

### Список використаних джерел :

1. Хейл Д. Стаття та реклама: вплив на споживачів та культуру. Київ: НТУ, 2016. 384 с.
2. Швець Л. М. Комерційна і соціальна реклама: порівняльний аналіз. *Гуманітарний вісник*. 2015. № 5. С. 72–80.
3. Ювковецька Ю. О. Соціальна реклама в контексті культурних практик. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2018. Вип. 18(2). С. 248–253.

**Степанюк Андрій**

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
ДЗ «Луганський національний  
університет імені Тараса Шевченка»  
(науковий керівник – К. Палій)  
(м. Полтава)*

## **ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТЕЙ ЧЕРЕЗ МЕДІА ТА МЕДІАОСВІТА У РОЗРІЗІ КОНЦЕПЦІЇ МАРШАЛЛА МАКЛЮЕНА**

Аудіовізуальні медіа відіграють важливу роль у формуванні суспільної свідомості, використовуючи наративи, образи та емоційний вплив для залучення аудиторії. За допомогою фільмів, серіалів і телевізійних шоу медіа можуть не лише розважати, а й спонукати до рефлексії, відображати різноманітні соціальні виклики та глибокі трансформації, що відбуваються в сучасному світі. Вони висвітлюють гендерні, політичні та економічні питання, що дозволяє глядачам не лише дізнатися про ці проблеми, а й краще зрозуміти їхню важливість та вплив на суспільство.

Теоретик медіа Маршалл Маклюен, який ввів концепцію «медіа – це медіум», стверджував, що не тільки зміст медіа-контенту, а й сам спосіб передачі інформації має значний вплив на суспільство. З його точки зору, розвиток аудіовізуальних технологій може змінювати суспільні цінності та впливати на сприйняття реальності. У своїй роботі «Розуміння медіа» Маклюен спробував дослідити місце і роль медіа в сучасному світі, запропонувавши поділити медіа на «гарячі» і «холодні» засоби комунікації. «Гарячі» медіа, такі як радіо чи кіно, сповнені деталей і залишають менше місця для інтерпретації аудиторією. Навпаки, «холодні» медіа, до яких він відносив телефон і усне мовлення, вимагають більш активної участі слухача, оскільки вони передають менше інформації і вимагають від аудиторії «доповнювати» або «завершувати» отриманий контент самостійно. [1]

Маклюен зазначав, що аудіовізуальні медіа не лише передають інформацію, але й змінюють спосіб мислення та сприйняття світу. Вони формують нові культурні цінності, соціальні норми та стандарти поведінки.

Таким чином все, що нас оточує, може стати об'єктом медіа, і те, яким воно буде, впливатиме на наше сприйняття цих речей [1].

І все ж предметом основних наукових зацікавлень канадського дослідника стало вивчення феномену телебачення. Аналізуючи вплив телебачення на людську свідомість, він намагався виявити тенденції, притаманні всім медіа. М. Маклюен був одним із перших теоретиків, хто представив мозаїчний світ сучасної телевізійної культури. Дослідник закликав до об'єктивного і масштабного вивчення нового засобу масової комунікації, оскільки був переконаний, що «телебачення справило тотальний вплив на все наше життя в усіх його особистих, соціальних і політичних аспектах».

Маршалл Маклюен у «Розуміння медіа» ілюструє силу телебачення у формуванні людської свідомості на прикладі експерименту, проведеного в Торонто. У рамках дослідження чотири групи студентів отримували однакову інформацію, але через різні канали: радіо, телебачення, лекцію та самостійне читання тексту. Крім групи читання, інформація подавалася у прямому вербальному форматі одним лектором, без обговорення, без наочності та без візуальних засобів. Експеримент тривав 30 хвилин, після чого студентам було поставлено низку контрольних запитань. Найвищі результати показали студенти, які отримували інформацію через телебачення, що підкреслило ефективність аудіовізуального методу в засвоєнні інформації.

Цей експеримент підтверджує, що телебачення як аудіовізуальне середовище є не просто каналом передачі даних, а потужним інструментом моделювання соціальної реальності. Телебачення має здатність формувати соціальні цінності та стандарти поведінки, впливаючи на погляди та переконання глядачів. Звукові та візуальні елементи викликають емоційні реакції, що підсилює ефект присутності та залученості, що значно підвищує рівень впливу на аудиторію.

Зокрема, Маклюен наголошував на важливості медіаосвіти як засобу навчання розумінню «мови медіа», закликаючи до активного використання медіа у навчанні. Він відрізняв медіаосвіту від «навчання через медіа», розглядаючи її як можливість критично оцінювати вплив засобів масової інформації на суспільство та культуру. Сучасне інформаційне суспільство, зокрема через вплив медіа, формує нові соціальні реалії, визначаючи, які цінності та поведінкові норми вважаються прийнятними.

Зміна уявлень людини про інформаційне суспільство, що відображається на системі освіти та виховання, пов'язана зі зміною засобів передачі та зберігання інформації, що є основою їх подальшого вивчення в науці та в освітніх установах. Сучасні засоби комунікації не лише визначають форму існування суспільства, а й впливають на реальність природи та людини як специфічного віртуального «середовища проживання». Невизначеність

значущості та можливостей спілкування, його видова різноманітність призводить до соціально-психологічної нестабільності, деструктивні наслідки якої виявляються в сучасному економічному, політичному та культурному житті суспільства [2].

Повертаючись до Маклюена, варто додати, що вищевказаний експеримент був недостатньо точним і відповідним сучасним реаліям, тому важливо долучити до цього процесу використання Інтернету, не відступаючи від загальної концепції.

Інтернет, як новітній «медіум», розширює концепцію Маклюена, змінюючи як спосіб отримання інформації, так і саму природу соціальної взаємодії. Він передбачав появу «глобального села» – світу, де люди з усіх куточків можуть комунікувати в реальному часі. Завдяки Інтернету, користувачі більше не є пасивними споживачами контенту – вони взаємодіють із ним, формуючи нові зв'язки та співпрацюючи в цифрових спільнотах. Маклюен вважав, що такі зміни суттєво впливають на мислення, адже медіа, включаючи Інтернет, стають своєрідним продовженням людських можливостей, трансформуючи нашу свідомість і культуру.

Особливо показовим у цьому контексті стало дослідження, проведене під час пандемії COVID-19, яке розглядало використання інтерактивних мультимедійних інструментів для підтримки онлайн-освіти. Вчені з Університету Вішнувардхана в Індонезії розробили модель APPEd (Analysis, Production, Evaluation, Dissemination), яка дозволила створити цифрові медіаінструменти для інтерактивного навчання, навіть у регіонах з обмеженими ресурсами. Використання інтерактивних функцій, таких як вікторини та анімації, стимулювало учнів до активної участі в навчанні, підвищуючи мотивацію та успішність. Це дослідження продемонструвало, що інтерактивні медіа можуть не тільки забезпечувати доступність освіти, але й сприяти критичному мисленню та розвитку творчих навичок, що резонує з ідеями Маклюена щодо навчання через медіа у віртуальному середовищі [3].

Маклюен також вважав, що інтерактивність сучасних ЗМІ змінює наше мислення, оскільки користувачі стають активними учасниками процесу, а не просто пасивними споживачами. Він також підкреслив, що ЗМІ служать «продовженням» можливостей людини, розширюючи її фізичні та розумові здібності. Наприклад, Інтернет надає нові можливості для навчання, роботи та спілкування, але в той же час він може призвести до нових проблем, таких як перевантаження інформацією [1].

Незважаючи на свій оптимізм щодо потенціалу ЗМІ, Маклюен був критиком їхнього впливу на суспільство. Він підкреслив, що нові технології можуть викликати проблеми, такі як ізоляція, обмеження особистого спілкування та зміна соціальних норм. Таким чином, його концепції

залишаються надзвичайно актуальними в контексті сучасного Інтернету, оскільки допомагають зрозуміти, як ЗМІ формують наше сприйняття реальності та впливають на соціальні відносини. Отже, Маклюєна про те, що «медіа є повідомленням», дозволяє глибше зрозуміти вплив різних форм медіа на нашу культуру, цінності та суспільні відносини, а також підкреслює важливість медіаосвіти у сучасному інформаційному суспільстві.

#### **Список використаних джерел :**

1. Приходькіна Н. О. Основні положення концепції Герберта Маршалла Маклюєна в контексті виникнення феномена медіаосвіти. С. 146–149.
2. Кунденко Я., Гаплевська О. Формування цінностей у освітньому просторі сучасної України. С. 84.
3. Kustyarinii, K., Utami, S., & Koesmijati, E. The Importance of Interactive Learning Media in a New Civilization Era. *European Journal of Open Education and E-learning Studies*, Wisnuwardhana University Malang, Indonesia. P. 48-58.

**Тарасенко Дар'я**

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
Полтавського національного педагогічного  
університету імені В. Г. Короленка  
(науковий керівник – О. Штепа)  
(м. Полтава)*

## **ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ У МАЙБУТНІХ ПЕДАГОГІВ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ**

У сучасному інформаційному суспільстві, де медіа пронизують усі сфери життя, питання формування медіакомпетентності набуває особливої гостроти. Як стверджують Н. Приходькіна та О. Білоус, медіа є не лише джерелом інформації, а й потужним інструментом формування світогляду, цінностей та поведінки. Саме тому підготовка медіакомпетентних педагогів є одним із ключових завдань сучасної освіти [1, с. 113]. Необхідність підготовки медіакомпетентних педагогів обумовлена викликами сучасної освіти. З одного боку, педагог має не лише володіти знаннями та вміннями, але й бути здатним ефективно використовувати медіа для організації навчального процесу. З іншого боку, педагог має навчити учнів критично мислити, відрізнити факти від фейків та безпечно користуватися Інтернетом.

Сучасне інформаційне суспільство зумовило появу перед освітою нових викликів. Медіа, проникаючи в усі сфери нашого життя, стали невід'ємною частиною навчального процесу. Це істотно трансформувало роль педагога. Від викладача, який традиційно передавав знання, очікується, що він стане