

НАВЧАЛЬНІ ПОСІБНИКИ



Медіаландшафт. Т. 1 : н

аук.-практ. вид. / Д. С. Файвішенко, Є. О. Кияниця, Г. В. Алданькова та ін. / за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 320 с. – (Серія «Медіалогія»).

ISBN 978-966-918-080-3 (серія)

ISBN 978-966-918-087-2 (т. 1)

DOI: 10.31617/np.knute.2023-99

Науково-практичне видання присвячено розгляду медійного середовища, структурним підрозділам, напрямам, які складають медійний ландшафт сьогодення, а також тим засадам, які спрямовані на підвищення медіаграмотності суспільства. Представлено теоретичні основи медіалогії, практичні тенденції формування різних форм контенту, трансльованого як через традиційні, так і через інтерактивні масмедіа. Запропоновано найбільш актуальні напрями візуалізації тих інформаційних, рекламних та інших звернень, які сприятимуть формуванню високого рівня громадської свідомості всіх членів медіапростору, опануванню мистецької та культурологічної компетентності здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Журналістика».

Видання призначене для опанування медіазасад майбутніми фахівцями у сфері медіа та практиками суміжних професій.

Зам. 99/23

Ціна 250,00 грн

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. МЕДІАЛОГІЯ ЯК НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ НАПРЯМ	7
1.1. Медіалогія: структурний підхід медіаландшафту	7
1.2. Типологізація споживачів медіа: використання кластерного аналізу	32
1.3. Жанри у медіа: становлення, розвиток, сьогодення	58
1.4. Етичні норми і правила у медіадіяльності	79
1.5. Інформаційна зброя як інструмент маніпуляції у сучасному медіапросторі.	101
1.6. Диджиталізація медіапростору	120
РОЗДІЛ II. ВІЗУАЛІЗАЦІЯ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ: ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЙОГО ФОРМУВАННЯ	138
2.1. Візуалізація контенту традиційних та сучасних медіа	138
2.2. Аудіовізуалізація у роботі медійника	157
2.3. Аналіз сучасних тенденцій формування аргументації у рекламній комунікації	179
2.4. Проектні рішення у дизайні рекламних звернень	198
ВИСНОВКИ.....	265
ДОДАТКИ.....	268
ДОДАТКОВИЙ СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	315