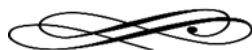


References

1. Revised enlargement methodology: Questions and Answers. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/qanda_20_182
2. Commission Opinion on the Republic of Moldova's application for membership of the European Union An official website of the European Union. URL: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/opinion-moldovas-application-membership-european-union_en



*Боднарчук Ю., канд. іст. наук, доцент
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль*

ІСТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У сучасному світі інформаційно-комунікативні технології потребують глибокого дослідження, зокрема ретроспективи їх становлення в історичному контексті та особливості електронних соціальних комунікацій, адже вони є важливою, подекуди невід'ємною частиною соціуму в усіх векторах взаємодії.

Нові методи комунікації змінюють способи встановлення і підтримки людських взаємовідносин. Кілька років тому люди знайомилися переважно з тими, з ким зустрічалися особисто. Сьогодні люди можуть всього за кілька хвилин встановити контакт і налагодити знайомство з іншим людьми, що живуть у будь-якій частині світу. За допомогою інтернету ми здійснюємо щоденні закупівлі товарів, навчаємося, керуємо політичними процесами, отримуємо медичні консультації та формуємо осередки відпочинку, хобі й обираємо канали інформації. З кожним днем кількість функціонального застосування соціальних мереж зростає, а разом із ним множаться можливості й уміння використання комунікативних технологій, серед яких мультимедійна культура як загальна ознака широких мас населення.

За допомогою інформаційно-комунікаційних технологій ми спілкуємося! Зараз надзвичайно популярними є такі соціальні мережі: «Facebook», «Instagram», «Massenger», «Twitter», «WhatsApp», «Telegram» і багато інших популярних соціальних додатків. Вони є інструментом, за допомогою якого велика кількість користувачів глобальної мережі отримує додаткові можливості у спілкуванні та поширенні інформації різного соціально-культурного значення.

Соціально-комунікаційна діяльність пронизує майже усі сфери суспільного життя і суспільної діяльності. Для електронних комунікацій необхідно зробити уточнення основних характеристик, на які впливають новітні засоби та знаряддя комунікаційної взаємодії [8, с. 49].

На думку академіка Миколи Амосова, глобалізація – це сучасний (і планетарний) етап розвитку цивілізації, суть якого у зростанні міжнародних зв'язків, взаємозалежності країн, розповсюдженні нових технологій та єдиних стандартів життя. Відсутність передових інформаційних технологій у країні становить загрозу інформаційному простору країни [13].

«Пророком» електронної комунікації вважають канадського професора М. Маклуена, який присвятив свої дослідження філософії соціальних комунікацій і передбачив зміни комунікаційних каналів ще в 60-х рр. ХХ ст., а разом із ними і зміни у нормах людської поведінки, культурі взаємовідносин у суспільстві. Він не враховував перспективи комп'ютерної техніки, яка на той час ще не використовувалася як комунікаційний канал, але передбачив симбіоз зображення і звуку, реалізованих у системі мультимедіа [9, с. 38].

Згодом з'явилися електронні комунікації як наслідок розвитку інформаційних технологій і насамперед автоматизованих технологій генерування, обробки, збереження, передачі та поширення документалізованої інформації, що наочно продемонструвало зміни у поведінкових рефлексях людей, культурі поведінки, що наразі набуває глобального вияву. Інформаційні системи

формують чи не найголовнішу сферу занять, йдучи паралельно з виробництвом товарів та послуг. Змінюється характер конкуренції між виробниками.

Подальший розвиток інформаційно-комунікативних технологій, а також розширення можливостей мультимедіа привели до думок про завершення ери документальної комунікації. Кіно змінило світогляд людини, підпорядкувавши його логіці власних форм побудови образів. Воно вбирає в себе принцип фрагментованості сприйняття й одночасно – його плинність. Саме в кіно можна побачити матеріалізацію віртуального, коли «вже не образ стає світом, але світ – власним образом». Незаперечною є ідеологічна роль кіно як знаряддя впливу та контролю за масовою свідомістю. Кіно нав'язує образи, мислення, поведінку, тобто повністю змінює суб'єкта, переводить у розряд пасивного виконавця нав'язаної кінообразом ролі. Проте цей ефект є нетривалим і швидкозмінним. Адже медійні образи цього періоду відрізняються фрагментарністю, що в умовах реальних обставин вступають у суперечність і втрачають свою цінність.

Телебачення знайшло нові, більш гнучкі способи впливу та переконання. Телебачення як засіб комунікації отримало суттєво відмінну спрямованість, аніж кіно. Воно йде шляхом створення «реалістичної дійсності», яка настільки подібна до дійсності життєвого світу індивідуумів, що різниця між ними немовби стирається у сприйнятті споглядача.

Телебачення повністю втрачає здатність до мовчазності. Принцип телебачення – постійна звукова присутність. Мовчазність у телебаченні стає нонсенсом, телебачення ніколи не замовкає, постійно привертаючи увагу звуковими ефектами. Тому неправильно вважати телебачення продовженням кіно. Воно в чомусь протилежне кіно, адже є аудіовізуальним розрошенням радіо, яке існує завдяки запереченню тиші та мовчання.

Одночасно спільною особливістю мультимедійних засобів комунікації, як-от кіно та телебачення, є надання спостерігачу пасивної ролі споживача образів, що суттєво звужує комунікативні можливості цих різновидів масмедіа. Тому говорити про комунікацію в межах, наприклад, телебачення, досить проблематично [2, с. 49–52].

Мультимедійний продукт дає змогу зібрати воєдино величезні і розрізнені об'єми інформації, дає можливість за допомогою інтерактивної взаємодії вибирати інформаційні блоки, що наразі цікавлять, підвищує ефективність сприйняття інформації.

Поява систем мультимедіа, безумовно, проводить революційні зміни у сфері освіти, комп'ютерного тренінга, у багатьох сферах професійної діяльності, науки, мистецтва, в комп'ютерних іграх тощо. Сьогодні мультимедійні технології зміцнилися у багатьох сферах діяльності. Безліч програмістів, сценаристів, дизайнерів працюють над створенням усе нових і нових проєктів [14, с. 130–131].

Комп'ютерні комунікації мають зовсім іншу природу, аніж кіно чи телебачення. Наразі вони є найбільш вільними від ідеології мас засобами комунікації. Їх особливість – це спрямованість на індивідуальну свідомість, персоніфікованість користувача. Також комп'ютерна комунікація є найбільш технологічною і передбачає доволі високу загальну технокультуру суспільства. Комп'ютерна комунікація є не тільки текстом, але є гіпертекстом, особливо коли йдеться про інтернет-спілкування [2, с. 52].

Інтернет можна назвати засобом масмедіа лише умовно, з огляду на величезну і водночас дуже неоднорідну аудиторію. Але в будь-якому разі він змінив традиційні масові комунікації та породив новий вид комунікації – мережеву, або електронну (цифрову, комп'ютерну, віртуальну).

Великий потенціал має інтернет у сфері розширення доступу до освіти. Навчання в інтернет-середовищі проголошено справжньою революцією в освіті, співмірною із винайденням друкарського верстата Гутенберга. І справді, мережева онлайн-освіта зробила можливим масове поширення знань без будь-яких географічних, фінансових, соціальних і культурних обмежень. Завдяки інтернету неймовірними темпами зростають обсяги інформації, можливості її оперативного продукування, передавання, споживання, оброблення, перетворення, зберігання, використання будь-коли і будь-де [7].

Електронна комунікація має низку диференційних ознак. Зокрема, О. Долгополов вказує на специфічність інтернет-комунікації, порівняно зі спілкуванням, яке не опосередковане комп'ютером: «Мережа не є безпосередньою копією реального життя, вона має свої функціональні доміанти, зокрема зміну суб'єктно-об'єктних відносин, особливості мотивації користувачів,

включення до процесів комунікації лише деяких соціальних груп, технологічні детермінанти комунікативної дії. Усі вони спричиняють зміни будь-якого об'єкта, який приходить в онлайн із оффлайну, а також характерні властивості явищ, які виникають безпосередньо в мережевому просторі» [4, с. 103].

Список використаних джерел

1. Бегерська О. В. Особливості інтернет-комунікації. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. Київ: Київський національний лінгвістичний університет, 2017. № 38. С. 17–20.
2. Висоцька О. Є. Роль мультимедійних засобів комунікації у формуванні світогляду сучасної людини. *Вісник Черкаського університету*. Чернігів, 2008. Серія: Філософія. № 130. С. 48–55.
3. Дубовик Н. А. Особливості мультимедійної комунікаційної культури. *Інформаційно-документаційне забезпечення сучасного суспільства: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 19–20 трав. 2016 р.* Київ: ДУТ, 2016. С. 33–34.
4. Калита О. М. Електронна комунікація: мовнокомунікативні особливості й жанрова диференціація. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови. 2012. Вип. 9. С. 102–105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_10_2012_9_32
5. Кісіль А. А. Соціальні мережі Інтернет як один з видів електронної комунікації. *Наука – перші кроки: тези доп. XII Регіон. студент. наук.-техн. конф., Маріуполь, 23–27 квітня 2018 р.* Маріуполь, 2018, Т. 3. С. 111–113.
6. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2014. Вип. 16. С. 61–71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2014_16_8
7. Комунікації в Інтернеті: переваги і ризики. URL: <https://uahistory.co/pidruchniki/vasilkiv-civil-education-10-class-2018/33.php>
8. Моїсєєва Н. Електронна епоха соціальних комунікацій: структурно-діяльнісні трансформації. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 3. С. 49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2014_3_16
9. Остапчук Ю. Роль електронної комунікації в інформаційному суспільстві. *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 5. С. 38–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2016_5_12
10. Побережна М. П. Електронні канали комунікації: функції, переваги, недоліки. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2012. № 44. С. 174–180. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2012_44_30
11. Полтавець Т. В. Мова та соціальні мережі: механізми взаємопроникнення. *Бібліотека. Наука. Комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху: матеріали міжнар. наук. конф., Київ, 8–10 жовт. 2019 р.* Київ: НБУ ім. В. І. Вернадського, 2019. Т. 2. С. 47–52.
12. Про електронну комунікацію: Закон України від 16.12.2020 р. № 1089-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>
13. Системи масової комунікації: процеси глобалізації та трансформації. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/25746/>
14. Сухорукова Л. А. Дизайн візуальних комунікацій: основні поняття та особливості. *Дизайн-освіта 2009: сучасна концепція дизайн-освіти України: зб. матеріалів міжнар. наук.-метод. конф. проф.-викл. складу і молодих учених в рамках V міжнар. форуму «Дизайн-освіта 2009»*, м. Харків; Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв, 27–29 квіт. 2009 р. Харків, 2009. Ч. 1. С. 128–131.
15. Функції електронної комунікації. URL: <https://wikipedia.com.ua/1xa114.html>

