

2. Выготский Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте: Психологический очерк.-СПб.: Союз, 1997. – 96 с.
3. Игнатьев Е.И. Психология рисунка и живописи. - М.: Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1954. – 224 с., ил.
4. Игнатьев Е.И. Психология изобразительной деятельности детей. - М.: Учпедгиз, 1961.
5. Раппопорт С.Х. Неизобразительные формы в декоративном искусстве. - М.: Советский художник, 1968 – 272 с. ил.
6. Ростовцев Н.Н. Очерки по истории методов преподавания рисунка. - М.: Изобразительное иск-во, 1983.
7. Ростовцев Н.Н. Академический рисунок. Курс лекций. - М.: Просвещение, 1973.
8. Рязанцева И.М. Общеобразовательная функция орнамента в подготовке учителя изобразительного искусства: Автореф. дис. канд. пед. наук. - Москва, 1987. - 16 с.
9. Сюзьева В.Ф. Исследование вопросов эстетического воспитания на уроках изобразительного искусства в начальных классах: Автореф. дис. канд. пед. наук. - Москва, 1971. - 20 с.
10. Шорохов Е.В. Тематическое рисование в школе. - М.: Просвещение, 1970.

ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ У КОНТЕКСТІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ-ДИЗАЙНЕРІВ

Залевська О.Ю.,
Дніпропетровський національний університет

Анотація. Стаття розкриває головну мету та принципи психології реклами як учбового курсу, що є однією з професійних дисциплін фахової підготовки студентів-дизайнерів

Ключові слова. психологія, реклама, дизайн, утворення, освіта, психологія реклами, студенти, графічний дизайн, психічні процеси.

Аннотация. Залевская О.Ю. Психология рекламы в контексте профессиональной подготовки студентов-дизайнеров. Данная статья раскрывает основные цели и главные принципы психологии рекламы как учебного курса, который является одной из профилирующих дисциплин в профессиональной подготовке студентов-дизайнеров.

Ключевые слова. психология, реклама, дизайн, образование, психология рекламы, студенты, графический дизайн, психические процессы.

Annotation. Zalevskaya E.Y. Psychology of advertising in a context of professional preparation of the students - designers. The given article uncovers the basic purposes and main principles of psychology of advertising as educational course, which is a main subject in professional preparation of the students - designers.

Key word. psychology, advertising, design, formation, education, psychology of advertising, students, graphic design.

Постановка проблеми. Сьогодні реклама є основним ключем до успіху в будь-якому підприємстві цивілізованого світу і з кожним роком увага до рекламної діяльності стрімко зростає. Ознаки цього видно повсюди. І це стосується не тільки якості рекламної продукції та новітніх технологій, що використовуються в галузі рекламної сфери, але й насамперед, підготовки фахівців-рекламістів. Рекламні агенції розростаються, набувають більшої комерційної діяльності і ставлення до підбору фахівців є все більш вимогливішим, серйознішим. На сьогоднішній день знання комп'ютерних графічних програм недостатньо, і це прекрасно розуміють керівники рекламних

2. Выготский Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте: Психологический очерк.-СПб.: Союз, 1997. – 96 с.
3. Игнатьев Е.И. Психология рисунка и живописи. - М.: Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1954. – 224 с., ил.
4. Игнатьев Е.И. Психология изобразительной деятельности детей. - М.: Учпедгиз, 1961.
5. Раппопорт С.Х. Неизобразительные формы в декоративном искусстве. - М.: Советский художник, 1968 – 272 с. ил.
6. Ростовцев Н.Н. Очерки по истории методов преподавания рисунка. - М.: Изобразительное иск-во, 1983.
7. Ростовцев Н.Н. Академический рисунок. Курс лекций. - М.: Просвещение, 1973.
8. Рязанцева И.М. Общеобразовательная функция орнамента в подготовке учителя изобразительного искусства: Автореф. дис. канд. пед. наук. - Москва, 1987. - 16 с.
9. Сюзьева В.Ф. Исследование вопросов эстетического воспитания на уроках изобразительного искусства в начальных классах: Автореф. дис. канд. пед. наук. - Москва, 1971. - 20 с.
10. Шорохов Е.В. Тематическое рисование в школе. - М.: Просвещение, 1970.

ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ У КОНТЕКСТІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ-ДИЗАЙНЕРІВ

Залевська О.Ю.,
Дніпропетровський національний університет

Анотація. Стаття розкриває головну мету та принципи психології реклами як учбового курсу, що є однією з професійних дисциплін фахової підготовки студентів-дизайнерів

Ключові слова. психологія, реклама, дизайн, утворення, освіта, психологія реклами, студенти, графічний дизайн, психічні процеси.

Аннотация. Залевская О.Ю. Психология рекламы в контексте профессиональной подготовки студентов-дизайнеров. Данная статья раскрывает основные цели и главные принципы психологии рекламы как учебного курса, который является одной из профилирующих дисциплин в профессиональной подготовке студентов-дизайнеров.

Ключевые слова. психология, реклама, дизайн, образование, психология рекламы, студенты, графический дизайн, психические процессы.

Annotation. Zalevskaya E.Y. Psychology of advertising in a context of professional preparation of the students - designers. The given article uncovers the basic purposes and main principles of psychology of advertising as educational course, which is a main subject in professional preparation of the students - designers.

Key word. psychology, advertising, design, formation, education, psychology of advertising, students, graphic design.

Постановка проблеми. Сьогодні реклама є основним ключем до успіху в будь-якому підприємстві цивілізованого світу і з кожним роком увага до рекламної діяльності стрімко зростає. Ознаки цього видно повсюди. І це стосується не тільки якості рекламної продукції та новітніх технологій, що використовуються в галузі рекламної сфери, але й насамперед, підготовки фахівців-рекламістів. Рекламні агенції розростаються, набувають більшої комерційної діяльності і ставлення до підбору фахівців є все більш вимогливішим, серйознішим. На сьогоднішній день знання комп'ютерних графічних програм недостатньо, і це прекрасно розуміють керівники рекламних

агенцій, тому і цінують професійно підготовлених спеціалістів, які мають базову дизайнерську освіту. В таких умовах підготовки фахівці з дизайну, що знайомі з психологією рекламної діяльності, набувають особливого значення і цінності.

Дизайнерська освіта набирає обертів, розширюється та існує у багатьох ВНЗ у вигляді факультетів, кафедр або спеціальних факультативів. Викладачі розуміють важливість даної справи і борються з "непрофесіоналізмом" та „кустарністю” в рекламній галузі методами фахової підготовки студентів-дизайнерів. До переліку дисциплін, які є обов'язковими для вивчення студентами входять малюнок та живопис, композиція, яка зорієнтована на потреби дизайнерів і залежить від їх спеціалізації, і різні учбові курси з моделювання, конструювання, проектування, шрифтів, вивчення графічних комп'ютерних програм і т.д. і т. ін. Однією з дисциплін фахової підготовки студентів-дизайнерів є учбовий курс „Психології реклами”.

Аналіз досліджень та публікацій. Видання спеціальної літератури по рекламі за останній час носить лавиноподібний характер. В цьому ряду особливе місце займає література, яка стосується психологічного забезпечення рекламної діяльності. Велика кількість авторів та дослідників цікавились темою психології реклами, підручники та керівництва здебільшого були написані авторами-іноземцями, праці яких залишаються і сьогодні досить цікавими, але не зовсім сприйнятливими до наших умов життя, мислення, поведінки, але частіше вони виступають як керівництво успішних продаж (Картер Г. „Ефективна реклама”; Котлер Ф. „Основи маркетингу”; Аллен П. „Учимося торгувати”; Беррі Е. „Кар'єра в рекламній агенції” та багато ін.). На просторі колишнього радянського союзу зустрічаються датовані 1925 р. (Мануйлов М.О. Психологія реклами), що свідчить про велику зацікавленість до феноменом реклами. Дослідження велися, писалися книги, підручники, керівництва, але вони мали більш теоретичний характер (навчальні курси з реклами велися і ведуться у кожному вищому учбовому закладі, де представлений торговий або економічний профіль).

Лише в останні десятиліття психологію реклами почали тісніше прив'язувати до дизайнерської діяльності, інакше розставляти акценти і звертати увагу на наш менталітет, тобто авторами праць з психології реклами ставали дослідники Росії, України та ін. держав пострадянського простору (хоча найчастіше прикладами, що ілюстрували теоретичний матеріал, слугувала реклама іноземного походження). Значний внесок у дослідження цієї проблеми внесли Демидов В.Е. з своєю працею „Сутність реклами і психологія її сприйняття”; Лебедев О.М. „Особливості психологічного впливу в російській рекламі”; Мокшанцев Р.І. „Психологія реклами”; Лебедев-Любимов О.М. „Психологія реклами”; Ганжин В.Т. „Основи рекламного мислення: Учбовий посібник” та багато інших (Артеменко В.Г., Вікентьев І.Г., Зазикін Ш.І., Гермогенова Л.Ю., Волкова В.В., Корзун Н., Павловська О., Ромат Е.В., Аржанов К.В., Песоцкий Е.М., Власов М.М. і т.д.).

Мета: Ми ставимо на меті розкрити головні принципи психології реклами як учбової дисципліни дизайнерської освіти. Розкрити зміст учбового теоретичного матеріалу та деяких практичних завдань даного курсу.

Надана стаття тісно переплітається з матеріалами і є частиною дисертаційного дослідження автора стосовно реклами. Також в статті надаються матеріали з навчального курсу „Психологія реклами і маркетинг”, яка викладається для студентів спеціальності „Дизайн” на кафедрі образотворчого мистецтва і дизайну факультету української й іноземної філології та мистецтвознавства Дніпропетровського національного університету.

Отримані результати. „Успіх національної економіки багато в чому залежить від рекламної справи, спрямованої на стимулювання збуту. Завдяки їй продовжується виробництво, люди мають роботу і купівельну спроможність, а гроші перебувають у постійному обігу. Коли цей процес зупиняється, настає спад” [2; с.5]. Так починається не один підручник, де розглядається феномен реклами у суспільстві, тому що реклама є невід’ємною частиною життя сучасного розвиненого світу, а також тих країн, що розвиваються та стають

індустріальними. Отже, сучасний світ залежить від реклами. Активна та безперервна реклама необхідна для збереження прибутковості виробництва, а масове виробництво потребує масового споживання, яке, в свою чергу, потребує реклами на масовому ринку з використанням засобів масової інформації. На даний час все вище сказане є загальновідомою істиною, але щоб реклама виконувала покладені на неї „обов'язки”, тобто впливала, стимулювала, спонукала до дії своїх споживачів (потенційних покупців), потрібно звертати увагу на якість виготовлення самої рекламної продукції. Інститут реклами залучає до себе багату кількість спеціалістів різних галузей діяльності, пов'язаних як з виробництвом реклами, та і з її дослідом, вивченням як одиниці, що створює суспільний простір. Тому комплексність підготовки спеціалістів набуває важливості (як спеціалістів-теоретиків з реклами та менеджменту, пов'язаних з вивченням, прогнозуванням дії реклами, так і спеціалістів-практиків, які відповідають за виготовлення самої рекламної продукції). Яким чином можна здійснювати формування професійних рис у спеціалістів-практиків ми розглянемо на прикладі навчання митців в галузі візуальної інформації, а саме студентів-дизайнерів.

До переліку дисциплін, необхідних для якісної фахової підготовки, як вже зазначалося вище, входять дисципліни образотворчого циклу (зокрема малюнок, живопис) і дисципліни циклу фахової підготовки. На нашу думку, процес підготовки студентів-дизайнерів не повинен обмежуватися на сьогодні лише самою роботою „в матеріалі” (безперечно практична робота завжди була найдійовішою), до нього, на цей час, включено велику кількість теоретичних курсів. Важливим елементом підготовки фахівців-дизайнерів є вивчення курсу „Психології реклами”. Реклама обрушує на споживачів величезну кількість інформації, психологічний вплив рекламної інформації виявляється в процесах переробки рекламних повідомлень - емоціях, думках, можливих рішеннях, що обумовлюють конкретні поведінкові акти покупця. Так чи інакше, у рекламний процес виявляються залученими феномени переробки інформації - відчуття, сприйняття, увага, пам'ять і т.п. Метою теоретичної частини дисципліни

“Психологія реклами” є знайомство студентів із загальнотеоретичними проблемами психології реклами. До цього входять:

- поняття реклами та маркетингу; визначення їх цілей і функцій, видів та психотехнологій рекламних стратегій та структур маркетингу; визначення реклами як комунікативного процесу; дослідження психологічних типів відношення реципієнтів (споживачів) до реклами (зокрема „нечесна” реклама та „латеральне програмування”);

- розгляд та вивчення ролі психічних процесів у формуванні рекламних образів (зокрема когнітивного, афективного та конативного аспектів); розгляд психології творчих процесів та особливостей креативної реклами;
- дослідження психології мотивації в рекламі (розгляд установок, стереотипів, потреб і мотивів; їх аналіз та використання в рекламній діяльності).

До розгляду в контексті психології реклами віднесені також прикладні питання психотехнології рекламних засобів зі зворотнім та без зворотного зв'язками (реклама в газеті, журналі, на радіо, телебаченні, види та засоби зовнішньої і транзитної реклами і т. ін.). Також дисципліна „Психологія реклами” включає питання психотехнології використання світла, кольору, форми в рекламі; розгляд психологічних особливостей створення і виготовлення торговельних знаків і марок, емблем та ін. Значну кількість матеріалу відводиться на розглядання семантичних особливостей реклами, зокрема, графічної реклами:

- психологія корпоративної символіки; етапи створення торговельної марки („анатомія” торговельної марки; збір фактичного матеріалу, назви які не потрібно використовувати, основні елементи рекламного лозунгу, „будівельний” матеріал для конструювання торговельної марки (графіка, дизайн, логотип));

а також:

- сугестивні психотехнології в рекламі (психоаналітично орієнтовані підходи; гіпнотичний підхід; техніки ерікsonianського гіпнозу в рекламі; нейролінгвістичне програмування (НЛП) в рекламі).

Матеріал, рекомендований у даному курсі для вивчення, скоріше дає студентам привід для самостійних міркувань і пошуків будь-яких певних рішень при виконанні практичних завдань курсу і при їх подальшій роботі в якості дизайнера реклами. До змісту практичних робіт входить низка завдань, зорієнтованих на закріплення теоретичних знань (наприклад, збір та аналіз рекламної продукції, що знаходилися та знаходяться на споживчому ринку); розвинення якостей психологічно-аналітичного мислення відбувається також шляхом виконання практичних вправ, наприклад:

- створення різних психологічних настроїв за допомогою кольору, образу чи абстрактно-просторової композиції;
- створення різних психологічних настроїв за допомогою образу чи абстрактно-просторової композиції із застосуванням кольору, який має протилежний від звичайного психологічний вплив;
- створення логотипу торговельної марки з застосуванням графіки і кольору;
- створення рекламного плаката фірми (товару, послуги), який має визначений психологічний вплив.

З усього вище сказаного можна зробити певні **висновки**: дизайнерська освіта повинна поєднувати певні практичні та теоретичні відомості, що допоможуть у фаховій підготовці студентів-дизайнерів та надасть їм можливість подальшої діяльності у галузі рекламної діяльності. Нажаль, в наш час, праця деяких, здебільш периферійних рекламистів (але всюди є винятки), бажає бути кращою. Тому, для поліпшення якості рекламної продукції, потрібно підвищувати рівень якісної фахової підготовки кадрів даної галузі. Зараз світ в якому ми живемо – це світ реклами, яка усюди навколо нас, бажаємо ми цього чи ні, але зіткнення з рекламою відбувається кожен день, кожну годину або хвилину – виникає хвилювання: „Якщо від впливу реклами

майже не схватися, якщо спілкування з рекламою неминуче, то може нехай це буде відбуватися грамотно, кваліфіковано, красиво та естетично?"

Література

1. Ганжин В.Т. Основы рекламного мышления: Учебное пособие. - М.: Фонд ННМБ, 2001. - 290с.
2. Картер Г. Эффективная реклама. - М., 1991. - 438с.
3. Лебедев А.Н. Особенности психологического воздействия в российской рекламе. - М., 1995. - 564с.
4. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. - М., 1995. - 580с.
5. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. - Новосибирск, 2000. - 228с.
6. Ромат Е.В. Реклама: Учебник для студентов специальности «маркетинг». - 3-е изд., перераб. И доп. - К.: Х.: ННУ «Студцентр», 2000. - 480с.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ

Іванова С. М.,

Інститут мистецтв НПУ імені М.П. Драгоманова

Анотація. У статті розглядаються особливості застосування інформаційних технологій навчання при формуванні комунікативної компетентності майбутнього вчителя музики. Їх різновиди та педагогічні умови впровадження.

Ключові слова. майбутній вчитель музики, сучасні інформаційні технології, комунікативна компетентність.

Аннотация. Иванова С. М. Использование современных информационных технологий обучения в процессе формирования коммуникативной компетентности будущего учителя музыки. В статье рассматриваются особенности использования информационных технологий обучения при формировании коммуникативной компетентности будущего учителя музыки, их разновидности и педагогические условия внедрения.

Ключевые слова. будущий учитель музыки, современные информационные технологии, коммуникативная компетентность.

Annotation. Ivanova E. M. Using of modern information training technologies during formation of communicative competence of the future teacher of music. In article features of using information training technologies at formation of communicative competence of the future teacher of music, their version and pedagogical conditions of introduction are considered.

Key words. future teacher of music, modern information technologies, communicative competence.

Постановка проблеми. Стрімке входження інформаційних та комунікативних технологій у життя суспільства стало можливим завдяки широкому використанню персональних комп'ютерів у всіх сферах людської діяльності та створенню глобальної мережі Інтернет. В Україні питання про інноваційну роль сучасних інформаційних технологій в удосконаленні та модернізації усталеної освітньої системи стало особливо актуальним протягом останніх трьох-чотирьох років. Про це свідчать публікації у базових освітянських виданнях, основні нормативно-правові документи Міністерства

майже не схватися, якщо спілкування з рекламою неминуче, то може нехай це буде відбуватися грамотно, кваліфіковано, красиво та естетично?"

Література

1. Ганжин В.Т. Основы рекламного мышления: Учебное пособие. - М.: Фонд ННМБ, 2001. - 290с.
2. Картер Г. Эффективная реклама. - М., 1991. - 438с.
3. Лебедев А.Н. Особенности психологического воздействия в российской рекламе. - М., 1995. - 564с.
4. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. - М., 1995. - 580с.
5. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. - Новосибирск, 2000. - 228с.
6. Ромат Е.В. Реклама: Учебник для студентов специальности «маркетинг». - 3-е изд., перераб. И доп. - К.: Х.: ННУ «Студцентр», 2000. - 480с.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ

Іванова С. М.,

Інститут мистецтв НПУ імені М.П. Драгоманова

Анотація. У статті розглядаються особливості застосування інформаційних технологій навчання при формуванні комунікативної компетентності майбутнього вчителя музики. Їх різновиди та педагогічні умови впровадження.

Ключові слова. майбутній вчитель музики, сучасні інформаційні технології, комунікативна компетентність.

Аннотация. Иванова С. М. Использование современных информационных технологий обучения в процессе формирования коммуникативной компетентности будущего учителя музыки. В статье рассматриваются особенности использования информационных технологий обучения при формировании коммуникативной компетентности будущего учителя музыки, их разновидности и педагогические условия внедрения.

Ключевые слова. будущий учитель музыки, современные информационные технологии, коммуникативная компетентность.

Annotation. Ivanova E. M. Using of modern information training technologies during formation of communicative competence of the future teacher of music. In article features of using information training technologies at formation of communicative competence of the future teacher of music, their version and pedagogical conditions of introduction are considered.

Key words. future teacher of music, modern information technologies, communicative competence.

Постановка проблеми. Стрімке входження інформаційних та комунікативних технологій у життя суспільства стало можливим завдяки широкому використанню персональних комп'ютерів у всіх сферах людської діяльності та створенню глобальної мережі Інтернет. В Україні питання про інноваційну роль сучасних інформаційних технологій в удосконаленні та модернізації усталеної освітньої системи стало особливо актуальним протягом останніх трьох-чотирьох років. Про це свідчать публікації у базових освітянських виданнях, основні нормативно-правові документи Міністерства

освіти і науки України та тематика міжнародних, всеукраїнських і регіональних наукових конференцій у галузі педагогіки та методики викладання.

Важливість інформатизації суспільства підтвердив Закон України "Про національну програму інформатизації" (1998). Відповідно до цього закону, "інформатизація – це сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної техніки".

Національна програма інформатизації формується, виходячи з довгострокових пріоритетів розвитку країни з урахуванням світових напрямків розвитку і досягнень у сфері інформатизації і спрямованих на розв'язання найважливіших загальносуспільних проблем та створення умов для інтеграції України у світовий інформаційний простір відповідно до сучасних тенденцій інформаційної геополітики.

Основними завданнями інформатизації освіти є: широке використання Інтернет-технологій та Web-технологій, поєднання розробки централізованих баз даних колективного використання з розподіленими по навчальних закладах документальними базами даних з можливістю віддаленого доступу, активне використання сучасних комп'ютерних технологій у навчальному процесі, широке впровадження новітніх досягнень у дистанційному навчанні, створення загальнодержавної комп'ютерної інформаційної мережі освіти. Інформатизація та комп'ютеризація навчального процесу, впровадження сучасних інформаційних технологій навчання (ІТН) розглядаються в Україні також і як пріоритетні напрями розвитку вищої освіти. Адже для професійного розвитку особистості майбутніх педагогів у ВНЗ використовується інформаційне середовище навчання, яке сприяє виникненню та розвитку інформаційної взаємодії між тими, хто навчається та викладачами на основі користування сучасними ІТН.

Специфіка використання сучасних ІТН в процесі професійного розвитку особистості майбутніх педагогів взагалі та вчителів музики зокрема полягає в тому, що такі технології надають більше можливостей у виборі джерел та переробці величезної кількості інформації, сприяють міжособистісному спілкуванню. У зв'язку з використанням ІТН, на зміну звичної системи міжособистісних відносин і цінностей прийшли складні суспільні відносини, внаслідок яких ключового значення набуває вміння особистості швидко адаптуватися в навколишньому середовищі з урахуванням реальних умов у міжособистісних відносинах. Крім того, застосування комп'ютерних засобів надає можливість вибору відповідної програми і технології навчання, що дозволяє освітній системі адаптуватися відповідно до індивідуальних можливостей майбутнього вчителя музики, а це, в свою чергу, сприяє розвитку його особистості.

Аналіз досліджень та публікацій. Слід зазначити, що у педагогічних дослідженнях комп'ютер розглядається також і як засіб підвищення ефективності навчання. Багато авторів у своїх працях досить ґрунтовно розкривають проблему комп'ютеризації освіти, приділяючи належну увагу особливостям комп'ютерного навчання (О. Бахтіна, Ю. Брановський, В. Гершунський, М. Жалдак, І. Мархель, В. Монахов, О. Тихомиров, Г. Бордовський, Є. Машбіць та ін.).

Музична педагогіка, на нашу думку, теж не повинна стояти осторонь цих питань, оскільки впровадження інформаційних технологій навчання у процес підготовки майбутніх вчителів музики є вимогою сьогодення. Тому метою даної статті є визначення основних аспектів ефективного використання інформаційних технологій навчання в процесі професійної підготовки майбутнього вчителя музики в цілому та в процесі формування комунікативної компетентності зокрема.

Аналіз чисельних досліджень з проблем щодо застосування комп'ютерів як засобу отримання студентами знань з різних предметів [1, 2, 5, 6] дозволяє зробити висновок стосовно того, що комп'ютери сприяють підвищенню

науковості та доступності навчання, високій активності студентів, посиленню їх самостійності у пізнавальній діяльності. Дидактичні вимоги до інформаційних технологій навчання повинні визначатися, на нашу думку, тими ж дидактичними завданнями, що ставляться при використанні інших засобів навчання. Так, комп'ютерні навчальні програми виконують такі функції навчання, як надання довідкової інформації, визначення завдань за темою, ілюстрація окремих елементів теми, що вивчається, моделювання явищ, відпрацювання окремих дій та контроль за їх виконанням. Найбільш ефективно застосовується комп'ютер як засіб керування навчальною діяльністю студентів.

На думку Е. Полат, в основі використання ПТН як форми навчання лежить певна дидактична концепція, основними принципами якої є: самостійність (процес навчання будується в основному на самостійній пізнавальній діяльності студента); активність (пізнавальна діяльність студента носить активний характер, активна участь визначається внутрішньою мотивацією та бажанням вчитися); особистісно-орієнтована спрямованість навчання (передбачає диференціацію та індивідуалізацію навчання залежно від психолого-педагогічних властивостей тих, хто навчається).

Н. Голівер [1] вказує на можливість використання ПТН в таких видах навчальної роботи зі студентами: у завданнях, де персональні комп'ютери виступають, в основному, як засіб презентації нового навчального матеріалу (перевага комп'ютера порівняно з різноманітними діапроекторами та кіноапаратами полягає в тому, що за його допомогою можна компоувати ілюстрації з урахуванням рівня складності завдання, що виконується, з урахуванням особливостей колективу студентів та можливості втручання викладача в процес навчальної роботи); для активної індивідуальної самостійної роботи студентів (комп'ютер допомагає організувати самостійну роботу з постійним підвищенням рівня складності, що виконується, в результаті чого студент може працювати самостійно у власному індивідуальному режимі); при виконанні контрольних робіт (при цьому дані про досягнення студента надходять на комп'ютер викладача для обробки та

аналізу); при проведенні додаткових занять та консультацій (за допомогою діалогічних навчальних систем викладач може проводити індивідуальну роботу з кожним студентом у зручному для нього режимі та темпі); при організації позаурочної роботи студентів (спонукає їх до самостійної творчої діяльності).

Отримані результати. В той же час комп'ютеризація навчання може активно сприяти не лише розвитку особистості студента, а й формуванню його комунікативної компетентності, адже в цьому процесі педагогічне спілкування набуває іншого вигляду, оскільки в ньому задіяні не лише викладач і студент, а й комп'ютер. Ефективність ПН у оволодінні комунікативними вміннями підвищується завдяки спілкуванню в мережі Інтернет за допомогою чатів як засобів обміну повідомленнями з великою кількістю віртуальних співбесідників у режимі реального часу. Для спілкування в мережі Інтернет також використовуються форуми, які дозволяють проводити дискусії в режимі реального часу з колегами, пропонувати теми для обговорення, ставити питання.

Слід зазначити, що використовуючи ресурси Інтернету, студент не тільки накопичує знання з певної теми, але й оволодіває новими технологіями. Інтернет також сприяє міжнародним дослідженням з проблем, що представляють інтерес у всесвітніх масштабах. Іншими словами, навчання за допомогою Інтернету є всеохоплюючим [7]. Як свідчать опитування [8], студенти зацікавлені в приєднанні до Інтернет-революції з трьох причин: на базовому рівні вони бачать в ньому суперсучасне та бажають бути його частиною; як практичні аспекти набуття професійних навичок; як можливість отримати знання, які можуть стати корисними в житті.

Обґрунтування необхідності впровадження в процес навчання майбутніх вчителів музики інформаційних технологій взагалі та комп'ютерних зокрема містить дві основні, тісно взаємопов'язані складові. По-перше, комп'ютер має великі операційні можливості, що дозволяє студентові опрацювати значний дидактичний матеріал. По-друге, в наш час молодь достатньо володіє навичками, необхідними для роботи з комп'ютером та досить широко

використовує його у повсякденному житті. Саме тому, від інтенсивності, ефективності та доцільності використання сучасних комп'ютерних технологій залежить підготовка майбутніх вчителів музики на рівні сучасних вимог.

Ми погоджуємося з думкою О. Шауро, що впровадження комп'ютерних технологій в процес навчання музики повинен бути більш інтенсивним та йому повинні сприяти спеціально створені навчальні програми, які б не тільки подавали інформацію, а й формували спеціальні вміння та навички (у нашому випадку комунікативні), що є необхідними для професійного становлення вчителя музики. В той же час, комп'ютерні програми з музики, розкриваючи перед студентами багато можливостей для опанування музично-дидактичного матеріалу, дозволили б зробити його вивчення яскравим, цікавим, наочним.

Необхідно підкреслити, що комп'ютерні технології у вищій музично-педагогічній освіті можуть використовуватись в різних напрямках: для створення музичних творів (музичні редактори); для розширення знань з історії та теорії музики (програми-енциклопедії); для зберігання та оперативної обробки музичної інформації (прикладом може слугувати електронний каталог музичного фольклору, який створив відомий фольклорист Л. Гошовський, за його допомогою зараз досліджуються стилі, жанри, типи композиції музичних творів); для прослуховування та найпростішого аналізу музичних творів; для вивчення історії музики (одночасно подається текст та аудіозвучання, відеозображення); для створення власних музичних програм; для отримання найрізноманітнішої музичної інформації. Також, слід зазначити, що залежно від дидактичної мети, викладач може використовувати комп'ютер на різних етапах навчання, враховуючи індивідуальні особливості студентів.

Цікавою, на наш погляд, є класифікація існуючих музичних програм, зроблена В. Штепою. Автор виділяє такі групи: музичні редактори, які відкривають можливості для експериментування з електронними звуками; енциклопедії; ігрові музичні програми; програми-тести та вікторини; комбіновані програми [6].

У більшості публікацій автори рекомендують розбивати навчальний процес з використанням комп'ютера на два етапи: засвоєння теоретичного матеріалу (на цьому етапі головною діючою особою є викладач, а традиційними засобами в процесі передачі знань виступають музичний інструмент та звуковідтворююча апаратура) та застосування набутих знань за допомогою комп'ютера (при цьому викладачу надається роль спостерігача і консультанта) [5].

Поряд з цим сучасна професійна підготовка майбутніх вчителів музики повинна включати в себе вивчення та використання комп'ютерних програм для запису нот. Адже за допомогою різного програмного забезпечення для персонального комп'ютера можна не лише здійснювати набір нотного тексту та відтворювати з його за допомогою звучання цілого оркестру, а й монтувати звукові файли, додавати різноманітні ефекти та обробки. Оволодівши певними нотними редакторами, майбутній вчитель музики зможе легко набирати, реставрувати та видавати нотний музичний матеріал, що є важливим аспектом музично-педагогічної діяльності.

Висновки. Застосування інформаційних технологій навчання в процесі підготовки вчителя музики є своєчасним і необхідним. Це надасть можливість використовувати різноманітні форми викладення матеріалу, дозволить підняти ефективність процесу фахової підготовки майбутніх вчителів музики в цілому та сприятиме формуванню їх комунікативної компетенції зокрема.

Література

1. Голівер Н.О. Дидактичні умови використання комп'ютерних технологій у навчально-пізнавальній діяльності студентів // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Сер. 16. Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики. Зб. наук. праць – Вип. 4 (14). – К.: НПУ, 2005. – С. 127-131.
2. Лопова В.И., Евдокимов В.И., Трошко А.В. Основные вопросы дидактики: Учеб. пособие – Харьков: ХГПИ, 1992. – 102 с.
3. Манько Н.Н. Технологическая компетентность педагога // Школьные технологии. – 2002. – №5. – С. 33-41.
4. Мамбиц Е.И. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения. –М.: Педагогика, 1988. – 191 с.
5. Шауро О. Досвід використання комп'ютерних технологій в процесі фахової підготовки майбутнього вчителя музики // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Сер. 14. Теорія і методика мистецької освіти. Зб. наук. праць. – Вип. 1 (6). – К.: НПУ, 2004. – С. 165-169.
6. Штепа В.В. Використання сучасних персональних комп'ютерів на уроках музики // Педагогіка і психологія, 1995. – № 3. – С. 97-98.
7. Luisa Perez, The Effectiveness of the Internet in the Foreign Language Classroom, http://horizon.uns.edu/projects/monograph/cd/Language_Music/Perez.asp
8. Victoria Muehleisen, Projects Using the Internet in College English Class, The Internet TESL Journal, June 1997, <http://iteslj.org/Lessons/Muehleisen-Projects.html>

ФОРМУВАННЯ У СТАРШОКЛАСНИКІВ НАВИЧОК САМООСВІТНЬОЇ МУЗИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Гліницька Н.С.

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

Анотація. В статті розглядається проблема самоосвітньої діяльності школярів у процесі навчання основам музики та роль вчителя у її організації.

Ключові слова. музичний театр, естетичне виховання школярів, організація самостійної роботи.

Анотация. Глиницкая Н.С. «Формирование у старшеклассников навыков самообразовательной музыкальной деятельности. В статье рассматривается проблема самообразовательной деятельности школьников в процессе обучения основам музыки и роль учителя в ее организации».

Ключевые слова. музыкальное произведение, эстетическое воспитание школьников, организация самостоятельной работы.

Annotation. Hlinitckaja N.S. «Formation at senior pupils of skills of self-educational musical activity. In articles the problem of self-educational activity of schoolboys is examined during training to bases of music and a role of the teacher in her organization».

Key words. A piece of music, aesthetic education of schoolboys, the organization of independent work.

Постановка проблеми. Важливим направленням шкільної музичної роботи є підготовка учнів до самостійного знайомства з музикою. Орієнтація на самоосвіту в музичному вихованні старшокласників може служити достатньою основою для подальшої самоосвітньої діяльності.

Важливо вміло пов'язати спонтанно набутий музично-естетичний досвід, який багато значить для старшокласника, із ідеєю необхідності організації музичної самоосвіти. Стимулювання музичної самоосвіти старшокласників передбачає поступову переорієнтацію з обмежених особистих музичних смакових пристрастей (переважно до поп-мистецтва) на художньо значимі музично-естетичні цінності, позитивне й зацікавлене ставлення до яких формується лише під цілеспрямованим педагогічним впливом [Ю.Алієв].

Аналіз досліджень і публікацій. Питання організації самоосвітньої діяльності учнів загальноосвітніх та музичних шкіл розглядається в публікаціях Ю. Алієва, Л. Арчажникова, М. Дарманського, Б.Теплова.

Результати дослідження. Музичне виховання учнів у загальноосвітній школі здійснюється у трьох основних формах: на уроках музики, на факультативних та гурткових заняттях, у процесі позакласних музичних

заходів. На жаль, навчальним планом загальноосвітньої школи не передбачено проведення уроків музики в старших класах. Певним чином сприяти музичному розвитку старшокласників, формуванню їхніх естетичних потреб можуть факультативні заняття, і особливо позакласна і позашкільна робота з музики. У зв'язку з цим позашкільні форми роботи мають широкі можливості, створюючи передумови для розвитку музичної активності старшокласників, їх самостійності, усвідомлення системи цінностей, розвивають здатність до самооцінки.

Специфіка музичної самоосвіти зумовлюється, насамперед, художньо-творчою природою мистецтва. Основу музичної творчості становить система музично-художніх образів, зміст яких закодовано за допомогою музичних звуків в особливі інтонаційні структури, що відображають особливості творчого мислення автора, його духовний світ, найхарактерніші риси творчого стилю.

Музичний образ, як і образ будь-якого іншого мистецтва, містить художнє узагальнення, що проникає в суть явищ і розкриває глибокий внутрішній смисл життєвих подій. Слід зазначити, що художній образ віддзеркалює риси індивідуальності людини, що створила його. Тому художній образ можна розглядати як "систему, що формується у свідомості людини, головним елементом якої в музичному мистецтві є музично-слухові уявлення" [2, с.40].

Глибоке проникнення в сутність музичного образу, виявлення смислових значень динаміки й логіки його розвитку, а також здатність до самобутнього втілення художнього образу засобами музичної виразності – все це передумови музично-самоосвітньої діяльності.

Музична самоосвіта ґрунтується на знаннях, тому обов'язковий етап включає пізнавальну діяльність, що має інформаційний характер і спрямована на одержання корисних для школяра відомостей, які в подальшому допоможуть грамотно сприймати та втілювати художній зміст твору, що виконується. Аналіз елементів твору, його цілісної концепції дає можливість глибоко і

змістовно досягнути своєрідність музики, що, безумовно, є актуальним для старшокласника.

Самостійна діяльність, спрямована на здобуття певних знань, тісно пов'язана з практичною роботою. Набуті знання сприяють подальшому здійсненню музичної самоосвіти і є однією з умов розвитку творчого потенціалу старшокласника. У музичній діяльності формується комплекс умінь із самовдосконалення.

Інтерпретацію музики можна розглядати як основу підготовки старшокласників до самостійного поповнення знань. Відтак інтерпретація музики не тільки передбачає освоєння конкретного музичного матеріалу, а й враховує індивідуальні риси особистості, усвідомлення власних творчих можливостей із метою їх подальшого вдосконалення.

У музично-пізнавальній діяльності старшокласники не лише опановують зміст музичного образу, а й, насамперед, глибше пізнають самого себе, свій внутрішній світ. Проте розгляд музично-пізнавальної діяльності старшокласників у процесі самоосвіти показує, що в ній переважає зовнішня сторона музично-пізнавальних процесів, пов'язана з детермінуючим впливом освітньої функції. Отже, увагу особистості потрібно спрямовувати, передусім, на широкий особистісний контекст музичного сприймання й осмислення образів, а не лише на його об'єктивний зміст, зумовлений звуко-інтонаційними засобами музичної мови.

У музичній самоосвіті значне місце належить зовнішній стороні діяльності, тому основою більшості визначень поняття "музична самоосвіта" стає музично-пізнавальна площина.

Пізнавальна діяльність починається з глибокого вивчення суті окремого явища (музичного образу), дослідження його смислових значень, виявлення закономірностей розвитку, розкриття взаємозв'язку нормотворчих елементів і змістовних структур. Це приводить старшокласників до потреби розширити межі власного розуміння об'єкта, який вивчається, використати інші джерела пізнання, оскільки "світ музичних образів не можна зрозуміти "сам по собі" і

сприйняття музики можливе тільки в контексті інших засобів пізнання, що виходять за рамки музики” [4, с.23]

Творчий підхід до музики передбачає різнобічну музично-пізнавальну діяльність старшокласника, під час якої він опановує різні аспекти процесу музичної самоосвіти (технології самовдосконалення).

Формування творчої самостійності як якості особистості в музично-самоосвітній діяльності потрібно розглядати в контексті постановки стратегічних цілей самоосвіти, розроблення плану вдосконалення власної особистості, вибору засобів, форм, способів діяльності, які забезпечують ефективність засвоєння музичних знань, застосування їх на практиці.

Слід зазначити, що самостійність в музичній самоосвіті пов'язана не тільки з пошуком, добором і послідовним засвоєнням певних знань, збагаченням слухового досвіду, вона виявляється в умінні активно й незалежно мислити, узагальнювати й порівнювати, розкривати основні сторони явища, яке вивчається, критично аналізувати свої дії (саморефлексія, самооцінка).

Отже, в музичній самоосвіті поряд із пізнавальним аспектом існує ще досить значний творчий аспект, який забезпечує активізацію механізмів розвитку творчого потенціалу старшокласників. У процесі цілеспрямованого розвитку самостійності як особистісної якості у старшокласників формується два головних уміння самоосвітньої діяльності:

- 1) творчо самостійно працювати;
- 2) самостійно удосконалювати власну особистість (індивідуальність).

Підготовка до музичної самоосвіти є ефективною тоді, коли старшокласники виявляють потребу в самостійному систематичному набутті нових музичних знань, розширенні музично-слухового досвіду, підвищенні рівня музичної ерудиції, а також оволодінні комплексом практичних умінь і навичок.

Організація самостійної музично-пізнавальної діяльності старшокласників включає виконання різних творчих завдань, а також

варіативність форм, методів і прийомів роботи, які сприяють підвищенню ефективності підготовки старшокласників до музичної самоосвіти.

Самовиховання через музику розширює пізнання власного духовного світу особистості, сприяє здійсненню самоспостереження (емоції, почуття, уявлення, фантазії). Музичний твір виступає носієм емоційно-естетичної інформації у найбільш концентрованому вигляді, водночас через цю інформацію школярі пізнають морально-естетичні цінності, які закладені у творі. У процесі розвитку культури естетична інформація постійно змінюється, розширюється, збагачується. Кожна зустріч, навіть із відомим мистецьким твором видозмінює рівень знань людини, збагачує її досвід, поглиблює почуття, підвищує ступінь естетичного розвитку, дає можливість відкривати невідоме. У цьому їй полягає пробудження в людині творчої насаги, почуття нового. У повторних багаторазових зустрічах із визначними творами людина й сама помічає зміни у своєму естетичному естві.

Повноцінне сприймання музичного твору вимагає від слухача активної роботи уяви, яка виражається, зокрема, й у спробах образного усвідомлення музичних вражень. У різних учнів музичний твір може викликати різні, часто навіть полярні асоціації, тому що утворюються вони у неповторному поєднанні індивідуальності слухача, його духовної культури, настрою, потреб тощо. Виникненню різноманітних асоціацій допомагають "суміжні" види мистецтва - література, живопис, кіно, театр.

В проблемі організації самоосвітньої діяльності принциповою є роль вчителя. Знаходження шляхів та методів педагогічного керівництва набувають актуальності як для всієї педагогіки так і для музичної самоосвіти. Розв'язання питань музичної самоосвіти і самовиховання потрібно починати з підготовки педагогів, які б вміло направляли і стимулювали цю діяльність. Цим буде забезпечена основа для подальшої ефективної музично-освітньої діяльності.

Підготовка вчителя музики вимагає такого спрямування. В ХГПІ в підготовку вчителя включено великий пласт роботи, яка сприяє власній пошуковій музичній діяльності. Ініціатором такого підходу в ступеневій

підготовці фахівця з музики був М.М.Дарманський, який зауважував: "Формуйте душу студентів. Ліризм, чуттєвість, поетичність української ментальності є надзвичайним джерелом гармонійності. Всебічний розвиток особистості неможливий без самостійного творчого пошуку."

Висновки. Сферою реалізації потреб у музичній самоосвіті є позанавчальна робота з учнями, що передбачає взаємозв'язок усіх соціальних інститутів суспільства, а не тільки школи. Позанавчальна робота містить багатий потенціал можливостей для реалізації кожною особистістю своїх культурних потреб та інтересів і розвитку її фізичних і духовних якостей. Реальним є розширення соціального досвіду особистості, набуття нових навичок у різних сферах життєдіяльності. Особливою ознакою позанавчальної діяльності є створення умов для задоволення особистих духовних інтересів учнівської молоді поза сферою навчальної діяльності. До сфери дозвілєвої діяльності входить також процес культурного відпочинку і спілкування, що відбувається в умовах вільного часу на основі особистого інтересу та виявленої ініціативи щодо їх змістовного проведення.

Література

1. Аліев Ю.Б. *Настольная книга школьного учителя-музыканта*. – М.: Гуманит. изд. центр. ВЛАДОС, 2000. – 336с.: ноты. – (Б-ка учителя музыки). – С.172-178.
2. Арчажникова Л.Г. *Профессия учитель музыки*. – М.: Просвещение, 1984. – 112 с.
3. Дарманський М.М. *Організація діяльності чотириступеневого вищого навчального закладу*. – /науково-прикладне видання/ За загальною редакцією академіка АПН України Нивкало Н.Г. – Хмельницький. – 2001. – 95 с.
4. Теплов Б.М. *Психология музыкальных способностей*. – М.-Л.: Изд-во АПН СССР, 1947. – 335 с.

ФОРМУВАННЯ ХУДОЖНІФХ СПОСОБІВ ДІЙ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ДИСЦИПЛІНИ «ХУДОЖНЯ ОБРОБКА ПАПЕРУ»

Ковальчук Т.П.

Південноукраїнський державний педагогічний університет ім.К.Д.Ушинського

Анотація. Розглядаються основні положення дослідження шляхів формування художніх способів дій творчої діяльності студентів в умовах системи художньо-педагогічної освіти.

Ключові слова: художня обробка паперу, способи дій творчої діяльності.