

Нам представляється значущою позиція вчених по відношенню до ціннісних орієнтацій системи освіти. Цінності визначаються як стрижньове утворення особистості, системний компонент культури, вираз потреби в людяності. Слід врахувати і точку зору, що розглядає систему освіти як головний суб'єкт цінностей і шляхів їх досягнення. Очевидно, що в зв'язку з цим принципова відвертість системи освіти в ціннісній сфері, наявність ціннісного вибору, створення можливостей для відтворення ціннісних відносин, осмислення суті аксіологічних позицій, ціннісно-орієнтаційна діяльність – чинники розвитку ціннісної системи особистості. Функціонування духовних, інтелектуальних, соціальних цінностей в освіті дає можливість доцільно включати аксіологічні позиції в різні області людської діяльності.

У цілому ж розробка аксіологічної парадигми освіти дозволить визначити стратегію і перспективи розвитку педагогічної системи, розкрити потенціал і змістовне наповнення української освіти.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Зінченко В.П. *Образование, культура, сознание* / В.П. Зинченко // *Философия образования для XXI века* // Исследовательский центр по проблемам управления качеством подготовки специалистов / Пахомов Н.Н., Тупталов Ю.Б. – М., 1992. – С. 101-128.
2. Зінченко В.П. *О целях и ценностях образования* / В.П. Зинченко // *Педагогика*. – 1997. – №5. – С.3-16.
3. Сластьонін В.А. *Педагогика* / В.А. Сластенин, И.Ф.Исаев, А.И.Мищенко, Е.Н. Шиянов. – М.: Школа-Пресс, 1997. – 512 с.
4. Щуркова Н.Е. *Новые технологии воспитательного процесса* / Н.Е.Щуркова, В.Ю.Питюков, А.П.Савченко, Е.А.Осипова. – М.: Новая школа, 1994. – 112 с.

Крилова В. О.

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ЯВИЩА ЕКРАННОЇ КУЛЬТУРИ

Распространение экранной культуры через кино, телевидение, компьютер привело к изменению мировоззрения человека и его образа жизни. Телевидение сегодня - сложное социокультурное явление, является одним из наиболее влиятельных инструментов формулирование мировоззрения, мироотношения и внутренней культуры личности.

Екранна культура тісно вплетена у життя сучасної цивілізації і набуває все більшого поширення у зв'язку з можливостями сучасних засобів масової комунікації, впровадження яких сприяє динамічному розвитку всіх сфер культури і освіти. Вона забезпечує принципово новий спосіб комунікації і трансляції інформації, соціокультурного досвіду, соціально значимих норм і стандартів.

Поширення екранної культури через кіно, телебачення, комп'ютер привело до зміни світобачення людини та її способу життя. Екран став на перше місце після багаторічного панування книги.

Телебачення сьогодні – складне соціокультурне явище, що увійшло у наше життя і стало його невід'ємною частиною. Воно є одним з найбільш впливових інструментів формування світогляду, світовідношення та внутрішньої культури особистості.

Телебачення сьогодні здатне охопити найширші прошарки населення. Це пояснюється особливостями його природи, що визначають його специфіку.

Здатність телебачення проникати у будь-яку точку землі у зоні дії передавача – одна з найважливіших його особливостей. Так звана всюдисутність телебачення робить його доступним для кожної людини у будь-який момент часу.

В основі телевізійного твору поєднуються дві мови – мова зорових та словесних образів. «Екранність телебачення», тобто його здатність передавати інформаційні повідомлення у формі рухливих зображень у супроводі звуку, робить його своєрідним видовищем для глядачів. Завдяки цьому телевізійні образи сприймаються чуттєво, роблять акцент на емоційне розуміння реальності, а тому доступні широкій аудиторії. «Телевізійний простір пропонує таку інформацію, що майже не може бути схоплена раціонально, вона апелює до підсвідомого.»[6]

Унікальною якістю телебачення є його здатність повідомити у звукозоровій формі про дію, подію, за словами С. Ейзенштейна, «у неповторний момент самої дії». Ця особливість виявляється лише в процесі прямого ефіру, так званої "живої" передачі, коли час зйомки і трансляції телепередачі співпадає.

Телебачення вільно приходить у кожен дім, людина може долучитися до трансльованого дійства, не покидаючи домівки. Звідси виникає сприйняття телевізора, як друга, з яким встановлюється певний емоційний зв'язок та своєрідна ілюзія «спілкування».

Важливою особливістю сучасного телебачення є так звана «інтерактивність», що дозволяє глядачеві впливати на хід телепередачі у прямому ефірі шляхом дзвінків у студію та смс-голосування. На підсвідомому рівні телеглядач відчуває зв'язок із соціумом, потрапляючи у загальне енергетичне та інформаційне поле, що дає можливість світові відкритися перед ним.

В. Міхалкович у своїй роботі «Про сутність телебачення» протиставляє його іншим видам екранного мистецтва, зазначаючи, що телебачення «протистоїть сім'ї мистецтв, об'єднаних запереченням буденного світу, тим, що поважає і шанує його, завжди прагне як можна глибше і міцніше проникнути в нього і застати свого глядача серед буденних обставин» [5].

На думку В. Міхалковича, одним з наслідків такого прагнення є природні для телебачення «погляди в камеру», які є абсолютно неприпустимими у кіно, де розгортається паралельна повсякденному світові реальність. «Ведучі немов намагаються відчутти таким чином свого глядача, мобілізувати його своєрідним «гіпнозом» погляду і прикувати до себе.» [5].

Цікавим моментом у сприйнятті людиною феномену телебачення є свобода вибору телепередач для перегляду.

Коли ми розглядаємо об'єкти зовнішнього світу, ми вільні дивитися на них будь-яку кількість часу, або не дивитися зовсім, і нам здається, що ми маємо ту ж свободу, коли розглядаємо зображення на екрані телевізора. Але це не так. Процес зору залежить від вольової складової і від розвитку можливості мозку сприймати і аналізувати інформацію. Телевізійний образ є здебільшого примусовим, і глядач не може ухилитися від такого примусу, навіть якщо не дивиться на екран. Це підтверджує величезна кількість

рекламної продукції у сучасному телебаченні, яка вривається у процес перегляду телевізійних творів, привертаючи до себе увагу гучністю звуку та насиченістю зображення.

Нав'язуючи свої образи та міфи, телебачення робить їх звичними для людської свідомості, згодом вони починають сприйматися як свої. На сьогоднішній день саме телебачення є могутнім засобом моделювання соціального настрою та поведінки, і саме через свою «побутовість» воно суттєво впливає на людей з несформованим світоглядом, нав'язуючи споживчий образ життя.

Усі ці особливості та стрімкий розвиток телебачення серед інших засобів масової інформації на початку XXI століття спричинили виникнення терміну «реальна віртуальність», що визначає характер не тільки культури, а й самої реальності, що перетворює віртуальність у нашу реальність.

«Реальна віртуальність», – за висловом іспанського соціолога Мануеля Кастельса, – «є система, в якій реальність (тобто матеріальне / символічне існування людей) повністю охоплена, занурена у віртуальні образи, у вигаданий світ, де зовнішні відображення знаходяться не просто на екрані, через який передається досвід, але самі стають досвідом» [4].

За останні десять років у телевізійному просторі виникли сформовані моделі поведінки: телевізійні канали об'єдналися у холдинги, Україна стала активним членом світових інформаційних агентств, що виробляють інформаційний ігровий продукт. І нарешті, Україна почала формувати і продавати свої моделі поведінки. У наш час існують компанії, які займаються видачею інформації, є ті, що формують приклади наслідування.

Сучасна людина, що переживає постійні стреси і психологічний тиск в своєму суспільному і родинному житті, знаходиться і під впливом інформаційного стресу, який виходить від телебачення. Агресія, насильство, залякування, націоналізм, що ллються з телеекрану — це примітивні способи дії, що заміщають пошук більш складних естетичних та зображальних рішень.

Та все ж телебачення — це відображення нашого життя. Воно невпинно відтворює для величезної аудиторії нову «масову культуру», інформацію про все і для всіх, зближуючи в часі і просторі роз'єднаних людей, перетворюючи сучасну цивілізацію, за висловом М. Маклюєна, на «глобальне село». Ідеї і образи, що транслюються через телеекран, присутні в культурі як готові формули, що забезпечують основу спілкування людей усього світу, незалежно від соціального статусу та віку.

При всіх естетичних недоліках телебачення, воно, поєднуючись із кіно та комп'ютерним простором, складає сучасну екранну культуру, що розширює можливості сучасної людини в освоєнні світу та сфери життєвого досвіду. Телебачення перетворилося на майже не єдиний доступний засіб залучення до культури.

Але якість телепередач не завжди знаходиться на належному рівні. Деякі передачі несуть відверто комерційну природу, створюють нові міфи і культивують фігури, що представляються як надзвичайні. І наступним шаблем розвитку людини є виховання вибіркового підходу до сприйняття величезного масиву доступної інформації, що поступає з телеекранів, та спрямування її на користь собі.

Поруч із стрімким розвитком екранної культури та інформаційних технологій саме духовні потреби людей сьогодні стають все більш очевидними.

Сучасному телебаченню потрібно розвивати свою інтелектуальність, виводити людину за межі буденності, спрямовуючи на інтелектуальні програми та ток-шоу. Самотність громадян замикає їх у своїх межах, не даючи розвиватися та змінювати своє життя. Щира, відверта бесіда пробуджує найкращі почуття для конструктивних змін у житті, ініціаторами яких стає сама людина, а не рекламна компанія, що пропонує лише втечу від себе та своєї сутності. В Україні такими програмами є «Свобода думки», «Український клуб», «Рондо» та ін. Звернення цих програм до філософських категорій життя та смерті, самотності, добра та зла, допомагає людині усвідомити сенс свого існування та зробити життєво важливі висновки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Вьютский Л.С. Психология искусства / Л.С. Вьютский. – М., 1986 – 326 с.*
2. *Вакуліч Н. Образование и личность в современном социокультурном пространстве [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://www.sgu.ru/files/nodes/13579/Vakulich.doc>*
3. *Громадянське суспільство: історія і сучасність: монографія / за заг.ред. Розової Т.В. – Одеса: Юридична література, 2010 – 344 с.*
4. *Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Государственный ун-т. Высшая школа экономики / Б.Э. Верпаховский (пер.). — М.: ГУ ВШЭ, 2000 – 606, [1] с.*
5. *Михалкович В. И. О сущности телевидения / В. И. Михалкович. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2000.*
6. *Свириденко Д. Феномен віртуальної реальності в європейській філософії на межі ХХ-ХХІ ст. (історико-філософський аналіз): дис.кандидата філос.наук / Дніпропетровський національний університет, Дніпропетровськ – 2008.*
7. *Хамитов Н., Крылова С., Крылова В. Киноантропология / Хамитов Н., Крылова С., Розова Т. и др. // Философская антропология: словарь. – К.: КНТ, 2011. – С. 166– 167.*
8. *Хамитов Н. Философия: бытие, человек, мир / Н. Хамитов. – К.: КНТ, Центр учебной литературы, 2006 – 456 с.*
9. *Чміль Г.П. Екранна культура: плюральність проявів / Чміль Г.П. – Х.: Крук, 2003 – 336 с.*

Козир А.В., Кучменко Е.М.

ОСНОВНІ СТРАТЕГІЧНІ ОСВІТНІ НАПРЯМКИ ПІДГОТОВКИ ВИКЛАДАЧІВ МИСТЕЦЬКИХ ДИСЦИПЛІН

В статті розглядаються основні питання стратегічних освітніх напрямків у підготовці викладачів мистецьких дисциплін. Проаналізовані інноваційні процеси з позиції навчальної діяльності вищих закладів освіти.