

УДК 070:316.752(045)

Приходькіна Н. О.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ГЕРБЕРТА МАРШАЛЛА МАКЛЮЕНА В КОНТЕКСТІ ВИНИКНЕННЯ ФЕНОМЕНА МЕДІАОСВІТИ

У статті авторкою проаналізовано витoki виникнення феномена медіаосвіти. У розрізі цієї проблеми важливим є вивчення творчості одного з теоретиків у галузі масової комунікації канадського філософа і культуролога, Герберта Маршалла Маклюена. Саме він став одним із пророків епохи інформаційних технологій та Інтернету. Знамениті фрази Маклюена "medium is the message" і "global village" стали усталеними кліше. У статті розкрито основні положення концепції теорії медіакомунікацій М. Маклюена в контексті розвитку освітнього процесу та культури загалом.

Ключові слова: медіа, медіаосвіта, комунікація, телебачення, "холодні" та "гарячі" засоби комунікації.

Постановка проблеми. Культура сучасного суспільства в порівнянні з культурою попередніх епох надзвичайно рухлива, орієнтири в ній змінюються стрімко і різноспрямовано. А "стрижневим елементом" цієї культури є в основному засоби масової інформації (ЗМІ), переважно електронні. Глобальна інформатизація формує нове середовище життєдіяльності людей. І освіта, як особлива діяльність в системі культури, як діяльність введення людини в культуру, не може лишатися осторонь від цього процесу. Глобальний процес інформатизації суспільства, культури ставить перед освітньою системою завдання виховання самостійної, творчої особистості, здатної вільно орієнтуватися в сучасному медіа-світі. Сформувані інформаційну культуру та підготувати до життя в інформаційному суспільстві є завданням медіаосвіти.

На сьогодні медіаосвіта активно функціонує в багатьох країнах світу, таких як Австралія, Велика Британія, Канада, Росія, США, Україна, Франція, а також у країнах Скандинавії та Південної Європи. Уперше термін "медіаосвіта" було вжито в 1973 р. на засіданні ЮНЕСКО і Міжнародної ради з кіно, телебачення та аудіовізуальної комунікації. Але все-таки деякі дослідники вважають, що першу навчальну програму з медіаосвіти розробив М. Маклюен восени 1959 р. для учнів 11 класів шкіл міста Торонто.

У документах ЮНЕСКО вказується, що медіаосвіта – це навчання теорії та практичним умінням для опанування сучасними мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці.

Аналіз досліджень і публікацій показує, що історія і розвиток медіаосвіти є предметом багатьох наукових досліджень зарубіжних і українських авторів. Результати сучасних вітчизняних досліджень з даної проблеми викладені в роботах Л. Найдьонової, А. Новикова, Г. Онкович, А. Федорова, А. Шарикова та ін. Проблеми теорії і методики медіаосвіти США відображені в роботах таких зарубіжних дослідників, як М. Маклюен (McLuhan M.), Л. Мастерман (Masterman L.), Е. Харт (Hart T.) і ін.

Мета статті – розкрити основні положення концепції теорії медіакомунікацій М. Маклюена в контексті розвитку освітнього процесу та культури загалом.

Результати теоретичного дослідження. Основні питання, пов'язані з дослідженнями впливу медіа на індивіда і суспільство, ролі особистості в процесі комунікації розглядали видатні дослідники теорії медіа: Г. Гербнер, Г. Інніс, Г. Лассуел, М. Маклюен, У. Шрамм та ін.

Так, наприклад, в теорії Г. Ласуелла чітко простежується думка про те, що комунікатор певним чином впливає на реципієнта. Схематично модель комунікативного акту, за Г. Ласуеллом, можна представити таким чином: комунікатор – повідомлення – засіб – реципієнт – зворотний зв'язок [13].

Американський дослідник Г. Гербнер розробив модель комунікативного процесу з широкою сферою застосування, у якій відображена селективність, мінливість і непередбачуваність усього цього процесу. У 60-ті роки група дослідників під керівництвом Г. Гербнера займалася вивченням соціальних наслідків показу сцен насильства по телебаченню і дійшла висновку, що телевізійні повідомлення формують думки телеглядачів і призводять до вироблення певних стереотипних уявлень про соціальну реальність [11, с. 144].

Модель У. Шрамма орієнтована на учасників комунікативного акту (комунікатора і реципієнта), які виконують однакові функції, а саме: кодування, декодування й інтерпретацію інформації. Базовим елементом комунікативного акту дослідник вважав соціальні контакти [17, с. 465].

На думку В. Колесніченко, саме англо-саксонська школа є першою в світі, де почав досліджуватися феномен медіа. З 60-х років ХХ ст. в Канаді на базі Торонтського університету став активно розвиватися науковий напрям, пов'язаний з вивченням впливу нових технологій на свідомість людини і наступні результати його діяльності. Основними об'єктами дослідження були: алфавіт, друк, усна культура тощо. Особлива увага приділялась комунікаційним технологіям, що під керівництвом проф. Г. Інніса активно вивчалися групою дослідників (І. Ваттом, Д. Гуді, М. Маклюеном, Е. Хейвлоком).

Г. Інніс, спираючись на значний історичний матеріал, обґрунтовано довів, як у різні історичні епохи владні структури монополізували певні засоби масової комунікації. На думку дослідника, дисбаланс, що виникнув унаслідок цього, призвів до появи нового засобу масової комунікації, що видозмінювало не тільки домінуючий спосіб поширення комунікації, а й монополізував його владну структуру.

Багато положень теорії Г. Інніса були запозичені і розвинуті М. Маклюеном. Незважаючи на те, що М. Маклюен і Г. Інніс належали до однієї наукової школи, предметом їх дослідницької діяльності стали різні об'єкти. Г. Інніс розглядав у технології комунікацій формоутворювальну силу різних культур і причину еволюції суспільства. М. Маклюен надавав перевагу дослідженням впливу комунікаційних технологій на людину.

Тому можна припустити, що біля витоків канадської медіаосвіти стояв Герберт Маршалл Маклюен. Саме М. Маклюен одним із перших використав термін "media", який застосовувався для позначення різних засобів комунікації. Ученим був передбачений ефект впливу на сучасне суспільство (зокрема, на дитячу аудиторію) такого засобу комунікації, як телебачення. Знаменита цитата М. Маклюена: "Medium is the message" ("Матерія – це повідомлення") досить чітко висловлює думку вченого про те, що різні медіатексти є повідомленнями, і можуть бути сприйняті по-різному [7]. Наукові дослідження цього видатного теоретика ХХ ст. мали значний вплив на сучасну канадську систему медіаосвіти в цілому.

Герберт Маршалл Маклюен (21 липня 1911 – 31 грудня 1980 рр.) звернувся до вивчення медіа в кінці 1940-х років, після Другої Світової війни, і продовжував свої дослідження до кінця 1970-х років. Велику частину цього часу М. Маклюен провів у Торонто, столиці Канади, що дозволяло М. Маклюену бути в центрі розвитку медіа північноамериканського континенту. Там він написав понад 20 книг і 100 статей. У 1943 р. вчений отримав ступінь доктора мистецтвознавства (PhD in Arts) в Кембриджі (більш детально з його біографією можна ознайомитися в дослідженнях Т. Гордона [12], Ф. Марчанда [14] та інших дослідників. На підставі періодизації Ф. Марчанда В. Чумакова виділяє наступні три великих періоди діяльності М. Маклюена: ранній період (1946 – 1967 рр.); середній період (1967 – 1972 рр.); пізній період (1972 – 1979 рр.) [10].

Ранній період 1946 – 1967 рр. розглядається як період підбору "оптики" вивчення медіа в творчості М. Маклюена. У 1946 р., як пише Ф. Марчанд [14], М. Маклюен після навчання за кордоном і пошуків будинку переїжджає в Торонто і починає викладати в коледжі при Університеті Торонто, де знайомиться з багатьма вченими в галузі комунікації, медіа, культури, антропології, що впливають на становлення його концепції. Цей період закінчується, коли в 1967 – 1968 рр. М. Маклюен приїжджає в Нью-Йорк, вже будучи відомим експертом в галузі медіа, і ця поїздка змінює його підхід до вивчення медіа.

У 1953 р. М. Маклюен заснував журнал "Explorations", на сторінках якого пояснювалася роль друку і медіаграмотності у формуванні громадської свідомості. Дослідник був переконаний у тому, що одним із завдань освіти має бути не тільки формування основних навичок сприйняття інформації, але також і розвиток думки та встановлення відмінностей між істинною і уявною інформацією.

У період з 50-х по 60-і роки М. Маклюен викладав в американських університетах, керував роботою у національному проєкті США в галузі використання засобів масової комунікації в освіті. У цей же період в галузі педагогіки він розробив концепцію формування "візуальної грамотності", що мала забезпечити адекватне сприйняття й розуміння мови аудіовізуальних образів. М. Маклюен вважав, що письмово-друковані форми масової комунікації активно замінюються аудіовізуальними електронними, мови яких необхідно навчати учнів. У цей час паралельно з терміном "візуальна грамотність" став активно використовуватися термін "медіаграмотність". Трохи пізніше концепція "візуальної грамотності", висунута канадським дослідником, була підтримана й іншими зарубіжними вченими та педагогами. Основні положення цієї концепції були відображені у

навчальному посібнику "Місто як класна кімната: Розуміння мови медіа", де М. Маклюен розкрив суть і природу медіа, що оточує медіапростір, та його вплив на життя сучасного суспільства (McLuhan M. *City as Classroom : Understanding Language and Media* / M. McLuhan, K. Hutcheon, E. McLuhan. – Ontario : Irwin Publishing, 1977).

Також у цей період виходять такі ключові роботи, як "Механічна наречена : фольклор індустріальної людини" (1951), "Галактика Гутенберга : становлення людини, яка друкує" (1962), "Розуміння медіа : зовнішні розширення людини" (1964), "Засіб комунікації – це "століття мас" ("massage") (1967).

У "Галактиці Гутенберга" М. Маклюен виклав теоретичні основи свого підходу і запропонував свою концепцію історії засобів комунікації. В основі концепції М. Маклюена – уявлення про те, що розвиток людського суспільства в першу чергу визначається розвитком засобів комунікації, причому основний вплив засіб комунікації здійснює не переданим смисловим змістом, а своїми принципами організації, внутрішньою структурою. Саме вони визначають "форми мислення й організації досвіду в суспільстві і практиці" [6]. За М. Маклюеном, з винаходом і розвитком засобів аудіовізуальної комунікації (кіно, радіо, телебачення тощо) настає кінець панування друкованого слова, вектор руху змінюється і починається свого роду "повернення" (але на іншому рівні) до усної культури: "... сьогодні, коли електрика створює умови надзвичайно тісної взаємодії у глобальному масштабі, ми стрімко повертаємося в аудіовізуальний світ одночасних подій і загальної свідомості" [6]; "... Під впливом електричної технології ми в наших звичайних повсякденних переживаннях і діях стаємо схожими на людей примітивної культури. Цей вплив проникає в нас не через наші думки і думки, до яких ми навчилися ставитися критично, а через наше повсякденне чуттєве життя, де викристалізуються матриці нашого мислення і поведінки" [6].

У книзі "Розуміння медіа" він зробив спробу зрозуміти місце і роль засобів комунікації в сучасному житті. У першій (короткій) частині автор більш чітко викладає своє трактування засобів комунікації, а у другій послідовно характеризує в окремих розділах різні засоби комунікації, до числа яких входять не тільки усне, письмове і друковане слово, телеграф, телефон, радіо, кіно, телебачення, а й гроші, дороги, одяг, житло, годинник, фото, автомобіль, ігри, зброя тощо.

М. Маклюен поділяє засоби комунікації на "гарячі" і "холодні", маючи на увазі характер їх впливу. "Гарячі" засоби комунікації розширюють одне почуття до ступеня "високої визначеності". Висока визначеність – це стан наповненості даними. З іншого боку, гарячі медіа залишають аудиторії не дуже багато простору для заповнення або довершення. Будь-який гарячий засіб комунікації припускає менший ступінь участі в порівнянні з холодним. Наприклад, лекція забезпечує меншу участь у порівнянні з семінаром, а книга – у порівнянні з діалогом.

"Холодні" засоби комунікації вирізняє низький ступінь визначеності, але високий ступінь участі аудиторії, бо їй доводиться самостійно "добудовувати" відсутню інформацію. Телефон є прохолодним засобом комунікації, або засобом з низькою визначеністю, оскільки вухо отримує невелику кількість інформації. Мова теж є прохолодним засобом з низькою визначеністю, оскільки слухачеві передається дуже мало, і дуже багато йому доводиться додумувати самому.

Дослідником А. Бергером [2] була зроблена градація "гарячих" і "холодних" медіа за М. Маклюеном, подана нижче у табл. 1.

Таблиця 1

**Класифікація "гарячих" і "холодних" засобів передачі інформації
згідно з теорією М. Маклюена**

"Гарячі" засоби передачі інформації	"Холодні" засоби передачі інформації
Кінофільм	Телебачення
Радіо	Телефон
Фотографія	Карикатура
Друкований текст	Усне мовлення
Лекція	Семінар
Книга	Діалог

Дана класифікація комунікаційних засобів, на нашу думку, найбільш повно відображає їх зв'язок із суспільними змінами і вплив на свідомість людей та надає чітке явлення про основні категорії медіа

Предметом основних наукових інтересів канадського дослідника було вивчення феномена телебачення. Аналізуючи вплив телебачення на свідомість людини, він намагався визначити

тенденції, властиві всім медіа. М. Маклюен був одним із перших теоретиків, що представив мозаїчність світу сучасної телевізійної культури. Дослідник закликав до об'єктивного і широкомасштабного дослідження нового засобу масової комунікації, оскільки був переконаний у тому, що "телебачення тотально подіяло на все наше життя в усіх його особистих, соціальних і політичних аспектах" [7].

М. Маклюен виділяв два базових аспекти телебачення: по-перше, мозаїчність побудови телевізійного зображення, що представляє весь світ як набір логічно не пов'язаних повідомлень; по-друге, відповідний резонанс цих повідомлень у свідомості індивіда.

Учений зазначав, що телевізійний образ, який є "образом низької визначеності", пропонує одержувачу мало деталей і має низький ступінь інформування. З урахуванням того, що телевізійний образ дає біля трьох мільйонів пікселів за секунду, телеглядачеві необхідно постійно заповнювати порожнечі для формування власного враження. Проте з трьох мільйонів пікселів реципієнт сприймає лише кілька десятків, за допомогою яких і складається образ. Таким чином, із побаченого на телеекрані у кожного глядача складається "своя картинка", що залежить від рівня отриманої освіти, життєвого досвіду і ступеня уваги в момент перегляду.

Міркуючи про телебачення в освітньому процесі, М. Маклюен зазначав, що своїм акцентом на участь, діалог і глибину телевізійний образ запровадив у Америці новий попит на термінове створення освітніх програм. Телебачення, на думку вченого, здатне проілюструвати процес і розвиток різних форм.

У якості підтвердження свого постулату про значну роль впливу телебачення на свідомість людини М. Маклюен у монографії "Розуміння медіа" наводить приклад показового експерименту, проведеного в Торонто. Так, чотирьом групам студентів університету була запропонована однакова інформація, відмінність полягала лише в каналах отримання цієї інформації. Відтак перша група отримувала інформацію по радіо, друга – по телебаченню, третій пропонувалося читання лекції, четверта група самостійно читала запропонований текст. Усі групи, за винятком читацької, отримували цю інформацію в прямому вербальному потоці одним лектором. Даний матеріал не обговорювався, виключалися питання і використання дошки. Експеримент тривав протягом 30 хвилин. Після закінчення часу кожній групі було запропоновано відповісти на серію контрольних питань. Результат показав, що найкращих успіхів досягла група, яка отримала інформацію по телебаченню [7].

Таким чином, черговий експеримент переконливо довів, що телебачення – дуже ефективний спосіб передачі інформації, що є комплексом аудіовізуальних образів.

Разом з тим, М. Маклюен відзначав здатність телебачення пропагувати певні типи соціальних відносин, моделювати відповідну поведінку і здійснювати великий психологічний тиск.

На думку дослідника, вивчення медіа може сформулювати в аудиторії вміння осмислювати великий обсяг отриманої інформації. З огляду на, що офіційні освітні структури вже значно програвали сучасним медіа в обсягах наданої інформації, учений закликав активно використовувати потенціал медіа в освітньому процесі. Він акцентував увагу педагогів на необхідності навчати учнів мови телебачення і кінематографу. При цьому дослідник розмежував поняття "навчання медіа" і "навчання за допомогою медіа", надаючи перевагу першому.

Однак, на нашу думку, практична реалізація курсу медіаграмотності недостатньо представлена у М. Маклюена. У якості основного принципу навчання основам медіаграмотності М. Маклюен розглядав залучення учнів у сам процес вивчення медіа. Існував так званий "план Маршала", що ґрунтувався на зануренні учнів у світ медіа. "Не аналізувати. Не пояснювати. Слід заповнити класну кімнату фільмами, телебаченням, пластинками, миготливими ліхтариками, дозволивши учням діяти самим" [[7].].

На думку дослідниці В. Колесніченко, низька ефективність такого методу очевидна і викликає цілком резонні запитання: "Яка роль відводиться викладачеві?", "Наскільки функціональний такий метод?" [4].

Другий період формування концепції медіа М. Маклюена (1967 – 1972 рр.) характеризується уточненням і поглибленням сформованого поля об'єктів, наділених статусом медіа, зазначених вище. Якщо в перший період творчості М. Маклюен рухався "ширше" поля вивчення медіа, то на другому етапі він спрямовується "вглиб", зокрема, за рахунок більшого занурення в історію мистецтва. У цей час оформляється і циклічний характер моделі М. Маклюена. Однак, як пише Ф. Марчанд, у цей час М. Маклюен терпить багато невдач – його книги цього періоду виявляються менш затребувані і менш зрозумілі сучасниками, навіть менш розпродані. У даний період виходять такі значущі роботи М. Маклюена у співавторстві з колегами: "Через зникаючу точку: простір в поезії і живописі" (1968) (у співавторстві з Х. Паркером), "Війна і мир в глобальному селі" (1968) (у

співавторстві з К. Фіоре), "Від кліше до архетипу" (1970) (у співавторстві з В. Ватсоном), "Культура – наша справа" (1972), "Сьогодні : менеджер поза системою" (1972) (у співавторстві з Б. Невіттом).

М. Маклюен ввів поняття "електронне суспільство" як особливу стадію розвитку сучасного суспільства, у рамках якої провідну роль починають відігравати електронні засоби комунікації. Увага М. Маклюена була сконцентрована на аудіовізуальних засобах масової інформації, перш за все, телебаченні, яке виступало представником усієї глобальної електронної реальності. Телебачення, за М. Маклюеном, поступово знищує друковану культуру, пригнічуючи таким чином попередні культурні форми. Будучи найважливішим елементом глобальної інформаційної мережі, телебачення фактично перетворює світ в "глобальне село".

Третій період досліджень Маклюена припадає на 1972 – 1979 рр. У кінці життя М. Маклюен зробив спробу об'єктивізувати зібраний за весь час свого дослідницького пошуку масив даних, спостережень, суджень. Як пише Ф. Марчанд, 1972 – 1973 рр. стають переломними, коли М. Маклюен звертає увагу на необхідність системного осмислення природи медіа [14]. Ключові роботи цього періоду виходять переважно вже посмертно і дві з них у співавторстві з сином ученого – Еріком Маклюеном, який у той час активно допомагав своєму батькові в роботі над публікаціями: "Закони медіа : нова наука" (1988) (у співавторстві з Е. Маклюеном), "Глобальне село: трансформації в світі і медіа 21 століття" (1989) (у співавторстві з Б. Паверсом), "Медіа і формальна причина" (2011) (у співавторстві з Е. Маклюеном).

Учений передбачив не тільки ефект впливу телебачення на суспільство, але також передбачив появу Інтернету. Усвідомлюючи, що майбутнє за новими медіатехнологіями, М. Маклюен одним із перших ще в 60-ті роки минулого століття закликав до активного засвоєння і вивчення сучасних засобів комунікації, вказував на нагальну необхідність навчання основам медіаграмотності в умовах "глобального села", у яке, на його думку, перетвориться наша планета внаслідок інтенсивного поширення і широкого споживання різної медійної продукції [18].

Багато положень медійної концепції М. Маклюена широко застосовуються на сучасних заняттях з медіакультури в канадських навчальних закладах, школах та вищих навчальних закладах інших країн. У більшості університетів світу в курси з теорії комунікації включають найбільш відомі його монографії: "Механічна наречена", "Галактика Гутенберга", "Розуміння медіа", "Матерія – це повідомлення", "Війна і світ в глобальному селі", "Культура – наш бізнес".

У Канаді заснована педагогічна премія імені М. Маклюена, яка щорічно присуджується педагогу, який розробив найбільш оригінальне застосування комунікаційних технологій в галузі освіти.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У цілому теоретичні праці М. Маклюена значно вплинули на процес становлення і розвитку медіаосвіти не тільки в Канаді, а й в США, Австралії і Великобританії. На основі аналізу робіт М. Маклюена, можна зробити висновок, що медіа – це будь-який штучно створений людиною об'єкт, що володіє вербальною структурою і є посередником між внутрішнім і зовнішнім світом людини. Такі поняття, як, наприклад, "матерія – це повідомлення" і "глобальне інформаційне село", у зв'язку з інтенсивним розвитком супутникового ТБ, Інтернету та інших телекомунікаційних технологій міцно увійшли до менталітету і культури сучасної людини, отримали визнання у науковому світі.

Перспективою подальших розвідок є дослідження та аналіз теоретичних праць представників англо-саксонської школи медіакомунікацій.

Використані джерела

1. Архангельская И. Б. Маршалл Маклюэн : [монография] / И. Б. Архангельская. – Н. Новгород : НКИ, 2010. – 291 с.
2. Бергер А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию / А. Бергер. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2005. – 288 с.
3. Колесниченко В. Л. Медийная концепция М. Маклюэна – методологическая основа канадского медиаобразования / В. Л. Колесниченко // Медиаобразование и медиакомпетентность: слово экспертам / [под ред. А. В. Федорова]. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. педаг. ин-та, 2009 – С. 43-45.
4. Колесниченко В. Л. Становление и развитие медиаобразования в Канаде [Электронный ресурс] : автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. пед. наук : спец. 13.00.01 "Общая педагогика, история педагогики и образований" / В. Л. Колесниченко. – М., 2007. – Режим доступа : http://irbis.gnpbu.ru/Aref_2007/Kolesnichenko_V_L_2007.pdf
5. Колесниченко В. Л. Становление и развитие медиаобразования в Канаде : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Колесниченко Виктория Леонидовна. – М., 2007. – 173 с.

6. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего [Электронный ресурс] / Маршалл Маклюэн ; пер. с англ. А. Юдина. – Режим доступа : http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan=galaktika_gutenberg.pdf
7. Маклюэн М. Понимание медиа : внешние расширения человека [Электронный ресурс] / Маршалл Маклюэн ; пер. с англ. А. Юдина. – Режим доступа : http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf
8. Мёллер К. Передовой опыт распространения медиаобразования в Канаде на примере медиа-образовательной организации Media Awareness Network (Mnet) : Справочник по свободе массовой коммуникации в Интернете / К. Мёллер, А. Амуру. – Вена, 2004. – 186 с.
9. Фёдоров А. В. Медиаобразование в Канаде / А. В. Фёдоров // Высшее образование в России. – 2002. – №1. – С. 116-118.
10. Чумакова В. П. Концепция Герберта Маршалла Маклюэна : медиа в социокультурной динамике [Электронный ресурс] : автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. культурологи : спец. 24.00.01 "Теория и история культуры" / В. П. Чумакова. – М., 2015. – Режим доступа : http://sias.ru/upload/ds-chumakova/Avtoref_Chumakova.pdf
11. Gerbner G. Living with Television : The Violence Profile / G.Gerbner, L.Gross // Journal of Communication. – 1976. – Vol. 26. – № 2. – P. 174.
12. Gordon W. T. McLuhan : A Guide for the Perplexed (Guides for the Perplexed) / W. T. Gordon. – Kindle Edition, 2010.
13. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas / Ed.: L.Bryson. – New York: Harper and Brothers, 1948.
14. Marchand Ph. Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger [Electronic recourse] / Ph. Marchand. – Regime of access : https://monoskop.org/images/9/9d/Marchand_Philip_Marshall_McLuhan_The_Medium_and_the_Messenger.pdf
15. McQuail, D. McQuail's Mass Communication Theory / McQuail, D. McQuail's.– London: Sage Publications, 2005. – Fifth Edition. – 624 p.
16. Nine Factors that Make Media Literacy Flourish [Electronic recourse]. – Regime of access : http://www.mediaawareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgrounders/media_literacy/9_factors.cfm
17. Schramm W. Effects of Mass Communications. Mass Communications. A Book of Readings / W. Schramm. – Urbana, 1960. – 465 p..
18. The Year in Education : Seven Innovations Changing the Way the World Learns [Electronic recourse]. Regime of access : <http://www.good.is>.

Pryhodkina N. O.

BASIC CONCEPTS OF HERBERT MARSHALL MCLUHAN IN THE CONTEXT OF PHENOMENON OF MEDIA EDUCATION

The modern theory of communication is in process of formation. For understanding its basic principles and stages of development it is important to study the work of a Canadian philosopher and culture expert Herbert Marshall McLuhan, who is one of the theorists in the field of mass communication. He became one of the prophets of the era of information technology.

He described how a change in the medium of the delivery of information, has a transformative effect on its society. McLuhan's famous phrases "medium is the message" and "global village" ("global village" – about the modern world) have become a well-established cliché.

The effects of media, according to McLuhan, are registered primarily on the human senses. But this effect is not simply an impression on the sense to which they directly appeal. Instead, media have effects on different sense altogether, and it is this displaced sensory impact that is important. Thus, for McLuhan, a medium like television is primarily tactile in its effect, rather than being associated with the senses of sight and sound.

In "Understanding Media" McLuhan stated that different media invite different degrees of participation on the part of a person who chooses to consume a medium. Hot media include radio, as well as film, the lecture and photography. Cool media include television, as well as the seminar and cartoons.

The scientist predicted not only the effect of television on society, but also predicted the emergence of the Internet.

Key words: media, media education, communication channels, "cold" and "hot" media.

Стаття надійшла до редакції 14.12.2016 р.