ДУХОВНЫЕ ЦЕННОСТИ ЧЕЛОВЕКА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В МЕДИА-СТРАТЕГИИ ВЫСШЕГО ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЙ

Я. Н. Кунденко

к. филос. н, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Харьковского Национального университета строительства и архитектуры

Основной проблемой данной работы является изменение восприятия современного человека информационного социума, не только интересующегося проблемой виртуальной реальности, но и живущего на грани действительного и возможного. Что предполагает диалектический подход как основной алгоритм мышления и действия, а также игривость как одно из уникальных личностных свойств, обеспечивающих успешное функционирование субъекта активности в современном мире.

Кроме того, необходимо отметить, что в современной социо-психологической реальности информационного общества практически отсутствуют внешние определяющие принципы и ценностные доминанты. Традиционно однозначная ценностно-смысловая ориентация сменяется плюрализмом (присущим «игривому» умонастроению и состоянию), что порождает неопределенность идеалов и ориентиров человека. Особенность массовой культуры и массового сознания«тиражировать» не только материальные, но и духовные ценности становится одним из «правил игры» человека в условиях глобализации.

Важной особенностью сферы духовности в современном информационном социуме является ориентация на конкретного человека как экзистенциальную единицу, «переживающую» в своем потоке сознания постоянно развивающуюся сущность взаимодействующего мира. Что порождает изменение в системе координат, основными направлениями которой являются эстетические, этические, гносеологические и эпистемологические ценности, являющиеся основой для формирования человека и общества.

Человек неоднократно рассматривался как центр природы и культуры, однако конкретность единичного человека как аксиологической ценности существенно видоизменяет представления о прекрасном, возвышенном и истинном. Такое изменение, в трактовке Гегеля, полностью уничтожает такие сферы созидающей деятельности как искусство, религия, наука и философия. Искусство, ориентированное на художника, создающего произведение искусства, не как прекрасный и общепризнанный идеал, а как приятное и полезное для себя и зрителя, переходит в самодеятельность и сферу потребления. Что является не столько не красивым, а есть безобразное и низменное, унижающее и уничтожающее человека как духовное существо. Однако при этом не изменяется определенность искусства как чувственной формы истины, воздействующей на человека посредством образа, который в данной подаче работает «от противного», показывая каким не должен быть человек и мир, что разрушает их единство и взаимодействие. Таким образом, искусство не уничтожается, а развивается как мировоззренческая форма.

Относительно религии, которая выступает противоположностью искусства и вырабатывает основные этические идеалы для существования человека и общества, необходимо отметить такое же видоизменение в представлении о Боге и душе как идеальной сущности мира и человека. Высказывание Ницше о смерти Бога и власти Сверхчеловека становятся реальностью. Современные религиозные верования ориентированы на конкретного «человеко-бога» и духовные практики как эзотерическое знание. При этом сфера рационального знания обнаруживает его «относительность» и смысловую определенность в деятельности исследователя. В силу этого меняется предметная область и методика исследования: изучаемая реальность приобретает виртуальный характер, что приводит к тесному сотрудничеству и успешному взаимодействию естествознания и гуманитарного знания в синтетических технических науках.

Кроме того, противоречия современных религиозных движений и научных исканий разрешаются в рамках «философской веры», предложенной Ясперсом как основании для социальной коммуникации. В данном случае «вера» и «знание» сменяются «пониманием» как методологическим фундаментом для современной науки, а также основания для разрушения сомнений относительно религиозных представлений.

Современная философия проходит этап трансформации и представляет собой философствование, имеющее мифологический характер, что позволяет создавать мировоззренческую «ризому» каждому человеку.

Необходимо отметить, что время системных изменений в сфере духовных ценностей требует трансформации в системе образования, корректирующегосвое содержание при смене формы подачи этого содержания. Абстрактно-понятийная форма, свойственная субъект-объектному отношению учителя и ученика переходит в субъек-субъектное тренинговое взаимодействие, использующее кинообраз, как несущую конструкцию для обучения и воспитания, основанием которого являются движущиеся звуко-зрительные визии для изображения взаимодействия человека и окружающей его реальности (физической и социальной).

Киноискусство являетсяинтегральной(как по содержанию, так и по выразительным средствам) формой искусства, а также мультимедийным средством для передачи информации, аудиовизуальной формой воспитания, образования и развития личности.

Преимуществами использования кинообраза являются эмоциональный фон для запоминания и понимания, аудио-визуальная форма восприятия, присущая современному человеку, информационная «полнота» содержания и разнообразие внешней формы, а так же возможность развития всех участников образовательного процесса.

Кино как медиа средство создает «эффект присутствия» и «переживания» информации, обуславливающий достоверность содержания сообщения и высокую степень воздействия, позволяющую достичь изменения в сознании и действии. Визуализация смыслового содержания сообщения в кинообразе требует его социальной адаптации и проверки в практической деятельности.

Что в свою очередь создает социальную реальность информационного общества, основу которого представляют изменившиеся духовные ценности.

В контексте программы по внедрению новых положений медиа-культуры и медиа-образования в учебный процесс занятия могут проводится в образной форме подачи и обсуждения основных понятий учебных дисциплин.

Основные проблемы, изучаемые на лекциях и практических занятиях, получают аудиовизуальную реализацию в электронной презентации, подготовленной студентами совместно с преподавателем и закрепляются в устном обсуждении-игре как основном формате занятия-тренинга. На базе этого студенты создают аудиовизуальные эссе, которые впоследствии подаются как тезисы на студенческие научные конференции.

Изменение восприятия человека информационного общества, которые влияют на систему образования и воспитания, связаны с изменением средств передачи и хранения информации. Что, в свою очередь, является основанием для дальнейшего исследования медиа-средств в науке и в учебных заведениях как специального курса медиа-грамотности.

Современные средства коммуникации не только определяют форму существования социума, но и влияют на реальность природы и человека как специфическую виртуальную «среду обитания».

Неопределенность значения и возможностей коммуникации, ее видового разнообразия приводит к социальной и психологической нестабильности, разрушительные последствия которой очевидны в современном экономико-политической и культурной жизни общества.

Характеризуя коммуникацию необходимо отметить, что коммуникация «communico» в переводе с латинского языка — делать общим, связывать, общаться, употребляется в значении:

1. Связь между различными объектами (в том числе техническими устройствами);
2. Взаимодействие (обмен сигналами) между животными;
3. Общение между людьми в процессе создания и передачи информации как определенной степени организации материи, реализуемой в процессе познания и объективации в социальной коммуникации.

Социальная коммуникация определяется как эффективное взаимодействие (в отличие от разъединения и обособленности по отношению к противоположному понятию «одиночество») в определенной знаковой форме (сообщение). Взаимодействие считается завершенным, когда произошли изменения в сознании и / или поведении участников.

Основанием деления выступает внутренненеобходимая сущность, определяющая данное явление: наличие связи, осуществляемой по определенному коммуникационному каналу: реальной или воображаемой линии связи (контакта) по которой сообщения движутся от коммуникатора к коммуниканту, средства для создания, передачи и восприятия сообщения.

Соответственно можно выделить такие основные виды коммуникативных каналов и виды коммуникации:

- аудио (звук) — устная коммуникация;
- видео (буква) — письменная коммуникация;
- аудио-визуальная (бит) — электронная коммуникация.

Основные виды социальной коммуникации:

Устная (звук)	**Письменная (буква)**	**Электронная (бит)**
Невербальная	Личностная	Пресса / Радио = Кино
Вербальная	Межличностная	Телевидение
Образная	Массовая	Интернет

Устная коммуникация

Непосредственная форма связи, осуществляемая аудиально(с помощью звука) и отражающая индивидуальную определенность участников коммуникации относительно содержания сообщения.

Основные ступени развития устной коммуникации:

1. Невербальная коммуникация — непосредственный вид коммуникации, при котором для передачи информации используются несловесные формы, воспринимаемые как аудиально, так и визуально, выражающие личностную неповторимость человека в определенной системе знаков, имеющих общезначимый характер.

2. Вербальная коммуникация — противоположный невербальному вид коммуникации, в котором для передачи информации используется слово, как реальность языка, представленное аудиально и визуально в устной и письменной речи с целью определения общезначимого смысла сообщения.

3. Образная коммуникация — обобщающий вид коммуникации, при котором для передачи информации используется образ как гармония чувственно-данной материальной формы и духовного содержания с целью достижения изменения в сознании и поведении участников.

Письменная коммуникация

Противоположная устной, форма коммуникации, в которой связь осуществляется визуально (посредством букв) и направлена на определение общезначимого смысла, зафиксированного в тексте.

Основные ступени развития письменной коммуникации:

1. Личностная (авто-коммуникация) — непосредственная коммуникация, которая возникает в сознании самого индивида, с целью обеспечения связности, согласованности и целостности личности на основе самоопределения и самоидентификации.

2. Межличностная коммуникация — противоположный личностному, вид коммуникации, связывающий двух индивидов, вступивших в отношения между собой с целью реализации собственной внутренней определенности (содержание сообщения), а также достижения социального признания и значимости.

3. Массовая комуникация — обобщающий вид коммуникации, предполагающий «массовое» (всеобщее) и «массированное» (многоканальное и мультимедийное) воздействие технических средств коммуникации, имеющее целью адаптацию общезначимого культурного содержания для каждого человека и достижение тождества (различенного единства) общества.

Электронная коммуникация

Обобщающая форма коммуникации, осуществляемая посредством бинарной оппозиции (бит) как единицей измерения информации, передаваемой масс-медиа средствами и фиксирующей значение, реализованное в определенности знака, в отличии от сигнала (звук или буква).

Основные ступени развития электронной коммуникации:

1. Пресса — непосредственный (первый) вид массовой коммуникации, обобщающий устную и письменную формы в фиксации информации на бумажном листе с помощью типографской техники воспроизведения текстов и изображений, преодолевающий пространственно-временную ограниченность звука и статичность текста.

2. Радио — противоположное прессе аудиальное средство массовой коммуникации позволяющее передавать звук аудиально с целью создания целостной картины мира в воображении человека.

3. Кино — синтетическая форма искусства и обобщающий(пресса и радио) вид масс-медиа, использующий движущиеся звуко-зрительные образы для изображения действительности как развивающегося взаимодействия человека и окружающей его реальности (физической и социальной).

4. Телевидение — самое массовое средство коммуникации, использующее звуко-зрительный кинообраз, вписанный в контекст информационного сообщения, для формирования индивидуального сознания и общественного мнения в процессе их взаимодействия.

5. Интернет — универсальная коммуникативная среда (сеть) и социальная реальность информационного общества, существующая при условии активной человеческой деятельности по его созданию и развитию, представляющая собой реальное, живое мышление человека, воплощенное в виде гипертекста как единства понятия и образа.

Противоречием электронной коммуникации (основой для дальнейшего развития) является продолжение ее специфики — постоянное взаимодействие и обновление в виртуальном сообщении. Реальность гипертекста находиться в ситуации энтропии (хаоса), постоянно стремящейся к организации и упорядочиванию в сознании каждого человека.

Что делает необходимым целостное философское исследование электронной коммуникации как наиболее развитой модификации социальной коммуникации, которая в снятом виде содержит все выше определенные формы и виды социальной коммуникации в целом.

Всестороннее изучение коммуникации в разных направлениях гуманитарного знания представляет собой концепции разного уровня обобщения, которые помогают описывать, объяснять, оценивать, прогнозировать и управлять средствами коммуникации.

Кроме того, коммуникативное взаимодействие изучается по отношению к предмету непосредственного исследования этих наук: социология — для определения основных закономерностей развития общества; психология — исследование индивидуальности сознания человека; культурология — существенные черты культурной действительности. В силу этого, характеристика социальной коммуникации не имеет целостного характера.

Вместе с тем, невозможно создать теорию коммуникации путем простого суммирования, механического соединения многочисленных концепций. Для ее построения необходимо философское обобщение тех знаний о коммуникации, которые присутствуют в социальных, гуманитарных, экономических и технических науках и представляют собой эмпирическую и теоретическую базу «Теории коммуникации» или «Коммуникологии». Объектом исследования которой является сама коммуникация в ее наиболее развитой электронной форме. Согласно предмету — сфера человеческого общения, она обнаруживает связь и взаимодействие в обществе и мире в целом. Целью коммуникологии является определение понятия «коммуникация», которое исходит из внутренней необходимой сущности и раскрывается в разнообразии реально существующих видов.

Такое содержательное наполнение, предусматривает соответствующую форму проведения занятий в рамках учебных курсов, посвященных изучению социальной коммуникации: системный подход, который синтезирует основные наработки в области психологии, философии, социологии, этики и эстетики, логики и риторики, направленный на понимание смысла медиа в определенности ее практической реализации.

Кроме того, определенность появляется в единстве знания и воли, то есть собственной деятельности в намеченном направлении. Что и предлагается в процессе освоения учебного материала. Исследование медиакоммуникации в процессе взаимодействия и применения различных медиа-средств, а также каналов восприятия (как рациональных, так и чувственно-образных). Изложение теоретического материала предполагает диалог и дискуссию, определение понятий сопровождается обсуждением фильмов, раскрывающих эмоциональный контекст содержания занятий. Кроме того, образная форма, раскрывает абстрактный контекст содержания научных теорий и доказательств.

Специфика курса, исследующего коммуникацию, заключается в системном подходе, который предусматривает концентрацию внимания на самой коммуникации (определение ее смысла и назначения, выявлении основных видов и медиа-средств, позволяющих достичь максимального эффекта). Особенностью курса является освоение теоретического материала в процессе его практического воплощения самими учащимися при наличии методического обеспечения (практические рекомендации и теоретическая поддержка преподавателя) диалог и дискуссия, которая предусматривают развитие имеющихся навыков коммуникации. Основным способом их совершенствования предлагается сочетание различных коммуникативных форм при изложении подобранного учеником материала: устное выступление, текстовое оформление, электронная презентация, аудио-визуальное эссе.

Введение в контекст обучения кинообраза позволяет сочетать традиционные академические методы обучения с оригинальными тренинговыми приемами и способами практического закрепления.

Построенный таким образом учебный курс конкретизирует понимание медиа-коммуникаций, учит практическому применению этих знаний с максимальным эффектом в жизни и профессиональной деятельности. Что само по себе способствует достижению не только образовательных целей, но и дает воспитательный эффект, формирует духовные ценности, соответствующие информационной стадии развития общества.