



Медіаторчість : монографія. Т. 2 / Д. С. Файвішенко, Є. В. Шкуров, О. В. Добродум та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі. – Серія : Медіалогія. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. – 356 с.

ISBN 978-966-918-167-1

DOI: 10.31617/m.knute.2025-31

Видання присвячене творчим практикам медіа-суспільства, охоплюючи широкий спектр тем від медіадизайну та рекламної сфери до впливу медіа на культурний ландшафт і самостворення індивіда через наративи медіапростору. Автори розглядають медіаторчість як окрему практику масових комунікацій та різновид мистецтва, а також аналізують роль соціальних мереж у сучасному медіасуспільстві, особливості виробництва та споживання медіаконтенту. Приділено увагу мистецтву створення медіатекстів, у тому числі з урахуванням технологій сучасного копірайтингу та

штучного інтелекту, місцю медіаторчості у медіаосвіті. Монографія аналізує новітні тенденції у медіаторчості та їхній вплив на суспільство й культуру.

Видання призначене для здобувачів вищої освіти, науковців та аспірантів, фахівців у сфері медіа.

Зам. 274/25

Ціна 350,00 грн

ЗМІСТ

Вступ	6
Розділ 1. ТВОРЧІ ПРАКТИКИ МЕДІАСУСПІЛЬСТВА	9
1.1. Медіаторчість: медіадизайн та рекламна сфера	9
<i>Список використаних джерел</i>	34
1.2. Медіаторчість як різновид мистецтва і об'єкт філософування	35
<i>Список використаних джерел</i>	43
1.3. Медіа як «архітектори» культурного ландшафту	44
<i>Список використаних джерел</i>	53
1.4. Наративи медіапростору як засіб самостворення	53
<i>Список використаних джерел</i>	66
1.5. Наративно-візуальна творчість дописувачів соціальних мереж у кризовий період: психологічний аналіз	69
<i>Список використаних джерел</i>	79
1.6. Самореалізація людини у сучасному світі і творчі практики афоризмо-терапії.....	84
<i>Список використаних джерел</i>	93
1.7. Фандом як модель виробництва і споживання медіаконтенту у популярній культурі XXI століття	94
<i>Список використаних джерел</i>	107

1.8. Міфологічні аспекти медійної рекламної творчості	108
<i>Список використаних джерел</i>	122
1.9. Творчі ідеї як комунікаційний люфт в інноваційному медіамакетингу	123
<i>Список використаних джерел</i>	132
1.10. Особливості наративної компетентності у медіапросторі	134
<i>Список використаних джерел</i>	147
1.11. Довіра до себе як читача медіатекстів у становленні суб'єкта інформаційного простору	148
<i>Список використаних джерел</i>	162
1.12. Медіаторчість в онлайн-повсякденні міста	165
<i>Список використаних джерел</i>	179
Розділ 2. МИСТЕЦТВО МЕДІАТЕКСТІВ: ВІД ІДЕЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ	182
2.1. Доречно, достатньо, бажано, необхідно: доступність як стандарт журналістики та формат спілкування з аудиторією	182
<i>Список використаних джерел</i>	204
2.2. Цифровізація професійної підготовки у сфері реклами і зв'язків із громадськістю	205
<i>Список використаних джерел</i>	223
2.3 Медіаосвіта, медіаграмотність та медіаторчість: сучасне розуміння, концепції й тренди	224
<i>Список використаних джерел</i>	247
2.4. Копірайтинг: креативні підходи та ефективні стратегії	252
<i>Список використаних джерел</i>	267
2.5. Комунікативні технології і штучний інтелект у контексті медіаторчість	268
<i>Список використаних джерел</i>	278
2.6. «Голлівуд на березі Чорного моря» у медіаторчість Юрія Яновського	280
<i>Список використаних джерел</i>	300
2.7. Зображення Києва у мемах: теми, образи і засоби творення	301
<i>Список використаних джерел</i>	317
2.8. Політичні наративи про війну проти України в німецьких медіа: еволюція та рекомендації щодо використання гейміфікованих інструментів	321
<i>Список використаних джерел</i>	337
Висновки	338
Додатки	341