



## Формування цінностей у освітньому просторі сучасної України

Яна Кунденко,  
Ольга Гаплевська

**Г**учасне українське суспільство потребує нового погляду на людину, виховану на гуманістичних та демократичних цінностях, і соціопсихологічну реальність, в якій вона живе, а тому модернізація вищої освіти в Україні покликана насамперед на формування ціннісної сфери. Реалії суспільного життя переконливо свідчать про те, що система ціннісних орієнтацій сучасного суспільства та особистості суттєво змінюється і відповідно вимагає переосмислення естетичних ідеалів, норм моралі, світоглядних ідей та медіа-форм, що задіяні у створенні та передачі освітнього контенту та комунікації у навчальному процесі. Підвищення національної самосвідомості майбутніх фахівців, реалізація гуманістичних принципів взаємодії учасників педагогічного процесу на партнерських, суб'єкт-суб'єктних засадах вимагає відповідного формування комунікаційно-ціннісних орієнтацій у молоді. Невипадково Законами України «Про освіту» і «Про вищу освіту», Національною стратегією розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки задекларовано формування системи цінностей молодих людей як пріоритетне завдання сучасної вищої школи [1]. Отже, проблема формування цінностей особистості, що власне й є регулятором життєдіяльності та дороговказом є актуальною і потребує конструктивного вирішення.

Трансформаційні тенденції в освіті розкрито у працях багатьох науковців (В. Андрущенко, Л. Бойко, З. Гусинський, А. Євтодюк, М. Кльов, В. Кремень, М. Култаєва, В. Лутай, Л. Панченко, І. Предбор-

ська, Н. Скотна, В. Скотний, Л. Ситниченко, Ю. Турчашнова, Л. Рижак, М. Фуллан та ін.), зокрема М. Прищак розкриває це явище з точки зору «освітньої парадигми» в історичному контексті. О. Локшина розглядає загальні тенденції розвитку змісту шкільної освіти, а саме його трансформацію на компетентнісні засади. На думку О. Балакірева, трансформування інституту освіти на етапі переходу до інноваційного розвитку можливе лише за умов об'єднання в цій сфері зусиль органів державного управління різних рівнів, закладів освіти, широкої громадськості. С. Пасека вважає, що менеджмент освіти прагне трансформацій, які дозволять підвищити освітньо-кваліфікаційний рівень населення, інноваційну активність працівників, відкриє нові можливості [2]

Проблема формування цінностей і ціннісних орієнтацій особистості досліджується у філософії, соціології, психології та педагогіці (Б. Ананьєв, В. Василенко, А. Здравомислов, С. Єрмакова, З. Павлютенкова, В. Тугаринов, А. Ручка, В. Ядов та ін.). Для дослідження проблеми формування професійно-ціннісних орієнтацій майбутніх фахівців як важливої складової в системі їхньої професійної освіти, конструктивними є наукові доробки О. Абдуліної, Г. Балла, Є. Дурманенко, І. Зязюна, М. Євтуха, В. Кременя, О. Савченко, В. Семиченко та ін. Аксіологічний підхід до професійної підготовки майбутніх фахівців, що виражається в орієнтації професійної освіти на формування системи загальнолюдських і професійних цінностей, відображається в наукових пра-

цях Р. Арцишевського, І. Бега, М. Євтуха, А. Міщенко, Н. Ткачової, А. Ярошенко [3].

**А**наліз педагогічної літератури свідчить про те, що досліджувана проблема аналізується й вирішується в різних аспектах. Однак недостатньо, на нашу думку, досліджене питання формування цінностей у освітньому просторі сучасної України як підстава для застосування нових методів освіти та виховання у вищих навчальних закладах, пов'язаних з підготовкою фахівців в галузі науки та техніки, а також сучасних інформаційних технологій, що є основною метою даної роботи. Визначена мета досягається шляхом розв'язання низки завдань: визначити основні напрями трансформації духовних цінностей та медіа-засобів, які їх формують та передають в сучасному суспільстві; показати особливості розвитку змістовного контенту в системі освіти, що пов'язаний з новою візуалізованою формою його подання.

Сучасна людина не тільки цікавиться проблемою віртуальної реальності, а й живе на межі дійсного і можливо-го, що передбачає діалектичний підхід як основний алгоритм мислення і дії, а також грайливість як одну з унікальних особистісних властивостей, що забезпечує успішне функціонування суб'єкта активності в сучасному світі. Крім того, необхідно відзначити, що в соціопсихологічній реальності інформаційного суспільства практично відсутні зовнішні принципи і ціннісні домінанти. Традиційно однозначна ціннісно-змістова орієнтація змінюється плюралізмом (властивим «грайливому» умонастрою і стану), що породжує невизначеність ідеалів і орієнтирів людини. Особливість масової культури і масової свідомості «тиражувати» не тільки матеріальні, але й духовні цінності стає одним з «правил гри» людини в кризових умовах. Крім того, зворотньою стороною цих процесів це стає основою процесу «розлюднення» у суспільстві, який призводить до духовної порожнечі та «фейковості» змісту та форм соціальної комунікації.

Важливою особливістю сфери духовності в сучасному соціумі є орієнтація на конкретну людину як екзистенціальну одиницю, що «переживає» в своєму потоці свідомості сутність світу, що постійно розвивається у взаємодії. Це породжує зміну в системі координат, основними напрямками якої є естетичні, етичні, гносеологічні та епістемологічні цінності, які є основою для формування людини і суспільства.

Людина неодноразово розглядалася як центр природи і культури, проте конкретність одиничної людини як аксіологічної цінності істотно видозмінює уявлення про прекрасне, високе та істинне.

Ця зміна, в трактуванні Гегеля, повністю знищує такі сфери творчої діяльності як мистецтво, релігія, наука і філософія. Мистецтво, орієнтоване на художника, що створює твір мистецтва не як прекрасний і загальноновизнаний ідеал, а як приємне і корисне для себе і глядача, переходить в самодіяльність і сферу споживання. Що є не стільки некрасивим, а є потворне і нище, що принижує і знищує людину як духовну істоту. Однак при цьому не змінюється визначеність мистецтва як чуттєвої форми істини, що впливає на людину за допомогою образу, який в даній подачі працює «від протилежного», показуючи яким не повинна бути людина і світ, що руйнує їх єдність і взаємодію. Таким чином, мистецтво не знищується, а розвивається як світоглядна форма.

**Щ**одо релігії, яка виступає як протилежність мистецтву і виробляє основні етичні ідеали для існування людини і суспільства, необхідно відзначити такі ж видозміни в уявленні про Бога і душу як ідеальну сутність світу і людини. Висловлення Ніцше про смерть Бога і владу Надлюдини стають реальністю. Сучасні релігійні вірування орієнтовані на конкретного «людино-бога» і духовні практики як езотеричне знання.

При цьому сфера раціонального знання виявляє його «відносність» та змістовну визначеність в діяльності дослідника. В силу цього змінюється предметна

область и методика дослідження: реальність, що вивчається, набуває віртуального характеру, що призводить до тісної співпраці та успішної взаємодії природознавства та гуманітарного знання у синтетичних технічних науках.

**К**рім того, суперечності сучасних релігійних рухів і наукових пошуків вирішуються в рамках «філософської віри», запропонованої Карлом Ясперсом як підстава для соціальної комунікації. В даному випадку віра і знання змінюються розумінням як методологічним фундаментом сучасного наукового знання, а також підстави для руйнування сумнівів щодо релігійних уявлень.

Сучасна філософія проходить етап трансформації і являє собою філософування, що має міфологічний характер та дозволяє створювати світоглядну «ризому» кожній людині.

Необхідно відзначити, що час системних змін у сфері духовних цінностей вимагає трансформації в системі освіти, коригуючи зміст з новою формою подання навчального матеріалу.

Абстрактно-понятійна форма, властива суб'єкт-об'єктному відношенню вчителя і учня переходить в суб'єкт-суб'єктну тренінгову взаємодію, що використовує кінообраз як основну конструкцію для навчання і виховання, підставою якої є рухомі звуко-зорові візії для зображення взаємодії людини і реальності, що навколо неї (фізичної і соціальної).

Кіномистецтво — інтегральна (як за змістом, так і засобами вираження) форма мистецтва, а також мультимедійний засіб для передачі інформації та аудіовізуальна форма виховання, освіти і розвитку особистості.

Кіно як медіазасіб створює «ефект присутності» і «переживання» інформації, який зумовлює достовірність змісту повідомлення і високий ступінь впливу, що дозволяє досягти зміни в свідомості і дії. Візуалізація змісту повідомлення в кінообразі вимагає його соціальної адаптації та перевірки в практичній діяльності. Що в свою чергу створює соціальну реаль-

ність інформаційного суспільства, основу якого становлять інші духовні цінності,

Перевагами використання кінообразу в навчальному процесі є емоційний фон для запам'ятовування і розуміння, аудіовізуальна форма сприйняття, характерна сучасній людині, інформаційна «повнота» змісту при різноманітності зовнішньої форми; можливість розвитку всіх учасників освітнього процесу.

У контексті програми з впровадження нових положень медіа-культури і медіа-освіти в навчальний процес заняття можуть проводитись як образна форма подачі та обговорення основних понять навчальних дисциплін.

Основні проблеми, що вивчаються на лекціях і практичних заняттях, отримують аудіовізуальну реалізацію в електронній презентації, що підготовлюється учнями спільно з викладачем і закріплюється в усному обговоренні-грі як основному форматі заняття-тренінгу. На базі цього студенти готують аудіовізуальні есе, які подаються як тези на студентські наукові конференції.

Зміна сприйняття людини інформаційного суспільства, що відбивається в системі освіти і виховання, пов'язана зі зміною засобів передачі та зберігання інформації, що є підставою для їх подальшого дослідження в науці та в навчальних закладах як спеціального курсу медіаграмотності.

Сучасні засоби комунікації не тільки визначають форму існування соціуму, а й впливають на реальність природи і людини як специфічне віртуальне «середовище проживання».

**Н**евизначеність значущості та можливостей комунікації, її видового різноманіття призводить до соціальної та психологічної нестабільності, руйнівні наслідки якої наочні в сучасному економіко-політичному та культурному житті суспільства.

Виходячи з назви, комунікація «communico» — робити загальним, пов'язувати, спілкуватися.

Дане поняття вживається в значенні:

- зв'язок між різними об'єктами (в тому числі технічними пристроями);
- взаємодія (обмін сигналами) між тваринами;
- спілкування між людьми в процесі створення і передачі інформації як міри організації матерії, яка реалізується в процесі пізнання і об'єктивації в соціальній комунікації;

**С**оціальна комунікація визначається як ефективна взаємодія (на відміну від роз'єднання і відокремленості по відношенню до протилежного поняття «самотність») в певній знаковій формі (повідомлення). Взаємодія вважається завершеною, коли відбулися зміни в свідомості та/або поведінці учасників.

Підставою поділу соціальної комунікації виступає внутрішньо необхідна сутність, яка визначає дане явище: наявність зв'язку, що здійснюється завдяки певному комунікаційному каналу — реальної чи уявної лінії зв'язку (контакту), по якій повідомлення рухаються від комунікатора до комуніканта, засоби для створення, передачі і сприйняття повідомлення.

Відповідно до цього можна виділити такі основні види комунікативних каналів:

- аудіо (звук) — усна комунікація;
- відео (буква) — письмова комунікація;
- аудіо-візуальна (біт) — електронна комунікація;

Крім того, кожна з них передбачає власні ступені розвитку:

Усна комунікація — безпосередня форма зв'язку, що здійснюється аудіально (за допомогою звуку) і відображає індивідуальну визначеність учасників комунікації щодо змісту повідомлення. Основні ступені розвитку усної комунікації:

1. Невербальна (жести) — безпосередній вид комунікації, який використовує несловесні форми, що виражають особистісну неповторність людини в певній системі звуків, жестів, рухів і артефактів, що мають загальнозначущий характер.

2. Вербальна (слова) — протилежний невербальному вид комунікації, який використовує слово, представлене аудіально і візуально в усній і письмовій мові з метою уточнення загальнозначущого змісту повідомлення

3. Образна — узагальнюючий вид комунікації, який використовує асоціативний ряд, імідж учасників та художній образ як гармонію чуттєво-даної матеріальної форми та духовного змісту з метою досягнення зміни в свідомості і поведінці учасників.

**П**исьмова комунікація — протилежна усній форма комунікації, в якій зв'язок здійснюється візуально (за допомогою літер). Крім того, спрямована на визначення загальнозначущого сенсу, зафіксованого в тексті. Основні ступені розвитку письмової комунікації:

1. Особистісна (автокомунікація) — безпосередня форма, яка існує у свідомості самого індивіда з метою забезпечення зв'язності, узгодженості і цілісності осо-

### Основні види соціальної комунікації

Усна (звук)	Письмова (літера)	Електронна (біт)
Невербальна	Особистісна (автокомунікація)	Преса/радіо=кіно
Вербальна	Міжособистісна	Телебачення
Образна	Масова	Інтернет

бистості на основі самовизначення і самоідентифікації.

2. Міжособистісна комунікація — протилежна автокомунікації, пов'язує двох індивідів, що вступили у відносини між собою з метою реалізації власної внутрішньої визначеності (зміст повідомлення), а також досягнення соціального визнання і значущості.

3. Масова комунікація — узагальнюючий вид комунікації, який передбачає «масовий» (загальний) і «масований» (багатоканальний і мультимедійний) вплив технічних засобів комунікації, що має на меті адаптацію загальнозначущого культурного змісту для кожної людини.

Електронна комунікація — узагальнююча форма, що здійснюється за допомогою бінарної опозиції (біт) як одиницею виміру інформації, що передана мас-медіа засобами і та, що фіксує значення, реалізоване в визначеності знаку (соціальній реальності), на відміну від сигналу (звук або літера). Основні ступені розвитку електронної комунікації:

1. Преса — безпосередній вид масової комунікації, що узагальнює усну та письмову форми в фіксації інформації на паперовому аркуші за допомогою друкарської техніки відтворення текстів і зображень, долає просторово-часову обмеженість звуку і статичність письмового тексту.

2. Радіо — протилежний пресі засіб масової комунікації, який поширює інформацію аудіально з метою створення цілісної картини світу в уяві людини.

3. Кіно — синтетична форма мистецтва і узагальнюючий (преса і радіо) вид мас-медіа, що використовує рухомі звуко-зорові образи для зображення дійсності як взаємодії людини і реальності, яка її оточує (фізична та соціальна), що розвивається.

4. Телебачення — масовий засіб комунікації, що використовує звуко-зоровий кінообраз, вписаний в контекст інформаційного повідомлення, для формування індивідуальної свідомості і громадської думки в процесі їх взаємодії.

5. Інтернет — універсальне комунікативне середовище (мережа) і соціальна

реальність інформаційного суспільства, що існує за умови активної людської діяльності у напрямку його створення та розвитку, що представляє собою реальне, живе мислення людини, яке втілене у вигляді гіпертексту — єдності поняття і образу, що відображає системну організацію світобудови, що постійно розвивається.

**П**ротириччям електронної комунікації (підставою для її подальшого розвитку) є продовження її специфіки — постійної взаємодії та поновлення в віртуальному повідомленні. Реальність гіпертексту знаходиться в ситуації ентропії (хаосу), постійно прагне до організації та впорядкування в свідомості кожної людини, що робить необхідним цілісне філософське дослідження електронної комунікації як найбільш розвиненої модифікації соціальної комунікації, яка в знятому вигляді містить всі вище визначені форми і види соціальної комунікації в цілому.

Аналіз існуючих теорій і підходів до дослідження сучасних медіа-засобів дозволяє зробити наступні висновки. Всебічне вивчення комунікації в різних напрямках гуманітарного знання являє собою концепції і твердження різного рівня узагальнення, які допомагають описувати, пояснювати, оцінювати, прогнозувати і управляти подіями комунікації. Крім того, комунікаційна взаємодія вивчається по відношенню до предмета безпосереднього дослідження цих наук: соціологія — для визначення основних закономірностей розвитку суспільства; психологія — індивідуальності свідомості людини; культурологія — існування культурної дійсності. В силу цього характеристика соціальної комунікації не має цілісного характеру.

Неможливо створити теорію комунікації шляхом простого підсумовування, механічного з'єднання численних концепцій. Для її побудови необхідно філософське узагальнення тих знань про комунікацію, які мають соціальні, гуманітарні, природні, економічні та технічні науки,

що створюють емпіричну та теоретичну базу теорії комунікації або комунікології, об'єктом дослідження якої є сама комунікація в її найбільш розвинутій формі електронної комунікації. Відповідно предмету — сфері людського спілкування, що виявляє зв'язок і взаємодію в суспільстві та світі в цілому, — методом даної науки, що має філософський характер, може бути діалектичний метод визначення поняття. Метою комунікології є визначення поняття «комунікація», що виходить з внутрішньої та необхідної сутності, що виявляється в різноманітності реально існуючих видів.

Таке змістовне наповнення передбачає відповідну форму проведення занять: системний підхід, який синтезує основні напрацювання в області психології, філософії, соціології, етики та естетики, логіки та риторики, спрямований на розуміння сенсу медіа в визначеності його практичної реалізації.

Еспецифіка курсу полягає в системному підході, який передбачає концентрацію уваги на самій комунікації (визначення її сенсу і призначення, виявлення основних видів і медіазасобів, що дозволяють досягти максимального ефекту). Особливістю курсу є освоєння теоретичного матеріалу в процесі його практичного втілення учнями при наявності методичного забезпечення (практичні рекомендації та теоретична підтримка викладача); діалог та дискусія, які передбачають розвиток наявних навичок і засобів спілкування. Основним

способом їх вдосконалення пропонується поєднання різних комунікативних форм при доповіді підбраного самими учнями матеріалу: усний виступ, текстове оформлення, електронна презентація.

Введення в контекст навчання кінообразу дозволяє поєднувати традиційні академічні методи навчання з оригінальними тренінговими прийомами і способами практичного закріплення. Побудований таким чином навчальний курс конкретизує розуміння медіакомунікацій, навчає практичного застосування цих знань з максимальним ефектом в житті та професійній діяльності, що само по собі сприяє досягненню не тільки освітніх цілей, а й дає виховний ефект, формує духовні цінності, що є основою взаємодії сучасної людини в інформаційному суспільстві.

## Література

1. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки. Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>
2. Цюпак І.М. Феномен «трансформація освіти» в наукових дослідженнях // Наук. скарбниця освіти Донецчини. Слов'янськ : Витоки, 2017. №1. С. 9–13.
3. Бартків О., Дурманенко Є. Теоретичні основи трансформації цінностей майбутніх фахівців у ціннісні орієнтації. Режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/11472/1/2.pdf>

10.08.2023

### Відомості про авторів

Кунденко Яна Миколаївна — канд. філос. наук, доцент кафедри філософії та політології, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова; Харків, Україна; e-mail: [Kundenkoyana@gmail.com](mailto:Kundenkoyana@gmail.com); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3252-1949>

Гаплевська Ольга Іванівна — викладач кафедри філософії та суспільних наук, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»; Харків, Україна; e-mail: [o.gaplevska@khai.edu](mailto:o.gaplevska@khai.edu); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0644-0555>