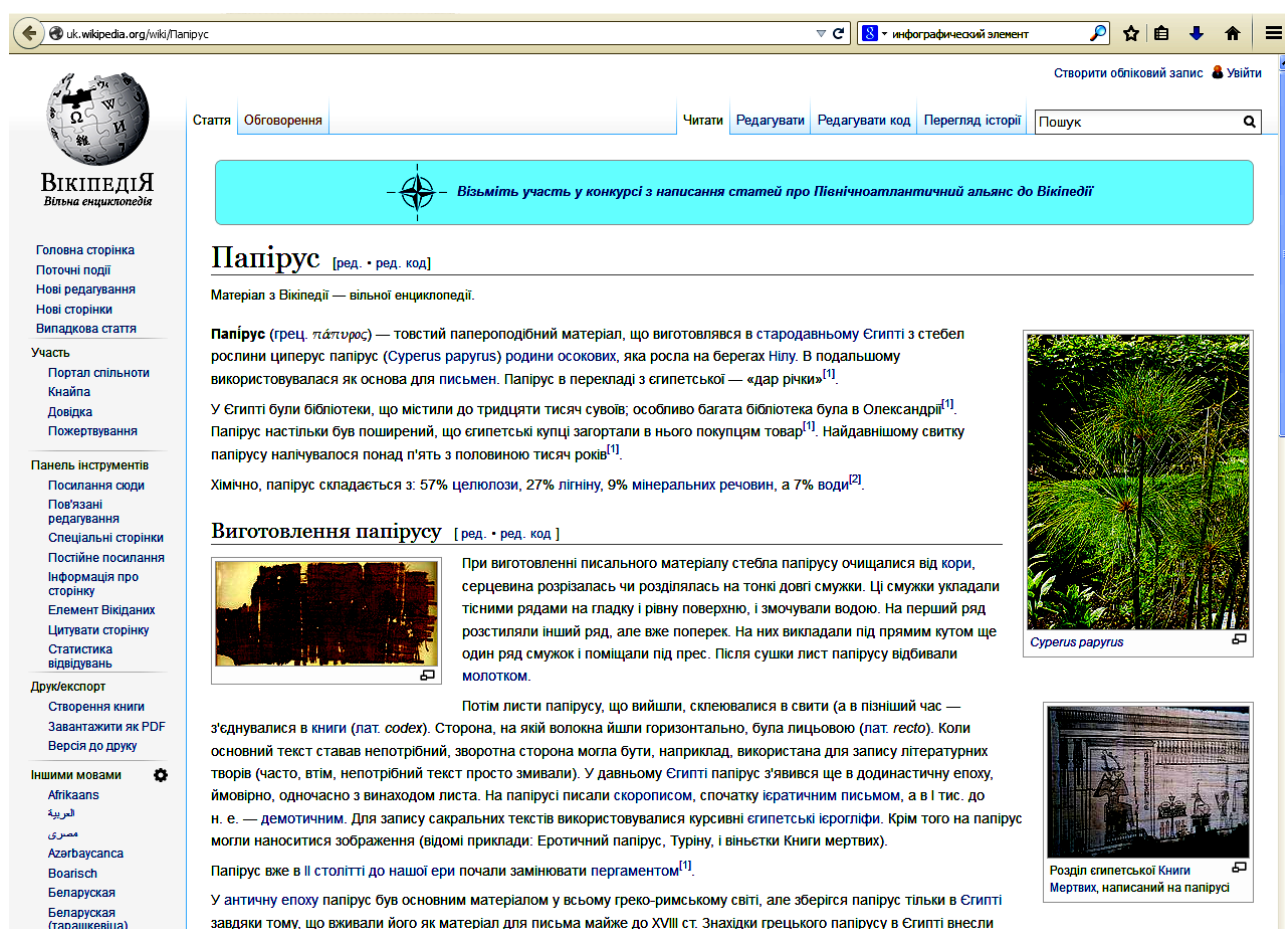
Instagram;

Flickr;

Pinterest;

YouTube (рис. 3);

Vimeo.



The screenshot shows the Wikipedia article for 'Папірус' (Papyrus) in Ukrainian. The page layout includes a navigation bar at the top with options like 'Стаття', 'Обговорення', 'Читати', 'Редагувати', etc. Below the navigation bar is a blue banner with a compass icon and the text 'Візьміть участь у конкурсі з написання статей про Північноатлантичний альянс до Вікіпедії'. The main content area starts with the title 'Папірус' followed by a summary: 'Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії.' The article text describes papyrus as a thick, paper-like material made from the stems of the papyrus plant (Cyperus papyrus) in ancient Egypt. It mentions that papyrus was used as a base for writing and that the plant was also used for papermaking. The text includes several paragraphs and is interspersed with images: a photograph of papyrus plants, a small image of a papyrus scroll, and a photograph of an ancient papyrus scroll. The page also features a sidebar on the left with various navigation options and a search bar at the top right.

Рис. 1. Стаття "Папірус" на сайті "Вікіпедія"

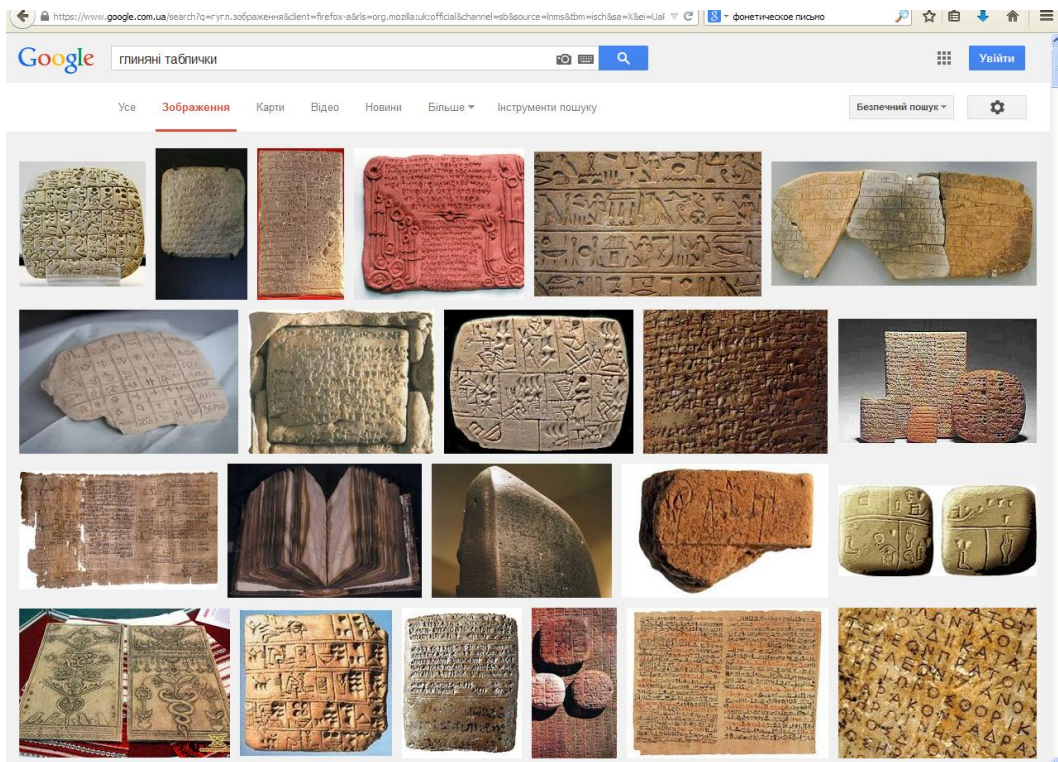


Рис. 2. Фотографії глиняних табличок, знайдених за допомогою Google.Зображення

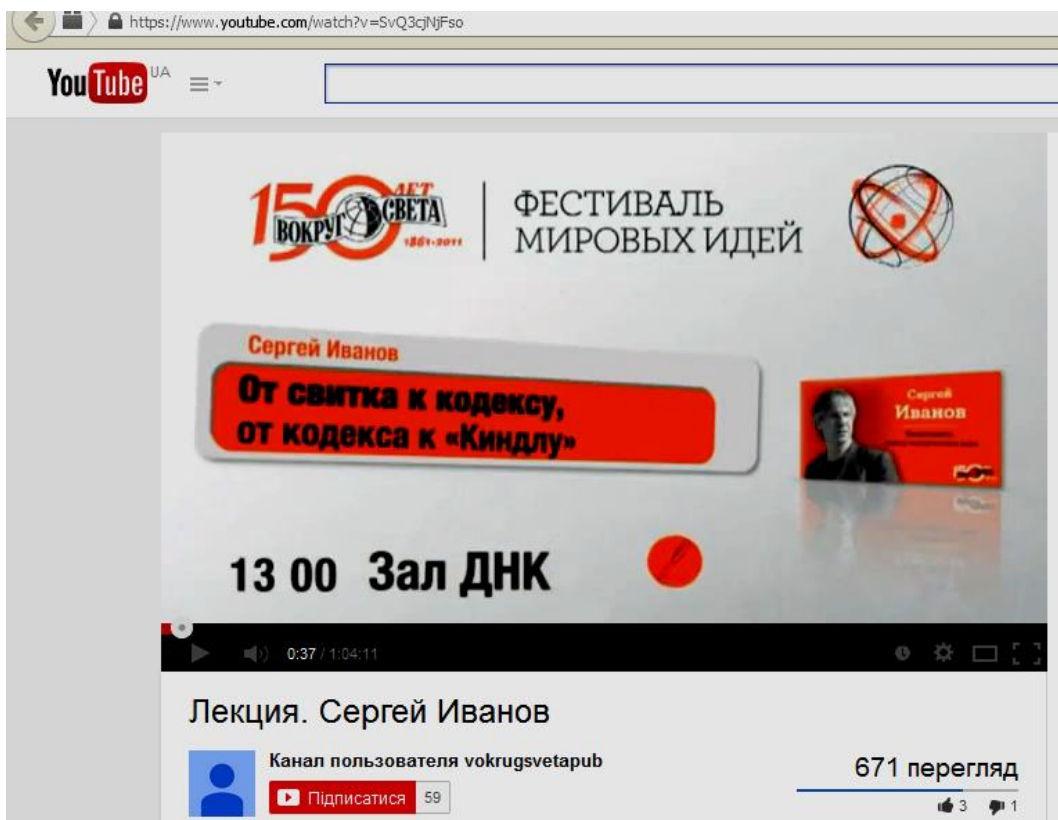


Рис. 3. Відео лекції С. Іванова "Від сувія до кодекса, від кодекса до «Кіндлу»" на сайті YouTube

Лабораторна робота № 2

Історія медіа: друк, преса, телеграф

Мета роботи – дослідити історію розвитку друку, преси та телеграфа.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 2), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 2

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Друк. Винаходи китайських майстрів (Бі Шен, Ван Чжень, Хуа Суй)
2	Друк. Складальна каса Лауренса Янсзона Костера
3	Друк. Друкарський станок Йогана Гутенберга
4	Друк. Хронологія завоювання Європи друкованою книгою в 15 – 16 ст.
5	Преса. Газета
6	Преса. Журнал
7	Преса. Складальна машина Вільяма Черча
8	Преса. Лінотип Оттмара Маргенталера
9	Комунікація на відстані. Сигнальні вогні, димові стовпи
10	Комунікація на відстані. Ударні і духові інструменти
11	Комунікація на відстані. Оптичний телеграф
12	Комунікація на відстані. Електричний телеграф

Презентація повинна містити такі підрозділи:

коротка історія медіума;

3 інфографіки за темою завдання (приклади пошукових запитів – "printing timeline", "history of communication timeline");

5 документальних фотографій за темою завдання з підписами;

перелік 3-х професійних відеоматеріалів за темою завдання з підписами;

список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб знайти відомості про медіа, можна скористатися ресурсами та сервісами:

Вікіпедія;

Britannica;

Media History Project: University of Minnesota;

Dictionary of Media and Communication – Oxford Reference;

Популярная электроника: Идеи. Открытия. Изобретения (рис. 4);

Google.Зображення;

Instagram;

Flickr (рис. 5);

Pinterest;

YouTube (рис. 6);

Vimeo.

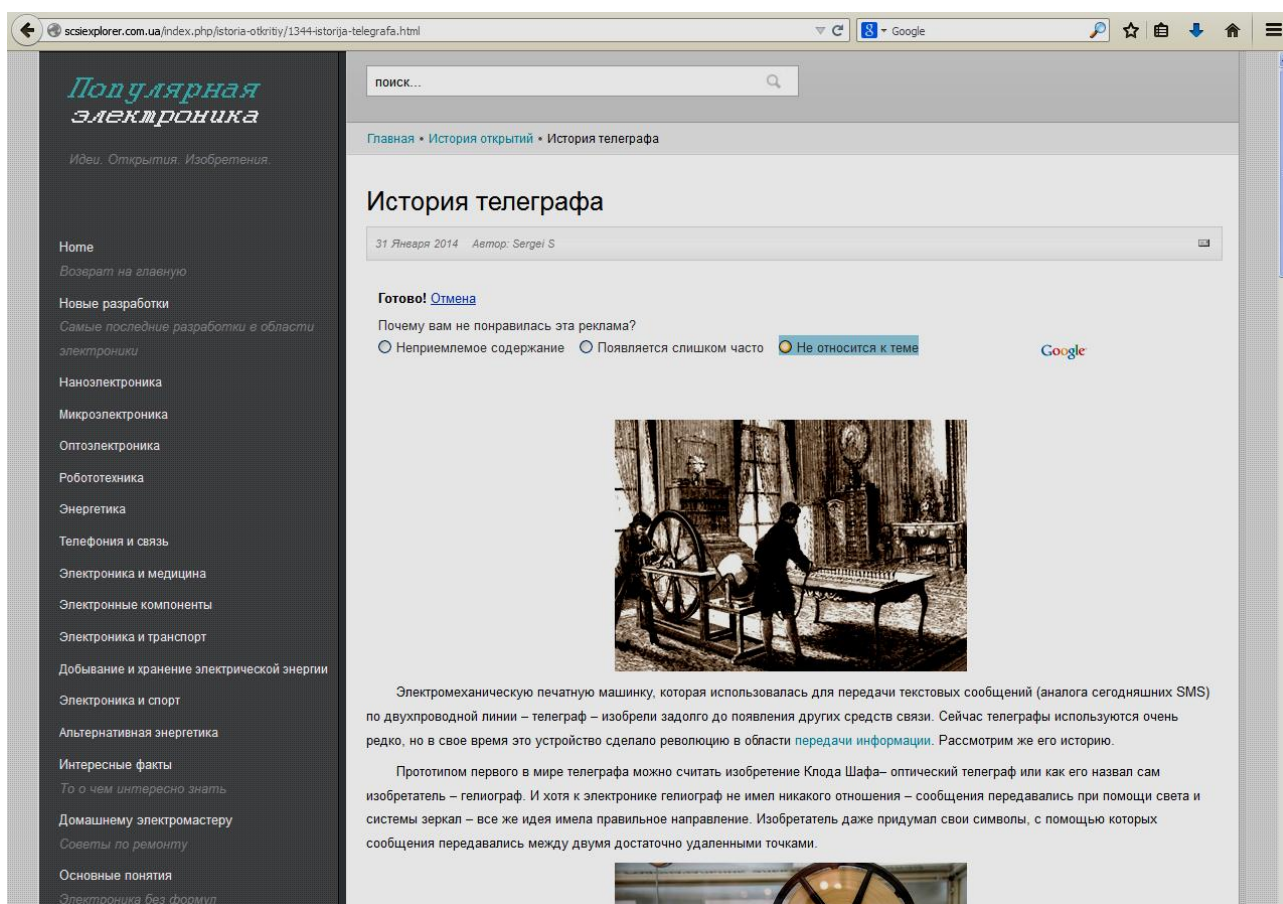


Рис. 4. Стаття "История телеграфа" на сайті "Популярная электроника"

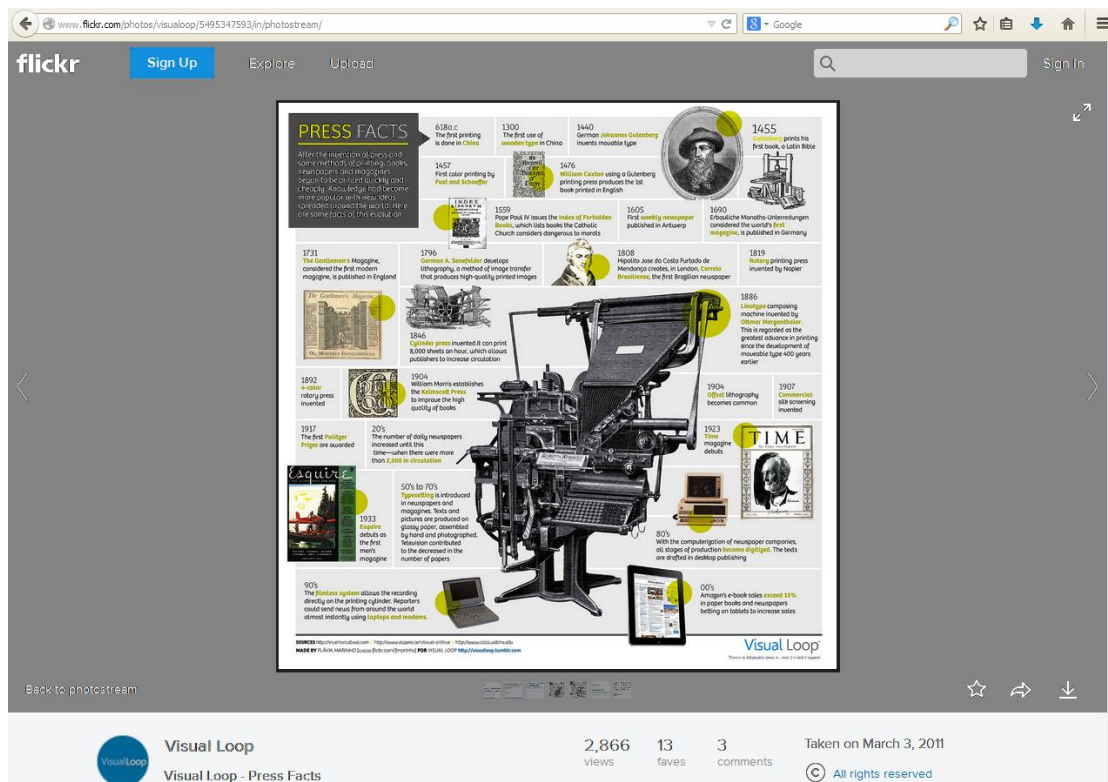


Рис. 5. Інфографіка про історію друку на сайті Flickr

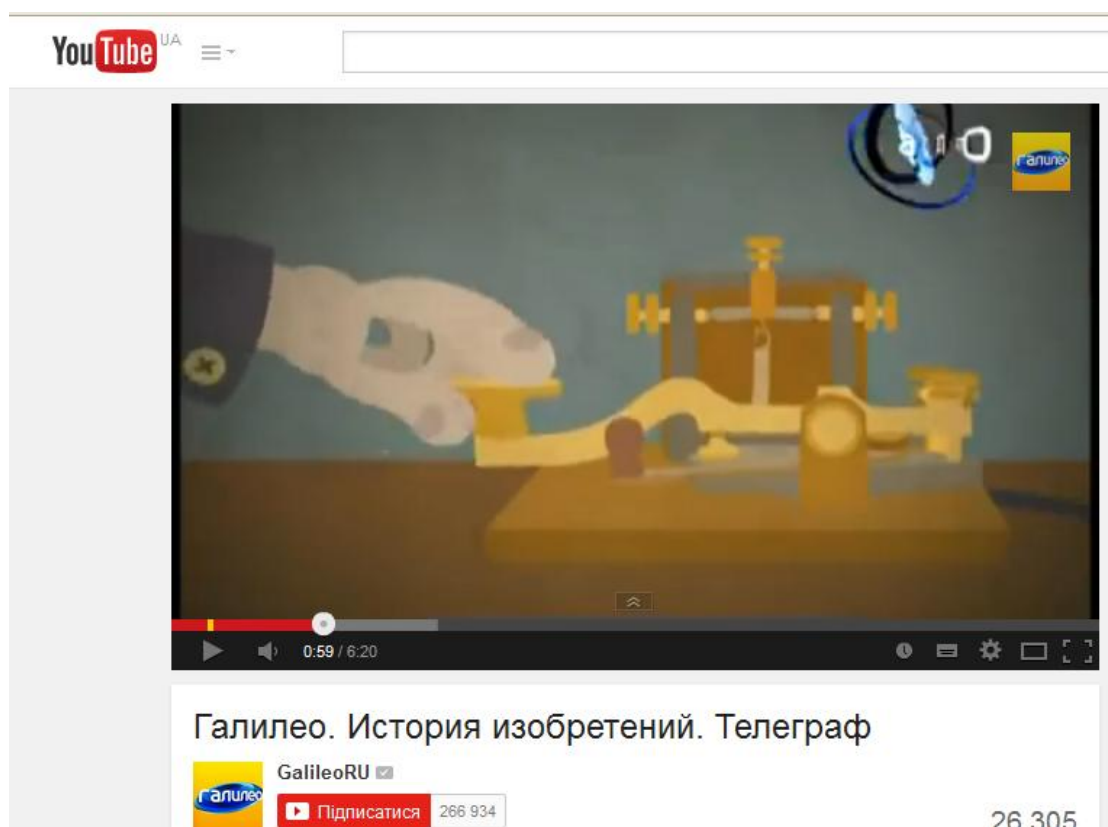


Рис. 6. Відео "Галилео. История изобретений. Телеграф" на сайті YouTube

Лабораторна робота № 3

Історія медіа: фотографія, телефон, звукозапис, радіо

Мета роботи – дослідити історію розвитку фотографії, телефону, звукозапису та радіо.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 3), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 3

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Фотографія. Внесок Жозефа Ньєпса
2	Фотографія. Внесок Луї Дагера
3	Фотографія. Внесок Уільяма Тальбота
4	Телефон. Внесок Антоніо Меуччі
5	Телефон. Внесок Олександра Белла
6	Звукозапис. Внесок Едуарда де Мартінвілля
7	Звукозапис. Внесок Томаса Едісона
8	Звукозапис. Внесок Еміля Берлінера
9	Радіо. Внесок Ніколи Тесли
10	Радіо. Внесок Олівера Лоджа
11	Радіо. Внесок Олександра Попова
12	Радіо. Внесок Гульєльмо Марконі

Презентація повинна містити такі підрозділи:
коротка біографія винахідника та його фото;
коротка історія винаходу;
3 інфографіки за темою завдання;
5 документальних фотографій за темою завдання з підписами;
перелік 3-х професійних відеоматеріалів за темою завдання з підписами;
список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб знайти відомості про медіа та їх винахідників, можна скористатися ресурсами та сервісами:

Вікіпедія (рис. 7);

Britannica;

Media History Project: University of Minnesota;

Dictionary of Media and Communication – Oxford Reference;

Популярная электроника: Идеи. Открытия. Изобретения;

Портал "Наука и жизнь" (рис. 8);

Google.Зображення;

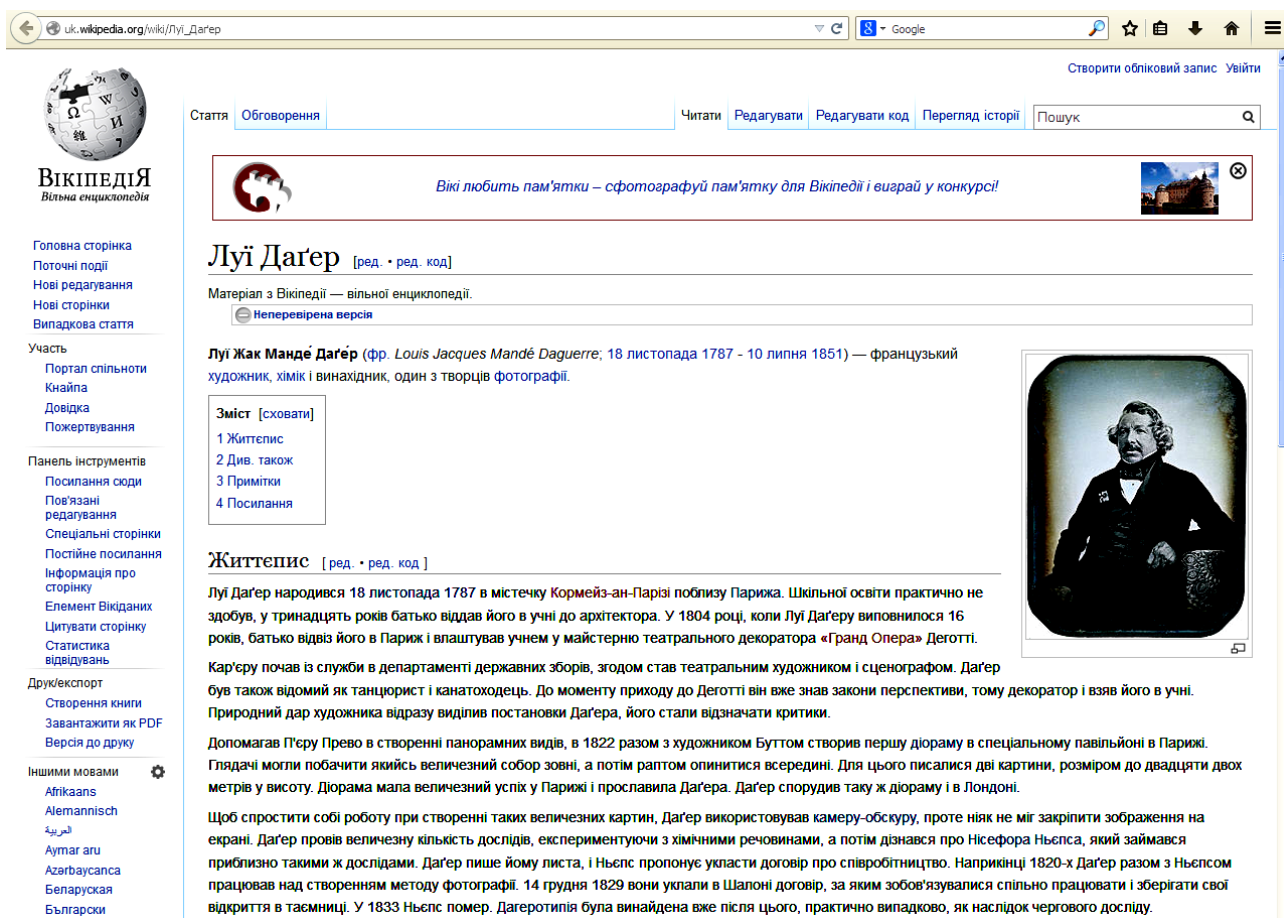
Instagram;

Flickr;

Pinterest;

YouTube (рис. 9);

Vimeo.



The image shows a screenshot of the Wikipedia article for Louis-Jacques-Mandé Daguerre. The page is in Ukrainian and features the standard Wikipedia layout. At the top, there is a navigation bar with the article title "Луї Дагер" and a search bar. Below the title, there is a summary of the article and a small portrait of Daguerre. The main text of the article is visible, starting with "Луї Жак Манде́ Даге́р (фр. *Louis Jacques Mandé Daguerre*; 18 листопада 1787 - 10 липня 1851) — французький художник, хімік і винахідник, один з творців фотографії." The page also includes a table of contents, a list of references, and a sidebar with various tools and options.

Рис. 7. Стаття "Луї Дагер" на сайті "Вікіпедія"



ИЗОБРЕТЕНИЕ РАДИО. КТО БЫЛ ПЕРВЫМ?

Кандидат технических наук Д. МЕРКУЛОВ.

№3, 2006

После публикации в журнале статьи, посвященной 110-летию изобретения радио (см. «Наука и жизнь» № 5, 2005 г.), в редакцию пришло письмо читателя, в котором он высказал упрек в том, что среди ученых и инженеров, внесших основной вклад в появление и развитие радиосвязи, не упомянут выдающийся электротехник Н. Тесла.

СОПЕРНИК ЭДИСОНА

Американский инженер сербского происхождения Никола Тесла (1856-1943) по числу изобретений мирового значения мог бы конкурировать с Т. А. Эдисоном. Кстати, одно время они работали вместе, но затем разошлись - Эдисона привлекали только те области техники, где можно было извлечь материальную выгоду, а Теслу в первую очередь интересовали проблемы, которые трудно решить. Еще в 1891 году он разработал электрическую схему и сконструировал устройство, названное им "резонанс-трансформатор" и предназначенное для передачи на расстояние электрической энергии без помощи проводов. По сути - это высокочастотный автогенератор, вырабатывающий электрическое напряжение амплитудой до нескольких миллионов вольт. Тесла предложил несколько вариантов генератора, отличающихся рабочими частотами и величиной полезного сигнала. Общим же во всех конструкциях было наличие выходного трансформатора, состоящего из двух



Н. Тесла около созданной им спиральной катушки 'резонанс-трансформатора'.

Рис. 8. Стаття "Изобретение радио. Кто был первым?" на порталі "Наука и жизнь"

www.youtube.com/watch?v=MHoX-5Yaf4o

YouTube UA

Do Vinci

Guglielmo Marconi und die drahtlose Telegraphie

0:09 / 14:50

Из истории великих научных открытий Гульельмо Маркони и беспроводной телеграф

Рис. 9. Відео "Из истории великих научных открытий. Гульельмо Маркони и беспроводной телеграф" на сайті YouTube

Лабораторна робота № 4

Історія медіа: кіно, телебачення, Інтернет

Мета роботи – дослідити історію розвитку кіно, телебачення, мережі Інтернет.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 4), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 4

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Кіно. Внесок Томаса Едісона
2	Кіно. Внесок братів Люм'єр
3	Звукове кіно. Початок
4	Телебачення. Внесок Бориса Розінга
5	Телебачення. Внесок Джона Берда
6	Телебачення. Внесок Володимира Зворикіна
7	Комп'ютер. Проект ABC (Джон Атанасов)
8	Комп'ютер. Проект ENIAC (Джон Моклі, Преспер Еккерт)
9	Комп'ютер. Проекти Apple I та Apple II (Стів Возняк, Стів Джобс)
10	Інтернет. Проект ARPANET (Джозеф Ліклайдер, Роберт Тейлор)
11	Інтернет. TCP/IP (Вінтон Серф, Роберт Кан)
12	Інтернет. WWW (Тім Бернерс-Лі)

Презентація повинна містити такі підрозділи:

- коротка біографія винахідника та його фото;
- коротка історія винаходу;
- 3 інфографіки за темою завдання;
- 5 документальних фотографій за темою завдання з підписами;
- перелік 3-х професійних відеоматеріалів за темою завдання з підписами;
- список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб знайти відомості про медіа та їх винахідників, можна скористатися ресурсами та сервісами:

Вікіпедія;

Britannica;

Media History Project: University of Minnesota;

Dictionary of Media and Communication – Oxford Reference;

Популярная электроника: Идеи. Открытия. Изобретения;

Портал "Наука и жизнь";

Google.Зображення;

Instagram;

Flickr;

Pinterest (рис. 10);

YouTube (рис. 11);

Vimeo (рис. 12).



Рис. 10. Інфографіка, присвячена Огюсту Люм'єру, на сайті Pinterest

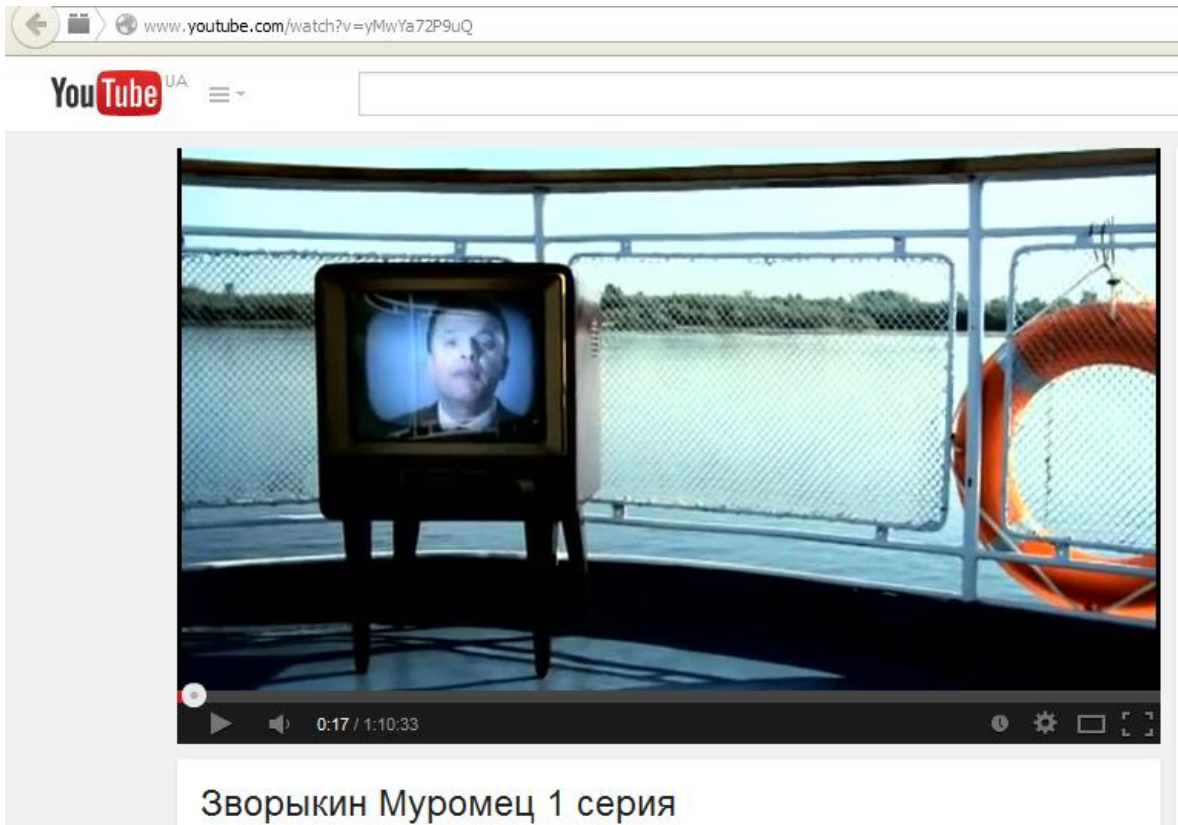


Рис. 11. Фільм "Зворыкин-Муромец" на сайті YouTube



Рис. 12. Відео "Information Pioneers: Sir Tim Berners-Lee" на сайті Vimeo

Лабораторна робота № 5

Аналіз медіа з позицій емпірико-функціоналістської групи теорій

Мета роботи – зорієнтуватися у просторі емпірико-функціоналістських підходів до вивчення медіа.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 5), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 5

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Г. Лассуелл. Лінійна модель комунікації
2	Г. Лассуелл vs Д. Велпс. Хто є автором лінійної моделі?
3	У. Ліппман. Теорія громадської думки
4	С. Стауфер. Перші емпіричні дослідження медіа
5	Теорія пропаганди (магічної кулі, підшкірної ін'єкції)
6	Бюро прикладних соціальних досліджень при Колумбійському університеті (історія)
7	Радіовистава "Війна світів" (1938) як об'єкт медіадосліджень
8	П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годе. Двоступеневий рух комунікації
9	Досвід співпраці П. Лазарсфельда і Т. Адорно
10	Теорія соціальних функцій медіа
11	К. Ховленд. Теорія обмеженого впливу медіа
12	Дж. Клаппер. Теорія обмеженого впливу медіа

Презентація повинна містити такі підрозділи:
важливі факти біографії медіадослідника та його фото;
рік виникнення і сутність запропонованої ним теорії;
власний чи знайдений в ЗМІ приклад використання теорії;
висновки щодо актуальності теорії;
список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб дізнатися про важливі факти біографії медіадослідника, можна скористатися ресурсами:

Вікіпедія (рис. 13);

Гуманітарна енциклопедія.



Рис. 13. Стаття "Пол Лазарсфельд" на сайті "Вікіпедія"

Викладення еволюції комунікаційних моделей і теорій медіа можна знайти у джерелах [1 – 4; 6 – 11; 14] зі списку рекомендованої літератури. Наприклад, воно може виглядати так: "Двоступеневий рух комунікації (1940). Емпіричні дослідження 1940 – 1950-х рр. спростували теорії сильних медіавпливів. Функціоналіст П. Лазарсфельд разом із колегами припустили, що міжособистісна комунікація поряд із лідерами громадської думки виступає опосередкувальною ланкою щодо медіавпливів. Цю модель було згодом використано теоретиками дифузії інновацій" чи так: "Теорія чотирьох функцій. Г. Лассвелл (1948, 1960) висловив припущення, що медіа здійснюють три основні соціальні функції: спостереження за поточними подіями (виробництво новин), взаємозв'язок між членами суспільства (відбираючи, інтерпретуючи і критикуючи поточні події), передавання соціальної спадщини (соціалізація). Ч. Райт (1960) додав четверту функцію: розважальну" [6].

Приклади використання теорії при аналізі медіапродуктів можна знайти у тих самих джерелах або у будь-яких офлайнових чи онлайнових ЗМІ (рис. 14, 15).

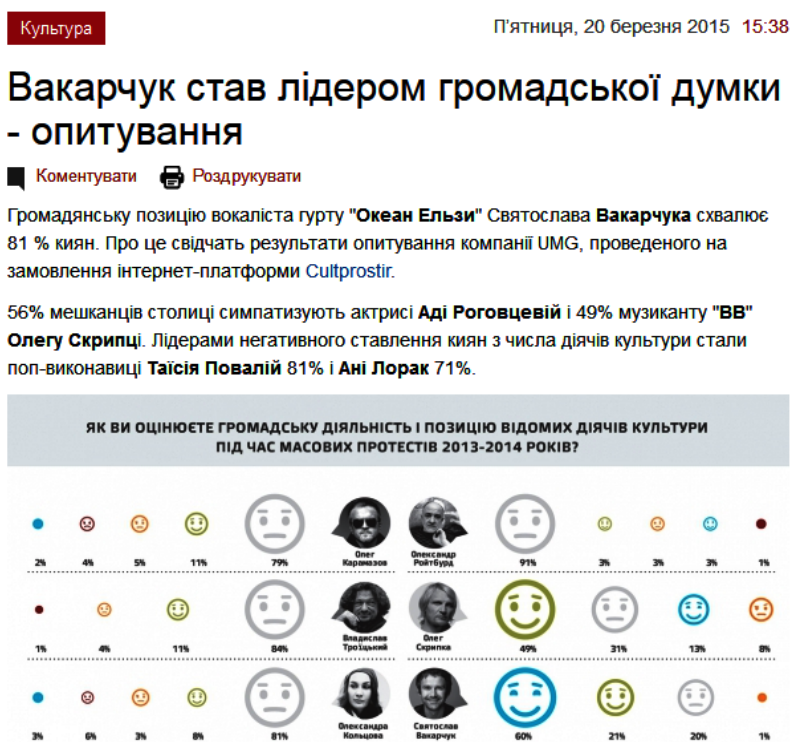


Рис. 14. Стаття "Вакарчук став лідером громадської думки" у "Газеті.ua" (20.03.2015)

ЧИТОМО
Культурно-видавничий проект

Вхід Реєстрація Повідомити новину Розсилка

новини видане репортаж **інтерв'ю** book art місця блоги майс

• стандарти • словник • тексти • відео • аудіо • література на літо • фетиш

Читомо > Інтерв'ю > «Культура vs. Пропаганда»: конспекти актуальних думок

Інтерв'ю «Культура vs. Пропаганда»: конспекти актуальних думок

© 12.02.2015 1 Автор: Читомо

В Україні продовжується серія дискусій проекту «Культура vs. Пропаганда», створеного у співпраці ГО «Форум видавців» та БФ «Фундація Дарини Жолдак». Під час першої дискусії письменники **Ірена Карпа** й **Любка Дереш** обговорювали пропаганду в літературі, тоді як під час другої генеральний директор 1+1 media **Олександр Ткаченко** та генеральний директор НТУ **Зураб Аласанія** поділилися думками про пропаганду у вітчизняному суспільному мовленні.

Читомо теж побувало на дискусії і занотувало для вас найактуальніші думки, які вдалося там почути.

Любка Дереш, письменник

Рис. 15. Стаття "Культура vs. Пропаганда: конспекти актуальних думок" на сайті "Читомо" (12.02.2015)

Лабораторна робота № 6

Аналіз медіа з позицій лінгвістичної групи теорій

Мета роботи – зорієнтуватися у просторі лінгвістичних підходів до вивчення медіа.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 6), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 6

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Р. Якобсон. Лінгвістична модель комунікації
2	Основні елементи семіотики: знак, денотація і конотація
3	Основні елементи семіотики: парадигма і синтагма, полісемія, метафора і метонімія
4	Дискурс
5	Схема семіотичного аналізу повідомлення
6	Приклад семіотичного аналізу рекламного повідомлення
7	К. Леві-Стросс. Структурна антропологія і комунікація
8	Р. Барт. Медіа як міфи
9	А. Греймас. Актантна модель
10	Дж. Фіске. Коди телебачення
11	У. Еко. Відкриті та закриті тексти
12	Т. ван Дейк. Новини як дискурс

Презентація повинна містити такі підрозділи:
важливі факти біографії медіадослідника та його фото;
сутність запропонованого ним підходу;
власний чи знайдений у ЗМІ приклад використання підходу;
висновки щодо актуальності підходу;
список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб дізнатися про важливі факти біографії медіадослідника, можна скористатися ресурсами:

Вікіпедія (рис. 16);

Гуманітарна енциклопедія;

Britannica.



Рис. 16. Стаття "Ролан Барт" на сайті "Вікіпедія"

Викладення підходів можна знайти у джерелах [1 – 4; 6 – 11; 14] зі списку рекомендованої літератури.

Приклади використання теорії при аналізі медіапродуктів можна знайти у тих самих джерелах або у будь-яких офлайнових чи онлайн-ових ЗМІ, матеріалах конференцій чи симпозіумів (рис. 17).

A promotional page for the "Pro&Contra Media Culture Symposium". The header features the title "[ЗА и ПРОТИВ] [PRO&CONTRA]" and lists previous editions from 2000 to 2012. It identifies the location as "МАНЕЖ" in Kyiv, Ukraine, and lists organizers including the Media Forum and the Media Lab. The main section, "ПРОГРАММА И ТЕЗИСЫ", details the schedule for October 16th and 17th. On October 16th, there is a special event at 19:00-20:30 featuring a lecture by Sabine Himmelfarb. On October 17th, there is a session at 14:00-17:30 titled "Авангард и новые медиа: чего не знал Диего Верто?". A large, complex diagram of interconnected nodes is visible in the background, representing the symposium's structure or themes.

Рис. 17. Матеріали симпозіуму "Pro&Contra медиакультури" (2013)

Лабораторна робота № 7

Аналіз медіа з позицій культурних теорій

Мета роботи – зорієнтуватися у просторі культурних теорій медіа.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 7), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 7

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Т. Ньюкомб. Модель комунікації
1	В. Беньямін. Різниця між оригіналом та копією в епоху технічної відтворюваності
2	М. Хоркхаймер, Т. Адорно. Індустрія культури, її критика
3	Г. Інніс. Часові та просторові медіа
4	М. Маклюен. Медіа як розширення людини
5	М. Маклюен. Медіум є повідомлення
6	М. Маклюен. Гарячі і холодні медіа
7	М. Маклюен. Теорія галактик
8	Ст. Холл. Модель "кодування – декодування" в культурних дослідженнях
9	Cultural studies. Раса, етнічність і медіа
10	Cultural studies. Гендер, стать і медіа
11	Cultural studies. Діти, молодь і медіа
12	Р. Дебре. Медіологія

Презентація повинна містити такі підрозділи:
важливі факти біографії медіадослідника та його фото;
рік виникнення і сутність запропонованої ним теорії;
власний чи знайдений у ЗМІ приклад використання теорії;
висновки щодо актуальності теорії;
список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб дізнатися про важливі факти біографії медіадослідника, можна скористатися ресурсами:

Вікіпедія;

Гуманітарна енциклопедія (рис. 18).

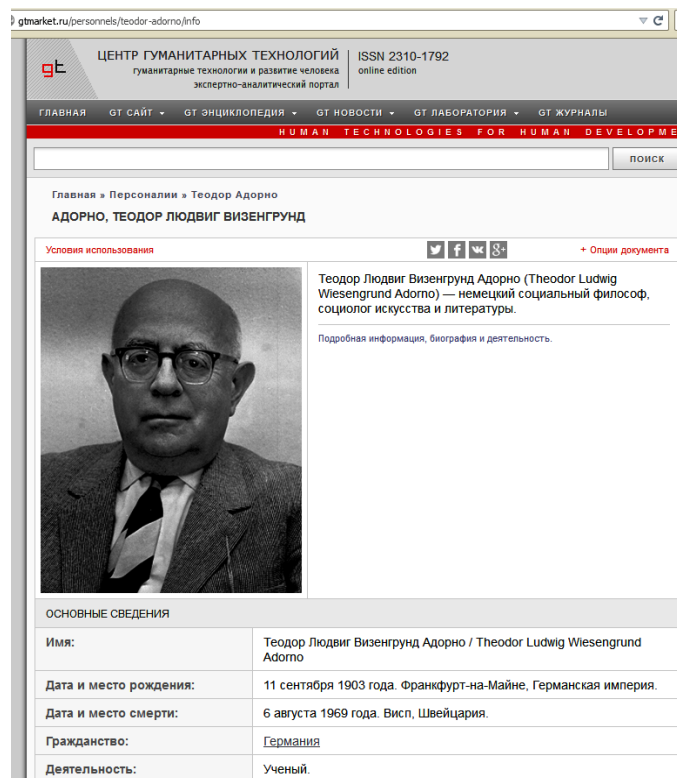


Рис. 18. Стаття "Теодор Адорно" в "Гуманітарній енциклопедії"

Викладення теорій медіа можна знайти у джерелах [1 – 4; 6 – 11; 14] зі списку рекомендованої літератури. Наприклад, воно може виглядати так: "Теорія розширення відчуття Маклюєна (1964). Має також назву "теорія технологічного детермінізму". М. Маклюєн розглядав медію як розширення людських відчуттів. На його думку, головні впливи медіи зумовлені формою більше, ніж змістом. Маклюєн стверджував, що засіб комунікації сам є повідомленням, розрізняв "гарячі" і "холодні" медію. Перші розширюють одне чуття до ступеня високої визначеності, тобто наповненості даними. Це радіо, телебачення, книга. Їх вирізняє низький ступінь участі аудиторії. Холодні медію характеризуються високим ступенем участі споживачів, або ж особистим добудовуванням того, чого їм бракує. Ці засоби лише надають аудиторії форму і для свого функціонування вимагають великого особистого внеску (телефон). Коли медією переґри-

вається, він видозмінюється в інший медіум. Холодні медії це технології племені (втягують людину), відповідно гарячі є технологіями цивілізації (виключають)" [6].

Приклади використання теорії при аналізі медіапродуктів можна знайти у тих самих джерелах або у будь-яких офлайнових чи онлайнних ЗМІ (рис. 19).

14 марта 2013, 12:03

ЕЛЕНА ПЕТРОВСКАЯ

Верните ауру, без ауры тоска



Рисунок Георгия Литичевского

Понятие, с которым не желает расставаться новейшая арт-критика, – это понятие ауры. Только не надо думать, что речь идет об особом настроении, создаваемом произведением, или же о намеке на парапсихологическую реальность. Новейшая арт-критика не желает принимать тезис о том, что аура, понимаемая как культурно-исторический способ восприятия произведений искусства, вытекающий из прежних практик ритуала, разрушается технической воспроизводимостью. Причем о самом существовании ауры мы узнаем в момент ее разрушения – до этого сакральная функция, которой были наделены художественные творения, казалась естественной и вечной. Но вот появляются средства, обладающие небывалой способностью репродуцирования – фотография, кинематограф, – и жизнь прежних оригинальных произведений, способ их бытования в культуре необратимо меняются.

Рис. 19. Стаття "Верните ауру, без ауры тоска" на сайті "Полит.ру" (14.03.2013)

Лабораторна робота № 8

Аналіз медіа з позицій соціально-психологічних теорій 1960 – 70-х років

Мета роботи – зорієнтуватися у просторі соціально-психологічних підходів до вивчення медіа.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 8), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Таблиця 8

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	Е. Кац. Теорія використання і задоволення
2	Р. Клаус. Теорія різних рівнів активності аудиторії
3	Л. Фестінгер. Теорія когнітивного дисонансу
4	А. Тверські, Д. Канеман. Теорія когнітивного упередження
5	В. Макгір. Інокуляційна теорія (теорія щеплення)
6	Д. Гербнер. Теорія культивування
7	А. Бандура. Теорія соціального навчання
8	Д. Вайт. Теорія воротаря
9	М. Мак-Комбс, Д. Шоу. Порядок денний
10	Теорія праймінгу
11	Е. Гофман. Теорія фреймінгу
12	Е. Ноель-Нойман. Спираль тиші

Презентація повинна містити такі підрозділи:
важливі факти біографії медіадослідника та його фото;
рік виникнення і сутність запропонованої ним теорії;
власний чи знайдений у ЗМІ приклад використання теорії;
висновки щодо актуальності теорії;
список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб дізнатися про важливі факти біографії медіадослідника, можна скористатися ресурсами:

Вікіпедія (рис. 20);
Гуманітарна енциклопедія;
Britannica.



Вікіпедія
Вільна енциклопедія

Головна сторінка
Поточні події
Нові редагування
Нові сторінки
Випадкова стаття

Участь
Портал спільноти
Кнайпа
Довідка
Пожертування

Панель інструментів
Посилання сюди
Пов'язані редагування
Спеціальні сторінки
Постійне посилання
Інформація про сторінку
Елемент Вікіданих
Цитувати сторінку
Статистика відвідувань

Друк/експорт
Створення книги

Створити обліковий запис Увійти

Стаття Обговорення Читати Редагувати Редагувати код Перегляд історії Пошук



CEE Spring 2015: візьміть участь у конкурсі з написання статей про країни Центральної і Східної Європи та виграйте поїздку до Македонії!

[заховати]

Леон Фестінгер [ред. • ред. код]

Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії.

Леон Фестінгер (англ. *Leon Festinger*; *8 травня 1919, Нью-Йорк — †11 лютого 1989) — американський психолог, автор теорії когнітивного дисонансу та теорії соціального порівняння^[en].

Народився в сім'ї емігрантів з Росії, Алекса Фестінгера та Сари Соломон, отримав ступінь бакалавра в 1939 в коледжі Нью-Йорк Сіті. Захистив докторську дисертацію в Університеті Айови під керівництвом Левіна (1942), після чого працював асистентом Левіна в дослідному центрі групової динаміки в МІТ. З 1947 до 1968 працював в університетах Мічигана, Мінесоти та Стенфордї. З 1968 і до своєї смерті в 1989 — професор Нової школи соціальних досліджень у Нью-Йорку.

Фестінгер став основною фігурою повороту післявоєнної соціальної психології до експериментальних методів. Окрім теорії когнітивного дисонансу, відома також висунута Фестінгером теорія соціального порівняння, відповідно до якої людина здебільшого оцінює себе та свою поведінку, порівнюючи з іншими людьми та їх поведінкою.

Серед найвідоміших учнів Фестінгера — Еліот Ерсон, Філіп Зімбардо та Стенлі Шехтер.

Зміст [сховати]

- Наукова діяльність
 - 1.1 Теорія когнітивного дисонансу
- Бібліографія

Леон Фестінгер

англ. *Leon Festinger*

Народився	8 травня 1919 <div>Нью-Йорк, США</div>
Помер	11 лютого 1989 (69 років) <div>Нью-Йорк, США</div>
Галузь наукових інтересів	психологія
Alma mater	Університет Айови
Вчене звання	професор
Науковий ступінь	Доктор філософії з психології
Науковий керівник	Курт Левін
Відомі учні	Зімбардо Філіп, Ерсон Еліот, Стенлі Шехтер
Відомий завдяки:	теорія когнітивного дисонансу

Рис. 20. Стаття "Леон Фестінгер" на сайті "Вікіпедія"

Викладення теорій медіа можна знайти у джерелах [1 – 4; 6 – 11; 14] зі списку рекомендованої літератури. Наприклад, воно може виглядати так: "Теорія фреймінгу (1974). Головне припущення теорії Е. Гофмана свідчить про те, що контекст зумовлює наші дії, поведінку і розуміння. Фреймами є когнітивні структури, які скеровують наше сприймання та уявлення соціальної реальності. Це своєрідні правила гри, які можуть розвиватися. У медіях це принципи відбору – коди наголосів, інтерпретації та презентації. Медійні продюсери зазвичай вживають їх для організації медійних продуктів і дискурсів, вербальних та візуальних. У цьому контексті медійні фрейми дають можливість новинним журналістам, наприклад, переробляти й оформлювати велику кількість різноманітної інформації швидко й унормовано. Вони дуже важливі у кодуванні медійних текстів і декодуванні їх аудиторією. Як дослідницька методологія фреймінговий аналіз вивчає набір певних аспектів проблем, зображень, стереотипів, метафор, стилю, композиції тощо, які використовуються для натяку на специфічну відповідь" [6].

Приклади використання теорії при аналізі медіапродуктів можна знайти у тих самих джерелах або у будь-яких офлайнних чи онлайнних ЗМІ (рис. 21).

день
Kiev.ua

Google™ Користу

Станіслав Є.

ГОЛОВНА | НОВИНИ | ГАЗЕТА | ТЕМА «ДНЯ» | ФОТО | ВІДЕО | БЛОГИ | МАГАЗИН

ГАРЯЧІ ТЕМИ | **Інтервенція Росії** | **Вони загинули за нас**

Спіраль мовчання по-путінськи

Ігор Яковенко
18 вересня, 2014 - 17:21

Подобається: 0 | Tweet: 0 | +1: 0 | Like: 0



Цифра 84% найбільш популярна в сьогоденній Росії. За нею все: і рівень довіри до Путіна, який фіксує «велика соціологічна трійка» (ВЦІОМ, ФОМ та Левада-центр), і підтримка санкцій, і переконаність, що події в Україні це війна США з Росією і багато що інше. Ця цифра із захопленням звучить з екранів путінського телебачення. З її сумного обговорення починають свої зустрічі противники путінського режиму, частина з яких вважає, що ця цифра відображає не стан громадської думки, а ефективність пропаганди, а інші гадають, що Путін, анексувавши Крим і розв'язавши війну в Україні, влучив у центр насолоди російського неусвідомленого, вгадав ті марення, які дримали в товщі російської колективної душі, яка мріє про велику і жакливу імперію, якої весь світ боїться, а значить — поважає.

Вважаю, що в цих 84% перемішано багато що, включаючи й недовіру респондентів до соціологів, і розбуджені імперські комплекси. Величезний

Рис. 21. Стаття "Спіраль мовчання по-путінськи" у газеті "День" (18.09.2014)

Лабораторна робота № 9

Аналіз медіа з позицій соціально-психологічних теорій 1980 – 90-х років

Мета роботи – зорієнтуватися у просторі соціально-психологічних підходів до вивчення медіа.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 9), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Презентація повинна містити такі підрозділи:
важливі факти біографії медіадослідника та його фото;
рік виникнення і сутність запропонованої ним теорії;
власний чи знайдений у ЗМІ приклад використання теорії;
висновки щодо актуальності теорії;
список використаних джерел.

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	С. Бол-Рокеш, М. де Флер. Теорія медійної залежності
2	Р. Петті, Дж. Качіоппо. Модель ймовірності свідомої обробки інформації
3	Р. Валлоне, Л. Рос, М. Леппер. Ефект ворожих медіа
4	В. Девісон. Теорія ефекту третьої особи
5	Р. Дафт, Р. Ленджел. Теорія інформаційної насиченості медіа
6	Д. Дайан, Е. Кац. Теорія медіаподій
7	Е. Роджерс. Теорія дифузії інновацій
8	П. Бергер, Т. Лукман. Теорія соціального конструювання реальності
9	Дослідження науки і технологій (science and technologies studies)
10	Б. Латур, М. Каллон. Інновації з точки зору акторно-мережевої теорії
11	В. Байкер, Т. Пінч. Теорія соціального конструювання технології
12	П. Фліши. Теорія соціотехнічного альянсу

Загальні відомості

Щоб дізнатися про важливі факти біографії медіадослідника, можна скористатися ресурсами:

Вікіпедія;

Гуманітарна енциклопедія.

Викладення теорій медіа можна знайти у джерелах [1 – 4; 6 – 11; 14] зі списку рекомендованої літератури. Наприклад, воно може виглядати так: "Соціальне конструювання реальності. Австрійські соціологи П. Бергер (емігрував до США) і Т. Лукман стверджували: реальність соціально конструюється і соціологія знання має аналізувати процеси, через які це відбувається. Люди разом створюють власне соціальне оточення. Специфічна природа людини передбачає її соціальність. Будь-яка людська діяльність узвичаюється, тобто засвоюється і стає зразком для наступного виконання. Завдяки розподілові праці та інноваціям завжди буде відкрита дорога для інших узвичаєнь. Наступним кроком є інституціоналізація. Це наслідок взаємної типізації узвичаєних дій різними діячами. Інститути передбачають історичність і контроль. Інституціональний світ ми кваліфікуємо як об'єктивну реальність. Відповідно мас-медії відіграють важливу роль (головно через новини та розваги) у процесах узвичаєння, інституціоналізації та стабілізації соціальних систем" [6].

Приклади використання теорії при аналізі медіапродуктів можна знайти у тих самих джерелах або у будь-яких офлайнових чи онлайнових ЗМІ (рис. 22).



Рис. 22. Стаття "Распространение iPhone и диффузия инноваций" на сайті "Хабрахабр" (13.05.2014)

Лабораторна робота № 10

Аналіз медіа з позицій політекономічної групи теорій

Мета роботи – зорієнтуватися у просторі політекономічних підходів до вивчення медіа.

Завдання

Знайти в мережі Інтернет інформацію за темою свого варіанту (табл. 10), уважно ознайомитися з нею та оформити звіт щодо виконання завдання у вигляді презентації.

Варіанти завдань

Варіант	Питання
1	В. Моско. Політична екомонія комунікацій: комодифікація, орієнтація у просторі, структурація
2	Ю. Габермас. Медіа і публічна (громадська) сфера
3	Ф. Сіберт, Т. Пітерсен, В. Шрамм, Д.Макквейл. Нормативні теорії преси
4	Е. Герман, Н. Хомський. Пропагандистська модель
5	Д. Галлін, П. Манчіні. Три моделі медіасистем
6	Д. Лернер. Теорія модернізації
7	Г. Шиллер. Концепція культурного імперіалізму
8	Критика концепції культурного імперіалізму
9	Д. Смайт. Медіакапітал: аудиторія як товар
10	Н. Гарнем. Медіакапітал: ідеологічна додаткова вартість
11	Галузі символічного обміну – культурні індустрії, креативні індустрії. Особливості творчої (креативної) праці
12	Культурні продукти: особливості, категорії, моделі функціонування

Презентація повинна містити такі підрозділи:
важливі факти біографії медіадослідника та його фото;
рік виникнення і сутність запропонованої ним теорії;
власний чи знайдений у ЗМІ приклад використання теорії;
висновки щодо актуальності теорії;
список використаних джерел.

Загальні відомості

Щоб дізнатися про важливі факти біографії медіадослідника, можна скористатися ресурсами:

Вікіпедія (рис. 23);
Гуманітарна енциклопедія;
Britannica.

Викладення теорій медіа можна знайти у джерелах [1 – 4; 6 – 11; 14] зі списку рекомендованої літератури.



Рис. 23. Стаття "Herbert Schiller" на сайті Wikipedia

Приклади використання теорії при аналізі медіапродуктів можна знайти у тих самих джерелах або у будь-яких офлайнових чи онлайн-ових ЗМІ (рис. 24).



Рис. 24. Стаття "Галлін і Манчіні: надто лояльні до Великобританії і дуже суворі до Італії" на сайті "European Journalism Observatory" (23.12.2013)

Рекомендована література

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект-пресс, 2010. – 192 с.
2. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2004. – 432 с.
3. Гавра Д. Основы теории коммуникации : учеб. пособ. Стандарт третьего поколения / Д. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
4. Иванов В. Ф. Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – К. : Академия украинской прессы, Центр свободной прессы, 2013. – 902 с.
5. Иванов С. 1 000 лет озарений. Удивительные истории простых вещей / С. Иванов. – М. : Вокруг света, 2010. – 232 с.
6. Квіт С. Масові комунікації : підручник / С. Квіт. – К. : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2008. – 206 с.
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
8. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М. : Аванти плюс, 2003. – 428 с.
9. Черных А. Мир современных медиа / А. Черных. – М. : Территория будущего, 2007. – 312 с.
10. Baran S. J. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future / S. J. Baran, D. K. Davis. – Boston : Wadsworth, 2012. – 420 p.
11. Bryant J. Theory and Research in Mass Communication / Jennings Bryant, Dorina Miron // Journal of Communication. – 2004. – Volume 54, Issue 4. – P. 662–704.
12. Winston B. Media technology & society. A history: from the telegraph to the Internet / Brian Winston. – London and New York : Routledge, 2003. – 376 p.
13. Гуманітарна енциклопедія. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/encyclopedia>.
14. Chandler D. A Dictionary of Media and Communication / Daniel Chandler, Rod Munday. – Access mode : <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199568758.001.0001/acref-9780199568758>.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Методичні рекомендації
до виконання лабораторних робіт
з навчальної дисципліни
"ТЕОРІЇ МЕДІА"
для студентів напряму підготовки
6.051501 "Видавничо-поліграфічна справа"
всіх форм навчання**

Укладач **Сисоєва** Юлія Анатоліївна

Відповідальний за випуск *Пушкар О. І.*

Редактор *Промський М. Н.*

Коректор *Маркова Т. А.*

План 2015 р. Поз. № 73.

Підп. до друку 28.05.2015 р. Формат 60 x 90 1/16. Папір офсетний. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 2,0. Обл.-вид. арк. 2,5. Тираж 30 пр. Зам. №. 43.

Видавець і виготівник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Леніна, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*