

СОЦІОКУЛЬТУРНА ПАРАДИГМА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МАГІСТРІВ ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ

У статті теоретично обґрунтовується взаємозалежність категорій “формування ціннісних орієнтацій”, “формування інформаційної культури” і “соціалізація” особи, виявляються і характеризуються сутність і структура ціннісних орієнтацій магістрів-соціальних педагогів з урахуванням досягнень сучасної педагогічної думки й соціокультурного контексту.

Ключові слова: соціальна педагогіка, ціннісні орієнтації, соціальний розвиток, інформаційна культура проблемне навчання.

В статье теоретически обосновывается взаимозависимость категорий “формирование ценностных ориентаций”, “формирование информационной культуры” и “социализация” личности, выявляются и характеризуются сущность и структура ценностных ориентаций магистров-социальных педагогов с учетом достижений современной педагогической мысли и социокультурного контекста.

Ключевые слова: социальная педагогика, проблемное обучение; ценностные ориентации, социальное развитие, информационная культура.

The article revealed psycho-pedagogical special features, essence and structure of senior students' valuable orientations are theoretically substantiated in this thesis. Specific features, valuably orientated and socialized Mass Media potential are determined. guidance for masters of social educators, taking into account the achievements of modern educational thought and sociocultural context.

Keywords: social education, valuable orientation, socialization, information culture.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах глибоких політичних, економічних та соціальних змін в усіх галузях життя сучасного суспільства з'явилася необхідність по-новому розглянути проблему формування ціннісних орієнтацій фахівців, оскільки професійна компетентність оптимізує роботу, дозволяє розвивати вміння і навички відповідно до соціальних перетворень. Сучасний об'єктивний характер суспільного прогресу в галузі педагогічної діяльності зумовлює зміну статусу ВНЗ у сфері формування фахівця, розвитку, коли набуває актуальності всебічна взаємодія всіх інститутів соціалізації, які діють у межах правового простору.

Соціалізація студентів ВНЗ забезпечується також правовим полем у межах засобів масової інформації (ЗМІ). Інформаційна культура дозволяє орієнтуватися в сучасних соціальних подіях, визначати власну позицію, формувати думку інших, спираючись на чітко вироблену систему ціннісних орієнтацій.

ЗМІ є одним із основних інститутів соціалізації, покликаним у всьому цивілізованому світі регулювати та забезпечувати основні права та обов'язки демократично вільної людини. Засоби масової інформації відносяться до такого виду соціального спілкування, котрий за своєю природою та сутністю є сферою активізації аксіологічного виховання, творчого становлення й розвитку людини (Б. Бло, Л. Миколаєва, Л. Порше, Р. Торай, П. Ферран, Л. Чашко та інші).

Питання цінностей та орієнтацій на них людини знайшли розкриття в працях філософів (О. Дробницький, А. Здравомислов, І. Зязюн, М. Каган, В. Малахов, В. Ольшанський, Г. Полушин, І. Попов, О. Семашко, В. Тугаринов, Н. Чавчавадзе, Б. Чагин, Ю. Шаров та ін.), які розглянули зміст і типологію цінностей, значення їх як чинників функціонування суспільства.

У площині гуманізації та гуманітаризації вітчизняної освіти проблематика позначена посиленою увагою вчених (В. Бутенко, С. Гончаренко, М. Євтух, С. Мельничук, Л. Міщик, В. Радул, О. Савченко, О. Сухомлинська, С. Харченко та інші), моделювання специфічної педагогічної стратегії, зорієнтованої на нову соціальну реальність, що сприяє відродженню і розвитку вітчизняної та світової культури, зокрема й інформаційної (Л. Коваль, О. Олексюк, Г. Падалка, О. Рудницька, Г. Сагач, Г. Тарасенко, Г. Шевченко та інші).

Огляд філософської, психолого-педагогічної та соціологічної літератури дозволяє стверджувати, що такий важливий аспект, як формування ціннісних орієнтацій майбутніх соціологів засобами масової інформації ще не став предметом спеціального дослідження. Доречним буде вказати й на об'єктивно наявне протиріччя між величезними потенційними можливостями засобів масової інформації як важливого фактора виховання і розвитку ціннісних орієнтацій соціальних робітників, з одного боку, й малоефективним характером використання цих

СОЦІОКУЛЬТУРНА ПАРАДИГМА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МАГІСТРІВ ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ

можливостей у педагогічній практиці ВНЗ, з іншого.

Мета публікації – теоретично обґрунтувати педагогічні умови й шляхи виховання ціннісних орієнтацій майбутніх соціальних педагогів засобами масової інформації.

Виклад основного матеріалу. Аналіз категорії “ціннісні орієнтації” (Сенека, Марк Аврелій, І. Кант, Г. Лотце, Г. Ріккерт, Дж. Дьюї, Р. Перрі, М. Каган, Л. Столович, В. Ольшанський, А. Здравомислов, Н. Чавчавадзе, В. Ядов та інші) надав можливість трактувати їх як вибіркову систему спрямованості інтересів і потреб особистості, котра зорієнтована на певні цінності. Цінності – це значущість явищ, предметів реальної дійсності й культури з погляду відповідності або невідповідності їх потребам суспільства, соціальних груп і окремих осіб. Характеристика психолого-педагогічного ракурсу цієї проблеми дає змогу виявити параметри, що з’ясовують сутність ціннісних орієнтацій. З одного боку, вони становлять взаємозв’язок елементів психологічної спрямованості особи (потреб, інтересів, смаків), а з іншого – виявляються як певний вид орієнтаційної дії, що зумовлюється рівнем розвитку ставлень і переваг людини в широкій сфері культури й життя. Вони формуються в процесі соціального розвитку особи і здійснюють суттєвий вплив на її соціалізацію.

Структура ціннісних орієнтацій у публікації розглядається як складний комплекс потреб, інтересів, смакових установок особи в актах сприйняття, оцінки й вибору цінностей, а складається з почуттєвого, нормативно-регулятивного і дієво-творчого компонентів.

Особистісно зорієнтована концепція виховання Людини Культури (Є. Бондаревська, Л. Коваль, В. Лутай, О. Савченко), котра розглядає єдність трьох сутностей: природної, соціальної та культурної, де молода людина із сформованими ціннісними орієнтаціями стає суб’єктом суспільних відносин за умов активного засвоєння і відтворення нею справжньої культури – загальнолюдської цінності. Властивості особи, яка соціалізується, можна представити в такий спосіб: сформована культура почуттів, систематизовані знання й уявлення, розвинута мотиваційна й духовна сфери, де підкреслюється взаємозалежність категорій “виховання ціннісних орієнтацій” і “соціалізація” особистості.

Виховання ціннісних-орієнтацій майбутніх соціальних педагогів здійснюється як під впливом цілеспрямованих процесів у ВНЗ, так і під тиском неконтрольованих факторів, зокрема, засобів масової інформації. У цьому зв’язку визначаємо,

що ЗМІ – особливий вид соціального спілкування, котрий здійснюється в масштабах суспільства і, маючи потужний ціннісно-орієнтаційний виховний потенціал, є важливим чинником соціалізації особи. ЗМІ – це своєрідна система, яка охоплює періодичні друковані видання, радіо-, теле-, відеопрограми, інші форми поширення масової інформації, зокрема комп’ютерні телекомунікаційні технології.

Вітчизняний інформаційний простір, зокрема молодіжний, дає певне уявлення про властивості сучасної соціальної інформації, котра визначається як повідомлення, що передається будь-яким зрозумілим людині кодом і містить у собі відомості про процеси функціонування громадянських спільнот, факти й події в масштабах суспільства.

Різні сфери ЗМІ (преса, радіо, телебачення, комп’ютерні телекомунікації) виконують широкий обсяг як загально-інформаційних, комунікативних, так і специфічних функцій. Тому цінності ЗМІ становлять своєрідну аксіологічну структуру: загальнолюдська цінність; абсолютні (новизни, змістовності, достовірності, доступності, своєчасності, систематичності, масштабності, відповідності, товарності та ін.); прикладні (евристично-пізнавальні, ідейно-формувальні, світоглядно-розвивальні, соціально-орієнтаційні, контактано-комунікативні, культурно-просвітницькі, емоційно-гедоністичні) функції-цінності.

Масова інформація має виховну, ціннісно-орієнтаційну зумовленість, а за допомогою її засобів набувають масового тиражування духовні цінності та соціальні норми. У систематизованому вигляді вона відображає світоглядні уявлення і суспільний настрій, що панують у суспільстві. Але потужний виховний потенціал ЗМІ не реалізується, якщо особистості, що становлять їхню аудиторію, не мають спільних почуттів, спільного соціального досвіду, ціннісної зорієнтованості.

Формування ціннісних орієнтацій підрастаючого покоління не знайшло достатнього здійснення в останні десятиліття. Результати цих обставин настільки руйнівні, що ціннісна аморфність, бездуховність, аморальність тощо почали у величезних масштабах загрожувати соціальному становленню сучасної молоді. У зв’язку з цим набуває актуальності аспект роботи соціального працівника в трансляції ціннісних орієнтацій молодому поколінню.

Компонентний склад інформаційної культури визначаємо за такою структурою: соціальний досвід, аксіологічна зорієнтованість, інформаційна творчість особи, що співвідноситься із структурою ціннісних орієнтацій.

СОЦІОКУЛЬТУРНА ПАРАДИГМА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МАГІСТРІВ ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ

Психолого-педагогічний аспект цієї проблеми дає певне уявлення про динаміку взаємостосунків молодіжного середовища й сучасних інформаційних процесів, з огляду на активну оцінювальну позицію молоді, яка вже має сформовані вподобання, свою субкультуру, зокрема інформаційну.

Соціальний портрет студента – майбутнього соціального працівника розглядаємо на основі критеріїв: система життєвих цінностей; одержані відомості про інтереси, захоплення студентів, характер їхнього спілкування із ЗМІ; обсяг і широта орієнтацій студентів у тематичному й аксіологічному спрямуванні основних видів ЗМІ.

Запропоновано педагогічні умови, що сприяють формуванню ціннісних орієнтацій майбутніх соціальних працівників: використання широкого кола якісних матеріалів ЗМІ; забезпечення суб'єктивної позиції в масових інформаційних процесах, активізація цих процесів і їх зв'язку з життєдіяльністю студентів; формування і збагачення інформаційної культури студентів у творчому співробітництві.

Формування інформаційної культури соціальних працівників передбачає не тільки збагачення, але й систематизацію їх інформаційного тезаурусу за певними напрямками (емпіричний, художній, науковий). Адже “розпредмечування” інформації здійснюється через діяльність особи в інформаційній сфері на ґрунті нагромадженого запасу саме емпіричних, художніх і наукових знань, що забезпечує результативність цього складного процесу.

Логіка формування ціннісних орієнтацій, психологія пізнавальної та інформаційної діяльності особистості, прийнята концепція формування Людини Культури в аспекті зорієнтованості вихованців у цінностях ЗМІ зумовлюють відбір не лише змісту, але й організаційних форм, методики та інших засобів активізації зазначеного процесу.

Для поліпшення виховного впливу ЗМІ на формування ціннісних орієнтацій і соціальний розвиток студентства пропонується: розробка й упровадження психолого-педагогічних рекомендацій для покращення якості матеріалів ЗМІ, моделювання соціального повідомлення ЗМІ; застосування виховних форм організаційної роботи (спецсеминари, спецкурси, клуби любителів ЗМІ, відеоклуби, теледиспути, мовні лабораторії, комп'ютерно-телекомунікаційні клуби тощо) та методів (формування, збагачення й

систематизації інформаційного тезаурусу студентів; аксіологічного добору інформації; відкритих питань; монтажного розгортання; циклічного планування) інформаційної діяльності.

Активність в інформаційному процесі, сформована інформаційна культура, особистісне самовизначення, творче співробітництво студентів у сфері ЗМІ дозволяють констатувати сформованість ціннісних орієнтацій особи, органічну єдність соціальних і духовних властивостей на більш високих рівнях розвитку, оскільки соціалізацію визначають як становлення особистості через формування її соціокультурних властивостей, творчо-діяльнісне засвоєння ієрархічної системи цінностей життя й культури, зокрема інформаційної.

Висновки. Ціннісне орієнтування як визначальна спрямованість соціальної визначеності особи відбувається в межах певного культурного, зокрема, інформаційного простору. Засоби масової інформації є важливим чинником формування ціннісних орієнтацій особи. Діяльність із поліпшення якості соціальної інформації, адресованій студентам; спілкування майбутніх соціальних педагогів із ЗМІ в організованих формах і масових інформаційних процесах сприяє формуванню ціннісних орієнтацій старшокласників засобами масової інформації, що є важливим фактором формування інформаційної культури й перспективним регулятором їх соціального розвитку.

1. Андрущенко В.П. Філософія як теорія і методологія розвитку освіти / В.П. Андрущенко // *Філософія освіти XXI століття: проблеми і перспективи: методол. семінар, 22 листопада 2000р.*: зб. наук. праць. – К.: Знання, 2000. – Вип. 3. – С. 18.

2. Буюева Л.П. Культура и образование. Проблемы взаимодействия: материалы круглого стола: Культура, культурология и образование / Л.П. Буюева // *Вопросы философии.* – 1997. – № 2. – С. 3 – 56.

3. Пищулин Н.П. Методы маркетинговой социопсиходиагностики в образовании / Н.П. Пищулин, С.Н. Пищулин / *Школьные технологии.* – 2001. – № 5. – С. 175 – 180.

4. Соціальна педагогіка: підручник. – 4-е вид. виправ. та доп. / за ред. проф. А.Й. Капської. – К.: “Центр учбової літератури”, 2009. – 488 с.

Стаття надійшла до редакції 23.03.2010

