



Раздел 1:

Управление и предприемачество в КТИ

Тема 1.4. Нови медии, творчески технологии и дигитална среда

Автор(и):

проф. Михай Русен
проф. Разван Клондир
проф. Елида Месарош Лайко
проф. Оливера Грачанин

Институция (и):

**Национален университет по
изкуства - Букурещ, Румъния**
**Университет на Нови Сад,
Сърбия**



Съфинансиран от програма
„Еразъм+“
на Европейския съюз

Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на настоящата публикация не представлява одобрение на нейното съдържание, което отразява гледните точки само на авторите и не може да се търси отговорност от Комисията за всяка употреба, която може да бъде използвана за информацията, съдържаща се в нея. Номер на проект: 2020-1-BG01-KA203-079193.

Този материал е част от учебното съдържание на програма „Управление и предприемачество в културните и творческите индустрии“ за студенти от бакалавърска и магистърска степен по икономически и бизнес науки, съдържаща общо 10 теми. Той е разработен в рамките на проект „FENICE: Насърчаване на предприемачеството и иновациите в културните и творческите индустрии чрез интердисциплинарно обучение“, който е подкрепен от програма „Еразъм +“ по ключова дейност Стратегически партньорства във висшето образование“.

Учебното съдържание накратко:

Програма ФЕНИС

Раздел 1: Мениджмънт и предприемачество в КТИ

Тема 1.1. Разбиране на КТИ. Междусекторно сътрудничество.

Тема 1.2. Креативност, иновации и културно съдържание. Отговорност и етично поведение

Тема 1.3. Културни политики и институции. Интелектуална собственост

Тема 1.4. Нови медии, творчески технологии и дигитална среда

Раздел 2: Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ

Тема 2.1: Проектиране на бизнес за КТИ: изготвяне на бизнес план и представяне на бизнес

Тема 2.2: Към стойността: икономическа, пазарна и културна оценка на продукти и услуги в КТИ.

Тема 2.3: Пазар, конкуренция, потребление и брендиране в КТИ

Тема 2.4: Бизнес модели, системи, партньорства

Тема 2.5: Управление на екипа и на промените в КТИ

Тема 2.6: Финансиране. Възможности и рискове

Повече информация можете да намерите на уеб страница: <http://www.fenice-project.eu>

Декларация за авторско право:



Тази разработка е лицензирана под международния лиценз Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. Вие сте свободни да:

- споделяте - копирате и разпространявате материала на всякакъв носител или формат
- адаптирате - смесвате, трансформирате и надграждате материала

при следните условия:

- Признание - трябва да дадете подходящо признание на приноса, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да направите това по всякакъв разумен начин, но не и по такъв, който да предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
- Некомерсиалност - Не можете да използвате материала с комерсиална цел.
- Сходно Споделяне - Ако добавяте, трансформирате или надграждате материала, трябва да го разпространявате при същите лицензи като оригинала.

1 Общ преглед на темата

Темата „**Нови медии, творчески технологии и дигитална среда**“ се фокусира на няколко аспекта, които имат критично значение за изпълнението на творческите проекти.

Новите медии в ХХ век са неограничено поле, което дава както на творците, така и на зрителите възможността да преживеят, създават и комуникират чрез изкуство по нови и неочаквани начини.

2 Съдържание на темата

Цифровите технологии промениха изискването медиите да се основават на източници от реалния свят. В днешно време медиите са почти изцяло цифрови, или поне в някои етапи на създаване, и по този начин са по-зависими от техническите възможности. Тъй като тази технология се усъвършенства непрекъснато, новите варианти на медиите се развиват стремглаво.

Съоръженията за медийно производство разшириха възможностите за доставка на съдържание с нарастващото значение на интернет, стрийминг услугите, мобилните приложения и други подобни, измествайки медийните формати и възможностите за достъпност встрани от традиционните аналогови варианти.

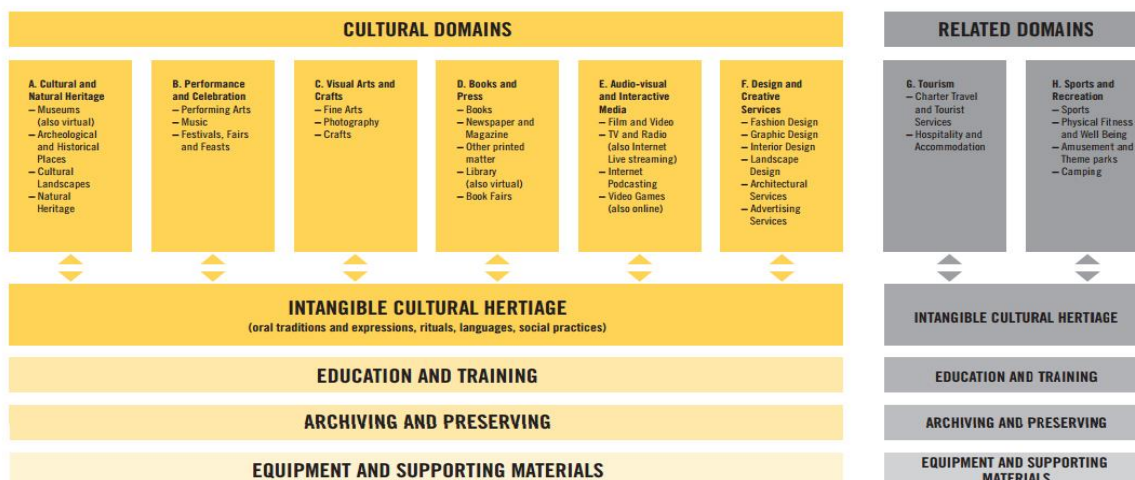
Творческите технологии вече не се ограничават само до една индустрия. Игрите, специалните ефекти, филмите и телевизията, музиката, интернет, цифровата телевизия, сателитното излъчване, изкуствата, културните съоръжения като театър и опера и много други, изглежда нямат изключителни среди за създаване и предоставяне на съдържание.

Цифровата среда присъства навсякъде. Като се започне от билбордовете на улицата, дигитално вмъкнатите реклами в телевизионното излъчване, дигиталните и реалните трансформации в съвременните визуални медии, които са новото нормално явление, и се стигне до виртуалните вселени онлайн, където хората могат да живеят виртуален живот, да провеждат онлайн срещи или дори съдебни заседания и правни процедури с помощта на приложенията Zoom или Skype, светът се е променил необратимо.

Културната икономика е един от стълбовете на световната икономика.

The Cultural Economy

Based on UNESCO'S Framework for Cultural Statistics



Source: 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, p. 24.

Интернет и световната мрежа предоставиха на човечеството цял нов виртуален свят. Всеки аспект на творческите и културните индустрии изведнъж получи ново, достъпно средство за разпространение, световно и незабавно. Виртуалните музеи, стрийминг услугите, видео- и аудиопорталите, уебсайтовете, предоставящи новини, медии, предавания и друго съдържание, станаха лесно достъпни, знанията се предават мигновено по цялото земно кълбо, а потребителите с готовност и масово възприемат новия културен и творчески отдушник.

Един от най-важните крайъгълни камъни на новите медии са платформите за социални медии като: YouTube, TikTok, Twitch, Facebook, Instagram, Twitter, Reddit и много други. Погрешно е да се смята, че те са просто канали, които пренасят съобщения. Те, както и всички медии, са от решаващо значение за формирането на посланието. Тезата на Маршал Маклуън (Marshall McLuhan), че: "Медията е посланието", се потвърждава най-добре чрез различните платформи на социалните медии, които чрез техническата си настройка и творческите си предложения оформят по сходен начин посланията на всички създатели на платформата.

"Електрическата светлина е чиста информация. Тя е медия без послание, така да се каже, освен ако не се използва за изписване на някаква словесна реклама или име. Този факт, характерен за всички медии, означава, че "съдържанието" на всяка медия е винаги друга медия. В съдържанието на писането е речта, точно както писаното слово е съдържанието на печата, и печатът е съдържанието на телеграфа. Ако се запитаме: "Какво е съдържанието на речта?" е необходимо да се отговори: "Това е действителен процес на мислене, който сам по себе си е невербален." Една абстрактна картина представлява пряка проява на творческите мисловни процеси, както те могат да се проявят в компютърните проекти. Това, което разглеждаме тук, обаче са психическите и социалните последици от проектите или моделите, тъй като те усилват или ускоряват съществуващите процеси. За "посланието" на всяко средство или е промяната в

мащаба, темпото или модела, които тя въвежда в човешката дейност. Железопътната линия не е въвела движение или транспорт, или колело, или път в човешкото общество, но ускорява и разширява мащаба на предишните човешки функции, създавайки напълно нови видове градове и нови видове работа и отдих... Дали светлината се използва за мозъчна хирургия или за нощен бейзбол, е безразлично. Може да се твърди, че тези дейности са по някакъв начин "съдържанието" на електрическата светлина, тъй като те не биха могли да съществуват без нея самата. Този факт само подчертава тезата, че "медията е посланието", защото именно медията оформя и контролира мащаба и формата на човешките асоциации и действия. Съдържанието или употребите на тези медии са колкото разнообразни, толкова и неефективни в оформянето на формата на човешкото сдружаване. Всъщност твърде характерно е, че "съдържанието" на всяка медия ни заслепява за характера си. Едва днес индустриите са осъзнали различните видове бизнес, с които се занимават. Когато IBM откри, че не се занимава с производство на офис оборудване или бизнес машини, а с обработка на информация, започна да се ориентира с ясна визия." (Understanding Media: The Extensions of Man by Marshall McLuhan)

TikTok е платформа, която е изцяло насочена към видеоклипове. Кратката форма на съдържанието - 15 секунди и повече - първоначално се харесва предимно на по-младите потребители, което подтиква известни личности да се присъединят към нея. Междувременно броят и разнообразието на потребителите нараснаха. Понастоящем TikTok съобщава, че е надхвърлил 1 милиард потребители.

Освен платформите на социалните медии, това което формира новите, творчески индустрии са също така стрийминг порталите като Netflix, Amazon Prime, Disney+ и също Twitch. Освен, че генерират огромни приходи, тези портали са много по-ефективни в достигането както на млада, така и по-опитна публика в сравнение с традиционните телевизионни канали, които оказва се изпитват огромни затруднения при привличането на зрители под 30г. Големи ТВ мрежи се опитват да създават присъствие на различни платформи, но предвид, че медиатора/ платформата неизбежно оформя посланието, то те трябва да настройват своите материали и съобщения по начин, които да съответства на медиаторите и платформите, които използват, за да достигнат потенциалните зрители.

Един от най-интересните аспекти на новите творчески медии в дигиталната среда, е възможността да слива нови и стари, технологии на бъдещето с тези, които се счита че са отминали. Резултатът от подобно сливане на ново със старо е винаги вълнуваща сплав, която е много повече от нейните компоненти.

Отминалите технологии в съвременните КТИ – творчески потенциал, културни ценности.

Темата включва традиционните технологии, или тези, които са творчески определени като отминали и датират от индустриалните години на миналия век. Те са част от историята и вече са придобили естетичен и културен потенциал, поне за съвременното КТИ – например изкуството на пишещите машини. Можем да разгледаме като обект на изследване за този курс/тема целия постиндустриален архив - чертежи, проекти и достъпни артефакти от епохата. Улесняването на практиките на съвременното КТИ

чрез изследване на отминалите технологии означава демократизиране на достъпа до творчество, оригиналност и експериментално знание в професионална културна област, дълбоко зависима от способности и умения, чието традиционно развитие днес е непосилно скъпо - ресурси, време и пазар на труда в областта на КТИ с изисквания, които трябва да бъдат адаптирани към съвременните творчески реалности.

Въведение в ломографията

Творческото движение на ломографията приближава своята 30 годишнина и запазва своя активен потенциал в съвременните КТИ, освен своя статус на световна културна организация и популярна икона на креативността.

Ломографията е творческа аналогова фотографска техника, задгробният живот на филмовата фотография. „Бъдещето е аналогово“, заяви преди три десетилетия Lomographic Society - поне докато аналоговите фотоапарати и филми са наоколо, за десетилетия напред, а може би цял век. И като се има предвид тази тенденция за незабавно фотографско удовлетворение, работа с незабавни филми и специални камери и апетита за творчески експерименти с филми, може да се предвиди, че висококачествените 3D принтери лесно ще произвеждат пластмасови фотоапарати с ниско ниво на финост. Същото вече се случва с CNC резачка за шперплат или картон за основни, евтини камери с дупки.

Кампанология – културна тенденция

Камбаните/ църковните камбани като литургичен продукт, скулптурни инсталации, съвременни социални паметници. Интердисциплинарната област и нейната културна еволюция от традиционен продукт до статус на социален символ и съвременна културна икона.

Визуалните изкуства, архитектурата и особено съвременната скулптура изобразява камбаните по един ясно видим начин, заедно с техните поддържащи структури, независимо дали са функциониращи или не, полезни или просто експонати. Камбанариите на модерните църкви стават естетично и визуално автономни и са генератори на визуални и звукови пейзажи, както са създадени от архитекти като Марио Бота (Mario Botta) и Льо Корбузије (Le Corbusier). В съвременната скулптура, камбаните са се превърнали в готови скулптурни обекти, напълно интегрирани в инсталации, както подхождат творци като Янис Кунелис (Jannis Kounellis), Клаудио Пармиджиани (Claudio Parmiggiani), Бари Фланаган (Barry Flanagan) или пък проявяват паметно и социално отношение по примера на Зафос Хагорарис (Zaphos Xagoraris) и Маркус Вергет (Marcus Vergette).

Феноменът на камбаните като социален мемориал възниква от нуждата за социално поведение и включване в следвоенната епоха, също и на фона на еволюционните процеси на секуларизация на символните ценности на тази типология от традиционни литургични артефакти.

Социалният мемориал, идентифициран днес чрез артефактите на камбаните покрива пориви като възпоменание, героизъм, оповестяване архива на паметта, символичен

или не, до поведение, мотивация и социално коментиране, преминаващо чрез творческо включване в съвременни кризи – война, страдание и човешки загуби, драма във всяка ситуация. Той винаги маркира идеи или спомени чрез звуков пейзаж и визуална структура, която неизбежно използва литургичното отразяване на камбаните, памет на общността.

Камбаната и нейните поддържащи структури, всички елементи на изкуството и науката на кампанологията, задействат антропологичен вектор и развиваща се културна икона, поради вече възникналата съществена мутация чрез секуларизация на оригиналния литургичен артефакт в скулптурен обект и инсталация, а сега войнствен Социален мемориал или архив на паметта.

Един от най-интересните аспекти на новите творчески медии в дигиталната среда, е възможността да слива нови и стари, технологии на бъдещето с тези, които се счита че са отминали. Резултатът от подобно сливане на ново със старо е винаги вълнуваща сплав, която е много повече от нейните компоненти.