

Média a vzdělávání 2015 – Media and Education 2015
ISBN 978–80–87570–30–2

Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové
Katedra didaktiky ekonomických předmětů, Fakulta financí a
účetnictví Vysoká škola ekonomická v Praze
Katedra UNESCO Filosofie lidské komunikace, Charkovská národní
technická zemědělská univerzita jm. Petra Vasylenka
Časopis Media4u Magazine

Media and education 2015



Média a vzdělávání 2015

Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference

Reviewed Papers of the International Scientific Conference

Editors

Jan Chromý – Josef Šedivý – René Drtina

ORGANIZAČNÍ VÝBOR KONFERENCE
CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE

Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Pro. Valentina Ilganayeva, DrSc. – UA
Ing. Alena Králová, Ph.D. – CZ
Ing. Katarína Krpálková–Krelová, Ph.D. – CZ
Ing. Mgr. Josef Šedivý, Ph.D. – CZ

EDITORI ELEKTRONICKÉHO VYDÁNÍ
EDITORS OF ELECTRONIC EDITION

Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Ing. Mgr. Josef Šedivý, Ph.D. – CZ
doc. René Drtina, Ph.D. – CZ

Recenzoval prof. PhDr. Libor Pavera, CSc.

Média a vzdělávání 2015 – Media and Education 2015

© Jan Chromý – Josef Šedivý – René Drtina

Vydal/Published by: Extrasystem Praha © 2015

Ediční řada/Series: Didaktika, pedagogika/Didactics, Pedagogy

Svazek/Volume: 25

ISBN 978–80–87570–30–2

VĚDEČTÍ GARANTI MEZINÁRODNÍ VĚDECKÉ KONFERENCE
SCIENTIFIC GUARANTORS OF THE CONFERENCE

prof. Ing. Radomír Adamovský, DrSc. – CZ
prof. Ing. Ondřej Asztalos, CSc. – CZ
prof. Ing. Ján Bajtoš, CSc., Ph.D. – SK
prof. PhDr. Martin Bílek, Ph.D. – CZ
prof. Ing. Pavel Cyrus, CSc. – CZ
prof. Ing. Rozmarína Dubovská, DrSc. – SK
prof. Valentina Ilganayeva, doktor nauk – UA
prof. PhDr. Libor Pavera, CSc. – CZ
prof. Vladimír Petrušov, DrSc. – UA
prof. Dr. Hab. Ing. Kazimierz Rutkowski – PL
prof. PhDr. Ing. Ivan Turek, CSc. – SK
prof. Sergej Zavietny, DrSc. – UA
doc. Ing. Marie Dohnalová, CSc. – CZ
doc. PaedDr. René Drtina, Ph.D. – CZ
doc. Ing. Vladimír Jehlička, CSc. – CZ
doc. Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D. – CZ
doc. Ing. Pavel Krpálek, CSc. – CZ
doc. PaedDr. Martina Maněnová, Ph.D. – CZ
doc. Natalia Moiseeva, Ph.D. – UA
doc. PhDr. Ivana Šimonová, Ph.D. – CZ
Mgr. Anica Djokič, MBA – SRB
PaedDr. PhDr. Jiří Dostál, Ph.D. – CZ
Donna Dvorak, M.A. – USA
PhDr. Marta Chromá, Ph.D. – CZ
Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Ing. Alena Králová, Ph.D. – CZ
Ing. Lucia Krištofiaková, Ph.D. – SK
Ing. Katarína Krpáľková–Krelová, Ph.D. – SK
Ing. Eva Tóblová, Ph.D. – SK
Mgr. Liubov Ryashko, Ph.D. – RUS
Ing. et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. – CZ
PhDr. Jan Závodný Pospíšil, Ph.D. – CZ

NEZÁVISLÍ RECENZENTI ČLÁNKŮ
INDEPENDENT REVIEWS OF ARTICLES

Vita Berezenko	Алла Александровна Медведева
Kateřina Berková	Jaromír Novák
A. A. Бессараб	Ladislav Pasiar
И. И. Чхеайло	Jan Pelikán
Анна Павловна Чмиль	Inna Penchuk
Kateryna Dotsenko	A. Ю. Полисученко
Л. М. Городенко	Л. Г. Пономаренко
Petr Hájek	T. Г. Прохоренко
Roman Hrmo	Emil Ragan
Zuzana Chmelárová	Antonín Roják
В. Ф. Иванов	Miloslav Rotport
Alexei Kobelev	A. A. Ручка
В. М. Корнеев	Juraj Ružbarský
В. А. Ковпак	Е. А. Семенец
Victor Kostyuk	Olena Semenets
Lucia Krištofiaková	Anna Shemaeva
Pavel Krpálek	Jan Stejskal
Katarína Krpálková Krelová	Aleksandra Synowiec
Markéta Lexová	A. В. Сьтник
Юлия Любченко	Josef Šedivý
Milena Majorošová	В. В. Танчер
Volodymyr Manakin	Eva Tóblová
В. Н. Манакин	Jan Trnka
Marina Mazorenko	Sergei Zavetny

Organizační výbor mezinárodní vědecké konference Média a vzdělávání 2015 touto cestou děkuje všem recenzentům za ochotu a čas, který věnovali zpracování recenzních posudků.

Organizing committee of international scientific conference Media and education 2015 take this opportunity to thank all the reviewers for their willingness and the time for elaboration of review reports.

OBSAH

TABLE OF CONTENTS

Kateřina BERKOVÁ	9
Катерина БЕРКОВА	
Význam a využití účetních programů v terciárním a sekundárním vzdělávání	
Importance and use of accounting software in the tertiary and secondary education	
Анастасия БЕССАРАБ	13
Anastasiia BESSARAB	
Социальнокоммуникационный аспект формирования интереса к книжной продукции на страницах запорожских журналов	
Social and communicational aspect of formation of the interest to the book production on the pages of Zaporizhia magazines	
Александр Викторович БЕЗРУЧКО	20
Oleksandr Victorovich BEZRUCHKO	
Органическая немота в произведениях экранных искусств как важный элемент подготовки режиссеров кино и телевидения	
Organic inability to speak in films of the CRT arts as an important element of studying of stage–directors of CiNema and television	
Ирина БОНДАРЕНКО	25
Irina BONDARENKO	
Профессиональная этика украинского журналиста в контексте образовательных и социально–политических трансформаций общества	
Professional ethics of ukrainian journalist in the context of education and Socio–political transformation of society	
А. К. ЧАПЛЫГИН – Е. Е. СУК	31
K. TCHAPLYGIN, E. E. SUK	
Дистанционное образование и проблемы его внедрения в Украине	
Distance education and the problems of its implementation in Ukraine	
Людмила ЧЕРНЯВСКАЯ	36
Liudmyla CHERNIAVSKA	
Формирование информационных потоков в украинском масс–медийном дискурсе	
Formation of information streams in the Ukrainian mass media discourse	
Alexander DIMCHEV	41
Александр ДИМЧЕВ	
Globalní informační infrastruktura. Úloha a poslání knihoven ve stále se měnícím světě a vzdělávání	
Global information infrastructure. The role and mission of libraries in the ever changing world and education	
Анжелика ДОСЕНКО	55
Anzelika DOSENKO	
Мультимедия в образовательном процессе журналистов в Украине	
Media in educational process of journalists in Ukraine	
Леся ГОРОДЕНКО – Евгений ЦЫМБАЛЕНКО	59
Lesya HORODENKO – Yevhen TSYMBALENKO	
Трансформационные тенденции в сфере телевидения	
The tendencies of transformations on televisivion	

Natalia GRABAR	67
Наталия ГРАБАР	
Informační prostředí knihovny a problém formování komunikačního obsahu	
Information environment of libraries and the problem of formation of communication content	
Alexander KHOLOD	70
Александр ХОЛОД	
Potential media «in contact» and «Facebook» In teaching students	
Потенциал медиа «в контакте» и «Фейсбук» при обучении студентов	
Anna KHOLOD	80
Анна ХОЛОД	
Film education: coverage of activities Association of friends of soviet cinema The "movie–newspaper" for the year 1929	
Кинообразование: освещение деятельности Товарищества друзей советского кино В “кино–газете” за 1929 год	
Zuzana CHMELÁROVÁ – Lucia KRIŠTOFIAKOVÁ	85
Зузана ХМЕЛАРОВА – Луция КРИШТОФИАКОВА	
Kyberšikanovanie – negatívny dôsledok médií	
Cyberbullying – negative consequence of media	
Jan CHROMÝ – Radka BALAKOVSKÁ	89
Ян ХРОМЫ – Радка БАЛАКОВСКА	
Vnímání TV předpovědí počasí diváky	
Perception weather forecasts of TV viewers	
Valentyna ILGANAYEVA	96
Валентина ИЛЬГАНАЕВА	
Komunikační význam informací a znalostí ve vzdělávacím procesu	
Communication importance of information and knowledge in the educational process	
Olena KARPENKO	99
Олена КАРПЕНКО	
Media network as a means of improving document communications’ management at university: synergetic approach	
Mediaální síť jako prostředek zlepšení řízení komunikace dokumentů na univerzitě: synergický přístup	
Виктория КОВПАК	104
Viktoria KOVPAK	
Интерпретация медиакартины мира: дискурсивный подход	
Interpretation of the media picture of the world: a discursive approach	
Alena KRÁLOVÁ	112
Алена КРАЛОВА	
Využití e–learningu v ekonomických předmětech	
Using e–learning in economic subjects	
Pavel KRPÁLEK	116
Павел КРПАЛЕК	
Didaktické a mediální aspekty ve výuce podnikové ekonomiky a financí	
Educational and media issues in teaching business economics and finance	
Katarína KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ	120
Катарина КРПАЛКОВА КРЕЛОВА	
ИКТ a vzdelávanie	
ICT and Education	

Юлия ЛЮБЧЕНКО	124
Yuliia LIUBCHENKO	
Студенческие сми в контексте журналистского образования Украины	
Students' mass media in the context of journalism education in Ukraine	
Renáta MÁCHOVÁ	130
Рената МАХОВА	
Přínosy a rizika open a linked dat ve vzdělávacím procesu	
Benefits and risks of open and linked data in the educational process	
Павло МИРОШНИЧЕНКО	134
Pavlo MIROSHNYCENKO	
Коммуникативная эффективность украинского студенческого интернет-радиовещания	
Communicative efficacy of ukrainian students' online radio	
Jaromír NOVÁK	142
Яромир Новак	
Prínosy a úskalia používania moderných vzdelávacích technológií vo výučbe na školách	
Benefits and drawbacks of using modern educational technologies in teaching at schools	
Darina ORBÁNOVÁ	146
Дарина ОРБАНОВА	
Význam mediálnej gramotnosti a jej zvyšovanie prostredníctvom mediálnej výchovy	
The purpose of a media literacy and its increasing through a media education	
Miloslav ROTPORT	150
Мирослав РОТПОРТ	
Měníci se role učitelů	
The changing role of teachers	
Наталья САНАКОЕВА – Инна СТАЩУК	154
Natalya SANAKOYEVA – Inna STASHCHUK	
Роль социальной рекламы в национальной системе медиаобразования: украинский опыт	
The role of the social advertising in the national media education system: ukrainian experience	
Luboslav STRAKA	160
Лубослав СТРАКА	
Aplikácia on–line diagnostických prostriedkov v edukačnom procese	
Applying on–line of diagnostic tools in the educational process	
Luboslav STRAKA – Slavomíra HAŠOVÁ	164
Лубослав СТРАКА – Славомира ГАШОВА	
Virtuálne vzdelávacie prostredie pre výučbu odborných technických predmetov	
Virtual learning space for the education of technical subjects	
Инна Петровна ШЕВЕЛЬ	168
Inna Petrovna SHEVEL	
Эволюция конфликтного подхода в социологии	
The evolution of the conflict approach in sociology	
Eva TÓBLOVÁ	174
Ева ТОБЛОВА	
Analýza Elektronického testovania v prostredí lms moodle	
Analysis of electronic testing in LMS Moodle	

Артем Петрович ЗАХАРЧЕНКО – Эдуард Григорьевич ЦЫМБАЛ 178

Artem Petrovich ZAKHARCHENKO – Edward Grigorevich TSYMBAL

Вариативность вирусного контента как особой формы распространения информации

Variability of viral content as a special form of information spreading

**VÝZNAM A VYUŽITÍ ÚČETNÍCH PROGRAMŮ V TERCIÁRNÍM
A SEKUNDÁRNÍM VZDĚLÁVÁNÍ**
**IMPORTANCE AND USE OF ACCOUNTING SOFTWARE IN THE
TERTIARY AND SECONDARY EDUCATION**

Kateřina BERKOVÁ

Катерина БЕРКОВА

Resumé: Příspěvek se zabývá významem a využitím účetních programů v terciárním a sekundárním ekonomickém vzdělávání. Prezentuje výhody a nevýhody využití účetních programů ve výuce účetnictví z hlediska pochopení učiva a požadavků ekonomické praxe.

Summary: The paper deals with importance and use of accounting software in the tertiary and secondary economic education. It presents benefits and disadvantages of use of accounting software in the teaching accounting in light of understanding of subject matter and requirements of economic practice.

Klíčová slova: účetnictví, software, sekundární a terciární vzdělávání, praxe

Keywords: Accounting, Software, Secondary and Tertiary Education, Practice.

Úvod

Pro zajištění souladu mezi požadavky ekonomické praxe a obsahovou náplní studijních programů vysokých škol je stále více žádoucí orientovat výuku prakticky. Tento způsob by měl připravit absolventy na výkon budoucí profese v ekonomické praxi. Také by měl ale stále vést studenty k pochopení hlavní podstaty studované problematiky – v účetnictví především k pochopení základních vazeb a souvislostí, což podporuje rozvoj schopnosti zobrazovat v účetním systému jakoukoliv transakci i s ohledem na legislativní změny účetnictví. K tomu by měli být absolventi vysokých škol vedeni. Zároveň praxe vyžaduje, aby absolvent disponoval alespoň základní schopností obsluhy účetního programu. Tento požadavek je stále více implementován do vzdělávání.

Otázkou však zůstává, zda skutečně vzdělávání prostřednictvím účetních programů vybaví absolventa všemi potřebnými odbornými kompetencemi a nedochází spíše k odtržení problematiky od hlavní podstaty a pochopení vedoucímu k ryze mechanické obsluze a memorování základních pravidel pro práci s programem.

Cílem příspěvku je zhodnotit na základě zkušeností autorky význam práce s účetními programy ve výuce účetnictví na vysokých školách v kontextu požadavků praxe a především udržení kontinuity pochopení hlavní podstaty účetnictví.

Význam práce s programy ve výuce účetnictví

Práce s účetními programy je zařazována do výuky účetnictví na vysokých školách především pro lepší připravenost absolventů na výkon profese účetního nebo obdobné pracovní pozice. Tento trend souvisí také s tím, že na vysokou školu ekonomického zaměření přechází absolventi středních neekonomických škol či gymnázií, kteří nemohli poznat prostředí účetního software a v konečném důsledku je tato skupina absolventů vysokých škol na trhu práce znevýhodněna. Využití účetních programů ve výuce účetnictví v terciárním vzdělávání nedosáhl zatím velkého rozmachu.

Při porovnání této situace na vysokých a středních školách lze konstatovat, že dnes téměř všechny střední školy ekonomického zaměření využívají ve výuce účetní program

a rozvíjí u žáků tyto praktické dovednosti. Z výzkumu Fialové (2013, s. 60), který byl orientován na zjištění, jaké účetní programy se nejvíce využívají na středních školách, a kterého se účastnilo 47 státních obchodních akademií v ČR, vyplývají tyto závěry:

- Nejčastěji se využívá software Pohoda (četnost 16), Money S3 (četnost 12), Stereo (četnost 10).
- Mezi další účetní programy, které střední školy používají, ale v menší míře (četnost v rozmezí 5 – 1), se řadí Premier, Účto Tichý, WinDuo, MRP Slušovice, Abra (četnost 1), Penden, Duel, Ekonom, Flexi Bee, JUKwin, PUKwin, Helios.
- Ze sledovaného vzorku obchodních akademií používá sedm škol dva různé programy a dvě obchodní akademie dokonce tři různé účetní programy.
- Stále existují střední odborné školy, kde se účetní programy ještě nevyužívají. Podle autorky je tento stav způsoben nepříznivými finančními podmínkami školy či nedostatečným vybavením školy výpočetní technikou (z výzkumu autorky však nevyplývá počet těchto škol).
- U jedné obchodní akademie bylo zjištěno, že využívá ve výuce účetnictví nikoliv reálný účetní program, ale žáci vedou účetnictví za pomoci zpracovaných tabulek v programu Microsoft Office Excel. Dle názorů učitelů z této obchodní akademie neprovedli účetní program účetní znalosti žáků, protože každý program má předem nastavené předkontace pro jednotlivé operace.
- Autorka výzkumu poukazuje na požadavky ekonomické praxe a nepříznivé vnímání těchto chybějících dovedností u absolventů praxí.

Situace v terciárním vzdělávání se poněkud různí. Vysoké školy lze v kontextu využití účetních programů ve výuce rozdělit do dvou skupin. První skupina se brání začleňovat práci s programem do výuky a více se orientují na teoretický základ dané problematiky. Druhá skupina vysokých škol, prakticky orientována, umožňující výkon několikaměsíční souvislé praxe ve veřejné i soukromé sféře, využívá příslušné účetní programy. Do této skupiny se řadí například veřejná vysoká škola neuniverzitního typu Vysoká škola polytechnická Jihlava (VŠPJ). V další části příspěvku jsou uvedeny výsledky vzdělávání a koncepce výuky účetnictví na VŠPJ.

Koncepce výuky účetnictví na VŠPJ

Výuka účetnictví na VŠPJ je realizována v několika modifikacích v závislosti na studijním oboru. Tento předmět je zařazen mezi povinné předměty na oboru Finance a řízení a Cestovní ruch. Pozornost bude nyní věnována výuce účetnictví na oboru Finance a řízení, kde je realizována ve dvou úrovních – první z nich je předmět Finanční účetnictví 1, který není orientován na práci s účetním programem, ale věnuje se teoretickému základu. Druhou úroveň představuje předmět Finanční účetnictví 2, kde je zařazeno vedení účetnictví za pomoci účetního programu.

Mezi výsledky učení v rámci předmětu Finanční účetnictví 2 se řadí (studijní plán Finance a řízení, <https://is.vspj.cz>):

- Student se orientuje v účetním informačním systému podnikatelských subjektů, jeho vazbách na systém manažerský a daňový. Dokáže posoudit dopady hospodářských operací na rozvahu, výsledovku a peněžní prostředky účetní jednotky. Zaúčtuje účetní operace vyplývající z postupů na konci účetního období. Vysvětlí podstatu zaúčtování daně z příjmů a strukturu výsledku hospodaření. Sestaví účetní výkazy – výkaz Rozvaha, Výkaz zisku a ztrát, Výkaz o peněžních tocích. Orientuje se v základní analýze účetních výkazů a dokáže vysvětlit základní postupy účetního auditu.

- Student vytvoří základní účetní informační systém účetních jednotek v příslušném programu. Dokáže zaúčtovat základní hospodářské operace podnikatelských subjektů a vede účetnictví za pomoci software. Rozliší daňové a účetní náklady a výnosy, vyčíslí daň z příjmu a strukturuje výsledek hospodaření. Dokáže kontrolovat formální a věcnou správnost zaúčtování hospodářských operací a účetních výkazů. Je schopen zanalyzovat výkaz Rozvaha, Výkaz zisku a ztráty a Výkazu o peněžních tocích.

K výuce účetnictví na VŠPJ jsou požívány tři účetní programy. Jedná se o program Pohoda, Premier a Money S3. U uvedených programů je Pohoda nejméně propracovaný, ale pro školní účely nejvhodnější s ohledem na jednoduchost obsluhy. V praxi má tento reálný program využití především v malých podnicích. Premier a Money S3 představují sofistikovanější programy, které mají využití především ve středních a velkých podnicích.

V podmínkách výuky účetnictví na VŠPJ studenti řeší souvislé příklady, které demonstrují reálné ukázky pro vedení účetnictví v účetním software. Tím je také více zabezpečen soulad mezi požadavky ekonomické praxe a získanými dovednostmi absolventů, které nabývají též praktického rozměru a jsou využitelné v reálné praxi. I na teoretický základ klade VŠPJ ve výuce účetnictví důraz. V rámci předmětu Finančního účetnictví 2 je začleňována základní problematika účetnictví podle IFRS, která je porovnávána s účetními postupy podle české účetní legislativy.

Účetní program versus kontinuita pochopení podstaty účetnictví

Využití účetního programu ve výuce účetnictví má jistě mnoho výhod, které byly v kontextu uplatnitelnosti absolventů v praxi popsány v předchozí části příspěvku, ale je nutno se zabývat také úskalími a nevýhodami, které výuka účetnictví ve formě vedení účetnictví za pomoci programu přináší.

Rotport a kol. (2011, s. 12) uvádí jako jeden z důvodů, proč by neměly být účetní programy využívány ve výuce účetnictví na středních školách (což lze vztáhnout také k výuce účetnictví na vysokých školách) odlišnost obsluhy účetních programů. Není tedy zcela možné připravit absolventy na konkrétní práci s počítačem. Školy tento nedostatek řeší například tím, že využívají více účetních programů, což vyplynulo z výzkumu Fialové (2013). Podle mého názoru to není zcela optimální postup, protože vedení účetnictví za podpory několika různých programů odebírá časovou dotaci, kterou lze orientovat na pochopení podstaty účetního systému bez vedení účetnictví na počítači. V rámci výuky účetnictví na VŠPJ sice jsou k dispozici tři účetní programy, ale v přímé výuce studenti pracují pouze s jedním z nich. Druhým důvodem je zajištění pochopení podstaty účetnictví, celého účetního systému, jednotlivých souvislostí a vztahů uvnitř finančního i manažerského účetnictví. Toto pochopení základní podstaty účetnictví, ale také účetnictví podle platné účetní legislativy zajistí velice efektivně klasická výuka bez podpory účetního programu. Tyto znalosti a dovednosti jsou důležité proto, aby absolvent byl schopen provádět i opravy v účetním programu, aby znal hlavní zásady účetních prací, znal důsledky účetních chyb. Účetní v praxi toho zcela nejsou schopni a tyto neznalosti znesnadňují jejich práci.

Závěr

Příspěvek si kladl za cíl zhodnotit význam a využití účetních programů ve výuce účetnictví v sekundárním a terciárním vzdělávání v kontextu požadavků praxe a zajištění pochopení podstaty účetnictví. Z rozboru současných poznatků, názorů

odborníků i zkušeností autorky s výukou účetnictví na vysokých školách ve formě práce s účetním programem vyplývá, že je stále nutno hledat určitý konsensus, aby nedocházelo k potlačování pochopení hlavního významu, zásad, principů a především podstaty účetnictví tím, že se budou školy více orientovat na vedení účetnictví na počítači. Vedení účetnictví prostřednictvím programu na vysokých školách prozatím vystupuje ve výuce jako doplňující prvek.

Literatura

- (1) FIALOVÁ, J. Propojení teorie a praxe ve výuce účetnictví na obchodních akademiích. *Media4u Magazine*, 2013, roč. 10, č. 1, s. 59–63. ISSN 1214–9187.
- (2) ROTPORT, M., FIŠEROVÁ, M., BERKOVÁ, K. *Didaktika základů účetnictví*. 1. vyd. Praha : Nakladatelství Oeconomica, 2011. 142 s. ISBN 978–80–245–1837–4.
- (3) *Studijní plány kurzu Finanční účetnictví 2 VŠPJ Jihlava* [online]. 2015. [cit. 2015–11–12]. Dostupné z <<https://is.vspj.cz/>>.

Kontaktní adresa

Ing. Kateřina Berková, Ph.D.

Katedra ekonomických studií, Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava, Česká republika

E–mail: katerina.berkova@vspj.cz

Tel.: +420 567 141 212

**СОЦИАЛЬНОКОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ
ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕРЕСА К КНИЖНОЙ ПРОДУКЦИИ
НА СТРАНИЦАХ ЗАПОРОЖСКИХ ЖУРНАЛОВ**
**SOCIAL AND COMMUNICATIONAL ASPECT OF FORMATION
OF THE INTEREST TO THE BOOK PRODUCTION ON THE PAGES
OF ZAPORIZHIA MAGAZINES**

Анастасия БЕССАРАБ

Anastasiia BESSARAB

Аннотация: В статье раскрыт социальнокоммуникационный аспект формирования интереса к книжной продукции на страницах запорожских журналов. Показано, что информирование о книжных изданиях чаще всего осуществляется в виде интервью с писателями, начинает возрождаться жанр рецензии на литературное произведение. В запорожских журналах немного книжной рекламы. Обычно издание имеет отдельные рубрики, посвященные книгам, книгоизданию и литературе.

Abstract: Recently there is a declining of the interest to reading in the world in general and in Ukraine in particular. To the promotion of reading the employees of publishing houses, libraries, educational institutions are trying to find effective tools.

The article discloses special aspects of the book products promotion on the pages of Zaporizhia magazines.

It is shown that the informing about the book issues the most often is implemented in the form of interviews with writers, and a genre of reviews of literary work is begun to review. There is not many book advertising in the Zaporizhia magazines. Usually it's separated sections or interviews which are mostly indirectly or incidentally dedicated to the books, book publishing and literature.

It was established that of three analyzed Zaporizhia magazines the "VIPClub" is deliberately forms the interest in reading and contributes to the promotion of books products, namely in the the "VIP Biblioteka" ("VIP Library") section. What about the "Afisha" ("Poster") magazine, it has the special "Chtyvo" ("Fiction") section, which acquaints the readers with new books. During the year the magazine has just one article aimed at the issue's selling precisely. The magazine mentions the names of literary characters, indicating that the periodical considers its target audience such as reading the books. The most often it's the "Zavtrak s" ("Breakfast with") and the "Interviu" ("Interview") sections, less often it's the "Restaurant" section, as well as there is a section dedicated to a child, in particular it gives tips which books to buy for the child development; such articles have a positive impact on the child development and formation of the next generation's culture. However, the "Muzhskoi" ("Maskuline") magazine pays a lot of attention to alcohol drinks and by this interest only the appearance of the article dedicated to the Guinness Book of World Records is determined.

Ключевые слова: пресс-реклама, запорожский журнал, продвижение книжной продукции, «Афиша», «Мужской», «VIPClub».

Keywords: press advertisement, Zaporizhia magazine, book products promotion, the "Afisha" ("Poster"), the "Muzhskoi" ("Maskuline"), the "VIPClub".

Введение

В современном мире в условиях кризиса книгоиздательств и перехода к цифровой информационной среде традиционные книжные издания являются наиболее распространенным средством сохранения, накопления и создания новых знаний. Книги и культура чтения – это ноосферное достояние нации. Сегодня нуждается в рассмотрении социальнокоммуникационный аспект формирования интереса к книжной продукции на страницах журналов, в частности запорожских. Эта проблема в разных аспектах была объектом исследований как научных работников, так и издателей и распространителей книжной продукции. Так, В. Теремко раскрывает особенности издательских стратегий в период общественных трансформаций, контент книжного издания и управление им, влияние психологических закономерностей чтения и тенденций в этой сфере на книгоиздательский бизнес и прогнозирует возможности в книгоиздательской области [9]. Прикладное исследование продвижения книжной продукции и информационно-рекламного обеспечения книгоиздательского бизнеса осуществлено в работах Н. Эриашвили [10], В. Теремко [9]. Особенности материальных трансформаций книги, нигилистическое отношение к интеллектуальной собственности в цифровом контенте и многочисленные прогнозы относительно перехода книги и культурного феномена чтения в виртуальную реальность обсуждаются в специализированных отраслевых изданиях.

В мире вообще и в Украине в частности в последнее время наблюдается спад интереса к чтению. Чтобы популяризировать чтение, работники издательств, библиотек, учебных заведений стараются найти действенные средства.

Постановка задачи

Цель статьи – раскрыть социальнокоммуникационный аспект формирования интереса к книжной продукции на страницах запорожских журналов.

Результаты

В соответствии с определением В. Теремко, «комплекс продвижения продукции – система маркетинговых коммуникационных средств, призванная обеспечить связи издательства с субъектами рынка, формирование и поддержку его имиджа, активизацию продаж изданий» [9, с. 206]. Н. Эриашвили дает более широкое толкование: «Продвижение продукции на рынок – это очень важный вид деятельности любого предприятия, в том числе и издательских фирм, который включает организацию каналов сбыта и стимулирование сбыта. Цель кампании по продвижению книг на рынок не только увеличение объема продаж, но и привлечение широкой сети магазинов и других торговых структур» [10, с. 188].

В. Теремко справедливо отмечает, что созревание решения о покупке начинается с осознания потребности. Чем она более сильная, тем больше шансов, что человек оставит книжный магазин с приобретенным изданием. Актуализация потребностей, появление новых могут стать причиной амбициозного взгляда на себя, свои перспективы, развития Я-концепции личности. Благодаря этому человек начинает думать о себе, видеть, проектировать себя в измерениях жизненной перспективы, ставить перед собой новые цели, больше заботиться о саморазвитии, а это порождает потребность и в сосредоточенных в книгах знаниях. В современном мире поведение человека сильно зависит от рекламы. Ее содержание направлено не только на будущих покупателей и читателей изданий,

но и на тех, кто определяет необходимость их прочтения, инициирует ее поиск, принимает решение о покупке [9, с. 207].

Пресс–реклама относится к древнейшему виду рекламы как таковой. За все время своего существования она не только стала популярной, но и выработала значительный арсенал форм и жанров представления рекламного материала, который требует особого внимания. Поэтому Т. Булах в своем учебном пособии «Реклама в издательском деле» [1] характеризует их отличительные признаки. В частности, среди основных форм пресс–рекламы необходимо назвать следующие:

Каук – рекламная строка со слоганом, товарным знаком (логотипом), краткой информацией и реквизитами с элементами фирменного стиля, размещенная над названием газеты или журнала.

Манжет – «блочок» (квадратик) с названием фирмы или товара, краткой информацией (слоганом) и реквизитами. Иногда с цветом или другими элементами фирменного стиля. Размещается сбоку от названия издания или сверху.

Объявление – представляет предмет рекламирования вербально (текстом) с элементами фирменного стиля. Его составными обязательно являются слоган, товарный знак, описание товара, реквизиты издательства, фирмы или магазина.

Остров – форма размещения рекламы посреди информационного или редакционного материала. Может быть объявлением или сообщением.

Сообщение – представляет рекламированный товар визуально с элементами объявления, главное в нем – изображение.

Постер – плакат, но в журнале. Как правило, постеры бывают имиджевыми, иногда они дополняются календарем, гороскопом и др.

Флажок – косая полоска страницы, которая вмещает товарный знак (логотип), слоган или краткую информацию и реквизиты фирмы. Может быть в фирменном обрамлении (цвет и т.п.).

Лента – объявление или сообщение в газете или журнале, размещенное на весь «подвал» (всю ширину), своеобразный якорь внимания.

Шот – короткая рекламная форма, блочная реклама.

Отметим, что для пресс–рекламы используют также журналистские жанры, которые делятся на три группы: информационные (заметка, интервью, репортаж, рубрикованная реклама); аналитические (корреспонденция, статья, обзор, отчет, рецензия, комментарий); публицистические (зарисовка, очерк). Последнюю группу активно используют во время подготовки PR–материалов, материалов со скрытой рекламой.

Журнал – одно из средств рекламы в прессе, периодическое многостраничное издание, которое отличается высоким качеством печати. Его преимущества как рекламоносителей заключаются в следующем: статус солидного издания, поэтому размещать в нем рекламу престижно; селективность, то есть наличие определенной целевой аудитории; свой креатив и стиль, которые предоставляют значительный диапазон творческих, тиражных, полиграфических возможностей (формат, дизайн, цветовая гамма); смысловый параметр; широкие возможности использования цветов; постоянность и продолжительность, которая повышает рекламную контактность; выход в свет в течение продолжительного времени.

Недостатки журналов: большие сроки представления материала (недели, месяцы); отсутствие широкого географического охвата или локального распространения;

неспособность обеспечить высокую доступность по низкой цене; неоперативность рекламы из-за продолжительного подготовительного периода; невозможность внести изменения в макет после определенной даты; высокая стоимость; аудитория журналов общего направления подобрана не за родом занятий, а за общностью социальных и культурных интересов.

Принимая решение о публикации своей рекламы в периодическом издании, следует помнить как о ее преимуществах, так и недостатках. Но если решение уже принято, при выборе издания следует обратить внимание на следующие факторы: тираж издания (он свидетельствует о его популярности); наличие рекламных объявлений (свидетельствует о репутации у рекламодателей); возраст издания (свидетельствует о надежности и стабильности издания); процент списания (предоставляет сведения о том, какой тираж доходит до читателей); читательская аудитория издания: соотношение мужской и женской аудитории, ее возрастная структура, образование, прибыль и др. (эти данные получают работники редакции с помощью анкетирования, анализа читательской почты и т.п.); способ распространения издания (розница, опт, бесплатная рассылка, количество подписчиков, если бесплатно – каким образом распространяется и как это можно проверить); информация о территории, на которой распространяется издание, если это несколько районов – цифры распределения тиража между ними; полиграфические особенности издания, его цена.

Для анализа социальнокоммуникационного аспекта формирования интереса к книжной продукции мы взяли три популярных журнала Запорожья, а именно «VIPClub», «Мужской клуб», «Афиша» за 2014 – май 2015 г.

«VIPClub» – первый журнал Запорожья. Издание полностью изменило формат (и редакционный коллектив) в 2011 г. Первый номер вышел 9 сентября 2004 г. «VIPClub» позиционирует себя как журнал об известных статусных людях Запорожья, которые делятся своей судьбой, историей и переживаниями. Информация в нем является эксклюзивной, он публикует оценочные суждения, позиции и мысли известных людей города. Целевая аудитория – это успешные люди Запорожья [6].

Главный редактор: Анна Нечипуренко.

Тираж: 5000 экземпляров.

Периодичность: раз в 2 месяца.

Объем: 80 страниц.

Основные рубрики: «VIP–персона», «Самый смелый VIP», «7 вещей», «Когда–то при власти», «Биография успеха», «Здоровый VIP», «Свободные сердца» и др.

В частности, следует отметить рубрику «VIP Библиотека», в которой бизнес–, политическая и творческая элита делится читательским опытом. Сравнив журналы за указанный период, мы выяснили, что эта рубрика является постоянной, причем она чередуется с рубрикой «VIP Кинозал», поэтому размещалась в 46, 48, 50 и т. д. выпусках журнала «VIPClub». Рубрика занимает целый разворот и имеет единый формат в каждом номере, сначала идет короткое описание актуальной книги, которое предлагает сама редакция, а на следующей странице – рекомендации от четырех известных людей. В журнале представлена реклама в виде интервью и рецензии, а также рекламные аннотации. Журнал является социально активным и с недавнего времени имеет собственный сайт.

«Мужской клуб» – единственное в регионе информационно–развлекательное издание для мужчин. Специализированное, информирует читателя о событиях в сфере культуры и спорта, а также о производстве и употреблении алкогольных напитков. Издание рассчитано на аудиторию читателей от 21 года. Выходит с декабря 2007 г. В основе концепции издания – жизнь мужчины.

Директор проекта: Андрей Хоменко.

Главный редактор: Егор Сапронов.

Тираж: 5000 экземпляров.

Периодичность: раз в месяц.

Объем: 80 страниц.

Основные рубрики: «Новости», «Победитель», «Успех», «Авто», «Оружие», «Вещи», «Стиль», «Здоровье», «Кухня и напитки», «Путеводитель» и др.

На страницах журнала редко встречаются упоминания о книге. Специальной рубрики нет.

Тем не менее, отметим статью в № 5 (90) за май 2015 г. В рубрике «Под пиво» представлен материал, посвященный Книге рекордов Гиннеса. В статье изложены некоторые факты и частично история создания книги. Также указаны три впечатляющие достижения из самой Книги Гиннеса. Рубрика не посвящена именно книжным изданиям, поэтому в других выпусках можно найти в ней тексты на другую тему. Статья максимально трансформирована под свою читательскую аудиторию, то есть мужчин, здесь можно найти ссылки на алкогольные напитки и все, что с ними связано, журнал максимально придерживается своей концепции. Это реклама, представленная рецензией.

«Афиша» – специализированное издание, информирующее читателя о культурных событиях, тусовке и культурных мероприятиях, развлекательных учреждениях, а также об употреблении и производстве алкогольных напитков. Издание рассчитано на аудиторию старше 21 года. Журнал изначально имел название «Культурный навигатор», позже изменил его на «Афиша». Со временем состоялось «слияния брендов» киевской «Афиши» и запорожского издания. Журнал стал позиционировать себя как элитное издание при всеукраинской промоции. С 2007 г. выходит дважды в месяц [2].

Главный редактор: Наталья Концур.

Тираж: 7000 экземпляров.

Периодичность: раз в месяц.

Объем: 80–100 страниц.

Основные рубрики: «План действий», «Интервью», «Лидеры», «Identity», «Папарацци», «Огород», «Рестораны», «Концерты/Клубы», «Кино/Art», «Спорт», «Событие», «Новое», «Чтиво», «Вещи/Техно», «Красота», «Мастер–класс», «Туризм», «Zoo», «Дети/Teen», «Интерьер/Ландшафт», «Сдай точку» и т.п.

Анализ контента изданий дает основание остановиться на постоянной рубрике «Завтрак с». Стандартный формат рубрики – это интервью с известным человеком, без вступления и знакомства, вопрос – ответ. Так, в майском номере за 2015 г. показательным является упоминание о книгах во время беседы. В интервью с Егором Пеклушенко второй вопрос журналиста выглядел так: «Ты всегда в курсе книжных новинок, что ты сейчас читаешь?». На это Егор ответил: «Обычно я читаю три–четыре книги одновременно. Сейчас это Борхес «Собрание

сочинений», Айрис Мердок «Ученик философа», Джеффри Армстронг «Восточная мудрость для нового человека», Бернард Вебер «Мы, Боги», перечитываю «Заповедник» Сергея Довлатова». Здесь мы наблюдаем обращение к звезде в формировании стиля жизни – с книгой. Это является средством продвижения книжной продукции с помощью информационного жанра пресс–рекламы – интервью.

В № 7 журнала представлено интервью с Анной Талановой, она вспоминает, как встретила со своим мужем Леонидом. Леонид Осипович написал в своей книге: «Она вошла в мою комнату и больше из нее не вышла. Как–будто дождь шел на протяжении 49 лет. Она стала моей женой», это очень растрогало Анну, и она сравнила это с Мастером и Маргаритой. Здесь имеет место упоминание литературных героев классической литературы. Предполагается, что они знакомы читателю.

Информацию о книгах можно найти в рубрике «Чтиво», где представлены рекламные аннотации. В № 13–14 за 2014 г. Яна Санжара советует книги по бизнесу и психологии «Экономика для обычных людей австрийской экономической школы» и Ирвини Ялома «Лечение от любви, или Другие психотерапевтические истории»; в № 15–16 за 2014 г. Жанна Бадоева рекомендует сборник рассказов Чехова или Рея Бредбери, которые она читает при долговременных переездах или странствиях; в № 17–18 за 2014 г. владелица и директор кафе «Зарра» рассказывает о книгах рецептов автора Ники, о ее последнем приобретении – книге Савелия Либкина «Моя одесская кухня»; также речь идет о недавно изданной во Львове книге рецептов «Галичская кухня», перечислены авторы издания, сделан акцент на очень большом объеме – 1500 страниц от очень известных людей, указано, где можно приобрести это издание (это реклама в виде рецензии); в № 19–20 за 2014 г. Карина Цыганок рекомендует читать книги о маркетинге, продаже.

Другая постоянная рубрика, которая имеет такой же формат, – «Интервью». В № 7 за 2015 г. Елена Чекалова – автор книг «Мировая кухня», «Ешьте!» рассказывает о тех изданиях, от которых она получает вдохновение. Также в № 03–04 за 2015 г. есть интервью с писателем Юрием Игоревичем, где он говорит о своей новой книге. В № 13–14 за 2014 г. – интервью с Андреем Кузьменко, он поделился историей создания своих книг.

Итак, мы можем говорить о продвижении книжной продукции в рубриках «Завтрак с» и «Интервью». Журнал имеет специальную рубрику «Чтиво»; в нем упоминаются авторы книг и литературные герои, чаще всего это рубрики «Завтрак с» и «Интервью», реже – «Ресторан» и «Дети/Тeen». В частности, в № 15–16 за 2014 г. в последней рубрике представлены советы, какие книги покупать для развития ребенка, подобные статьи положительно влияют на становление культуры подрастающего поколения.

Выводы

На страницах украинских печатных медиа информирование о книжных изданиях чаще всего осуществляется в виде интервью с писателями, начинает возрождаться жанр рецензии на литературное произведение. В запорожских журналах, к сожалению, немного книжной рекламы. Как правило, она представлена в отдельных рубриках, которые в большей или меньшей мере посвящены книгам, книгоиздательству и литературе. На наш взгляд, из трех проанализированных запорожских журналов сознательно формирует интерес к чтению и оказывает

содействие продвижению книжной продукции «VIPClub», а именно в рубрике «VIP Библиотека». Что касается журнала «Афиша», то он также имеет специальную рубрику «Чтиво», которая знакомит с книжными новинками. В журнале упоминаются имена литературных героев, что свидетельствует о том, что издание считает свою целевую аудиторию читающей книги. Чаще всего это рубрики «Завтрак с» и «Интервью», менее часто – «Ресторан» и рубрика, посвященная ребенку. А вот журнал «Мужской» немало внимания уделяет алкогольным напиткам, и лишь таким интересом обусловлено появление статьи, посвященной Книге Гиннеса. На наш взгляд, журналы должны знакомить своих читателей с событиями в мире книг, продвигая идею, что читать – это модно.

Литература

- (1) БУЛАХ, Т. Д. Реклама у видавничій справі. Харків, 2011. 224 с.
- (2) Журнал о светской жизни в городе Запорожье «Афиша» [online]. Доступно с WWW: <<http://issuu.com/afishazp>>.
- (3) КЛЮЧКОВСЬКА, Г. М. Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ (засади формування української моделі). Львів, 2000. 176 с.
- (4) КОПИСТИНСЬКА, І. М., ГРИНІВСЬКИЙ, Т. С. Засоби промоції книжкових видань: досвід незалежної України // Наукові праці [Української академії друкарства]. Серія: соціальні комунікації. 2015. Вип. 1(50). С. 37–46.
- (5) МЕЛЬНИК, Ю. М., ДРАЧУК, О. В. Сучасні тенденції маркетингу книговидавничої сфери в Україні // Матеріали X-ої Міжнародної науково–практичної конференції студентів і молодих вчених «Економіка і маркетинг в умовах всесвітньої інтеграції: проблеми, досвід, передова думка». Донецьк: ДРУК–ІНФО, 2010. С. 127–129.
- (6) Перший журнал Запоріжжя «VIPClub» [online]. Доступно с WWW: <<http://vipclub.zp.ua/>>
- (7) Поточні результати голосування Інтернет–аудиторії 2015 року // Портал для споживачів «FAVOR» [online]. Доступно с WWW: <<http://www.favor.com.ua/vote/media/womens-publication/?results=2015>>.
- (8) ПРИНГЛ, Х. Звезды в рекламе. Москва : Эксмо, 2007. 432 с.
- (9) ТЕРЕМКО, В. І. Видавничий маркетинг. Київ : Академвидав, 2009. 272 с.
- (10) ЭРИАШВИЛИ, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Москва : ЮНИТИ–ДАНА, 2009. 351 с.

Контакты

Бессараб Анастасия
Редакционный отдел
Классический приватный университет
ул. Жуковского, 70б
г. Запорожье, Украина, 69002
Bessarab Anastasiia
Classical Private University
E-mail: staicy@ukr.net
Tel.: +38(061) 220 58 42

**«ОРГАНИЧЕСКАЯ НЕМОТА» В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ
ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ
ПОДГОТОВКИ РЕЖИССЕРОВ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

**«ORGANIC INABILITY TO SPEAK» IN FILMS OF THE CRT ARTS AS AN
IMPORTANT ELEMENT OF STUDYING OF STAGE–DIRECTORS OF
CINEMA AND TELEVISION**

Александр Викторович БЕЗРУЧКО

Oleksandr Victorovich BEZRUCHKO

Аннотация:

Abstrakt: Before arrival of sound the Cinema was named «Great Mute». However even in our time, when verbal constituent, sounds and music of steel by inalienable part of audiovisual arts, the leaders of creative workshops in educational establishments in which prepare specialists for the CRT arts sometimes assign to the students to make educational short–length movies a verbal constituent would be absent in which. It is films with the so–called «organic inability to speak». So, for example, student of the All–Russian State University of Cinematography the named of Sergey Gerasimov of Elya Gilman in 2008 made the short–length feature film «Icarus», which not a single word was in. This film was successfully marked on many international film festivals.

Strikes successful application of «organic inability to speak» the Ukrainian film director by Myroslav Slaboshpickiy in his own full–length feature film «Tribe», which not only words but also music weren't in. In 2014–2015 this film was marked 50 awards of international film festivals and National premium of Ukraine named of Oleksandr Dovzhenko. It is needed to mark that this was the not first experience of the use of «organic inability to speak» of M. Slaboshpickiy, which a few years backwards made the short–length feature film «Deafness», which was also got a few awards of international film festivals.

For this reason the author of the article, which is the artistic leader of creative workshop of stage–directors of the cinema and television in Institute of Television, Cinema and Theatre of the Kyiv International University, gave to the students of task, which elements of «organic inability to speak». For example, in the «film about itself», which future stage–directors took off on an own scenario on the second year.

«Organic inability to speak» helped my students better to capture the art of cinema language, to find an own way in the CRT arts.

Ключевые слова: кино, телевидения, подготовки режиссеров

Keywords: cinema, television, studying, studying of stage–directors

Введение

До прихода звука кинематограф назывался «Великим Немым». Однако даже в наше время, когда вербальная составляющая, звуки и музыка стали неотъемлемой частью аудиовизуальных искусств, руководители творческих мастерских в учебных заведениях, в которых готовят специалистов для экранных искусств, иногда дают задания своим ученикам снять учебные короткометражные фильмы, в которых отсутствовала бы вербальная составляющая. Это фильмы с так называемой «органической немотой». Так, например, студентка Всероссийского государственного университета кинематографии им. С.А. Герасимова Эля

Гильман в 2008 году сняла короткометражный художественный фильм «Икар», в котором не было ни одного слова. Этот фильм успешно был отмечен на многих международных кинофестивалях.

Поражает успешное применение «органической немоты» украинским кинорежиссером Мирославом Слабошпицким в собственном полнометражном художественном фильме «Племя», в котором не было не только слов, но и музыки. В 2014–2015 годах этот фильм был отмечен 50 наградами международных кинофестивалей и Национальной премией Украины им. Александра Довженко. Нужно отметить, что это был не первый опыт использования «органической немоты» М. Слабошпицким, который несколько лет назад снял короткометражный художественный фильм «Глухота», который также был отмечен несколькими наградами международных кинофестивалей.

Постановка задачи

Именно поэтому автор статьи, который является художественным руководителем творческой мастерской режиссеров кино и телевидения в Институте телевидения, кино и театра Киевского международного университета, давал своим ученикам задания, в которых есть элементы «органической немоты». Например, в «фильме о себе», который будущие режиссеры снимали по собственному сценарию на втором курсе обучения.

Результаты

Как отмечали потом студенты, сначала им казалось, что такое задание было невозможно выполнить. Сложное задание было дано специальное, для того, чтобы у будущих режиссеров не появлялось стандартного мышления, прививалось желание учеников искать нестандартные пути в искусстве. Александр Петрович Довженко призывал: «Бойтесь, как чумы, одной опасной вещи – стандартного мышления»[3].

Игорь Андреевич Савченко любил проводить в этой связи аналогию с фабрикой по производству гвоздей: «Лучшее качество гвоздя – это подобие другому гвоздю. Поэтому главный антипод художника – гвоздь» [4, с. 163].

Моим ученикам необходимо было снять короткометражный фильм о себе, но так, чтобы, во–первых, тебя не было в кадре; во–вторых, это нужно было сделать без слов. «Органическая немота» была нужна для того, если бы режиссеры научились мыслить образами и, как говорят кинематографисты, «не прятаться за словами».

О главном герое должны были рассказать окружающие его вещи, нужно было создать собственный автопортрет как в известной детской песенке «Из чего же сделаны наши мальчишки, Из чего же сделаны наши девчонки...».

Студентам было предложено рассказать о себе с помощью образов. Была прочитана лекция об «органической немоте», показанных отрывках из фильмов, в которых зритель понимал киноповествование без слов, лишь с помощью образов. Приятно отметить тот факт, что большинство студентов творчески подошли к этому заданию, сняв достаточно талантливые короткометражки.

Чрезвычайно интересной была работа Дениса Шелеста «Вот так...». (3 мин. 30 сек.). Свой высокий рост он иронично представил кадрами высокого подсолнуха среди значительно меньших цветов, небоскреба в окружении обычных домов, образов своей комнаты и т.д.: «На экране появились картинки метафорического

содержания, наподобие высокого здания среди низких домиков, или высокого подсолнуха среди маленьких маков» [5].

Талантливо рассказала о себе Елена Гуренко в короткометражке «Особенности романтической души» (8 мин. 30 сек.), показав в фотографиях и видеофрагментах, что она любит, что не любит, и о чем мечтает.

Екатерина Багдаджати, у которой папа был сирийцем, а мама украинкой, сняла талантливый фильм «Фрагмент» (2 мин. 40 сек.), в котором были переплетены украинские и сирийские мотивы ее двух Родин. В частности, резная восточная шкатулка, которая была представлена в качестве души студентки, в которую укладывались и доставались разные человеческие черты, присущие этой студентке.

Алексей Есаков в своей ленте «Жизни не по сценарию» (5 мин. 23 сек.) начал рассказ о себе из эпохи динозавров, в комедийной манере, проведя свою родословную сквозь историю человечества. За период учебы А. Есаков проявил себя как режиссер с наилучшей стороны. В период первых курсов, где задания были направлены на ознакомление с профессией, он уже показывал отличные результаты. Все его работы несут личный почерк автора, который не спутать с другими.

Алексей Есаков планировал снять как оператор, автор сценария и режиссер комедию «Разная любовь», однако травма, полученная при падении с мотоцикла, не позволила вовремя воплотить свой замысел. После выздоровления Алексей, который до этого, как и герой его предыдущей экранной работы – репортажа Эрик был рокером, направил собственный вулкан жизненной энергии в сугубо кинематографическое русло, достаточно успешно, между прочим.

Шегера Екатерина сняла талантливый фильм «Марионетка» (4 мин. 00 сек.), в котором языком танца представила свой внутренний мир. Не менее увлекательными были режиссерские попытки Ольги Жантлеевой «Одна история» (4 мин. 46 сек.), Елены Шляховой «Простые будни» (7 мин. 16 сек.), Светланы Карпань «История, длиной в жизнь» (10 мин. 00 сек.), Алёны Слёзко «Бывает и так!» (4 мин. 11 сек.), видеоклип Романа Вышемирского «Музыкальная пауза» (3 мин. 01 сек.). В некоторых работах, как, например, у Сабины Биляловой «Всегда что-то мешает не опоздать» (3 мин. 10 сек.) студенты обыгрывали актуальную для них тему опозданий на пары.

Анастасия Галушак сняла короткометражку «Девушка–солнышко» (7 мин. 30 сек.), в котором было рассказано об её детстве, школьной жизни, участии в работе в театре «Ренессанс» в небольшом городке Арциз на юге Одесской области.

Вышли за пределы лимита времени двое студентов: В. Свердлык и А. Кучмий. Вера Свердлык в фильме «Дневник моей жизни» (21 мин. 20 сек.) рассказала о год ее учебы в Соединенных Штатах Америки. Андрей Кучмий в комедийной короткометражке «Куча новостей» (15 мин. 00 сек.) нарушил правило не появляться в кадре до конца ленты. Напротив, он был в каждом из сюжетов, даже проходя на заднем плане. Но работа была сделана талантливо, поэтому это нарушение не стало основанием для снижения оценки. Ведь главным, все же, было снять интересную экранную работу своим, присущим только ему способом.

Ярослав Аверьянов–Гравишкис представил работу «В моём сердце» (3 мин. 15 сек.), которая за нестандартность режиссерского подхода вызывала достаточно живую критику преподавателей. Я. Аверьянов–Гравишкис так охарактеризовал собственную ленту: «Первая проба пера в жанре арт–хауза и возможность

представить себя через окружающие предметы. Моя многогранная личность показана с разных сторон, поскольку я увлекаюсь не только режиссурой, но и музыкой и иногда буду писать на разные темы для журналов. В конце зрителя ожидает психоделический эффект моего изображения в зеркале» [1].

Клип Дарьи Биневич «Вечеринки: до и после» не нес высоких художественных заданий, однако был лучше, чем ее предыдущая экранная работа – интервью. Приведем впечатление Д. Биневич: «Снималось все у меня дома во время ремонта – я там даже не жила, и очень достала бригадира, чтобы он позволил там снимать. В кадр всё время каким-то образом попадали рабочие и строительные материалы» [2].

Марина Данилова сняла работу «Самое главное» (3 мин. 30 сек.); Вера Биленко – «То ли сон, то ли реальность»? (3 мин. 11 сек.); Оксана Рудник – «Жизнь = творчество» (4 мин. 13 сек.); Анна Гуркач – «Три минуты, просто жизнь» (3 мин. 45 сек.); Андрей Ерёмин – «Старые друзья» (6 мин. 17 сек.); Кима Хачатрян – «Мгновение воспоминаний» (1 мин. 33 сек.); Гоар Саргсян – «Душа востока» (3 мин. 06 сек.); Василий Жеребило – «Я с другой стороны» (4 мин. 57 сек.); Юлия Потопаева – «О, это пафос!» (2 мин. 03 сек.).

Выводы

«Органическая немота» помогла моим ученикам лучше овладеть искусством киноязыка, найти собственный путь в экранных искусствах. Примером для меня были выдающиеся кинорежиссеры–педагоги. В частности, Игорь Савченко, который пытался помочь молодым режиссерам найти собственный путь в искусстве, о чем они неоднократно вспоминали: «Игорь Андреевич никогда не пытался покорить нас, совсем молодых людей, своей художественной воле, своим взглядам, вкусам. «Хоть криво, но сам!» – любил говорить он» [4, с. 161].

Литература

- (1) Аверьянов–Гравишкис Ярослав. Мои творческие работы во время учебы в Институте телевидения, кино и театра // Частный архив автора.
- (2) Биневич Дарья. Мои творческие работы во время учебы в Институте телевидения, кино и театра // Частный архив автора.
- (3) Григор'єв Г. П. Що було, те бачив. – Київ: Радянський письменник, 1966. – С. 226.
- (4) Наумов Владимир. Савченко был «Кутузовым» // Искусство кино (Москва). – 1996. – № 8. – С. 160–163.
- (5) Шелест Денис. Мои творческие работы во время учебы в Институте телевидения, кино и театра // Частный архив автора.

Контакты

Безручко Александр Викторович
доктор искусствоведения, доцент,
профессор кафедры кино–, телеискусства
Института телевидения, кино и театра
Киевского международного университета,
профессор кафедры режиссуры телевидения
Института кино и телевидения
Киевского национального университета культуры и искусств,
член–корреспондент Международной академии наук

педагогического образования

Bezruchko Oleksandr Victorovich,
Ph.D. in the cinema and television,
Doctor of Study Art, Associate Professor,
Professor of Department of cinema and TV arts
of the Institute of Television, Cinema and Theatre
Kyiv International University,
Professor of Department of direction of television
of the Institute of Cinema and Television
Kyiv National University of Culture and Arts
member–corresponding of the International Academy of Sciences
Pedagogical Education

**ПРОФЕСИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА УКРАИНСКОГО
ЖУРНАЛИСТА В КОНТЕКСТЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И
СОЦИАЛЬНО–ПОЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ
ОБЩЕСТВА**

**PROFESSIONAL ETHICS OF UKRAINIAN JOURNALIST IN THE CONTEXT
OF EDUCATION AND SOCIO–POLITICAL TRANSFORMATION OF
SOCIETY**

Ирина БОНДАРЕНКО

Irina BONDARENKO

Аннотация:

Abstract: *Today in Ukraine, as well as throughout the world, there is an active process of modernization and reform of journalism education, caused, on the one hand, by requirements of the European higher education system, and, on the other hand by the significant transformation in the contemporary socio–cultural conditions of the journalist’s professional activities. Globalization changes in the structure of information space (intention to pluralism of media culture, the increased competition among the world’s media institutions, the formation of a qualitatively new integrated information environment) also identified community development trends of journalistic education and requirements increase for professional competence of journalists.*

Professional ethics of journalists as an academic discipline takes a special place in the mass media education in Ukraine. The exceptional relevance of the ethical issues of media regulation is defined by a huge social journalist’s responsibility in a globalized world. Modern information space requires new approaches to understanding and representation. Journalist work methods are changing and improving. The norms, principles and standards of professional activity in the sphere of mass media are transforming with them.

In the range of journalist’s ethics issues the problem of modern society media education is at the centre of attention. We should note that the modern concept of media education (in which journalism is the main subject of the transmission of knowledge and education of the individual) are based on the moral and democratic principles. Media education – is the process of human development by the use of the SMC material that is aimed at forming a culture of communication with the media, creative and communication skills, critical thinking, the ability to adequately perception, interpretation, analysis and evaluation of media texts, teaching different forms of self–expression by technical means.

Modern research shows that professional journalists training must be focused on the social cultural, geopolitical and economical changes taking place in society. The transformation of the role and value of information in the functioning and development of society determines the basis of the requirements for journalists, for whom the information is the sense of professional activities, and the quality of information products depends on the ability to make ethical and professional decisions based on moral choice and responsibility for their work outcome.

Spiritually moral changes of the last decades of post–Soviet journalism – this is a consequence of the social economic transformation of our society. Under the influence of the commercialization of the press, the concentration of transnational media has significantly changed the functional system of the mass media, most of which, in fact,

reflect the values of commercial structures, interests of narrow social groups and political forces. All this inevitably leads to dysfunction, irrationality and destructiveness in society. Failure to comply with ethical standards by journalists, the politicization and commercialization of the press have caused the fall of the authority and prestige of the profession of journalism.

In today's media scene participants of the communication process are forming new relationships. Traditional roles and strategies are transforming, vectors of development are shifting. Children and youth audiences are particularly sensitive to these processes. Being the most mobile and active, they change their media preferences rapidly and construct their own media reality. Today, the media lose their educational function, substituting it for entertainment and virtual satisfaction of basic needs.

Ключевые слова: кино, телевидения, подготовки режиссеров

Keywords: cinema, television, studying, studying of stage-directors

Введение

Сегодня в Украине, как и во всем мире, происходят активные процессы модернизации и реформирования журналистского образования, вызванные, с одной стороны, требованиями европейской системы высшего образования, с другой – существенной трансформацией современных социокультурных условий профессиональной деятельности журналиста. Глобализационные изменения в структуре информационного пространства (интенции к плюрализму медиакультур, усиление конкуренции между мировыми медиаинститутами, формирование качественно новой интегрированной информационной среды) также определили общие тенденции развития журналистского образования и повышение требований к профессиональной компетентности журналиста.

Профессиональная этика журналиста как учебная дисциплина имеет особое место в системе масс-медийного образования Украины. Исключительная актуальность проблем этического регулирования деятельности СМИ определена огромной социальной ответственностью журналиста в глобализированном мире. Современное информационное пространство требует новых подходов к его пониманию и репрезентации. Изменяются и совершенствуются методы работы журналиста, а с ними – трансформируются нормы, принципы и стандарты профессиональной деятельности в сфере масс-медиа.

Новые СМК, обладая уникальными технологическими возможностями, переносят человека в мир виртуальной реальности, производя многочисленные «симулякры» и «симуляции» (Ж. Бодрийяр). Они лишают аудиторию критического восприятия, понимания истинности событий и явлений (в философии – это расхождение между сущим и должным). Исследователи подчеркивают, виртуальная реальность создает искусственные ценности, не содержащие нравственной основы, а значит, они не могут стать настоящими ориентирами человеческой жизни.

В кругу вопросов журналистской этики особое внимание занимает проблема медиаобразования современного общества. Заметим, современные концепции медиаобразования (в котором журналистика является главным субъектом трансляции знаний и воспитания личности) базируются на морально-демократических основах. Медиаобразование – это процесс развития человека с помощью и на материале СМК с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных навыков, критического мышления,

способности адекватной перцепции, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения техническими средствами.

К сожалению, исследователи констатируют: «медиаобразование = защита от СМИ + подготовка для анализа СМИ + понимание природы и функций СМИ + осознанное участие в медиакulturе» (Е. Вартанова, Я. Засурский). Вполне понятно, что ориентируя деятельность будущего журналиста в морально–этическое русло, возвращая в нем уважительное и корректное отношение к своей аудитории, мы обеспечиваем устойчивость и духовность общества.

К проблеме духовно–морального статуса современной журналистики и профессионально–этической подготовке будущего медиаспециалиста неоднократно обращались Д. Авраамов, В. Иванов, В. Здоровага, И. Киреева, Г. Лазутина, В. Лизанчук и др.

Современные исследования показывают – профессиональная подготовка журналистов должна быть ориентирована на социально–культурные, геополитические и экономические изменения, происходящие в обществе. Трансформация роли и значения информации в функционировании и развитии общества предопределяет новые требования к журналистам, для которых информация является смыслом профессиональной деятельности, а качество информационной продукции зависит от способности принимать этико–профессиональные решения на основе нравственного выбора и ответственности за результат своей работы.

Заметим, специфика профессии журналиста вызвана тем, что он постоянно пребывает в ситуации этических дилемм – своеобразной серой зоны, выход из которой указывают именно нормы профессиональной этики, принципы собственной морали, система ценностных координат. Изменения социальных стандартов вызвало ряд этических конфликтов и кризисных ситуаций в украинских масс–медиа.

Таким образом целью исследования является изучение проблемы формирования профессиональной компетентности будущих журналистов с точки зрения образовательных и социально–культурных преобразований. Достижение цели предопределяет решение таких задач: проанализировать морально–этические модели обучения в становлении профессионального морального сознания; охарактеризовать кодификационную парадигму журналистской деятельности; определить проблему рецепции наивысших моральных ценностей человечества в творчестве современного журналиста.

Духовно–нравственные изменения постсоветской журналистики последних десятилетий – это и следствие социально–экономической трансформации нашего общества. Под влиянием коммерциализации прессы, концентрации транснациональных масс–медиа существенно изменилась функциональная система средств массовой информации, большинство которых, по сути, отражают ценности коммерческих структур, интересов узких социальных групп и политических сил. Все это неизбежно приводит к нефункциональности, деструктивности и иррациональности в обществе. Несоблюдение журналистами этических норм, политизация и коммерциализации прессы стали причиной падения авторитета и престижа профессии журналиста.

В современном мире с целью решения многочисленных этических проблем журналистики создаются институты саморегулирования СМИ. Базируясь на

принципах профессиональной этики журналистов, их критической саморефлексии в достижении оптимального баланса интересов масс-медиа и аудитории, саморегулирование средств массовой информации стало одним из наиболее важных компонентов системы демократического общества. В настоящее время ответственность и подотчетность журналистов осуществляется путем кодификации этических стандартов профессии и организации корпоративных контролирующих институтов – советов по прессе.

Профессиональные кодексы этики – одни из первых моделей саморегулирования СМИ. Это документы, провозглашающие универсальную систему моральных и профессиональных ценностей, норм, принципов, обязанностей и правил поведения. Изучение национальных и международных документов – важная составляющая формирования профессиональных культуры и сознания будущих журналистов. Сегодня в Украине действуют два кодекса этики – Кодекс профессиональной этики украинского журналиста, утвержденный на X съезде Национального союза журналистов Украины в 2002 году (первая редакция датирована 1996 г.) и Этический кодекс украинского журналиста, созданный в контексте общеполитической акции «Журналисты – за чистые выборы» в 2004 году. Эти документы были разработаны с учетом требований IFJ (Международной федерации журналистов), а также опыта многих стран Западной Европы. Стоит отметить, что соблюдение Этического кодекса украинского журналиста контролирует Комиссия с журналисткой этики – первый независимый корпоративный институт саморегулирования СМИ в Украине. Начиная с конца 2013 года, в Украине проходит акция по созданию и подписанию Единого кодекса этики украинского журналиста.

Принципы, нормы, заложенные в базовые национальные кодексы этики, демонстрируют уровень развития демократических институтов страны, традиции восприятия и принятия феномена свободы. Кодификационные документы во многом определяют и модель профессиональной подготовки журналистов. Например, Беларусь и Украина, имея достаточно долгую общность исторического и социокультурного векторов развития, на нынешнем этапе демонстрируют разные модели взаимодействия СМИ и аудитории, журналистики и власти как социальных институтов. Правила и нормы этого взаимодействия заключены в национальных кодексах журналистской этики. Оба украинских документа содержат безапелляционную позицию о невозможности соотношения интересов власти и журналистики. Кодекс профессиональной этики украинского журналиста гласит: «Журналист в процессе практической деятельности не поддается давлению со стороны властных структур, особенно в тех случаях, когда ему навязывают чужое или неправильное мнение, ориентируют на фальсификацию фактов. Он считает непристойным использовать свою репутацию и служебное положение для распространения материалов с целью получения прибыли, саморекламы, в карьерных целях, руководствуясь желанием услужить определенным силам или личностям» (ст. 8). Подобную норму содержит и Этический кодекс украинского журналиста: «Служение интересам власти, а не общества, является нарушением этики журналиста». Кодекс профессиональной этики журналиста Беларуси вообще не содержит прямую концептуальную диаду «журналист – власть».

Наивысшими профессиональными ценностями украинского журналиста провозглашена свобода слова и выражений – именно ей принадлежат первые позиции в аксиологической и структурной иерархии этических документов.

Сравним: преамбула Кодекса профессиональной этики украинского журналиста: «Свобода слова в деятельности средств массовой информации является одним из самых важных институтов демократии», ст. 1 Этического кодекса украинского журналиста: «Свобода слова и выражений является неотъемлемой частью деятельности журналиста».

С целью контроля за соблюдением принципов различных этических документов в мире созданы специальные саморегулирующие органы. Механизмом саморегулирования СМИ является неправительственная/некоммерческая организационная система, которая обеспечивает социальную ответственность средств массовой информации перед обществом. На постсоветском пространстве, с момента провозглашения независимости государств, функции саморегулирующих институтов выполняют профессиональные общественные организации работников средств массовой информации, созданные еще во времена СССР: Союз журналистов России (1918), Белорусский союз журналистов (1958), Национальный союз журналистов Украины (1959). Но демократические преобразования в обществе существенно модифицировали и походы к саморегулированию журналистов. Поэтому создаются независимые от государства профессиональные органы, контролирующие качество и этические нормы деятельности работников СМИ: Комиссия по журналистской этике (Украина, 2001 г.), Общественная коллегия по жалобам на прессу (Россия, 2005 г.).

Формирование нормативной базы институтов саморегулирования СМИ определенной страны имеет социально–политические и экономические предпосылки. Саморегулирование как контролирующий механизм и общественный институт способствует укреплению общественного доверия к средствам массовой информации, а также защищает право журналистов на свободу выражения мнений, минимизируя вмешательство власти в их деятельность. Именно эта форма корпоративной культуры способна сохранить редакционную независимость, повысить качество масс–медийной продукции, гарантировать ответственность средств массовой информации перед обществом, содействовать конструктивному диалогу между журналистами и общественностью.

В последнее время ученые акцентируют внимание на том, что СМИ стали «универсальной лабораторией» для философского исследования непрерывных процессов формирования новых ценностных ориентаций общества. Масс–медиа, наряду с культурой, искусством, религией, – один из наиболее важных компонентов социально–психологической среды существования человечества.

За последнее десятилетие в сфере журналистики существенно изменились возможности ее взаимодействия с аудиторией, способы и средства сбора, обработки информации, трансформировались технологии подготовки журналистских материалов. В ситуации постмодерна не могло не измениться и отношение самого общества к масс–медиа, которое ежеминутно погружено в активную (даже агрессивную) информационную среду.

Поведение человека, его ценности, идеалы непосредственно детерминированы средствами массовой информации. Поэтому общечеловеческие ценности добра, любви, счастья, правды, смысла жизни приобретают в каждодневной журналистской практике особое звучание и смысл, очерчивая моральные культуры и сознание современного общества.

В современном медиaprостранстве по–новому складываются взаимоотношения всех участников процесса коммуникации. Трансформируются традиционные роли и стратеги, смещаются векторы развития. На эти процессы особенно чутко реагирует детская и молодежная аудитории. Будучи наиболее мобильной и активной, она быстро меняет свои медиапредпочтения и конструирует свою медиареальность. Сегодня СМИ теряют свою воспитательную функцию, подменяя ее на функцию развлечения и виртуального удовлетворения базовых потребностей.

Несмотря на функционирование кодексов журналистской этики, многочисленных нормативно–правовых актов в сфере информационной деятельности, попыток создания наблюдательных советов, контролирующих масс–медиа, вопрос духовно–морального статуса мировой и украинской журналистики является чрезвычайно болезненным и нерешенным. В условиях развития информационного общества постоянно возрастает роль журналистики как социального института и ретранслятора человеческих ценностей, что, безусловно, приводит к гуманизации профессиональной подготовки журналистов.

Литература

Контакты

Ирина Бондаренко
Запорожский национальный университет
Запорожье (Украина)
lystopad@mail.ru

**ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ В УКРАИНЕ**
**DISTANCE EDUCATION
AND THE PROBLEMS OF ITS IMPLEMENTATION IN UKRAINE**

A. K. ЧАПЛЫГИН – E. E. СУК

K. TCHAPLYGIN, E. E. SUK

Аннотация:

Abstract: *The article studies the problems connected to innovative educational technologies implementation in Ukraine. It pays great attention to the phenomenon of distance learning.*

The article deals with the need to revise the content of traditional concepts such as “the quality of education”, “learners’ feedback”, “knowledge testing”, “formal and informal education”.

The article displays existing difficulties of distance learning implementation.

Ключевые слова: *дистанционное образование*

Key words: *distance education*

Введение

Современные преобразования в украинском обществе, новые ориентиры развития экономики, политики, социальной и культурной сферы кардинально изменили требования к образованию, существенно повысив его роль в модернизации общества. Наблюдающееся в настоящее время расширение потока информации, неизбежно ведет к изменению технологий ее освоения. Особенно актуально это в образовании, которое уже не может ограничиваться рамками учебных заведений и вынуждено искать новые стратегии и средства распространения знаний, поскольку вполне очевидно, что традиционная система образования не соответствует потребностям современного общества. Этим обусловлено усиленное внимание всех ведущих стран мира к своим образовательным системам, их модернизации с целью достижения большей эффективности.

В традиционной системе образования учебные заведения были обязаны придерживаться образовательных стандартов и программ в условиях структурированного формального обучения, но современные условия жизни побуждают человека к активному и непрерывному участию в образовательной деятельности, что привело к возникновению и развитию новой образовательной парадигмы «life long learning», то есть – обучение в течение всей жизни. Это означает, что образование рассматривается как открытый процесс, происходящий не только в стенах специально предназначенных для обучения заведений и не только под руководством преподавателей–профессионалов, а повсюду и под воздействием всех лиц, обладающих определенным опытом и стремящихся передать его другим. [1].

Инновационный характер образования становится сегодня важнейшим инструментом в конкуренции института образования с другими социальными институтами. Инновации характерны для любой профессиональной деятельности и поэтому предметом анализа различных научных дисциплин. Надо отметить, что сами по себе инновации не возникают, они являются результатом упорных

практических и теоретических поисков, педагогического опыта как отдельных преподавателей, так и целых коллективов.

Понятие «инновация» буквально означает новшество, новизну. Таким образом, инновация как процесс предполагает введение чего–то нового. Относительно вузовского педагогического инновация означает введение нового в содержание, методы, а особенно формы обучения. Одной из таких новых форм обучения выступает дистанционное обучение, приобретающее все большую популярность во всем мире.

В США, Канаде, Германии, Испании, Великобритании, Израиле и других странах действуют десятки учебных центров. Лучшие вузы мира – New York University, Harvard University, Cambridge University и другие – уже много лет используют дистанционные технологии. Ведущие учебные заведения предлагают свои услуги независимо от местонахождения и гражданства будущих студентов.

Потенциальные возможности технологии дистанционного обучения по своей эффективности значительно превосходят традиционные формы, применяемые в высшей школе, поскольку включают сочетание различных форм и средств обучения, которые влияют на различные сферы деятельности студента. Дистанционные технологии способствуют своевременному усвоению большого объема информации, что очень важно в условиях интенсивного развития научно–технического прогресса, когда технологические знания обновляются каждые 2–3 года с тенденцией к сокращению этого периода [2].

Одним из направлений инноваций, активно развивающихся в Украине и непосредственно направленных на совершенствование учебного процесса и повышения качества образования, является информатизация образования. Важнейшим звеном этого процесса является применение информационно–коммуникационных технологий в учебном процессе.

Прогресс в области информационных технологий и постоянное усовершенствование персональных компьютеров дает возможность использования их в качестве эффективного средства обучения. Автоматизация процесса обучения осуществляется с использованием компьютерных обучающих программ и электронных учебников, которые используются не только с применением магнитных носителей, но и локальных и глобальных компьютерных сетей.

Происходит формирование специализированной информационно–образовательной среды, позволяющей реализовать современные технологии обучения. Для наполнения информационно–образовательной среды путем эффективного использования локальных и глобальных компьютерных сетей разрабатываются электронные учебные пособия, отвечающие современному состоянию науки. Одновременно происходят изменения содержания и методики обучения, то есть формируются и развиваются новейшие информационные образовательные технологии.

Следует отметить, что информационные образовательные технологии в последнее десятилетие активно внедряются в учебный процесс в большинстве вузов Украины. При этом упор делается прежде всего на практических работах в области дистанционного обучения [3]. В связи с этим большое значение приобретает проблема оценки качества дистанционного образования. В принятой сегодня системе оценивания имеющиеся критерии практически не содержат описания действий или деятельности, свидетельствующих о достижении

определенного результата обучения [4, 43]. В практике дистанционного обучения критерии оценки зачастую оказываются неоднозначными и допускают различную трактовку оценивания результатов учебного процесса, поэтому актуальным является вопрос о выработке оценок, которые смогли бы не только фиксировать результаты обучения, но и позволяла определить уровень достижений или их отсутствие.

Очень интересной в этом отношении является, довольно распространенная в Украине, формирующая оценка качества обучения, основанная на концепции *Mastery Learning* Б. Блума [5], принципиальной особенностью которой является то, что оценка, являясь высшей категорией таксономии учебных целей не обязательно становится конечным этапом процесса решения задачи, а может быть путем к обретению новых знаний, нового понимания применения знаний, анализа или синтеза.

При оценке качества дистанционного обучения следует учитывать, что эта оценка сегодня должна быть комплексной, рассматривая обучение как процесс взаимодействия преподавателя и студента. Так, некоторые исследователи предлагают выделять следующие элементы системы контроля качества обучения: определение стандартов (базового уровня подготовки учебных материалов); установка комплексного критерия оценки; определение направлений и средств по сбору данных; применение соответствующих методических мероприятий по содержанию и организации учебного процесса и оценивания результатов [6].

Из этого следует, что качество образования не формируется внезапно, оно зависит от многих факторов и является результативной составляющей процесса обучения, и, соответственно, его следует предусматривать и планировать.

Необходимо отметить, что оценка качества должна дополняться обратной связью, то есть обеспечивать студентов информацией (рекомендациями, подсказками, вопросами) для правильного выполнения следующих шагов обучения. Но обратная связь становится элементом формирования оценки в том случае, если заставляет студентов задуматься над правильностью своих действий, ходом мыслей, вовлекает их в процесс, фокусирующийся на познавательных стратегиях. Это является особенно важным для адаптации студентов в современном обществе, где необходимо действовать самостоятельно [7].

К сожалению, большинство показателей качества в дисциплинах гуманитарного цикла не имеет непосредственного количественного выражения, поэтому важная роль здесь отводится преподавателю, который должен не только быть профессионалом в своей предметной области, но и уметь оценить, насколько студенты научились тому, что предполагалось в целях и задачах курса.

Кроме оценки, необходимым элементом дистанционной формы учебного процесса является контроль знаний. Именно через исследование информации о степени усвоения материала каждым студентом преподаватель может осуществлять педагогически обоснованное влияние на процесс обучения, способствовать обеспечению развивающего характера деятельности по приобретению знаний и умений. В дистанционном обучении есть много преимуществ перед традиционными формами контроля качества, поскольку в дистанционных курсах есть возможность фиксировать все задания, которые выполняются студентами. Надо отметить, что в качестве контроля в дистанционных курсах используется целый комплекс средств, позволяющий не

только оценить качество обучения, но и контролировать сам процесс усвоения знаний.

Следует отметить, что сегодня, несмотря на доминирование формального образования, практически все вузы Украины внедряют дистанционные программы подготовки студентов и переподготовки выпускников и становится очевидным, что происходит смещение центра тяжести от формального образования к информальному по широте охвата аудитории. Информальное образование становится все более массовым, и основная его сфера связана с непрерывным, а не управляемым накоплением знаний и опыта. Особенно важно, что эта сфера способна охватить все слои населения, становясь таким образом частью глобальной информационной среды [8].

В последнее время идет дискуссия по поводу внесения определенных изменений в законодательство Украины в области образования. Следует отметить, что в сравнении с другими государствами Украина имеет мощную законодательную, поскольку реформирование отечественного образования является важной общественной потребностью. В связи с этим в Министерстве образования и науки Украины состоялась презентация законопроекта «Об образовании», который в случае принятия может обновить всю законодательную базу и изменить систему образования. Законопроект вводит в законодательное поле информальное образование. Среди предложенных вариантов – вариант определения информального образования как образования целенаправленного, но менее организованного чем формальное (традиционное) [9].

Заинтересованность общества и государства в развитии информального образования ставит перед отечественной наукой ряд исследовательских задач, хотя в условиях ускоренной модернизации, развития информационного общества и экономики, основанной на знаниях, не исключено, что система информального образования может быть сформирована «сверху». Так, согласно приказу Министерства образования и науки Украины от 30.06.15. № 691 «Об утверждении структуры института модернизации содержания образования» [10], уже созданы и функционируют отделы информального образования. В любом случае информальное образование должно стать обязательным условием личностно–профессионального развития. Иными словами, сегодня образовательные процессы в Украине, в рамках традиционного образования начали осуществлять постепенное внедрение технологий дистанционного образования.

Вместе с тем, украинские вузы сталкиваются с целым рядом трудностей при внедрении дистанционного обучения в учебный процесс. На сегодняшний день значительная часть студентов, особенно заочников, не владеют компьютером в достаточной для дистанционного образования степени, поскольку курс информатики, существующий в рамках школьной программы, зачастую является теоретическим и не дает навыков работы на ПК, в связи с чем не закрепленные практическими умениями теоретические знания по информатике быстро забываются. Кроме того, сама методика массового компьютерного обучения и в том числе при помощи телекоммуникационных сетей у нас в стране делает только первые шаги, первые ошибки, хотя определенными достижениями в этой области отечественные педагоги уже могут поделиться.

В целом, говоря о новых информационных и коммуникационных технологиях в учебном процессе, мы работаем на будущее, связывая эффективность дистанционного образования с достижением образовательных целей, которые

ставит перед высшей школой современное общество и новые социально–экономические условия.

Литература

- (1) Олійник В.В. Освіта впродовж життя : як і чому вчити дорослих ? [Електронний ресурс] / В. В. Олійник. – Академія педагогічних наук України, 2007 <http://www.apsu.org.ua/ua/information/press/956784>
- (2) Сук О. Є. Технологія модульного навчання в дистанційній освіті. Міжнародний науково–практичний семінар «Дистанційна освіта в Україні – 2014: психолого–педагогічні особливості підготовки фахівців з вищою освітою: здобутки і перспективи» на базі Харківського національного автомобільно–дорожнього університету 20 листопада 2014 року <http://litos.khadi.kharkov.ua/files/konf.pdf>
- (3) Кухаренко В.М. Формальне, неформальне, інформальне і соціальне навчання. Зб. наук.–методичних праць «Сучасні педагогічні технології в освіті», за ред. О.Г. Романовського та Ю.І. Панфілова. – 2012. – с. 114–124
- (4) Рудакова Т.Д. Основные принципы дистанционного обучения [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://edu.of.ru/attach/17/13475.doc>
- (5) Bloom, B.S. Taxonomy of Educational Objectives, Book 1 Cognitive Domain. Longman Publishing / Journal of Vocational Education and Training, Handbook I: New York, Toronto: Cognitive Domain New vol.51, no 1, pp 77–90
- (6) Кухаренко В.М., Сиротенко Н.Г. Основи професійної підготовки державних службовців. –Київ,: Міленіум, 2011, 235с 83–105
- (7) Чаплигин О.К., Сук О.Є. Формуюча оцінка освітніх результатів у дистанційному навчанні /Придніпровські соціально–гуманітарні читання. – Дніпропетровськ: ТОВ «Інновація», 2014. – Ч. 1. – 200 С. ISBN 978 – 966 –8676 – 51 – 9 11–15
- (8) Сук О.Є. Інформальна освіта як інноваційний шлях розвитку вищої освіти <http://iscience.in.ua/arkhyv/26–27–oktiabria>
- (9) Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про вищу освіту» http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc6_current?id=&pid069=202
- (10) «Про затвердження структури інституту модернізації змісту освіти». Наказ Міністерства освіти і науки України від 30.06.15. № 691. – <http://osvita.ua/9>

Contact address

А. К. Чаплыгин – Е. Е. Сук

К. Tchaplygin, Е. Е. Suk

Харьковский государственный автомобильно–дорожный университет

Kharkiv state automobile and road University

suk.elena2010@yandex.ua

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ В УКРАИНСКОМ МАСС–МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

FORMATION OF INFORMATION STREAMS IN THE UKRAINIAN MASS MEDIA DISCOURSE

Людмила ЧЕРНЯВСКАЯ

Liudmyla CHERNIAVSKA

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы украинской медиасферы, формирования новых смыслов в масс–медийном дискурсе. Влияние других типов поля на медианоме демонстрирует необходимость развития критического мышления в аудитории, умение оценки факторов влияющих на медиа–продукт.

Summary: *The media taking part in the construction of reality. The scientific reflection of the formation of information flows occurs in different directions in the Ukrainian media studies (V.Bebik, S.Demchenko, N.Zrazhevskaya, V.Ivanov, V.Ischuk, S.Kvit, V.Korolko, V.Moysheeva, G.Pochepstov, V.Rizun, O.Holod and others). One of the aspects of the mass media is the formation of public opinion, so discursive practices define the vectors of work with information. These practices ensure communication in the social space and time (social memory) and form the new meanings. Ukrainian journalism has a some problems for the formation of meanings in the media: 1. lack of public construction the strategy of social practices of the Ukrainian society and the formation of a positive image of Ukraine in the world; 2. the lack of implementation of international projects; necessity high quality information product, the appropriate of Ukrainian socio–cultural model. Ukrainian social space is formed under the conditions of complex transformation. The necessity of producing new meanings related to two factors: the fight against threats to information (under the conditions of hybrid war), the new social phenomena that require reflection in the media.*

The presence in the mass media field influences other fields determined by analysis using field theory Bourdieu. The theoretical construct for the analysis of the phenomena of cultural production is realized in terms of the social field (localized social space), habit. Social agents of two main types are involved in the formation of meanings and information flows: individual (journalists, directors and other media specialists) and Institute (publishing houses, TV stations, etc.). The field of journalism associated with such fields as economic, cultural, political, religious and others. Ukrainian media field shows the struggle of oligarchic structures.

Journalism is both a form of symbolic oppression and an instrument of democracy, understanding of its role in shaping the direction of information flow is considering hermeneutics (journalism is hermeneutics in society) (V.Vladimirov, S.Kvit); mediaekologii (N.Gabor, B.Potyatynik); national concept of the status of journalism, social responsible journalism (M.Zhitaryuk, I.Los, I.Mihaylin).

The field of politics is the most active in the mass media field. This influence is destructive for the media. The existence of external threats in the formation of information flows in the mass–media discourse explained by the presence among the owners and beneficiaries of media agents of the aggressor country. Resisting to destructive information flows is a task of media criticism in the Ukrainian media space

Ключевые слова: масс–медиа, смыслы, масс–медийный дискурс, дискурсивные практики.

Key words: mass–media, meanings, mass–media discourse, discursive practices.

Введение

Возможности медиа в конструировании реальности вызывают необходимость научной рефлексии формирования информационных потоков. Стратегическим направлением в развитии демократического общества есть умение потребителя/пользователя информации работать с медиа–продукцией. В Украине Институтом социальной и политической психологии была разработана «Концепция внедрения медиаобразования в Украине» (http://www.ispp.org.ua/news_44.htm), действие которой предполагается до 2020 года. Разработан ряд шагов, предусматривающих формирование в обществе медиакультуры, а также подготовку личности для эффективного взаимодействия с современной системой масс–медиа. В первую очередь это касается развития критичности мышления, умения оценивать информацию, видеть посторонние влияния, подвергать сомнению и проверять. Социальная ответственность журналистики, развитие медиасферы с точки зрения формирования виртуальной реальности рассматривалось в научном дискурсе в контексте концепций идеологии (Д.Морли, Д.Келнер и др.), теории поля журналистики (П.Бурдье), последствий влияния медиа на аудиторию (Ж.Бодрийяр, З.Бауман) и др. Украинский медийный контент в научном осмыслении представлен в работах В.Бебика, С.Демченка, Н.Зражевской, В.Иванова, В.Ищука, С.Квита, В.Королька, В.Мойсеева, Г.Почепцова, В.Ризуна, О.Холода и др. Интердисциплинарный инструментарий исследований в области социальной коммуникации определил основные направления: медиафилософии и медиаэкологии (Б.Потятыник, Н.Габор, О.Холод), герменевтики (В.Владимиров, С.Квит), дискурсивных практик медиа (Е.Семенец, К.Серажим), функционального направления с привлечением социальной составляющей коммуникации (Н.Зражевская, В.Иванов, В.Ильганаева, В.Ризун), коммуникационных технологий (Г.Почепцов), социологии социальных коммуникаций (В.Бебик, С.Макеев) и др.

Постановка проблемы

Дискурсивные практики масс–медиа направлены на доступ информации, которая вырабатывается в процессе социальных практик общества. Формирование картины мира в масс–медиа происходит в контексте социокультурных парадигм общества. Зависимость масс–медиа от политического и экономического полей вносит деструктивные элементы, использование масс–медиа и медиапродукта для легитимизации смыслов в интересах отдельных социальных групп является угрозой для развития демократического общества. Необходимо рассмотреть особенности поля масс–медиа в украинском пространстве и выделить факторы оздоровления медиасферы.

Результаты исследования

В научном дискурсе сложилось три основных направления изучения возможностей медиа влиять на человека: парадигма тотального влияния – медиа осуществляют реструктуризацию личности даже во время ситуативного контакта (например, фоновое прослушивание); парадигма эффектов – медиа могут влиять на человека частично, зависимо от ситуации; медиа не осуществляют влияния на человека, который владеет системой барьеров для доступа информации. Первые два типа активно рассматриваются украинскими исследователями в области социальных коммуникаций (В.Иванов, В.Ризун и др.), социологии (С.Макеев), психологии (О.Хоменко) и др. В том числе система манипуляций и управление аудиторией рассмотрены в учебнике «Медіаосвіта та медіаграмотність»

(«Медиаобразование и медиаграмотность») (2012) (<http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf>) авторского коллектива (редакторы В.Иванова, О.Волошенко, В.Ризун), «Лінгвістика впливу» («Лингвистика влияния») (2005) авторского коллектива В.Ризун, Н.Непийвода, В.Корнеев и др.

Одним из аспектов деятельности масс-медиа есть формирование общественного мнения, поэтому дискурсивные практики определяют векторы работы с информацией. Типология за умственно-речевыми типами деятельности, рассмотренная А.Полонским, предлагает виды обработки информации в социопространственных и временных параметрах: распространение, тиражирование, репликация, ротация, перекодирование, реферирование, развертывание, апросимация, информационно-идеологическое сопровождение (Полонский). Дискурсивные практики масс-медиа могут соотноситься с институализированными дискурсами: информирование об фактах и явлениях социальных практик; анализ актуальной ситуации, оценка социальных процессов; публицистическое осмысление актуальных проблем общества; рекреативно-гедонистический взгляд на мир и презентация социокультурных ценностей, популяризация научных знаний и релаксация (познавательный, социализирующий, развлекательный контент); обеспечение политической коммуникации (политический дискурс в масс-медиа и PR-дискурс); коммерческая информация (рекламный дискурс). Эти практики обеспечивают коммуникацию в социальном пространстве и времени (социальная память) и формируют новые смыслы. Построение моделей украинской журналистики, которые предпринимались украинскими авторами М.Житарюком, И.Лосем, В.Ризуном и др., демонстрирует переход украинской журналистики от интерпретационной модели к информационной, но при этом возникает ряд проблем связанных с выполнением основных дискурсивных практик: отсутствие государственной стратегии освещения социальных практик украинского общества и формирования позитивного имиджа Украины в мире, отсутствие реализации международных проектов; необходимость качественного информационного продукта, соответствующего украинской социокультурной модели.

Украинское социальное пространство формируется в условиях комплексного преобразования, сопровождающегося такими факторами как отказ от олигархической системы экономики, борьба с коррупционными схемами, характерными для стран постсоветского пространства. Необходимость продуцирования новых смыслов связана с двумя факторами: борьба с информационными угрозами (в условиях гибридной войны), новые социальные феномены, требующие осмысления и освещения в масс-медиа. Культурные и социальные изменения, связанные из каждым из факторов, вызывают определенную реакцию. Первый фактор связан с понятием патриотического журнализма, который возникает в условиях критических ситуаций (например, состоянии войны) и обуславливает частичный отказ от профессиональных стандартов. Такая форма журнализма является манипуляционной и нарушает права общества на получение правдивой, точной, проверенной, сбалансированной информации. В то же время эксперты Freedom House в отчете о свободе медиа в Украине (Freedom of the Press 2015) указали на частичную свободу слова в Украине, Украина перешла на эту ступень из «несвободных». В этом же отчете указаны информационные угрозы, исходящие от страны агрессора (фейковые, пропагандистские материалы), а также необходимость внутренних преобразований, связанных с прозрачностью информации о владельцах и

бенефициариях масс–медиа. Соответствующий закон принят 3 сентября 2015 года и подписан Президентом 10 сентября.

Присутствие в масс–медийном поле влияний других полей определяется путем анализа с использованием теории поля П.Бурдьё. Теория поля П.Бурдьё реализована в разработках по журналистике (например, Р.Бенсон «Field Theory in Comparative Context: A New Paradigm for Media Studies», 1999, Р.Бенсон и Е.Неви «Bourdieu and the Journalistic Field», 2005, И.Шульц «Bag om nyhedskriterierne. En etnografisk feltanalyse af nyhetsværdier i journalistisk praksis», 2005 та ін.), медиасистем (Д.Халин і П.Манчіні «Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics», 2004), исследованиях возможности медиа в конструировании реальности (Н.Кулдрай «The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age» 2000 та ін.). Теоретический конструкт для анализа феноменов культурного производства реализован в понятиях социального поля (локализованного социального пространства), габитуса. Феномены культурного производства (литературы, искусства, журналистики) рассмотрены как формы символического насилия.

Поле журналистики (термин П.Бурдьё, более корректным будет использование термина медиополе) можно рассматривать как тип пространства, связанного с культурными практиками производства и распространения информации. Социальные агенты двух основных типов принимают участие в формировании смыслов и информационных потоков: индивидуальные (журналисты, режиссеры и другие медиаспециалисты) и институализованные (издательства, телеканалы и другие). Поле журналистики связано с такими полями как экономическое, культурное, политическое, религиозное и др. Эти поля являются факторами формирования и появления в масс–медиа определенных смыслов. Учитывая участие индивидуальных агентов (таких как владельцы, редакторы), появление медиaproдуктов, имеющих высокую степень заангажированности, можно просчитывать степень влияния этих полей на медиополе. Украинское медиополе демонстрирует борьбу олигархических структур.

Журналистика является одновременно и формой символического угнетения и инструментом демократии, осмысление ее роли в формировании информационных потоков рассматривает направление герменевтики (журналистика как герменевтика в обществе) (В.Владимиров, С.Квит); медиаэкологии (Н.Габор, Б.Потятыник); национальные концепции мисийного статуса журналистики, общественно ответственной журналистики (М.Житарюк, И.Лось, И.Михайлин). Принципы действия поля журналистики характеризуются пониманием этого поля как структурированного социальными практиками пространства, которое структурирует его в свою очередь. На процесс производства смыслов в поле масс–медиа влияет поле силы, которой обладает объект масс–медиа и поле борьбы, которая происходит за смену позиций поля или сохранение их с применением определенных стратегий. Наиболее активно в масс–медийном поле проявляет себя поле политики, например, в предвыборный период. Исследование, проведенное Академией украинской прессы (мониторинг теленовостей за сентябрь 2014 года), опубликованное на сайте «Телекритика» от 02.10.2014 (<http://osvita.mediasapiens.ua>), показало высокий уровень влияния политического поля на медиополе и это влияние является деструктивным по отношению к работе масс–медиа. Под влиянием поля политики масс–медиа демонстрируют отступление от профессиональных стандартов, продиктованные борьбой политических сил за желаемый результат.

Существование внешних угроз при формировании информационных потоков в масс–медийном дискурсе объясняется присутствием среди владельцев и бенефициариев масс–медиа агентов страны–агрессора. Подписанный Президентом Украины в сентябре 2015 года закон запрещает участие капитала страны–агрессора в медиа–бизнесе. Это будет одним из барьеров для медиа–продукции пропагандистского характера. Исследования украинских авторов относительно основных меседжей по формированию самосознания в масс–медиа говорят об информационной войне, которая велась в украинском медиапространстве с целью формирования стереотипа отсутствия целостности страны, негативного имиджа Украины (О.Игнатова, Я.Прихода, Н.Черниш и др.). О.Игнатова указывает на формирование трех основных стереотипов восприятия Украины в масс–медиа: разделение ее на Запад и Восток (соответственно – проевропейская и пророссийская части); украинцы – нация нищих; маргинальность украинской культуры, презентация украинской истории как ряда поражений (Игнатова, 2001). Н.Черныш констатировала наличие в украинских масс–медиа мифа «двух Украин», который «отвечает только узко клановым интересам» (Черныш, 2002, с.374–375). Эти исследования начала 2000–х подтверждают планомерный и долговременный процесс работы над дискредитацией Украины как государства в мире, информационной войны, которая велась в украинском медиапространстве.

Выводы

Социальное пространство есть пространством движения смыслов, их передача предполагает использование масс–медиа. Массовая аудитория получает информационный продукт масс–медиа, предполагая, что он является интерпретацией реальности и соответствует ей. Медиатизация общества связана с рядом проблем, к которым относят деструктивные информационные потоки. Противостояние этим потокам связано с готовностью аудитории качественно использовать медийный продукт, критично его оценивать и определять типы полей привлеченных в медиаполе, в том числе происхождение информации, борьбу за легитимизацию смыслов.

Литература

- (1) Ігнатова О. (2001) *Мас–медіа і сучасні стереотипи в контексті України–Європа*. Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. Вип.1. Львів, 2001. С.358–362.
- (2) Полонский А. *Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления* [электронный ресурс]. Современный дискурс–анализ. Научный журнал. Вып. 6. Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>
- (3) Черниш Н. (2002) *Соціологія: курс лекцій*. Львів: Львівський національний університет, 2002. 543 с.

Контакты

Людмила Чернявская

Liudmyla Cherniavska, Ph.D.

associate professor, principal lecturer, post doctoral candidate

Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)

Department of social communication, lvch@i.ua

GLOBALNÍ INFORMAČNÍ INFRASTRUKTURA. ÚLOHA A POSLÁNÍ KNIHOVEN VE STÁLE SE MĚNÍCÍM SVĚTĚ A VZDĚLÁVÁNÍ

GLOBAL INFORMATION INFRASTRUCTURE.
THE ROLE AND MISSION OF LIBRARIES IN
THE EVER CHANGING WORLD AND EDUCATION

Alexander DIMCHEV

Александр ДИМЧЕВ

Abstrakt: Tento článek byl připraven za účelem prezentování různých vlastností, funkcí a potenciálu knihoven v dnešním světě. Často jsou však podceňovány; jsou jednostranně považovány za orgán pro skladování a distribuci zejména tradičních dokumentů. Tento stav je zapříčiněn neznalostí dynamiky instituce knihovny, jejího vývoje, jakož i nepochopením jejího místa a poslání v životě jednotlivců i společnosti. Není zřejmá jakákoliv významná pozornost nebo zájem o dostupné prameny, ze strany vysoce vzdělaných odborníků, kteří by tam pracovali a poskytovali uživatelům neocenitelnou pomoc. Knihovny jsou obzvláště užitečné v dnešním světě informací a poznatků: ve světě, kde lidský úspěch závisí na znalostech "Homo sapiens." Posledně jmenovaní jsou ti, kteří chápou a oceňují hodnotu informací pro výuku a samostudium. Autor, který absolvoval MA kurz pedagogiky a má více než 35 letou praxi v oblasti knihoven, se rozhodl prolomit jisté vzorce a představy o nich. Bude se snažit prezentovat realistický obraz významu knihoven na pozadí probíhajících procesů v globálním aspektu a očekávání na poslání a úlohy moderní knihovny. Bez vnucování svého názoru, autor nastavuje možnosti týkající se potenciálu knihovnického vzdělávání. Zda odborníci, kteří zasvětili svůj čas pedagogické profesi, mohou využít tento potenciál, závisí na tom, jak budou přistupovat ke kombinaci znalostí s obrovskými příležitostmi, které jim dnes může poskytnout knihovna.

Abstract: This article has been prepared to present the variety of features, functions and potential that libraries have in today's world. They are often underestimated; they are regarded one-sidedly as agencies of storage and distribution mainly of traditional documents. This is due to ignorance of the library institution dynamics, of the processes around it as well as misunderstanding of its place and mission in the lives of individuals and society. No significant attention and interest is shown to their resources available, to highly intelligent professionals who should work there and give invaluable support to users. Libraries are particularly useful in today's world of knowledge and information: the world where human success relies on knowing "homo sapiens." The latter are those who understand and appreciate the value of information for learning and self-study. The author, who graduated an MA course in Pedagogy and has more than 35 years of activity in the field of libraries, has decided to break certain patterns and preconceptions about them. He will try to present a realistic picture of the importance of libraries in the background of ongoing processes in a global aspect and the expectations to the mission and role of the modern library. Without imposing his opinion, he sets options related to the potential of library education. Whether the professionals who have dedicated their time to the pedagogical career can benefit from this potential, depends on how they will approach to it combining knowledge with vast opportunities that the library of today could give them.

Klíčová slova: *Globalní informační infrastruktura; Uloha a poslání knihoven ve stále se měnícím světě a vzdělávání.*

Keywords: *Libraries; Education; Global and local transformations; Global information infrastructure.*

Introduction

“...If Europe had had to be created again, I would not have started with economy but with culture, because it belongs to mankind...”

Jean Monnet, “Postmodern dilemmas of culture”

Today the world is information. The world is global. Two phenomena mutually complementary and interpenetrating that accompany and keep us in their orbit. Because knowledge and information are emanation of culture and its layers, which leave trace, work for development and build bridges to the future.

Information is changing the world! Information and information and ICT (information and communication technologies) change adjustments, ways of thinking and life of people in society. They are new “secret pieces” in the foundation of the “knowledge universe”. They are in the foundation of the global information infrastructure (GII) where we are looking today. We are getting more and more connected and dependent on GII. Telecommunications, information systems and computers are worldwide, transmitting texts, pictures, voice and data across international boundaries. The systems based on technologies and information are supporting the economy infrastructure. GII is in the foundation in the current integration of economy, culture and society, this is happening all around the world. It allows free transferring of knowledge, information, ideas, data, that are used in the name of freedom and expanding of the democratic processes for citizens of the World.

Never before in the history of human civilization have the information and its channels for creation, proclamation and delivery been on such a high pedestal.

Since the creation of the world knowledge and information have been playing important role for the progress or regress of the ordinary person, society and those who have had the responsibility and mission to trace certain processes and ideas.

It is interesting to make a parallel between knowledge of people, who have lived in different historical regions. The researchers have discovered the following facts. The average French peasant at the end of the 19th century and at the beginning of the 20th century had accumulated his thesaurus and used information in his life that now is equal to the contents of one issue of Le Monde newspaper. It was enough for him to do well his duties, to be proud and worthy representative of his great country.

Nowadays, in the modern world of information and knowledge, we are surrounded by technologies, which help us to take handfuls of the available information and data. We have incredible possibilities to aspire models and products of human mind and intellectual activity. Unfortunately, there are indicators, even in rich countries, that to know is not a privilege and value for part of people in these countries. That leads to serious and unpleasant consequences for critic masses of population. A survey in the USA has once again shown the low level of information awareness of Americans. (1) In analyses related to the country of the strongest economy in Europe, Germany, one is most impressed by the fact that 14% of people are below the line of illiteracy. For Bulgaria this number is about 15%. Our children are seriously lagging behind in the PISA surveys, in ranking they occupy positions, which nobody will envy. (2)

In global aspect data show that 57 million children have never attended school. They cannot read and write, have low health literacy and are destined to deal with unskilled labour. This is one of the biggest challenges facing the world today as the latest annual report on the UNESCO program "Education for All" has alerted. However, access to education is not the biggest problem. The key issue is the quality of learning process: a third of children at the early stages of training fail to acquire the minimum knowledge. According to Irina Bokova, Director–General of UNESCO, "an educational system is as good as the teachers and units participating in it are".

An interesting phenomenon in this area, according to psychologist and pedagogues, is the process defined as "sliding of information". It is a result of the change in individuals' adjustments. They don't strive to remember facts or acquire knowledge, when they can get informed with only one click on their mobile devices. It is as classics used to claim: "Oh, times...Oh, morals" or "Nothing new under the sun...", "Human nature is constant and hard to change – the technologies are changing". In this aspect the proclamation of the great thinker of our time, Umberto Eco, to his grandson is full of symbolism: to read and remember in the era of Internet. (3)

Regardless of the negativism and fears that are normal for revolutionary transformation, we have to remember, that the countries, which work with a vision of the future, make huge investments in structure–defining programs of information and knowledge infrastructures. They are aware of their dominant significance for the national security and developing economy based on knowledge as well as of imposing and domination of their culture and achievements worldwide. Emblematic examples can be given in this aspect:

- Creating and launching the idea of global information super network – Internet;
- Support and financial help for social networks and intelligence through networks;
- Political activities and trends of the European union for creating new Internet and scientific infrastructures, as well as economy based on innovations and knowledge (Horizon 2020 program amounting to 85 billion EUR)
- Terms for "open access" and second use of data, information and research results (the so–called "goldmine") funded by public funds, etc.;
- Innovation and sharp change ICTs and the technology sector.

Political and social scientists are claiming harder and harder in public that the new arrangement of the world society and its morals has begun. The processes are successful for those who realize the importance of leading responsible policy and investments in information resources and infrastructures, the adoption and development of technologies. Also, all this has to be related with the human factor improvement.

We should not forget the fact, that regardless of the humane and democratic principles in international documents, the world is still separated in two groups: countries, which are rich of information sources and technologies and others, which are not. Unfortunately, it is not getting better. Surveys show that highly–developed countries own 85% of information and ICTs. The concept of "informational imperialism" has appeared. The Facebook Company is trying to get over the technology isolation and separation. During the forum "Mobile World Congress" in the beginning of 2014 in Barcelona, in his report "We want to create a dial tone for the Internet" (4), Mark Zuckerberg announced an idea for a new project. He commented the plans of his company and its future in ICTs: "Most of people in the world don't have Internet access. After the achievement of Facebook to connect over a milliard people, we looked back and began to think how we could change the world. The project will be supported

by a few worldwide partners.” (4) Zuckerberg is looking for more partners next years. The project is described as global cooperation of the world technology leaders, non-profit organizations, local communities and experts, who will work together to deliver Internet access to 2/3 of the planet population. According to Zuckerberg, part of internet.org strategy, is to reduce common costs as well as data sourcing, while increasing the efficiency of advertisements.

It is important to remind the words of Norbert Wiener, father of cybernetic science, said seven decades ago: “One who rules information will rule the world!” Let’s take a look at the symbolism in the words of Prof. Noam Chomsky, American linguist, philosopher and political activist: “The freedom to information access is the fifth freedom”.

Nowadays the world is information and knowledge! This is the motto of success.

Also, why not being a way of arising dangers for the citizens of the world?

A British professor, Tim Berners-Lee, inventor of the global network, has warned that nowadays Internet can be censored and set under monitoring, which is a threat against Democracy. (5) This comment was made during the presentation of the global network index for 2013. "Internet and all social networks are encouraging people to be organized, to act and take out wrong deeds all around the world. This is a threat to some governments and leads to more spying and censure, which on the other hand is a threat against the future of democracy." Lee's words were said 23 years after the beginning of Internet in 1990. According to him, "it is necessary to undertake serious measures to be able to guarantee protection of our fundamental right of personal life and free speech on Internet". The reaction of Eric Schmidt, Executive Manager of Google, was similar. He evinced his fears of problems in the net. Schmidt claimed that censure can be eliminated for ten years. (5) According to the words of Valerie Shafer, expert in the field of Telecommunications and Informatics history, and more specifically in data networks and Internet with the Institute of sciences and communication (ISCC), France: "The question about Internet neutrality, a concept that appeared in 2002 in the USA, is getting more and more popular these days. It sounds pretty much technical, but actually it is closely related to valuable dimensions of Internet and its ecosystem. Beginning with some affairs, illustrating the challenges in front of Internet neutrality (Comcast affair in 2007, Orange/Cogent or Freadgate in 2013, etc.), we will point how they have put basic questions in the agenda, which are connected with the use, economic and political future of Internet, giving evidences for controversial visions, values and concepts of participants." The European Union insists on USA's less role in ruling Internet, commissioner of digital technologies thinks that "Europe must contribute more for reliable development of global Internet ruling". (6) Europe has to play a significant role in defining the future vision of Network. The European Commission does not insist on bigger state control on Internet as China and Russia. But it insists on clarity and less American influence on institutions, which rule the mechanisms of the global net, e.g. defining addresses of websites. Neelie Kroes, Vice President of the European Commission has suggested doing this "on the foundation of basic freedoms and rights of people". The position of Viviane Reding, Vice Chairman of the European Commission and European Commissioner for Justice, Fundamental Rights and Citizenship, is similar (7). She is "for" signing an agreement with the USA to guarantee protection of personal data of European citizens stored on Internet. According to the European MPs, the fight with terrorism cannot be used an excuse for the massive secret spying of citizens, which in majority is illegal and should be forbidden. The biggest Internet companies such as "Google", "Microsoft", "Yahoo", "Facebook and

“LinkedIn” have announced information about the amount of their users, data of whom have been submitted to the USA government. (8) Ex–employee of the USA Intelligence Service, Edward Snowden, via video connection from Russia, appealed tech society to help stopping massive spying. This happened during the conference on online and multimedia industry and culture in Austin, Texas in 2014. (9) “I saw that the Constitution was massively violated”, said Snowden, who was welcome by the participants in the forum, and added that thanks to his reveals the security of communications had become better, which people and society benefited of. The ex–employee appealed the technology society to improve the security of Internet users against government spying or data stealing. The policy must be changed but also there must be a technological reaction against what happens”. Some technological companies have put a distance between themselves and the Central Intelligence Agency of the USA and increased their requirements of security and coding. In this context, since 2014 the creation of European Internet has been discussed. The initiators are Chancellor of Germany Angela Merkel and French President François Hollande. A possible step in this direction, according to Merkel, is the creation of European Internet, apart from the American mega servers. (10)

The perspective of assessing and directing the global key trends, according to the experts who worked out the reports for the world forum of IFLA (International Federation of Librarian Associations and Institutions) in Singapore, is similar. They outlined 5 trends, which will change information environment, society and living horizons. (11, 12)

- The new technologies will expand and simultaneously limit the circle of people who will have access to information;
- The online education will democratize access to and will change the face of educational system in the world;
- The limits of space and security of personal data will be defined again;
- The hyperlinked societies will listen to a new voices and groups and will create opportunities and conditions for their activity;
- The global information economy will be transformed by new technologies.

It is well known, that in the last few years the sources of information are developing extremely fast. Knowledge is increasing fast. Data from 2013, quoted at the IFLA’s congress, showed us the following picture. (10) In 2010 for a first time the amount of delivered information worldwide exceeded one zettabyte, it is expected to double every two years. The amount of new digital contents in 2011 was a few million times bigger than all the books written in history. In the last decade the traffic on internet has increase by 13 000%, in the period 2008–2011 the digital information was more than in the whole history of humanity until then. At the end of 2013 in the American state Utah a new center for the data of National Intelligence Agency (NSA) was founded that can save over 12 ekzabytes (12 000 petabytes) information. In comparison, to save all the books that have ever written in all languages you need about 400 terabytes. This is less than one percent of the saving capacity of the new NSA center (0.0033%), one petabyte has 1000 terabytes. For the last few years we have moved from a lack of information economy to economy ruled by information. According to Eric Schmidt from Google, for every two days humanity produces more information than it produced from the beginning of civilization until 2003. (4) This is about five ekztabytes data per day. The forecast of British Library says that in 2020 75% of all titles will be published only in electronic version or in books and in digital version. (13) At the same time the ambitions of professionals are to conserve the digital content in long term plan to

guarantee that the intellectual inheritance can be used by future generations of researchers.

There is a drastic change in professions related to information and information and communication technologies. There tendency is of going out from out shell, which was typical for professional societies until recently. We live in the so-called Internet society, which according to Manuel Castells is in ascent. (14) It is important to unite our endeavors and to be active participants in an intellectual arena where actors are wise and informed; where technologies transform roles, structures and organizational mechanisms. New ideas have arisen that part some information professions will disappear. This is a result of technology development. According to the website “Network world” people in many professional areas will be replaced by robots and computers. (15) This can happen during the next decade. The website advice is: “If you want security for the next 10 years, you should become a wedding planner”. According to analysts this is one of the professions that will not get a mechanical “substitute”. There are ten professions that are in the greatest danger where people will fast give up under the pressure of technology competition. The reason is that in these fields automatic systems have already been set in operation or are in the process of creation. Librarian is in this list. The reason for this change is that in 2012 an automatic system for searching books, providing them to the customer and bringing them back when he/she has finished was first applied in State University of South Carolina. The system is called BookBot, it uses lasers helping students to find and use books. It can store over 2 000 000 books in appropriate environment and deliver a book in 5 minutes after it has been chosen from the catalogue. This innovation questions the role of librarian. The expectations mentioned earlier have logic, but only time will show if they are reliable. Despite the innovation in this university, librarians have functions, which at that stage cannot be done by robots or computers. Another survey in the USA has not given reasons to ignore the profession of librarian. Opposite, it is very respecting: in favour of librarians. The survey on the most perspective professions in 2008, published by “US news and World Report”, marked that librarian is among the 31 best professions. „You can forget about the paper rat, now this profession is between the most hi-tech professions, which are related to working with books and digital information. Librarian helps customers to find information, to decide which kind of digital resources to use, organizes information access, forms discussion groups...” (15). Despite the different points of view and predictions about the profession and librarians, I will keep my credo. Every institution and profession fits the interests and needs of society. If this institution wants to work, it has to fight for its survival and good times. Our times are times of separation... and they are extremely dynamic! The problem concerns not individuals but it is to realize, rethink, unite professional communities and form creative policies. This means motivation, perception of what is happening, sense for new, quality services and devotion to publics. That should be supported by good education, innovative way of thinking, values and high competences. If all these things are atavism, then I will really be forced to share my opinion that the world is unpredictable!

As important agencies of conservation, creation and delivery of documentation resources (traditional and electronic) and knowledge, libraries are deep in the world of information and the mobility of flowing processes part of which moving at a very high speed. They are entangled in the Global information infrastructure. In the 21st century Internet and modern Information Communication Technologies offer a lot of and different opportunities for libraries in order to their traditional mission and full functioning in the context of the global world. Under the conditions of modern

challenges, tasks of libraries in this “global village” is to combine the aims of Enlightenment with modern needs and requirements in order to continue their mission in new “media”: places with unlimited information access, in traditional and digital version. The transformation from Gutenberg’s to Internet galaxy, from physical to virtual presence is a chance for real democratization and universalization of information access. This requires interpretation, not predefinition of the library mission in the new digital environment. The changes in the digital era have added a new task for libraries – digitizing. The transition from printed to digital era is closely connected to quality of new library activity: not only passively collecting and saving information but active digitalization, saving and providing. The main purpose is to provide mobile access to information, while taking notice of changes in customers’ adjustments. This requires addition to the idea of libraries as a physical depository with its new function – digitizing. This thesis is supported by *the Librarian of Congress in the USA James Billington*. He wrote in the introduction to Strategic Plan for Libraries 2011–2016: “Most of the main strategies are a direct answer to the challenges (and opportunities) of fast–developing digital technologies and Internet. (17) Our activity related to digitalization is addition to our traditional work with the analog selection.” The policies and work in the librarian sector of the European Union is similar and there are special texts related to that in this edition. With a view to the mission under new conditions, libraries are places for: popularization of cultural inheritance, stimulation of cultural work, offering of new online services, democratization of culture access and development of information society and economy of knowledge. These tasks were marked out in the conclusions of Board of European Union from 20th of November 2008 about the European digital library EUROPEANA and in other documents. (18, 19) Nowadays more than at any other time libraries have to conform to inside and outside factors of influence on them. The problem is related to their place, role and mission in the Global information sector. The fight is about their future projections and trust of society.

Libraries have to answer objectively to the popping questions about their tasks and future changes, no matter how threatening they are. Library organizations are in very serious competition for influence with other subjects on the market of information (there are more than 200 kinds of organizations and channels of information). They do not have to dispute only about the new functions. It is necessary to save these of them, which were laid at their establishment and give them guarantees to correctly serve people and our civilization. Part of these functions is related to archive, education, social information, information about producer and customer, protection of different groups of users. Libraries are essential part of important infrastructure, which supports education, working places and increasing of society. They offer comfortable access to information in all kinds such as manuscripts, prints, audio–visual and digital materials. They can support formal education, informal education and lifelong learning, cultural memory protection, traditional local knowledge and national cultural and scientific inheritance. In times, when the national information politics are aimed at developing telecommunications and providing high–speed nets, libraries are natural partners for providing public access to ICT and shared information resources.

I will ask two questions to skeptics who claim that the institution of library has exhausted its potential:

- Who will continue looking up, saving correctly and honorable the memory and cultural memorials from different eras of humanity, especially dynamic documents in the context of the Global information Infrastructure?

- Who will transform the documents and take care of this process, while there is constantly changing software, technologies, communication channels, etc.: one of the eternal questions.

These questions are related to survival and development of people and their achievements. Our world has always looked for a certain order. In this respect libraries have never mislead us.

To back up what I have said about libraries, I have based my point of view on faith, expert opinion and belief of eminent colleagues in our profession (20, 21). The first opinion belongs to Prof. Michael Gorman, a great friend of Bulgaria. He fights for humanistic morals and values, which libraries were based upon their establishment, and protection of these ideas. I rely on the remarkable logic of Vartan Gregorian, Head of Public Library of New York for long years, and now President of Carnegie Corporation in New York. He claims: “The building of our culture is based on libraries and knowledge that they save and spread. Memory and wisdom of humanity, achievements and hopes for better world, which is relying on intellect are compressed in libraries.” Gregorian compares libraries with “protectors of DNA of our civilization...” According to him people, responsible for the present and future of cultural layers, must not forget that “Libraries must insist on our danger-free existing. Our survival cannot be questioned. Quality of our survival and quality of services we use is what is important to society. If you can be convinced in this, nobody will put libraries on the top of the list for cuts, but at the bottom.” It is similar to the opinion about the faith in the role and importance of libraries shared by Neil Gaiman, English comics and scientific fantasy writer. (22) In his public speech called “Why the future depends on libraries, reading and dreams”, he has said that: “Libraries give freedom. Freedom to read, freedom of ideas, freedom to communicate. They give education (a process that does not stop at the moment when we leave school or university), they give entertainment, they create safety places and give access to information. I am worried that now, at the 21st century, people do not understand what libraries are and what the point of library is. If we accept library as shelves full of books, it may look old-fashioned and antic in the world where books exist mainly but not only in digital version. That means that we have not got the point! I think that the reason is connected with the nature of information. Information has value, but the right information has enormous value. Libraries are places where people go to look for information. Books are only the top of information iceberg: books are there and you can get them legally and free. Children borrow books from library much more than ever, all kinds: digital, audio, traditional. But libraries are also places where people who do not have computers or Internet connection can be online without any payment. This is very important when the ways of finding a job, application for a work place or support are mostly online. Librarians can help people to get orientation in this world.”

In its latest documents IFLA has insisted both to the UN and political authorities of individual states on including libraries in development strategies. (11, 12)

As librarians have a natural role to provide access to informational contents and connections to people and organizations, which is the basis of sustainable development, politicians should foster library stabilization and use the skills of librarians and other information workers to solve problems with society development on the level of communities. That is why IFLA appeals political leaders and practitioners in the field of development to use these powerful resources and guarantee that after 2015 each concept of development:

- should acknowledge the role of access to information as a significant element of progress;
- should acknowledge the role of libraries and librarians as mediators towards this progress;
- should encourage countries members of the UN to support information structures, which lie in the foundation of development and provide networks, information and human resources such as libraries and other public institutions (12).

I personally assert that the mission and functions of libraries are definitely determined by the social rules and regulations as well as by the expectations to them. (19, 20) The roles, which they have, have been evaluated in different time periods. They have lost their advanced nature with some circumstances, but they can be rediscovered in other time or get a new meaning and be further developed. Times change and the idea of library, its role and place are reappraised at different times. For the last two decades new technologies have had more serious influence on libraries than other different factors in the previous centuries. They have lead to deep changes in communication channels in variety of public sectors. We are on a crossroad in regard to the place and influence of libraries in the process of complicated metamorphosis of: knowledge and information streams; changes of information carriers; adjustment of users; ideas of saving and access to knowledge resources in this global world. We are hovering in the “information universe”, which, as result of dynamic changes in the beginning of the century, has faced the decision to rediscover and make its way from uncertainty to establishment of sustainability and adaptation models. (23, 24) In this fast moving world we are obliged to think over the significance of libraries. What is important today is the idea of being valuable to people, its role and evolution. What do we expect from the library to be on the background of its achievements, accumulated experience and traditions? Thinking about transformations and expectations to libraries, while searching for a structure, which we can stand on, I admit reasonable to follow the logics of two popular figures, representatives of deferent professional fields. (20, 21) In their intellectual searches they have tried to suggest the credo oft changes happening around us. First, I would quote Thomas Stearns Eliot, a poet, dramatist and critic who was awarded Nobel Prize: “Present and past are probably present in future.” Similarly Peter Drucker, one of the prominent experts in the field of management, has said “The future can be presumed. It has already happened, because it is a fruit of events and influences that have already happened and which set scenarios for following manifestations and models.” Holding up to Eliot and Drucker’s thoughts, I will try to put together the puzzle of modern functions and place of libraries in society where we can see elements of the past, what is happening now and what we expect to happen.

As quoted, Umberto Eco’s message to his grandson “My dear boy, study by heart!” wakes up interest and anxiety. (3) I think that this is part of the ideas of this text: as an appeal and proclamation to “intoxication” of people who use technologies uncontrolled, without noticing the consequences for “homo sapiens”. A notified suggestion without knowing where our world is going. From the distance of time, similar to fears, written in the oldest manuscript (Prisse papyrus), saved until today, dated 3000 years B.C., where there was a message: “Unfortunately today world is not what it used to be. Everyone wants to write books... Nobody reads... Children do not listen to their parents... Where does the world go...” Such torments are characteristic for other ages, too. Similar thoughts are admonishing and characteristic for certain people after the invention of Gutenberg’s printing press. Policiano says anxiously: “Now human stupidity will be multiplied very fast, it will pour on us in huge amounts, which is a

threat for the good human values...” (20, 21) This way, in the dawn of book printing, a scientist, abbot Johannes Trithemius put a lot of energy to write diatribes against the “danger” of printing press and point out the advantages of hand writing. The irony was that he used the exactly same press to multiply his critic texts, because he had realized that thus his message would reach more people faster. According to Yoan Avramov from the Institute of Research on Society and Knowledge with the Bulgarian Association of Sciences “this case was a micro–universe of what had happened mostly back in that era: the invention of Gutenberg did not “eat” the manuscripts, opposite: it managed to spread them widely and became one of the forcing powers of the European modern civilization”. (25, 26)

To support the opinion presented above I would quote Albert Einstein and his words about the meaning of books, their active use, the role of reading. (22) Once he was asked how to make children more intelligent. His answer was both simple and wise: “If you want your children to be intelligent, read fairytales.” He had realized how important reading and imagination were. I hope that we can give our children the world where they will read, we will read to them; they will fantasize and will understand. Neil Gaiman has given interesting examples of the role of knowledge and striving for it. (22) “A few years ago there were rumors that we lived in a post–literate world where the ability to extract the meaning of what had been written was redundant, but these days are gone now: words are more important than ever. We rule the world with words, and while the world slides in the net, we have to follow it, to understand what we are reading. People, who are not able to understand each other, cannot exchange ideas, communicate and translation software cannot help”. Gaiman continues: “In 2007 I visited China for the Congress of Fiction and Fantasy, the first one in the history of China approved by the party. During this congress I asked one of the managers why fiction in China had not been approved for so long. What had changed? He said: “It is so simple”. Chinese people are great in making things, as long as somebody else gives them a plan. But they do not make any improvements; they do not make anything new. They do not have imagination. So they sent a delegation to the USA, in Apple, Microsoft, Google and spoke to people, who had invented the future. And they understood that all these people had read fiction when they had been children.

Today, in the era of Internet, all experts who analyze Internet claim that only about 8–10 % of information accumulated and spread in it is helpful. The rest is spam or information with random character. Probably there are some reasons about the things said in the text above. I think that they have the role of corrective and reference point to move forward. The opinion of Phyllis Spies, Vice President of OCLC, is interesting. (24) “In 1967 Marshall McLuhan wrote a book called “The Medium is the Message”, which means that every new technology creates a new type of media. Today’s impact of technology on us is different than that one during the Industrial Revolution. It is more democratic, more personal, more intangible, it is deeper. What do I think? When we talk about the global economic revolution, it is about people who work with their intellect, not with their hands. World where telecommunication technologies are competitive worldwide, related not only to sport shoes and laptops, but for universities and libraries. World where innovations are more important than production. World where investors invest in new ideas but not in new machines. World where fast changes are constant. World that is so different, whose appearance can be described only as revolution... It is obvious that the new information era is growing around us – of global economy whose general sources of wealth are knowledge and communications, more than natural

resources and labour force... Communications revolution has tilted the balance of power from institutions to individuals.”

References

- (1) A survey in the USA has shown that a quarter of Americans do not know that our planet orbits round the Sun. “It is not the first time that the unexpected unawareness of Americans appears like this”, stated Daily Telegraph. Latest surveys have shown that Americans do not know much more than astronomic facts. Newsweek Magazine asked 1000 Americans to make the test that the Government gives to people applying for American citizenship. 29% of them could not name Vice President of the USA: Joe Biden. Almost three quarters could not point the enemy of the USA during the Cold War. 6% of them could not say when the Independence Day is. A telephone survey made by McCormick Museum, dedicated to the First amendment of Constitution, has shown that these 1000 Americans can identify all members of the American animation “The Simpson” very well but cannot say what their rights according to the First amendment are, e.g. free speech, free print, free to address petitions to the Government, religion freedom. The survey of National Geographic Magazine among 500 American citizens aged 18–24, has shown that 6% of them cannot find USA on the world map. Only one out of tree can find the United Kingdom on the map. Two thirds say that USA has population between 750 million and 2 billion people; actually it is 298 million people. Three quarters pointed English to be the most popular language on the Earth, but it is the third one after Chinese and Spanish. The same survey made 3 years after the war in Iraq began in 2003, 37% of young Americans could not find Iraq on the Middle East map. Only one out of four could find Israel and Iran on the map. 37% could find Saudi Arabia, but only 23% found all these four countries. The survey of Washington Post made 2 years after the War in Iraq had started, showed that 70% of all Americans continued to believe that Saddam Hussein was personally involved in the terroristic attacks from 11th September 2001. Eight out of ten said that Iraq had weapon of mass destruction. The survey of 2009 made by the European Communication Bulletin showed that Americans answered the questions related to international politics worse than the participants from European countries: Finland, United Kingdom and Denmark. Only 58% of Americans could say who the talibans were compared to 75% correct answers of participants from the United Kingdom. In 2003 a report dedicated to the American education, concluded that Americans’ ignorance of the World was so huge that it could represent a threat for the security of USA.
- (2) The results of an international test PISA (Program for international student assessment) – the data is from Bulgaria. The program assesses students at the age of 15, and its main purpose is to define knowledge and skills they have got at the end of their compulsory school education, which will allow them successfully to compete on the labour market and bring them career promotion and personal satisfaction. The key element in PISA is the understanding that the competences, which young people acquire at school, influence on their ability to continue their education and integrate into society. Bulgaria is on the 47th position out of 65 participants with average results of 439 points in Mathematics. The average result of the countries from OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) is 494 points. The highest result belongs to students from Shanghai, China – 613 points, Chinese Taipei (560 points), the 8th place is the

highest position occupied by a non-Asian country, Lichtenstein (535 points), followed by Switzerland (531 points). To compare: Bulgaria is on the 51st position in reading with the average amount of points 436. The average result for the students from OECD is 496 points. The first 6 positions belong to: Shanghai, China (570); Hong Kong, China (545); Singapore (542 points); Japan (538), Korea (536 points) and Finland (524 points). In sciences Bulgaria is on the 45th position with average result of 446 points. The average result for the countries from OECD is 501 points. The first 6 positions: Shanghai, China (580); Hong Kong, China (555 points); Singapore (551 points); Japan (547); Finland (545 points); Estonia (541). According to the average results in PISA, Bulgaria in same group with Serbia (449 points), Turkey (448 points), Rumania (445 points), Cyprus (440 points), United Arab Emirates (434 points) and Kazakhstan (432 points).

- (3) "... But this is not why I want to talk to you but about the sickness struck your generation and the previous one that is already at universities. I am talking about the loss of memory. The truth is that if you want to know who Carl the Great is or where Kuala Lumpur is, you can push a button and learn that on Internet. Do it when you need to but when you learn it, try to remember it, so you will not have to look it up again when you need this knowledge after some time, at school for instance. The conviction that the computer can answer your questions at any time and kills your desire to remember the information is bad. I can illustrate this with the following claim: when a person realizes that he can reach some street by bus or by subway, which is faster and more comfortable, he decides that he doesn't need to walk on foot anymore. But if you stop walking, you will become disabled and you will need a wheelchair. Oh, I know that you do sports and you are able to control your body but let's pay some attention to your brain. Memory is like leg muscles. If you stop training it will become stunned and you (let's say it straight) will become an idiot. Except this, all of us are risking to get sick from Alzheimer when we get old and one of the ways to avoid this is with constant brain and memory exercises. Here is the recipe. Every morning learn a short poem, as we had to do in our childhood. You can compete for good memory with friends..... I can ask endlessly and my questions could become a great topic of research. Why is to remember all this. A day will come when you will grow old but you will feel that you have lived a thousand lives, as if you had been at the battlefield near Waterloo, you had witnessed Julie Cesar's murder, you had been at the place where Berthold Schwarz had been trying to make gold, he had mixed two substances and invented the gunpowder... and had blown off air (that is what he deserved!). And other friends, who have not tried to enrich their memory, will have only one life, monotonous and devoid of emotions. So, enrich your memory and for tomorrow, learn by heart "La vispa Teresa" (a child poem of Luigi Sailer, poet from Milano)". УМБЕРТО ЕКО. Мило мое момче, учи наизуст! // 24 Часа. <http://www.24chasa.bg/01.02.2014>
- (4) ZUCKERBERGP M.: "We want to create a dial tone for the Internet." In: Mobile World Congress Keynote in Barcelona, Spain, on Feb. 24, 2014. // <<http://mashable.com/2014/02/24/mark-zuckerberg-mobile-world-congress-2/25.02.2014>>
- (5) Бащата на интернет: Бъдещето на мрежата е застрашено. Британецът призова за смели мерки, за да се гарантира правото на личен живот и свободата на словото. АБВ, 23.11.2013. // <<http://www.abv.bg>> 24.01.2014>

- (6) Същото и В: <<http://www.vesti.bg/tehnologii/kompyutri-i-djadji/prof.-lij-bydeshteto-na-mrezhata-e-zastrasheno-5999142/25.01.2014>>
- (7) ЕС иска САЩ да имат по-малка роля в управлението на интернет. АВВ.Вг. // <<http://www.vesti.bg/sviat/evropa/es-iska-po-malka-rolia-na-sasht-v-upravlenieto-na-internet-6005260/12.01.2014>>
- (8) Вивиан Рединг публично благодари на Едуард Сноудън за разкритията му. Свят. Европа, // <<http://www.vesti.bg/sviat/08.01.2014>>
- (9) Големите интернет компании с нова информация за онлайн следенето. // Свят . Америка. // <<http://www.vesti.bg/sviat/04.02.2014>>
- (10) Сноудън: Вашингтон още не знае какво получиха журналистите. Бившият служител на американското разузнаване призова технологичната общност да помогне за предотвратяване на масовото шпиониране. <<http://www.vesti.bg/sviat/snoudyn-sasht-oshte-ne-znaiat-kakvo-poluchiha-zhurnalistite-6007180/11.03.2014>>
- (11) Германия ще прави европейски интернет. <<http://profit.bg/news/Germaniya-shte-pravi-evropejski-internet/nid-119219.htm/26.02.2014>>
- (12) На гребена на вълните или настигнати от прилива: Да се ориентираме в променящата се информационна среда. Изводи от Доклада на ИФЛА за основните насоки на развитие. Докладът е представен на Световния библиотечен и информационен конгрес в Сингапур през август 2013 г. В: ББИА онлайн, 2013, бр. 6, с. 4–13.
- (13) Становище на ИФЛА относно библиотеките и развитието. Прието от Управителния съвет на ИФЛА, Сингапур, 16 август 2013 г. // <<http://www.lib.bg/publish/Издания-на-ИФЛА/Манифести/248-Становище-на-ИФЛА./23.02.2014>>
- (14) BRITISH LIBRARY <<http://www.bl.uk/10.06.2013>>
- (15) КАСТЕЛС, М. Възходът на мрежовото общество. Т. 1. С. : ЛИК, 2004. 496 с.
- (16) 10 професии, които роботите ще ни отнемат. всички новини от 18 февруари 2014. // <<http://www. // 24 часа.bg. /18.02.2014>>
- (17) Професията библиотекар – сред професиите с бъдеще. Нова библиотека, 2008, № 8, с. 2. [Best Careers of the US News and World Report for 2008].
- (18) LIBRARY OF CONGRESS. Strategic Plan | Fiscal Years 2011 – 2016. 2010 <<http://www.loc.gov/about/strategicplan/strategicplan2011-2016.pdf/25.01.2012>>
- (19) СЪВЕТ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ. „Заключения на Европейския съвет от 20 ноември 2008 г. относно европейската цифрова библиотека EUROPEANA (2008/С 319/07)”. <<http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lng1=en,bg&lang=&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,hu,it,lt,lv,mt,nl,pl,pt,ro,sk,sl,sv,&val=484919:cs/ 14.11.2013>>
- (20) Europeana Strategic Plan 2011–2015. <http://www.pro.europeana.eu/c/document_library/get_file?uuid=c4f19464-7504-44db-ac1e-3ddb78c922d7&groupId=10602/13.02.2014>
- (21) DIMCHEV, A. The Library. A Journey through Time... In: A Collection of Works by Teaching Staff Members in The department of Libarry Science, Scientific Information and Cultural Policy. Compiler A. Dimchev \ Sofia. “St. Kliment Ohridski” University Press., 2013, p. 61–98.

- (22) DIMCHEV, A. To Libraries, with Love. The Library–Information Policy of Bulgaria 1989–2013. (A Collection of Papers, Projects and Articles), Sofia. “St. Kliment Ohridski” University Press., 2013, 288 p.
- (23) GAIMAN, N. Reading an obligation / Neal Gaiman. // The Reading Agency. (18.10.2013) [Лекцията на Нийл Геймън пред Агенцията за четенето, изнесена на 14 октомври 2013 г. в Барбикан център, Лондон. Годишните лекционни серии на Агенцията за четене стартират през 2012 като платформа за водещи писатели и мислители, които да споделят предизвикателни идеи за четенето и библиотеките.]
- (24) FLOOD, A. “Digital Public Library of America (DPLA) opens to public” In: The Guardian, 02.05.2013. <<http://www.guardian.co.uk/books/2013/may/02/digital-public-library-america-dpla/12.02.2014>>
- (25) SPIES, P. Libraries, Leadership and the Future.– Library Management, 2000, Vol. 3, N 3, p. 123–127.
- (26) АВРАМОВ, Й. За библиотеките и четенето, което може би ни предстои. // ББИА онлайн, 2014, бр 1, с. 18–19.
- (27) GRAFTON, A. Worlds Made by Words: Scholarship and Community in the Modern West. Harvard, Harvard University Press, 2009, 56–57.

Контакты

Prof. Dr. Alexandr Dimčev
Katedra knihovnických a informačních věd a kulturní politiky
Filosofická fakulta
Sofijská univerzita Sv. Klimenta Ochridského
Sofie
Dimchev_uni@abv.bg
Bulharsko

проф. д-р Александър Димчев
Катедра библиотечно–информационни науки и културна политика
Философски факултет
Софийски университет "Св. Климент Охридски"
1504, Бул. Цар Освободител № 15
София
Dimchev_uni@abv.bg
България

Prof. Dr Alexander Dimchev
Professor of Library and Information Science
Faculty of Philosophy, Sofia University, Sofia
Dimchev_uni@abv.bg
Bulgaria

МУЛЬТИМЕДИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ЖУРНАЛИСТОВ В УКРАИНЕ

MEDIA IN EDUCATIONAL PROCESS OF JOURNALISTS IN UKRAINE

Анжелика ДОСЕНКО

Anzelika DOSENKO

Abstrakt:

Abstract: *Ukraine is on the modern stage of the development passes has not easy becoming to increase the education system*

Restructuring and passing to the credit system at higher school results in plenty of necessary innovations. It is possible one that such reform elements counts global introduction of mediatechnologies in the Ukrainian universities and koleges.

Modern Ukrainian educational system of journalism deals with globalization as a progress, and convergence as a result. The convergence processesa of media news–rooms, a few types of facilities of distribution of information – similar words are very important for modern journalism. The amount of materials, devoted researches of multimedia, grows swift rates, but already clear – for different people this concept implies different values.

On the modern stage functioning of the system of formation ukrainian journalistic area is necessity to study, introduction and research the new multimedia technologies of contemporaneity. Journalism is a new area developing progressively and enough quickly. There are base for work in it necessary abilities and skills need for work with a technique. Market development and necessity of introduction there of competition capable shots medias – one of main tasks of higher journalistic school of Ukraine. Media of modern Ukrainian high education establishment is co–operation visual and audioeffects under the management of interactive software with the use of modern technical and programmatic facilities, they unite a phototypograph sound, graphic arts, photo, video in one digital presentation. Media technologies are a certain form of kommunikativistiki, which helps to integrate an educational process by audio–, video–, and internet text formats.

Ключевые слова: *мультимедия, образование, журналист*

Keywords: *media, education, journalist*

Введение

Украина на современном этапе своего развития проходит не легкий процесс становления, и в системе образования в том числе. Реструктуризация и переход на кредитную систему в высшей школе тянет за собой большое количество необходимых инноваций. Одним из таких реформенных элементов можно считать глобальное внедрение медиатехнологий в украинские университеты и коллежди.

Современные мультимедиатехнологии смогли интегрировать в себе не только современный подход к процессам образовательный коммуникаций, но и сами образовательные ресурсы. «Мультимедия и телекоммуникационные технологии открывают принципиально новые методические подходы в системе общего образования. Интерактивные технологии на основе мультимедиа позволят решить проблему "провинциализма" сельской школы как на базе Интернет–

коммуникаций, так и за счет интерактивных CD – курсов и использования спутникового Интернета в школах» [1].

Мультимедиа в современном украинской ВУЗе, это взаимодействие визуальных и аудиоэффектов под управлением интерактивного программного обеспечения с использованием современных технических и программных средств, они объединяют текст, звук, графику, фото, видео в одном цифровом представлении.[2]. Другими словами, *мультимедийные технологии* – это некая форма коммуникативистики, которая помогает интегрировать образовательный процесс с помощью аудио–, видео–, и гипертекстового формата.

В переводе с английского multimedia – многокомпонентная среда, которая позволяет использовать текст, графику, видео и мультипликацию в режиме диалога и тем самым расширяет области применения компьютера в учебном процессе. Изобразительный ряд, включая образное мышление, помогает обучаемому целостно воспринимать предлагаемый материал. Появляется возможность совмещать теоретический и демонстрационный материалы. Тестовые задания уже не ограничиваются словесной формулировкой, но и могут представлять собой целый видеосюжет [4].

Как один из источников реформации образовательного процесса, нельзя обойти гипермедиа, которые изучаются нами как одни из доминирующих. Гипермедиа – это компьютерные файлы, связанные по средствам гипертекстовых ссылок для перемещения между мультимедийными объектами.

Использование вышеупомянутых технологий, на базе института журналистики, на наш взгляд, есть особенно актуальным, потому что во время воспитания современного журналиста ни в коем случае нельзя упускать момент инновационных технологий в этой области. Современная журналистика идет в ногу со временем. Любая из ее отраслей активно использует медиатехнологии, не говоря уже о активно развивающейся на Украине онлайн–журналистике, что активно завоевывает симпатию среди молодежи. Соответственно, очевидным есть то, что ни в коем мере нельзя подготовить конкурентноспособного специалиста на рынке медиа, упуская факт развития интернет–журналистики или навыков работы в данной области.

Глобализация образовательного процесса в области журналистики и активное внедрение медиатехнологий привели к некой реорганизации и самой отрасли. Теперь более уместно говорить о конвергентной журналистике.

Конвергентная журналистика – это результат интеграции информационных и коммуникативных современных технологий в общий образовательно–информационный ресурс. Иначе говоря, это новейшая отрасль журналистики как вида деятельности. Современному украинскому журналисту в XXI столетии все более необходимо владеть профессиональными навыками сразу в нескольких отраслях. Глобализационный процесс позволил решить эту проблему, но вместе с тем и обязал современных специалистов владеть знаниями не только классических методах работы в медиаиндустрии, но и профессионально владеть мультимедийными средствами работы с информацией для повышения оперативности и качества работы медиа отрасли

В последнее время понятие «конвергентность» приобретает синонимического значения с понятием «магистральных преобразований в медиа–сфере». Центральное место проблем конвергенции в современных дискуссиях о грядущих трансформациях информационно–коммуникационной сферы объясняется его

многозначностью и многоплановым трактованием. Конвергенция представляется процессом, который в ближайшие десятилетия может полностью изменить не только системы средств массовой информации и коммуникации, но и различные, связанные с ними, индустрии.

Мультимедийные технологии сферы образования можно классифицировать так:

- компьютерно–програмное обучение;
- изучение базового материала с помощью компьютера;
- приобретение базовых умений и навыков специалиста базе компьютера;
- оценивание знаний и умений студента с помощью компьютера;
- электронные коммуникации (интернет, теле–, радио–).

Программное обеспечение, что используется в информационных технологиях обучения украинскими педагогами в высших учебных заведениях классифицируются:

- системы обучения и контроля;
- поисковые системы;
- моделирующие программы,
- интегрированные программы познавательного характера,
- интегрированные программы универсального характера,
- мультимедиа студии (теле–, радио–, интернет–лаборатории)

Весь перечисленный интрузментарий крайне необходим при воспитании и подготовке онлайн журналиста. Считаю необходимым привести хотя бы несколько примеров мультимедийной журналистики, для подтверждения вышеизложенных тезисов. Среди них можно выделить:

- «включения» – выступления пишущих журналистов перед камерами для СМИ с целью прояснить некоторые аспекты определенных недавно поданных новостей;
- фотогалереи – система ранние неизвестных фотографий, но имеющих непосредственное значение для средства массовой информации, что готово его репрезентовать;
- слайд–шоу снимков
- анонсы новостей, цель которых проинформировать о новости/событии в e–mail или SMS рассылках;
- краткие резюме, которые готовят журналисты для интернет–сферы (почта, блоги и т.д.)
- совместные проекты различных средств массовой информации по сбору информации в самых разных форматах;
- полностью интегрированный отдел новостей.
- Ю.Н. Егорова отмечает, что использование мультимедиа способствует повышению эффективности обучения, тем, что:
 - усвоение знаний происходит не по необходимости, а по желанию учащихся;
 - мультимедиа воспринимается радостно, а радость в свою очередь стимулирует расположение к учебному предмету,
 - предоставляется возможность оценить себя на фоне деятельности других учеников;
 - выдвигается новый объективный критерий оценки своей деятельности: побеждает, выигрывает тот, кто много знает и умеет пользоваться своими знаниями;

- создается возможность дать волю фантазии, снять барьеры страха, боязнь быть смешным, получить плохую отметку и т.д.;
- создается атмосфера сотрудничества всего коллектива и здорового соревнования;
- ученики стремятся самостоятельно преодолеть трудности;

предоставляется реальная возможность использования межпредметных связей [3].

Итак, на современном этапе функционирования системы образования Украины в области журналистики, необходимым есть изучение, внедрение и исследование новых мультимедийных технологий современности. Журналистика – область развивающаяся прогрессивно и довольно быстро. Базовым для работы в ней есть необходимые умения и навыки работы с техникой. Развитие рынка медиа и необходимость внедрения туда конкурентно способных кадров – одна из главных задач высшей журналистской школы Украины.

Литература:

- (1) Досенко А. К. Электронные дневники как социально–коммуникативные единицы современности / А. Досенко. – К., 2012, – 202 с.
- (2) Дронюк С. И. использование мультимедиа технологий в учебном процессе / С. Дронюк. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.com.ua/search?q>
- (3) Егорова Ю. Н. Мультимедиа как средство повышения эффективности обучения в общеобразовательной школе / Ю. Егорова. – Чебоксары, 2000, – 196 с.
- (4) Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 192 с.

Контакты

Досенко Анжелика

(г. Киев, Украина. Киевский национальный университет культуры и искусств. Институт журналистики и международных отношений.)

Dosenko Anzelika

(Kiev, Ukraine. Kiev national university of culture and art. The journalistic and international relationship department)

Лика Лика [Likalive@bigmir.net]

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

THE TENDENCIES OF TRANSFORMATIONS ON TELESIVION

Леся ГОРОДЕНКО – Евгений ЦЫМБАЛЕНКО

Lesya HORODENKO – Yevhen TSYMBALENKO

Аннотация:

Абстракт: Over the past 20 years, Ukrainian TV market has undergone significant changes. These changes appear in several dimensions. In particular, it is an increase of the TV channels list, gradual digitalization, content filling with advertisement, cross-content and virtual advertising, thematic differentiation of the channels, technological expansion including the emergence of cable, satellite, Internet broadcasting, commercialization, globalization through the joining in a media holdings, etc. Transformation processes have somehow affected all aspects of television organizations activities.

The article attempted to study versatile and different aspects of transformation processes in terms of TV digitization, informatization and multimedia. The results were achieved with the help of the identification of general tendencies in the transformation of the television industry and determining the impact of Internet communication on the television activity transformation.

The activity of most Ukrainian top TV channels (Inter, 1+1, Ukrayina, STB, Novyy Kanal, ICTV) is characterized by expressing the media tendencies inherent in the information society such as enlargement, globalization, McDonaldization, westernization, digitization, convergence, tabloidization, interactivity and multimedia.

The authors are defining the following characteristics and causes of television and its functioning on the Internet:

- TV channels began to change the sources of information spreading;
- TV channels output in a network unleashed the existing problem (and one of the main disadvantages) which is time limits;
- by using the options of teletext and Electronic Program channels can provide the viewer with much more information;
- cable channels are trying different ways to attract viewers, such as offer interactive games between network users and chat while watching movies; they allow to conduct program segmentation;
- online TV uses a new, non-traditional for themselves, forms and methods of data submission, etc.

The methods of distribution of the news by Ukrainian TV channels in the web reflect the whole range of specific online broadcasting. In particular, these are the internet hosted online streaming (or live shows), delayed video (program as a whole or individual stories), delayed video on demand. Television news video programs can duplicate traditional news items as well as be the original or versioned ones (partially duplicating the traditional production and containing unique materials).

Ключевые слова: телевидение, трансформационные процессы, тенденции

Keywords: television, transformation processes, tendencies

Рынок украинского телевидения за последние 20 лет претерпел существенные изменения. Эти изменения проявились в нескольких измерениях. В первую очередь, это увеличение количества телевизионных каналов, постепенная дигитализация, насыщение рекламой контента, межконтентная и виртуальная реклама, тематическая дифференциация каналов, технологическое расширение (возникновение кабельного, спутникового, интернет–вещания), коммерциализация, глобализация путем объединения в медиа–холдинги и многое другое. Трансформационные процессы, большей или меньшей мерой, затронули практически все аспекты деятельности телевизионных организаций.

Трансформационные процессы в медиасфере, обусловленные адаптацией СМИ к условиям информационного общества, исследовали украинские ученые Л. Городенко, Е. Цымбаленко, В. Иванов и другие. Актуальные информационные процессы и проблемы украинского телевидения изучали Л. Федорчук, В. Гоян, Н. Симонина. Проблемам развития медиа в информационном обществе уделяли внимание зарубежные ученые: Д. Келнер, Г. Тернер, К. Спаркс, Дж. Тулох, К. Аттон, Г. Дойль, Г. Джекинс, Г. Мензис, Дж. Павлик, Р. Робертсон и другие. Тенденции трансформации телевизионного продукта в информационном обществе на уровне диссертационных исследований рассматривались М. Белоусовой и И. Григорьевой.

Цель статьи заключается в разностороннем и разноаспектном изучении опыта трансформационных процессов на телевидении в условиях дигитализации, информатизации и мультимедийности.

Задания:

- выявить общие тенденции трансформаций в телевизионной сфере;
- определить влияние интернет–коммуникации на трансформацию телевизионной деятельности.

Дигитализация, интернетизация и конвергенция коммуникаций поставила перед традиционными медиа задание: необходимость адаптироваться к современным информационным реалиям. Телевидение не стало исключением; оно столкнулось с классической проблемой – аудитория постепенно переходит в интернет. По информации Media Metrix, более 94 млн. пользователей интернет в США (56% от общей американской численности пользователей интернет) смотрят потоковое видео через интернет. В исследованиях Points North Group идет речь о том, что 28% пользователей сети регулярно просматривают телепрограммы через компьютер или смартфон [5]. Это показывает, что пользователи постепенно отказываются от просмотра традиционного телевидения; у них преобладает просмотр программ на сайте телеканала или через специальные интернет–сервисы.

Интересную статистику, касательно просмотра программ американцами по телевизору и в сети в 2011 г. приводит исследовательская компания Нильсена. Согласно результатам, четко отличались две группы зрителей – те, кто смотрит видео исключительно через телевизор, практически не уделяют внимания онлайн–трансляциям, и те, кто предпочитают просмотр потокового видео в сети и при этом не пользуются телевизором. Существенную конкуренцию просмотру видео через интернет составляет видео, просматриваемое на мобильных устройствах – смартфонах и коммуникаторах. И эта часть постоянно увеличивается [3].

Изучая трансформации телевидения в условиях новых цифровых технологий, исследовательница М. Белоусова выделяет два знаковых аспекта тенденции видоизменения выразительных средств и жанровой палитры [Белоусова]. Автор считает: «Постоянные изменения телевизионных технологий производства журналистских материалов, которые касаются изобразительно–выразительных средств, приводят к трансформации жанровой палитры. Приходит время качественных преобразований телевидения и наших представлений о нем, появляются новые возможности получения и передачи информации» [1, с. 1–2].

Другая ученая И. Григорьева, описывая видоизменения общественного телевидения указывает: «Становление глобального информационного общества предполагает изменения в сфере средств массовой информации и коммуникации, трансформируя традиционные аудиовизуальные медиа согласно требованиям информатизации и конвергенции. Развитие технологий становится не угрозой, а новой возможностью реализации настоящего общественного телевидения, доступного аудитории на различных технологических платформах, в любом формате, и не ограничивающегося лишь телевизионным вещанием» [2, с. 8].

Учитывая огромный опыт практических мультиплатформенных трансформаций на телевидении, авторы стратегии развития «BBC творит будущее» указывают: «Программы больше не будут транслироваться только раз и забываться. Они будут навсегда связаны, мотивированы, вновь проявлены, встроены в большие идеи» [10, с. 14]. Это показывает, что ведущий глобальный канал рассматривает мультиформатность, которая появляется благодаря конвергентным процессам, не только как технологический процесс – это, скорее, новая модель развития контента.

Макдональдизация контента также является путем приспособления медиа к информационному обществу, ведь это упрощает процесс производства контента и увеличивает рекламную привлекательность канала благодаря предсказуемости результата, прибыли. Этой проблеме посвятил раздел своей монографии британский ученый Келнер [8]. Характеристиками макдональдизации является высокая контролируемость, высокая эффективность, высокая предсказуемость, гомогенность, консьюмеризм и ориентация на прибыль. Украинские телеканалы реализуют эту стратегию путем приобретения и адаптации зарубежных форматов успешных шоу. Перенасыщенность контента украинских телеканалов британскими и американскими шоу ведет к вестернизации медиaproстранства, а огромное количество российского медиaproдукта – к русификации. С другой стороны, подобный контент соответствует вкусам зрителей, ведь вестернизация является характерной чертой современной массовой культуры, а русификация свойственна для значительной части постсоветского пространства. Стремление телеканалов следовать вкусам аудитории является еще одной глобальной тенденцией медиасферы – консьюмеризации, когда спрос формирует предложение.

Деятельность большинства топовых украинских телеканалов (Интер, 1+1, Украина, СТБ, Новый канал, ICTV) характеризуется проявлением основных медиатенденций, присущих информационному обществу – укрупнение, глобализация, макдональдизация, вестернизация, дигитализация, конвергенция, таблоидизация, интерактивность и мультимедийность.

Для крупнейших телевизионных вещателей украинского медиaproстранства характерны такие тенденции развития:

- *укрупнение* (объединение в холдинги «StarLightMedia», «InterMediaGroup», «1+1 Media», «MediaGroupUkraine» и др.);
- обеспечение возможности *взаимосвязи* со зрителями через работу официального сайта компании, сайтов отдельных медиа продуктов и программ (по статистике мониторинговых компаний (например, *Bigmir.net*), рейтинг сайта новостной программы *TCH (tsn.ua)* в несколько раз превышает рейтинг сайта канала *1+1 (1plus1.tv)*. Похожая ситуация свойственна и для сайтов телеканала Интер и его новостной программы *Подробности*); возможность комментирования контента пользователями, возможность голосования за участников шоу, возможность зрителей влиять на решения судей шоу;
- *интерактивность*, реализуемая путем создания и поддержки внутреннего форума для различных шоу, а также путем активного привлечения аудитории к голосованию и обсуждению на сайтах каналов и проектов, на форуме телеканалов, на страницах в социальных сетях и на каналах в *YouTube*;
- *трансфер контента*, достигаемый путем возможности пользователей просматривать видеоконтент каналов на их сайтах, в сети на каналах *YouTube* (часто это отдельные каналы для отдельных шоу, передач или потокового вещания), сохранять этот контент, распространять его в социальных сетях, добавлять свой контент (например, проект «Х-Фактор онлайн» на канале *СТБ*);
- *мультиплатформенность*, являющаяся следствием создания сайтов канала и отдельных проектов, а также разработки и распространения (бесплатно или по предоплате) приложений для смартфонов и планшетов с технологической адаптацией формы воспроизводимого контента для маленьких экранов;
- *мобильность* проявляется возможностью быстрого доступа к контенту с различных устройств, быстрым обновлением контента, доступом к нему через мультимедийные приложения для смартфонов;
- *повсеместность* достигается путем размещения похожего по содержанию контента на разных платформах и распространение его различными средствами, а именно: телеэфир, веб-сайт канала, страницы в социальных сетях, аккаунты *YouTube*, приложения для смартфонов;
- активное использование и адаптация наиболее успешных зарубежных форматов шоу, создавая на их основе украинские версии. Это можно считать проявлением *макдональдизации*;
- основным методом обеспечения высокого рейтинга каналов является *таблoидизация* контента. Одним из таких проявлений стало развитие телепродукта в направлении *инфотеймент*;
- эффективная *дигитализация* процесса производства контента (например, создание и поддержка отдельного подразделения *StarLight Digital* в составе *StarLightMedia*);
- *конвергентность* редакций проектов (например, канал *Ukraine Today*, который входит в состав *1+1 Media*, объявил о «полной интеграции конвергентной технологии» [6]), работа с аудиовизуальным контентом, поддержка интернет-сайтов и форумов, присутствие в социальных сетях, разработка мультимедийных приложений и выпуск журналов;

- использование *пользовательского* контента в телепрограммах, полученного из YouTube или социальных сетей.

Основными проблемами развития основных украинских телеканалов являются:

- в сфере обеспечения интерактивности – непоследовательная политика касательно присутствия телеканала в социальных сетях, большое количество страниц–дублеров, что в результате снижает эффективность официального сайта;
- макдональдизация контента, ориентирование на прибыль, консьюмеризм, воспитание «общества зрелищ», игнорирование функций журналистики, кроме развлекательной, деинтеллектуализация зрительской аудитории;
- таблоидизация, которая является наиболее угрожающей в контексте информационно–аналитических программ;
- ориентация на вкусы зрителей, в результате чего часть развлекательного контента на некоторых каналах постепенно становится доминирующей (тенденция *инфотеймента*).

Во время событий 2014–2015 годов, появились проблемы, с которыми телевизионщики, из–за объективных причин, раньше не сталкивались: ведение информационных войн, информационные провокации и противостояние им, освещение событий в условиях вооруженных конфликтов, информационные стриминг–потоки и другое. Хотя основные аспекты такой журналистской деятельности уже давно за рубежом считаются крайне важными, а американские военные декларируют два основных стратегических задания: атака на вражеские центры принятия решений и защита собственных центров принятия решений [4, с. 189].

Телевидение и интернет – два очень похожих по природе и технологиям средства массовой коммуникации, основанных на визуализации передачи информации. Визуальная природа отображения данных делает их эффективными инструментами влияния и формирования общественного мнения касательно событий и явлений настоящего. Идея объединения этих средств спровоцировала появление новой формы сетевой коммуникации, которая, до сих пор, не имеет единого терминологического определения. Интернет–телевидение, интерактивное телевидение, IPTV наиболее часто используются для обозначения синтеза традиционного телевидения и виртуальной сетевой среды.

Основным отличием интернет– и телевизионного контента, являются способы их получения. Зритель, у которого есть свободное время, включает телевизор и с помощью пульта переключает каналы, останавливаясь на том контенте, которые его заинтересует. Интерактивное телевидение из пассивного потребителя информации и данных превращает зрителя в активного творца, а телевизор становится примитивным компьютером. Другими словами, для того, чтобы просматривать те или иные программы, человеку необходимо создать список индивидуального контента, проанализировав перед этим сеть вещания и отобрав самое интересное, а также сделать заказ услуги. Таким образом, подготовительный этап просмотра интерактивного телевидения требует от зрителя значительно больше действий, чем просмотр программ традиционного телевидения. Но в то же время интерактивное телевидение позволяет

просматривать отобранные телепродукты в удобное время, а не подстраиваться под сеть вещания телеканала.

Можем выделить такие характерные черты и причины появления и функционирования телевидения в интернете:

- телевизионные каналы начали менять источники распространения информации;
- выход телеканалов в сеть решил вечную проблему (и один из главных минусов) телевидения – временное ограничение;
- с помощью опций телетекст и электронная программа передач (EPG), каналы могут поставлять зрителю значительно больший объем информации. Кроме того, телетекст позволяет использовать ряд функций интернета;
- телевизионные кабельные каналы пытаются привлечь различными способами зрителей: предлагают интерактивные игры для зрителей и чат во время просмотра фильмов; позволяют проводить сегментацию программы;
- телевидение онлайн использует новые, несвойственные для него, формы и методы подачи информации.

Тем не менее, не смотря на огромные шаги телевидения в направлении интернетизации и мультиформатности, исследования *Reuters Institute for the Study of Journalism (Института Ройтерз по изучению журналистики)* показали: традиционные выпуски телевизионных новостей BBC до сих пор остаются более популярными, нежели веб-сайты с международными новостями [9].

В подтверждение указанной тезы, приведем результаты изучения интернет-присутствия украинских телеканалов. Не все телевизионные каналы «выкладывают» всю свою продукцию для бесплатного просмотра или загрузки из Интернет, а их наличие может быть результатом «пиратской» записи и размещения. Или телеканалы предпочитают транслировать не полностью всю программу, а лишь ее фрагменты. Например, телеканал «Украина» в прямом эфире транслирует новости, а также размещает их запись, но все другие продукты (особенно художественные фильмы и сериалы) не попадают в интернет-эфир. Аналогично поступает Первый национальный канал, который предлагает на выбор три режима качества просмотра в зависимости от технических возможностей пользователя. Канал осуществляет ограниченную трансляцию – исключительно для украинского сегмента Интернет, пользователи из других стран не имеют возможности просмотра новостей этого канала в прямом эфире и записи. ICTV «выкладывает» новости на своем сайте и на YouTube, 1+1 предоставляет отдельные сюжеты на своем сайте и полные выпуски на YouTube. СТБ предоставляет возможность присоединиться к группе и получать «выложенные» сюжеты новостей по запросу.

Популярность видеосервиса YouTube повлекла за собой волну новых программных продуктов, ориентированных на интерактивное телевидение и на интернет-видеоуслуги. Хотя они и не являются настолько масштабными, но американские Joost, Vabelgum, швейцарская Zattoo и другие, также конкурируют с лидерами рынка, предлагая высокое качество показываемого изображения, комментирования видео, оценивания шоу и др. Сервисы пытаются заключить как можно больше партнерских договоров с ведущими мировыми телекомпаниями относительно возможности потокового вещания через собственные серверы и интерактивный доступ пользователей к прямым эфирам, комментированию

телепрограмм и телесериалов. Российские компании также активно работают над предоставлением максимального доступа к разным национальным и международным каналам. Хотя они идут путем «захвата» и ретрансляции онлайн вещания (а не подписания договоров о воспроизведении видео), набор активных каналов является достаточно широким. Например, air–ru.tv предлагает около 900 онлайн–каналов, от ТРК Буковина до BBC World News. Кроме того, сервис предлагает классификацию каналов по стране, тематике и популярности. Существенным недостатком таких бесплатных сервисов является отсутствие основных европейских кабельных телеканалов, которые ведут вещание исключительно на платной основе. Тем не менее, ни на одном из анализированных бесплатных сервисов (около 20 сайтов), несмотря на задекларированное и анонсированное наличие отсутствовали Eurosport, Eurosport2, National Geographic, National Geo Wild и др.

В то время, когда оригинальный сайт канала Eurosport, совместно с Yahoo! предлагает максимальный набор интерактивных услуг. Воспользовавшись интерактивной программой Eurosport Player, пользователь получает возможность выбора различных спортивных событий в режиме онлайн или записи отдельных сюжетов. Например, во время теннисных соревнований болельщик может выбирать корт, с которого ведется трансляция, а во время турниров по снукеру – стол, на котором проходит игра. Кроме того, на сайте предлагается в бесплатном режиме частичный доступ к некоторым событиям, а также ведется частичная ретрансляция спортивных событий параллельно с трансляцией на канале. Также, бесплатно предоставляется возможность текстового комментирования видеособытий профессиональными комментаторами канала (скрипт события). Среди прочих видеослужб – видеодневники известных спортсменов, а также переходы на твиттеры комментаторов, которые работают в прямом эфире, для возможности интерактивного виртуального общения.

Возможность интерактивного взаимодействия предоставляет также официальный сайт Формулы–1: зритель самостоятельно в режиме онлайн может выбирать камеры с которых будет отслеживать ход гонки.

Телевидение остается мощнейшим средством генерирования симуляций, а благодаря своей сетевой природе, которая нашла максимальную реализацию в сетевых структурах, образы, созданные телевизионными технологиями, очень часто определяют восприятие и понимание массовой аудиторией событий и явлений социального бытия.

Способы распространения новостей украинскими телеканалами в сети отражают весь видовой спектр онлайн–вещания. А именно, в интернете присутствует как онлайн потоковое видео (или прямые эфиры), отложенное видео (программы целиком или отдельные сюжеты), отложенное видео по запросу. Телевизионные информационные видеопрограммы могут дублировать традиционные выпуски новостей, так и быть оригинальными (частично дублируют традиционный выпуск и содержат уникальные материалы).

Литература

- (1) Белоусова М. Особенности телевизионного вещания в условиях новых цифровых технологий : современные тенденции развития выразительных средств и жанровой палитры : А–реф. дис. ... к. филол. н.: 10.01.10 / Марина Николаевна Белоусова. – М., 2012. – 18 с.

- (2) Григорьева И. Трансформация общественного телевидения в мультимедийной бреду : зарубежный опыт : А–реф. дис. ... к. филол. н. : 10.01.10 / Ирина Васильевна Григорьева. – М., 2012. – 30 с.
- (3) Любители онлайн–видео меньше смотрят телевизор [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://internetua.com/luabiteli-onlain-video-menshe-smotryat-televizor>.
- (4) Почепцов Г. Тренди, що впливають на розвиток інформаційного простору / Г. Почепцов. — [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/trendi_scho_vplivayut_na_rozvitok_informatsiynogo_prostoru/
- (5) Солонин В. IP TV: соломинка для спасения утопающих / В. Солонин // CNews Analytics [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cnews.ru/reviews/free/telecom2005/articles/iptv.shtml>
- (6) Телеканал Ukraine Today запусив оновлену версію сайту і конвергентний ньюзрум // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://strichka.com/item/14598012>
- (7) Borland J. The TV Is Dead. Long Live the TV / J. Borland / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : wired.com/entertainment/hollywood/news/2007/04/tvhistory_0406.
- (8) Kellner D. Media Spectacle / Douglas Kellner. — London: Routledge, 2003. — 192 с.
- (9) Selva M. Глядачі досі дивляться міжнародні новини по телебаченню, а не в Інтернеті / Meera Selva <http://ua.ejo-online.eu/1093/нові-медіа-та-веб-2-0/глядачі-досі-дивляться-міжнародні-но>
- (10) Thompson, M. (2006) ‘BBC Creative Future’, in C. Sinclair (ed.) Transforming Television: Strategies for Convergence. The Research Centre, Glasgow. – Pp. 10–17.

Контакты

Леся Городенко, доктор наук по социальным коммуникациям

Евгений Цымбаленко, кандидат наук по социальным коммуникациям

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина

igorodenko@gmail.com, 2298543@gmail.com

Lesya Horodenko, Doctor of Social Communications Sciences

Yevhen Tsymbalenko, PhD in Social Communications Sciences

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

igorodenko@gmail.com, 2298543@gmail.com

**INFORMAČNÍ PROSTŘEDÍ KNIHOVNY A PROBLÉM
FORMOVÁNÍ KOMUNIKAČNÍHO OBSAHU****INFORMATION ENVIRONMENT OF LIBRARIES AND THE PROBLEM OF
FORMATION OF COMMUNICATION CONTENT**

Natalia GRABAR

Наталія ГРАБАР

Abstract: *The paper presents the characteristics of communication environment in the libraries from the perspective of axiological approach. The general changes in the library environment under the influence of IT and capabilities of communication interaction are characterized. The work considers features of the communication content for achievement of communication goal of the library.*

Abstrakt: *Práce shrnuje charakteristiky komunikačního prostředí v knihovnách z pohledu axiologického přístupu. Jsou charakterizované obecné změny v prostředí knihovny pod vlivem IT a schopnosti komunikační interakce. Práce se zabývá funkcí komunikačního obsahu pro dosažení komunikačních cíle knihovny.*

Klíčová slova: *knihovna, informační–komunikační prostředí, axiologický trend, komunikační obsah, komunikační cíl.*

Keywords: *library, information–communication environment, axiological trend, communication content, communication goal.*

This material is prepared within the joint research project “Economic and other knowledge in the context of the transformation of international social activity, management and communication” of Pedagogical department of University of Hradec Králové and the UNESCO department for human communication of Petro Vasylenko Kharkiv National Technical University of Agriculture.

Introduction

In the twenty–first century the understanding of the information society has reached a new state. This situation is shortly represented in the work of the Russian scientist – E. Kuzmin, who has pointed out that people need to understand who has created the information and for what purpose [1]. In the modern society was raised a question about importance of quantity or quality of information that became available for the users of global communication networks. In this situation, an important role is played by social and cultural institutions, such as libraries.

Very actual is the issue of information exchange in the library of the educational sphere, which traditionally is a sphere of the broadcasting of the common human values. Under the conditions of the availability of information occurs the necessity of concentration of library activity around the communication aspects of cooperation between the participants of educational process and creation the basis for the realization of communication goal.

The technical problems of information–communication cooperation are headlined in the recent researches and their solution creates new opportunities for selection and transmission most important content from the point of view of the humanistic values of the society. The necessity of convergence of these aspects in the library activity is considered in the works of some Russian and Ukrainian scientists V. Ilganayeva, G. Pocheptsov, A. Sokolov, J. Shraiberg. Moreover, the huge influence of the Internet, its

communication services and resources are considered in the works of such scientists as B. Belousov, E. Buldakova, K. Degtyarev, A. Zemskova, V. Kazakov, T. Maistrovich. It can be noted, that at the moment the information technologies became the most important factor of forming of the communication environment of the modern society and its sub–systems and structures. Herewith, the library is the most important communication channel that concentrates in itself all communicative culture of the modern society. Also, an important direction of the library research is a humanistic content of the library service [2]. The main purpose of library service is the active support of education, socialization processes, personality formation, communication skills and creative potential in the student and professional societies.

The purpose of this material is to justify the need for axiological filling of substantial aspect of the library activity in information–communication society. Objectives of the article are: to characterize general changes in the library environment that have occurred under the influence of IT and capabilities of communication interaction; define the tasks and values of forming of content in library communication; identify the basic features of the library environment that contribute to the expansion of value content in the information–communication activities of the library.

An important content of information–communication activity of the library is the protection of the culture by forming the needed communication environment. Modern library is studied as a system of the specific human relationships, based on the fact that social change is the result of human activity [3, p. 28].

As the researchers note, the current time is characterized by the loss of many values, including the value of the information. So, the quantitative growth of the information in the communication channels leads to loss of its value. This effect is explained by the decline of the dynamics of use of information in the social activity. Increasingly, researchers and professionals are turning to the phenomenon of “knowledge” in the communication channels [1, 2]. This causes the research of the correspondence of information and knowledge in the process of the presentation of humanistic values resting on its qualitative differences. Specification of the hierarchy of human values and identification of its local importance create the preconditions for strengthening of the axiological filling of the content of information.

Improvement of the communication relationships in different communities, especially in the educational sphere, we consider as an important principle of the library communication activity and as a communicative goal of the library service. The value content of the library communication system is an important shield that protects participants of the communication process from the diffusion of the human values. Moreover, educational sphere is one of the channels of communication that broadcast values from the society to the individual. Network organization of the information environment tends to overcome the individualization, because of the need for addition the individual into particular virtual communities for the justification of his presence in the net. It becomes a new form of human existence in the information society under conditions of the new communication environment of the social cooperation. This trend marks expansion of the communication space and communication capabilities of the modern culture. At the same time, the context of the human relations is forming. This was indicated by V. Ilganayeva, who wrote about value system of communication of the modern society that reached the cognitive level of development [4].

Conclusion

Thus, the library is a modern communication center, the tasks of which are creation of the conditions for adaptation of the participants of the communication process, integration of human values into the content of the library service, formation of the space for co-activity and co-creativity. We can conclude that the technological and axiological components of the library information-communication environment are in close interaction.

References

- (1) Кузьмин Е.И. Вызовы и угрозы глобального информационного общества как контекст деятельности библиотек / Е.И. Кузьмин // Современная библиотека. — 2012. — №8. — С. 12–17.
- (2) Ильганаева В. А. Общение: видимое и невидимое в пространстве социального взаимодействия / В. А. Ильганаева. // Філософія спілкування: культура мови, цінності: матеріали міжнар. наук.-теор. конф. 28–30 березня 2012 р. / Відпов. ред. проф. В. М. Вандишев. Х.: Видавництво Савчук О. О., 2012. — 21–23 с.
- (3) Toffler A. The Adaptive Corporation. Aldershot: Gower, 1985, 226 p.
- (4) Ильганаева В.А. Медиа как фактор формирования единства человеческого сообщества /В.А. Ильганаева // Соціальний інжиніринг: моделі й технології: колективна монографія. – К.: КНУКіМ, 2015. – С. 27–48.

Contact address

Natalia Grabar, Ph.D.

Department of cultural universals

Peter Vasilenko Kharkov National Technical University of Agriculture

Artema 43

61 007 Kharkov

Ukraine

E-mail: grabar-ng@mail.ru

Tel.: +38 093 673 26 63

**POTENTIAL MEDIA «IN CONTACT» AND «FACEBOOK»
IN TEACHING STUDENTS****ПОТЕНЦІАЛ МЕДІА «В КОНТАКТЕ» І «ФЕЙСБУК»
ПРИ ОБУЧЕННІ СТУДЕНТІВ****Alexander KHOLOD****Александр ХОЛОД****Аннотація:**

Abstract: *The problem of the study was that today there are no specific methods of remote work with students in the social and political upheavals. Such disasters occurred in Ukraine in November–December 2013, which resulted in a massive lack of students in the classroom. The result was a backlog of students from the study program. To solve the problem, which arose before the teachers, it was necessary to use distance learning. Objective: to establish the potential of the media "In contact" and "Facebook" in the training of students on specialties: "Journalism", "International Law", "International Relations", "Information Technology", "Publishing and Editing", "Advertising and Communication public" in terms of social and political crisis in Ukraine for the period from 1 to 25 December 2013.*

Survey Methodology

To achieve this goal we have defined methodology. Among the methods of empirical research, we turned to this: participant observation, description, qualitative and quantitative (statistical) analysis.

Results of the study

Formulated at the beginning of the study goal was achieved in full. We were able to determine the characteristics of distance learning of the work carried out with students of the University of Kiev in a proactive EuroMaidan (social and political crisis in Ukraine in the period from 1 to 25 December 2013). Among the identified contact should include several features.

Feature 1. In terms of the supply and implementation of remote individual assignments have major impact events associated with peaceful protest Ukrainians in Kiev for EuroMaidan.

Feature 2. In connection with the ambiguous attitude of students to the event on the EuroMaidan events were individual tasks of variability in nature. We take into account the negative and the positive attitude of the students with the help of moderation (mitigate) the wording, volume and time of the job.

Feature 3. Evaluation of the quality of assignments made according to the criteria described above is consistent with the nature and complexity of the tasks assigned.

Feature 4. When commenting assessment (the number of balls in the system ECTS) take into account the political and social orientation of students, as well as a measure of their participation in the events at the EuroMaidan.

Feature 5. Despite the acuteness of protests and political sympathies of students in the assessment of the motivation for the performed remote job honestly say we had significant deficiencies that occur in the texts and procedures for assignments.

Ключевые слова: *Фейсбук, потенциал медиа*

Keywords: *potential media, Facebook*

The problem of research

The problem of the study is that global aggravation of social problems of any society inevitably entails him a chain reaction of local relapse in various spheres of activity of the social actors. In Ukraine, the recent chain of social dislocation, deregulation of the political and social spheres of activity of individuals discovered their weaknesses. Leaders of Ukrainian universities and students reacted differently to the beating of peaceful demonstrators on the night of 29 November 30, 2013 in Kiev's Independence Square. The rectors of major universities of Kiev (Kyiv Mohyla Academy, Taras Shevchenko National University of Kyiv National Aviation University) were on the side of the students and supported their demands. In Ukraine, a wave of the EuroMaidan. Many students of Ukrainian universities in the maximalist gust came to their mini EuroMaidan. The country plunged into a legal nihilism (relative to the current time of power). The students stopped going to classes (lectures already deducted month left to visit the practice, seminars and laboratory sessions before the session where it is necessary to earn points as possible in order to get a positive assessment of any exam or test). Teachers are faced with the problem of students do not go to mass classes do not earn marks for the modules. It should be noted that the majority of Ukrainian students trapped by the wave of social and political protest, did not attend for the final semester (at the end of November and all of December 2013) sessions.

Therefore, they (students) it was not possible to recruit a sufficient number of points for further studies in the next semester. The conclusion is that the vast majority of Ukrainian protesters student should be expelled from universities, which would be more like the situation absurd, because at that time in the more democratic Ukraine law were allowed free assembly, free expression associated citizens.

In order to minimize the effects, negative for a large number of Ukrainian students, faculty members were forced to take adequate measures for the situation. Such measures – the transition to distance learning. Each of the teachers because of their personal research and teaching experience appealed to different (including specific) forms and types of distance learning students.

The object and subject of study

Given the problems we set out the object of the research training of students. In this case, the subject of study was the potential of the media "in contact" with the training of students.

Purpose of the study

Considering the issue, we have formulated the goal of his research: to establish the potential of the media "in contact" and "Facebook" in the training of students on specialties: "Journalism", "International Law", "International Relations", "Information Technology", "Publishing and Edit" , "Advertising and Public Relations" in terms of social and political crisis in Ukraine for the period from 1 to 25 December 2013.

Survey Methodology

To achieve this goal we have defined methodology. Among the methods of empirical research, we turned to this: participant observation, description, qualitative and quantitative (statistical) analysis.

Progress in research

For the first procedure, the study further we mention about the results of studies on specific problems in our work, for example: E. S. Polat (1998); E. S. Polat (2006) and

others. The problems of university distance learning considering B. B. Aysmontas (2014), A. A. Andreev (1997), M. P. Karpenko (2001), V. I. Soldatkin (1999), T. A. Chernjavskaja (2011) and others.

About distance education television reported last century explorers H. Perraton (1988), D. Keegan (1986); D. Garrison, D. Shale (1987); B. L. Lim (1997); J. McNabb (1994) and others. The researchers did not distinguish between the meaning of the terms "distance education" and "distance learning." Among the main features of distance learning authors call:

- separation of teacher and student in time and space H. Perraton (1988);
- inconsistency of communication between teacher and student, the presence of volitional control of the student with his hand (D. Keegan (1986); D. Garrison, D. Shale (1987)).

Since the beginning of the twentieth century, researchers have begun to pay attention to an active e-mail and other Internet tools used in distance education (Lim, 1997). Furthermore votes advocates the idea of distance learning on the Internet, and heard the voices of those who oppose this form of education. For example, a researcher J. McNabb said that "though the students felt that the availability of distance learning courses is much outweigh the absence of good communication between teachers and students, there is still a significant lack of communication technology-based distance learning courses compared to face to face teaching with the class" (McNabb, 1994).

E. Aversa and S. MacCall (2013) into account when offering online training design characteristics of the student to improve the efficiency of the process. A group of researchers under the leadership of A. Brown (T. Green, C. Brown, B. Fine, K. Luterbach, W. Sugar, D. Vinciguerra (2009)) proposed a detailed analysis of the use of video podcasting as a training material and the training facility at the same time (A. Brown and T. Green (2008); A. Brown, C. Brown, B. Fine, K. Luterbach, W. Sugar and D. Vinciguerra (2009); A. Brown and T. Green (2009)).

Interestingly, in our opinion, should be considered research M. A. Cambre (1991), in which he studied the state of the art educational television. In a paper presented at a seminar in absentia Armstrong Laboratory (San Antonio, Texas), the author presented the application and limitations of hypertext technology for distance learning. The problem of online learning has dedicated his work M. Doggett (2014). The researchers examined the preferences of graduate students, the future of Mechanical Engineers in online learning technologies.

E. Gehringer (2010) in their study compared the effectiveness of the implementation of tasks by students on paper and on the Internet. The author came to the conclusion that is not always the technology of online learning is applicable to different types and behaviors of students. By the same conclusion reached by S. Guerrero, and T. Crites (2013), who studied online learning technology mathematical education program graduates students. L. Holtslander, L. Racine, S. Furniss, M. Burles and H. Turner (2012) developed and tested a course online nursing mothers, using qualitative research methods training. An interesting opinion should be considered Kesim A. and E. Agaoglu (2007), who analyzed the paradigm shift in distance education using Web 2.0. The authors focus on social software. Analyzing the higher education in the Pacific Islands, K. Rao and C. Giuli (2010) concluded that in remote areas online training should take into account the peculiarities of local populations. On the need to address the social nature of online learning informs a group of researchers, which included I.-C. Tsai, B. Kim, P.-J. Liu, S. P. Goggins, C. Kumalasari and J. M. Laffey (2008).

Researchers have proposed a theoretical model of the recording and published it in the journal "Educational Technology & Society" in 2009. Then their colleagues went Kristopher M. Joyce and Abbie Brown (2009), which offered the tools of mediation strategies, applied to social networks in the online training. It should be noted that overseas there is a distance learning online magazine administration and Distance Learning Center at West Virginia University.

Among Russian researchers should be called G. V. Vishnevskaya, which draws attention to the fact that among the most popular at present for distance learning should be considered such information and communication technologies in the format of e-learning, which is confirmed by O. A. Shchukin (2008):

- Program Power Point;
- Surfing numerous educational resources and media network.

In our view, quite convenient and widespread today is the online communication (e-mail correspondence, conduct dialogue or chat polylogue by creating a conference on the site). A very common and convenient way of distance learning should be considered and create your own digital resources (website creation, online groups, discussion threads in the group).

It seems interesting to note G. V. Vishnevskaya that "didactic potential of networks for tele-education, first of all, connected with the possibility of an active learner's communicative activity ..." (Vishnevskaya, 2011). Although there are a number of issues.

1. To what extent the current teaching staff is ready to effectively use the didactic potential of the networks?
2. As far as current users of Internet resources ready for the effective integration of didactic potential of networks?
3. In connection with the lightning spreading "the virus" "fragmentary thinking" customers of the students the following questions: how long they can concentrate on their own remote assignments?
4. In view of the weak capacity of ownership of information technology systems (including distance learning technologies) from teachers the following question arises: What is the capacity and speed of performing remote control tasks?

Researcher E. S. Polat in distance learning highlights the following features:

- "Expeditious transfer at any distance information, of any size, any form (visual and audio, static and dynamic text and graphic)";
- "Storage in the computer memory for a desired time, its editing, processing, printing and etc.";
- "Interactivity via a specially created for this purpose multimedia information and rapid communication with the teacher";
- "Access to various sources of information";
- "Work with this information" (Polat, 2006).

Researcher G. V. Vishnevskaya in his work describes the three distance learning technologies:

5. case-technology ("student receives a special set of teaching materials (case) for self-study and periodically consults teachers have created for this regional training center");
6. TV-technology ("television lectures and advice from teachers');

7. network technology (student consultation with "the transfer of the teaching materials on the Internet") (Vishnevskaya, 2011).

So we made a superficial analysis of the currently available results of scientific research, proposed by our predecessors, which was the first procedure of studying the subject of research.

Implementation of the second study procedure involves the identification and classification of traditional and innovative methods of distance learning in higher education.

Among the traditional methods of distance learning is now called Case technology and TV–technology.

To innovative methods of distance learning should include networking technologies, chat sessions, web–class, web forums and newsgroups.

However, innovation in distance learning authors proposes to consider telepresence.

To perform the procedure, a third study (the description of the results of monitoring the implementation of distance learning techniques used by us as a Ukrainian (Kiev), a teacher of high school), we turned to the method of participant observation.

For 10 days in the period from 7 December 2013 to 17 December 2013, the year we remotely (in the social network "in contact") were given the task of six species:

1. Task 1: 5–10 analyze journalistic verbal materials (various genres) on topics related to social protests in Ukraine, Thailand, Russia and the threads that reveal the meaning of the authorities' response to the actions of the Protestants mentioned three countries;
2. Task 2: Search the Internet 10–15 photographic material related to protest events in the EuroMaidan; produce a written analysis of the images;
3. Task 3: to make the Internet search and found an interview 2–3, which tells about the events in the EuroMaidan; I am writing to express their attitude to the media coverage of events taking place in the EuroMaidan;
4. Task 4: Interrogate (from 50 to 75 respondents or 75 and more respondents) on his page on the social network "VKontakte" or "Facebook" on topics related support/conviction or involvement/participation/non–participation in social protests in the EuroMaidan;
5. Task 5: Interrogate (from 15 to 20 respondents – protesters, who are directly at EuroMaidan) on his page on the social networks "in contact" or "Facebook" on topics related support/condemnation or involvement/participation/non–participation in social protests in the EuroMaidan;
6. Task 6: to write an essay or essay on a topic related to the attitude of students to the events at the EuroMaidan, to the reaction of the President of Ukraine Viktor Yanukovich at protest events in the country, to the world's response to peaceful demonstrations in support of the signing of an association agreement between Ukraine and the European Union.

Features 1 steel feed job the following characteristics:

1. the tasks given in chat or in the communications networks, "VKontakte" and "Facebook";
2. sometimes the task required additional instructions (at the request of students).

Analyzing the data, we note that for the analysis of the quality of implementation of tasks assigned by students remotely 1, we turned to the seven evaluation criteria in the

written test proposed in the study M. J. Kreer (2007: 325). The criteria we are transformed into the criteria for the analysis of verbal journalistic material to accomplish the purpose of the study:

1. the general impression of journalistic material;
2. compliance with a given topic (topics related to social protests in Ukraine, Thailand, Russia and the threads that reveal the meaning of the authorities' response to the actions of the Protestants mentioned three countries);
3. organization structure of the text (the analysis of the quality of the title, the presence/absence of Lida, the presence/absence of the genre characteristics);
4. compliance with the stated theme;
5. the depth of the content;
6. cohesion (connectedness of the text);
7. grammatical correctness.

The features of the job 1 are such:

1. the task to be performed quickly (within 5 hours from 1 hour to 5 hours), but not always qualitative (social and political events unfolded quickly enough, every hour; the complicity of many students in the events at the EuroMaidan was obvious that explain the speed and often spoiled the job);
2. the task to be performed occasionally (25 % of cases) formal (verbal material selected events did not match).
3. properly (in 50–55 % of cases), analyzed the events covered in the chosen materials (often in 30 % of cases, there was no depth analysis of the events, almost 65 % of cases there was no cohesion, coherence, text analysis, text in 50–55 % of the cases were not grammatically correct and in 25–30% of cases, the text assignments were incomplete organization structure of the text, almost 80% of cases there was no statement of the overall impression of journalistic material by performing a writing assignment).

Among the features of the job 2, we noted three of these:

1. The selected pictures are sometimes (20% of cases) were repeated;
2. sometimes (in 15–20 % of cases), instead of analyzing the content of the photos offered students their names;
3. Part (25%) returned to students for job completion (of a written analysis of the content of photos).

Features of the job are such three:

1. of the (7.7 %) students found no interviews about the events at the EuroMaidan, and new cosmetic products or a new type of gadget (in social networks were safe at the time to openly express your opinion about the EuroMaidan);
2. the majority (92 %) of the students spoke frankly about the events related to the EuroMaidan, instead of their attitude to the media coverage of the events;
3. 92 % complete the task correctly, 36 % of students expressed support for the protesters, 25 % – against the protesters, and the rest 31 % of the task has been fulfilled anyway.

As a result of the job has been identified 4 such features:

1. in 1.2 % of cases (1 student) without motivation he refused to perform the task and asked to replace it with another;
2. out of the total (98.7 %) fulfilled the task of (96.7 %) students have formulated your question to the audience in support of the protesters at the EuroMaidan, the

other part (3.2 %) to formulate a question, from which it became clear that The asker condemned participants in the EuroMaidan;

3. out of the total (98.7 %) of students who have completed the task, one (1.6 %) students gathered responses from 1456 respondents; 67 % of the students have collected answers from respondents 51–75; 35.3 % of students gathered responses from 76 or more respondents.

When the job was 5, the following features:

1. in two (100 %) cases, the number of respondents was 16 and 39, since not all respondents agreed to voice their opinions;
2. despite the partial fulfillment of the task (the sample should be between 50 to 75 respondents), the work of students was evaluated (they got 5 points out of 6 maximum for the fulfillment of the individual scientific research tasks).

Task 6 was carried out with the fixation of such features (completed assignments were analyzed according to the criteria: 1) ability to find the connection between cause and effect; 2) the ability to formulate the text in accordance with the rules of logical judgments (thesis, argument, and conclusion). According to the analysis of texts 3 essay (60 %) and 2 abstracts (40 %), it was found that:

1. the relationship between cause and effect could be established only 2 (40 %) of students who have completed (5 pers. – 100 %) of the job; 2) 3 (60 %) students were able to formulate the idea, based on the logical structure of the judgments (thesis, argument, conclusion);
2. it was found that all 5 (100 %) of students who have completed the task 6, made a shallow analysis, calling 1–2 cause or reason for replacing the investigation.

CONCLUSIONS

Based on these findings, we formulated a particular distance learning work carried out by us with the students of the Kiev university in the conditions of social and political crisis in Ukraine for the period from 1 to 25 December 2013.

Formulated at the beginning of the study goal was achieved in full. We were able to determine the characteristics of distance learning of the work carried out with students of the University of Kiev in a proactive EuroMaidan (social and political crisis in Ukraine in the period from 1 to 25 December 2013). Among the identified contact should include several features.

Feature 1. In terms of the supply and implementation of remote individual assignments have major impact events associated with peaceful protest Ukrainians in Kiev for EuroMaidan.

Feature 2. In connection with the ambiguous attitude of students to the event on the EuroMaidan events were individual tasks of variability in nature. We take into account the negative and the positive attitude of the students with the help of moderation (mitigate) the wording, volume and time of the job.

Feature 3. Evaluation of the quality of assignments made according to the criteria described above is consistent with the nature and complexity of the tasks assigned.

Feature 4. When commenting assessment (the number of balls in the system ECTS) take into account the political and social orientation of students, as well as a measure of their participation in the events at the EuroMaidan.

Feature 5. Despite the acuteness of protests and political sympathies of students in the assessment of the motivation for the performed remote job honestly say we had significant deficiencies that occur in the texts and procedures for assignments.

Prospects for further research can be:

1. a comparative study of the features of distance learning work carried out with students in a social and political crisis in Ukraine and Ireland; Ukraine and Thailand;
2. to study the features of distance learning work carried out with students of different specialties in a social and political crisis;
3. the search for new potential in distance training work carried out by the students in these conditions.

Reference

- (1) Айсмонтас Б. Б. Научно–методическое обеспечение дистанционной формы подготовки психологов (на примере МГППУ) / Б. Б. Айсмонтас [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ito.edu.ru/2006/Moscow/III/2/III–2–6032.html> (дата обращения – 19.01.2014).
- (2) Андреев А. А. Введение в дистанционное обучение: учеб.–метод. пособ. / А. А. Андреев. – М.: ВУ, 1997. – С. 123.
- (3) Вишневская Г. В. Внедрение дистанционных технологий в процесс обучения иностранному языку студентов–заочников неязыковых вузов // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. [Электронный ресурс]. – Режим доступа до страницы : <http://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie–distantcionnyh–tehnologiy–v–protsess–obucheniya–inostrannomu–yazyku–studentov–zaochnikov–neyazykovyh–vuzov> (дата обращения – 19.01.2014).
- (4) Карпенко М. П. Дистанционное образование как современное средство непрерывного образования / М. П. Карпенко. – М.: МЭСИ, 2001. – С. 56.
- (5) Креер М. Я. Экспертный анализ критериев оценки письменной речи / М.Я. Креер // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2007. – № 32. – С. 322–326.
- (6) Полат Е. С. Организация дистанционного обучения иностранному языку на базе компьютерных телекоммуникаций / Е. С. Полат // Дистанционное образование. – 1998. – № 1. – С. 35–38.
- (7) Полат Е. С. Педагогические технологии дистанционного обучения / Е. С. Полат, М. В. Моисеева, А. Е. Петров ; [под ред. Е. С. Полат]. – М.: Академия, 2006. – С. 234.
- (8) Солдаткин В. И. Проблемы создания и развития открытого образования в России / В. И. Солдаткин // Открытое образование. – 1999. – № 5. – С. 87.
- (9) Чернявская Т. А. Внедрение дистанционных технологий в процесс обучения иностранному языку студентов–заочников неязыковых вузов / Т. А. Чернявская // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 589–590.; также см.: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie–distantcionnyh–tehnologiy–v–protsess–obucheniya–inostrannomu–yazyku–studentov–zaochnikov–neyazykovyh–vuzov> (дата обращения – 20.01.2014).
- (10) Щукина О. А. Преодоление барьеров в межкультурных коммуникациях образования с помощью E–learning / О. А. Щукина // Проблемы

межкультурной коммуникации в современном образовательном пространстве: материалы II Межд. науч.–практ. конф. молодых ученых, аспирантов и студентов, посвященных 20–летию факультета иностранных языков. – Тобольск, 2008. – С. 302–306.

- (11) Aversa, E., & MacCall, S. (2013). Profiles in retention part 1: Design characteristics of a graduate synchronous online program. *Journal of Education for Library Science*, 54(2), 147–161.
- (12) Brown, A. & Green, T. (2008). Video Podcasting in Perspective: The History, Technology, Aesthetics, and Instructional Uses of a New Medium. *Journal of Educational Technology Systems*.36(1). 3–17.
- (13) Brown, A., Brown, C., Fine, B., Luterbach, K., Sugar, W., & Vinciguerra, D. (2009). Instructional uses of podcasting in online learning environments: A cooperative Inquiry study. *Journal of Educational Systems Technology*, 37 (4). 351–371.
- (14) Brown, A.H. & Green (2009), T. How Much Time Students Spend Reading Threaded Discussions in Online Graduate Courses Requiring Asynchronous Participation. *International Review of Research on Online and Distance Learning*.
- (15) Cambre, M.A. (1991). The state of the art of instructional television. In G.J. Anglin, (ed.), *Instructional technology, past, present, and future* (pp. 267–275). Englewood, CO: Libraries Unlimited. Jonassen, D.H. (1992). Applications and limitations of hypertext technology for distance learning. Paper presented at the Distance Learning Workshop, Armstrong Laboratory, San Antonio, TX.
- (16) Doggett, M. (2014), Online Learning Preferences of Engineering Technology Management Graduate Students. *Journal Of Online Engineering Education*, January 2014, from http://www.researchgate.net/publication/273121224_Online_Learning_Preferences_of_Engineering_Technology_Management_Graduate_Students
- (17) Garrison, D. R., & Shale, D. (1987). Mapping the boundaries of distance education: Problems in defining the field. *American Journal of Distance Education*, 1(1), 7–13.
- (18) Gehringer, E. (2010). Online vs. on–paper exams. Proceedings of the 2010 American Society for Engineering Education Annual Conference and Exposition. (pp.1–18).
- (19) Guerrero, S., & Crites, T. (2013). Technology in an online graduate mathematics education program. *Computers in the Schools*, 30(1–2), 191–206.
- (20) Holtslander, L. F., Racine, L., Furniss, S., Burles, M., & Turner, H. (2012). Developing and piloting an online graduate nursing course focused on experiential learning of qualitative research methods. *Journal of Nursing Education*, 51(6), 345–348.
- (21) Keegan, D. (1986). *The foundations of distance education*. London: Croom Helm.
- (22) Kesim, A., & Agaoglu, E. (2007). A paradigm shift in distance education: Web 2.0 and social software. *Turkish Online Journal of Distance Education–TOJDE*, 8 (3), article 4. Retrieved March 27, 2009, from http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde27/articles/article_4.htm.
- (23) Kristopher M. Joyce, Abbie Brown (2009), Enhancing Social Presence in Online Learning: Mediation Strategies Applied to Social Networking Tools // Online

Journal of Distance Learning Administration, Volume XII, Number IV, Winter 2009 University of West Georgia, Distance Education Center.

- (24) Lim, B.L. (1997). Generating an IT Culture in Education. Keynote speech delivered at the Symposium of "Education on Demand", (The Hong Kong Polytechnic University), 22 Apr 1997, Hong Kong.
- (25) McNabb, J. (1994). Telecourse effectiveness: Findings in the current literature. *Tech Trends*, 39–40.
- (26) Perraton, H. (1988). A theory for distance education. In D. Sewart, D. Keegan, & B. Holmberg (Ed.), *Distance education: International perspectives* (pp. 34–45). New York: Routledge.
- (27) Rao, K., & Giuli, C. (2010). Reaching REMOTE learners: Successes and challenges for students in an online graduate degree program in the Pacific Islands. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 11(1), 141–160.
- (28) Tsai, I.-C., Kim, B., Liu, P.-J., Goggins, S. P., Kumalasari, C., & Laffey, J. M. (2008). Building a Model Explaining the Social Nature of Online Learning. *Educational Technology & Society*, 11(3), 198–215. Retrieved March 28, 2009, from http://www.ifets.info/others/download_pdf.php?j_id=40&a_id=876

Contact address

Alexander KHOLOD

Doctor of Philology, Professor of Department of Journalism
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine
akholod@ukr.net

**FILM EDUCATION: COVERAGE OF ACTIVITIES
ASSOCIATION OF FRIENDS OF SOVIET CINEMA
THE "MOVIE-NEWSPAPER" FOR THE YEAR 1929**

**КИНООБРАЗОВАНИЕ: ОСВЕЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТОВАРИЩЕСТВА ДРУЗЕЙ СОВЕТСКОГО КИНО
В "КИНО-ГАЗЕТЕ" ЗА 1929 ГОД**

Anna KHOLOD

Анна ХОЛОД

Аннотация:

Abstract: *The article analyzed the specifics of coverage of The Association of Friends of Soviet Cinema (AFSC) in "Cinema newspaper" for 1929. By focusing on such aspects of AFSC, as the popularization of knowledge about cinema, methods of study and training moviegoer, the creation of collective reviews of scripts and films in order to improve the film industry, the solution scenario problems, the organization fotoamateur sections, forming the Marxist critics, preparation filmprofessionals.*

The purpose of the study is reduced to clarify the specifics of coverage of AFSC, one of the centers of the popularization of knowledge about cinema, specialized newspaper for 1929.

Conclusions

"Cinema newspaper" for 1929 covers various forms of activity of the Association of friends of the Soviet cinema, aimed at the development of film education in Ukraine, activating different journalistic genres, as well as paying attention to the artistic and technical design.

Keywords: *"Cinema newspaper," media text, writing case, moviegoer.*

Introduction

The relevance of the study due to insufficient study of the activities of the Association of friends of the Soviet cinema, the forms of its work aimed at the development of film education in Ukraine in the above period.

Purpose of the research – to find out the specifics of coverage of AFSC, one of the centers of the popularization of knowledge about cinema, specialized newspaper for 1929.

To achieve this goal you need to perform these *tasks*:

1. Familiarize the information contained in the pages of "Cinema newspaper" for 1929.
2. On the basis of analysis of articles "Cinema newspaper" for 1929 to determine the different forms of popularization of knowledge about cinema Partnership Friends of Soviet Cinema.

Progress in research

The development of Ukrainian cinema in the twenties of the twentieth century and the active involvement of the public to improve the work of the film industry led to the emergence of "Cinema newspaper" (1928–1932 years), which became the organ of AFSC (Association of Friends of Soviet Cinema) and special attention is given to various aspects its activities.

The main task of the above organization has been helping the film industry, especially the popularization of knowledge about the movie, which had different forms of implementation.

To improve the level of the Intellectual moviegoer, determine its level of media reception AFSC initiated a survey of spectators, the organization of discussions and debates, meetings with representatives of the UPhMM (Ukrainian photo movie management), discussion of scripts and films, which were created as a result of the collective review. Placed under the heading "In the public debate" they consisted of the evaluation of some representatives AFSC in the form of quotations and approved a resolution ("Read movie satisfactory" [1, p. 4] – the movie "The Tempest"), addressed to the UPhMM.

To solve the problem of organ scenario AFSC not only constantly informed the public about the above critical situation in the film industry, but also in some of the articles pointed out ways to solve the problem scenario. For example, the report on the workshop for writers at the Leningrad film studio ("Workshop for writers" [19]) has information about the frequency of operation (twice a day), educational disciplines (socialist construction, five–year plan, sociology, art, problems of modern literature, Cine , film industry economics, the theory and the sociology of the script, art direction in the Soviet cinema, directing, dramaturgy), the planned number of students (12–15), the teaching staff.

Solving scenic problem due to the organization of the scenario sections Kiev AFSC created Kiev experimental workshop (KEW), the members of which were shooting short films and, according to the anonymous author of the article "The Way of the experimental group AFSC" [21], two years spent "18 experimental studies and more than 250 laboratory training exercise" [21, p. 4].

The result of the KEW became a short film on the theme of the civil war in Ukraine (academic work "Give") and a satisfactory assessment of the selection committee of management UPhMM.

Opposite rated Nala, the author of the article "Slippery experiments" [12], which criticized anyone for dominance theory during the learning process and the lack of creative experience. Emotionally marking article using rhetorical figures ("What is revealed to anyone for two years?", "What's that?", "Slippery experiment!" "Where is the experience?", "What we showed what?" [12, p. 3]) and assessing the above–mentioned negative phenomena title ("Slippery experiments"), the author categorically opposes the further work of these experimental groups.

Activities movies for young workers (kinorobmol) also became the subject of debate, as evidenced by the article A. Kravtsov, "which requires the youth of the film and that she can give him (discussion)" [3], which is arguing with Borisov about the need for the functioning of the aforementioned working groups, refutes opponent them as a source of moviegoers.

It should be noted that the "Cinema newspaper", showing interest in the work of the "young", constantly inform the public about its activities analytical articles ("Three young work" [20] "The first viewing of the movie–young" [16]).

In order to popularize knowledge about cinema AFSC organized photos amateur section, details of which, in particular discussion of the work circles of photosamateur demonstration of its results ("Photo" young mother "[9, p. 4]), the announcement of courses in photography, where there is evidence not only on the exhibition organizer,

duration, payment, and programs that are targeted at different levels of training of students, located in the "Cinema newspaper".

To solve the problem of formation of the Marxist criticism, the essence of which is disclosed in the article "The criticism, reviews, views" [5] and a set of articles ("As it was in Odessa (Some practical observations)" – A. Kravtsov, "Working rural correspondent movie reviewer" – D. Zhuk, "What happens and what you need" – Pole), placed on the second page under the decorated capital letters the title "FOR VIEWING AND OPERATING Marxist Review" AFSC organized club for training movie reviewers.

To reduce the deficit above the frame in the articles offered revitalize the worker and peasant correspondents, indicating specific areas of work with future film critics. D. Beetle for the effective fulfillment of their job offers to provide the necessary cinemaliterature recommends organizing mass film screenings, meetings, evenings critics reviews, drawn up in a movie or screenplay.

AFSC, noting the need for meetings cinemafication schools, initiated a solution to the problem associated with the production of films for children and learning the specifics of the child's perception of media texts.

Devoting part of the seventh number "Cinema newspaper" for the 1929 theme of cinema for children, the newspaper at the beginning of the second page asks "TO BE OR NOT TO BE FILM FOR CHILDREN?", The graphic design which attracts the attention of the recipient. The problem outlined above is detailed in the complex materials with different genre features, combined under the heading "What children watch?" And articles O.A. Kulinich "Cinema and Children", "What movies are most popular with children (According to the Commission study of the cinema spectator child)" [7]. The author notes the negative impact on children's films ("A lot of eyes in our movie theaters drink poison ...") [8, p. 2], "What the UPhMM to arrange for the children of our screens to eliminate the possibility of poisoning children in our theaters ..." [18, p.2], stressing the extent of the threat of the use of token "poison", emphasize the need to attract teachers to provide consultations filmmakers condemn UPhMM inertia with respect to solve the above problem, find out the reasons for the deficit of high-quality film scripts for children.

In the sixteenth edition of "Cinema newspaper" for the 1929 edition again activates public discussion threads films for children, by placing the first and second pages of the calls "NEED foster a healthy proletarian children!", "Teachers and doctors ON FILM PRODUCTION" and creating headings "What makes the UPhMM for children", "How better to do?", "What can we say about children's film." Deserves special attention the article "What young people looking for in a movie (From the book Pravdolyubova – "Cinema and Youth")" [10, p. 2], in which the author MS, reported the results of studies (surveyed 3,000 children aged 12 to 14 years) children and youth audience at the Moscow Institute of methods of school work, focusing on the importance of a permanent study of the needs of children and viewers Filmmakers counseling teaching staff and physicians at the time of film production.

AFSC created a commission to study the moviegoer, which occurred due to the questioning, and an emphasis on the need to intensify this work, reported the results of its work, as indicated by the subtitle ("According to the materials of the commission studying the moviegoers at AFSC") the article «Teachers of children's film "Troy"» [15, p. 2].

Conclusions

"Cinema newspaper" for 1929 covers various forms of activity of the Association of friends of the Soviet cinema, aimed at the development of film education in Ukraine, activating different journalistic genres, as well as paying attention to the artistic and technical design.

Reference

- (1) “Буря” (рубрика “На громадське обговорення”) // Кіно–газета. – 1 лютого 1929 року. – № 2 (8). – С. 4.
- (2) Жук Д. Робселькор кіно–рецензент / Д. Жук // Кіно–газета. – 25 червня. – 1929 року. – №11 (17). – С.2.
- (3) Кравцов А. Чого вимагає молодь від кіна й що вона може йому дати (дискусійна) / А. Кравцов // Кіно–газета. – 20 березня 1929 року. – №5 (11). – С. 2.
- (4) Кравцов А. Як було в Одесі (Кілька практичних зауважень) / А. Кравцов // Кіно–газета. – 25 червня 1929 року. – №11 (17). – С. 2.
- (5) Критика, рецензії, перегляди // Кіно–газета. – 25 червня 1929 року. – №11 (17). – С. 1.
- (6) Кулініч О. Кіно й діти / О. Кулініч // Кіно–газета. – 20 квітня 1929 року. – №7 (13). – С. 2.
- (7) Кулініч О. Які фільми найбільше подобаються дітям (За матеріалами комісії вивчення кіно–глядача дитини) / О. Кулініч // Кіно–газета. – 20 квітня 1929 року. – №7 (13). – С. 2.
- (8) “Мамо, цей дядя її наречений?” // Кіно–газета. – 20 квітня 1929 року. – №7 (13). – С. 2.
- (9) Молода мати (фотографія) // Кіно–газета. – 15 жовтня 1929 року. – № 18 (24). – С. 4.
- (10) М.С. Чого молодь шукає у кіні (Із книжки Правдолюбов – “Кино и молодежь”) /М.С. // Кіно–газета. – 15 вересня 1929 року. – №16 (22). – С. 2.
- (11) “На громадське обговорення” // Кіно–газета. – 1 лютого 1929 року. – №2 (8). – С. 4
- (12) Nala. Слизькі експерименти / Nala // Кіно–газета. – 1 лютого 1929 року. – №2 (8). – С. 3.
- (13) Низові осередки перекликаються (рубрика) // Кіно–газета. – 15 лютого 1929 року. – № 3 (9). – С. 2.
- (14) Низові осередки перекликаються (рубрика) Кіно–газета. – 10 січня 1929 року. – № 1 (7). – С. 3.
- (15) Педагоги про дитячий кіно–фільм “Троє” // Кіно–газета. – 10 січня 1929 року. – №1 (7). – С. 2.
- (16) Перший перегляд кіно–молодняка // Кіно–газета. – 5 квітня 1929 року. – №6 (12). – С. 2.
- (17) Поляк Що буває і що потрібно / Поляк // Кіно–газета. – 25 червня 1929 року. – №11 (17). – С.2.
- (18) Роки минають... ідуть розмови... // Кіно–газета. – 20 квітня 1929 року. – №7 (13). – С. 2.

- (19) Семінар для сценаристів // Кіно–газета. – 1 жовтня 1929 року. – № 17 (23). – С.4.
- (20) Три роботи молодняка // Кіно–газета. – 5 квітня 1929 року. – №6 (12). – С. 2.
- (21) Шлях експериментальної групи ТДРК // Кіно–газета. – 10 січня 1929 року. – №1 (7). – С. 4.

Contact address

Anna Kholod

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

akholod@ukr.net

KYBERŠIKANOVANIE – NEGATÍVNY DÔSLEDOK MÉDIÍ CYBERBULLYING – NEGATIVE CONSEQUENCE OF MEDIA

Zuzana CHMELÁROVÁ – Lucia KRIŠTOFIAKOVÁ

Зузана ХМЕЛАРОВА – Люция КРИШТОФИАКОВА

Abstrakt: Príspevok poukazuje na kyberšikanovanie ako negatívny dôsledok využívania informačno komunikačných technológií. Uvádza špecifiká kyberšikanovania a možnosti prevencie tohoto nežiaduceho javu.

Abstract: Contribution points to cyberbullying as a negative outcome of the using of information and communication technologies. It provides specifics of cyberbullying and the possibility of preventing this unwanted phenomenon.

Kľúčová slova: kyberšikanovanie, špecifiká, prevencia

Keywords: cyberbullying, specifics, prevention

Úvod

Stále dokonalejšie informačno – komunikačné technológie poskytujú ľuďom veľa možností obohatiť svoj obzor o nové informácie akéhokoľvek druhu a tiež vytvárať a udržiavať kontakty s inými ľuďmi, či už kvôli pracovným alebo osobným dôvodom. Informačno komunikačné technológie však, ako nakoniec všetky ľudské vynálezy, môžu byť zmysluplne využívané, ale rovnako aj nebezpečne zneužívané. Konkrétnym prípadom zneužitia moderných technológií, ktorý môže mať ďalekosiahle negatívne dôsledky, je kyberšikanovanie. Klasická definícia Belseyho (In Adamík, Šimegová, Kováčová, 2011, s. 94) hovorí, že „kyberšikanovanie zahŕňa použitie informačných a komunikačných technológií na zámerné, opakované agresívne správanie jednotlivca či skupiny, ktorého cieľom je ublíženie druhým.“ Kyberšikanovanie je, v porovnaní s ostatnými formami šikanovania, fenoménom len posledných niekoľko rokov. Jeho výskyt a následný rozvoj je spojený predovšetkým s dostupnosťou mobilných telefónov a s možnosťou zachytenia audiovizuálnych záznamov. Podľa psychológa J. Kohuťára „na rozdiel od klasického šikanovania, pri kyberšikanovaní nezostávajú viditeľné stopy po ublížení. Ak sa obeť nezdôverí blízkym alebo nezakročia svedkovia, ťažko sa odhaľuje. Agresori sa sami nepriznajú a obeť tiež taja, že sú kyberšikanované. Priznajú sa len v 1 prípade z 5, aj to keď už je situácia vyhrotená na maximum“ (www.Zodpovedne.sk).

Na obzvlášť závažný druh kyberšikanovania objavujúci sa na našich školách upozorňujú Hanuliaková a Hollá (2008, s. 6). Ide o „tzv. happy slapping, ktorý ukrýva v sebe činy šikanovania zaznamenané a spracované do podoby videí, ktoré sú uverejnené na internete“.

Špecifiká kyberšikanovania

Kyberšikanovanie sa môže šíriť veľmi rýchlo a dosiahnuť také rozmery, aké nie sú u ostatných foriem, napr. priamom fyzickom či psychickom šikanovaní, mysliteľné. Keď vezmeme do úvahy štatistické zistenia, že so šikanovaním sa stretol v nejakej forme každý piaty žiak, uvedomujeme si, že je nutné venovať tomuto negatívne javu zvýšenú pozornosť. Autori Vágnerová (2011, s. 94 – 96) a Brestovanský (In Adamík, Šimegová, Kováčová 2011, s. 94 – 96) uvádzajú v svojich prácach špecifiká kyberšikanovania. Ich porovnanie s klasickým šikanovaním uvádzame v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 1: Porovnanie kyberšikanovania a „klasického“ šikanovania

Kyberšikanovanie	Klasické šikanovanie
Anonymita	
Agresor zostáva často v anonymite, používa anonymné mailové adresy alebo pseudonymy, falošné profily na sociálnych sieťach, technicky zdatný anonymný agresor sa nemusí báť, že by bol vypátraný, a to mu dáva voľný priestor, aby svoje útoky stupňoval.	Agresor je vždy známy, vždy fyzicky prítomný v skupine.
Agresor	
Nemusí to byť fyzicky a sociálne silný jedinec, môže to byť ktokoľvek, kto je zdatný v informačných technológiách.	Väčšinou je to fyzicky alebo sociálne silný jedinec.
Obet'	
Rovnako ako agresorom i obeťou sa môže stať ktokoľvek, vyššie riziko však hrozí deťom, ktoré sú na mobilných telefónoch a počítačoch závislé.	Ktokoľvek, ale musí byť fyzicky prítomný v skupine, kde sa šikanovanie odohráva.
Časová a priestorová neohraničenosť	
Agresor môže obeť prenasledovať kdekoľvek a kedykoľvek.	Je založené na fyzickom stretnutí agresora a obeť, ktoré je možné čiastočne predpokladať a niekedy je možné sa mu i vyhnúť, ide spravidla o opakujúce sa miesta a časy (napr. cez prestávky v triede), ktoré je možné preventívne ošetriť.
Absencia fyzického násillia	
Priame znaky nemusia byť dlhší čas zjavné rodičom či učiteľom, keďže ide o psychické ubližovanie.	Často sa objavujú priame znaky šikanovania, ktoré by si dospelí mohli všimnúť (poranenia, roztrhaný odev, strata vecí, vreckového a pod.)
Opakovanie útokov	
Pri kyberšikanovaní sú napr. úražlivé e–maily, sms–ky, odkazy na webové stránky uložené a obeť si ich môže opätovne čítať, znovu sa jej pripomínajú a útoky sú teda čímsi neukončeným, trvale pôsobiacim. Napísané slová majú ďaleko tvrdší dopad ako slová hovorené.	V prípade dlhodobého fyzického šikanovania je každá jeho jednotlivá akcia vždy jednorazová, a teda vždy určitým spôsobom ukončená záležitosť.
Šírka publika	
Odohráva sa rýchlo, pred veľkým publikom a s dlhodobou odozvou. Divákovi kyberšikanovania sa môže stať ktokoľvek na svete, navyše platí, že kyberšikanovanie sa nemusí odohrávať opakovane, stačí keď agresor raz zavesí napr. ponižujúcu fotografiu obeť na web.	Publikum je obmedzené počtom zúčastnených, kde sa šikanovanie odohráva (trieda).

Zdroj: Adamík Šimegová, Kováčová (2011), Vágnerová (2011)

Prevenia kyberšikanovania

Napriek tomu, že kyberšikanovanie sa odlišuje od iných foriem šikanovania, pri prevencii treba uplatňovať tie isté tri podstatné zásady, ktoré platia i pre všeobecné šikanovanie. Brestovanský (In Adamík, Šimegová, Kováčová a kol., 2011, s. 99) ich uvádza takto: „1. dať vedieť všetkým žiakom, že v riešení ich problémov nie sú sami, 2. že nie sú vinní za to, že sú šikanovaní, 3. že s týmto problémom je možné niečo pozitívne spraviť.“

V odbornej metodike vypracovanej Výskumným ústavom detskej psychológie a patopsychológie dieťaťa v Bratislave s názvom Nástrahy dnešnej doby v kontexte školskej triedy, ktorá je súčasťou komplexného poradenského systému prevencie a ovplyvňovania sociálno–patologických javov v školskom prostredí sa hovorí, že prevencia na pôde školy musí byť realizovaná dvojakým spôsobom. Prvý smeruje k žiakom a jeho cieľom je dosiahnuť, aby si žiaci osvojili základné pravidlá bezpečného užívania internetu. Druhý buduje na prístupe školy ku kyberšikanovaniu samotnému. Je nutné vytvoriť efektívny plán prevencie kyberšikanovania ako súčasť preventívnej stratégie školy. Jej základným princípom má byť to, že „ide o školu, kde sa šikanovanie netoleruje v žiadnej podobe.“ Problematike kyberšikanovania a jeho prevencie je nutné venovať pozornosť nielen na hodinách informatiky, ale i v rámci mediálnej výchovy na ďalších vyučovaných predmetoch a tiež v rámci triednických hodín. Je potrebné, aby si žiaci osvojili pravidlá bezpečného správania sa detí vo virtuálnom svete, ktoré Vágnerová (2011, s. 99 – 102) zhrnula nasledovne:

- diskretnosť a anonymita – neuvádzať nikomu neznámemu svoje osobné údaje,
- odstup – nedohodnúť si schôdzku s niekým, s kým sa zoznámil na internete,
- zastráňovanie – nereagovať na nevhodné sms alebo e–maily, všetky znepokojujúce skutočnosti nahlásiť dospelému,
- opatrnosť – neotvárať e–maily alebo chatové správy od osôb, ktoré nepoznajú,
- závislosť – voľný čas tráviť pri čo najširšej škále aktivít, nielen pri počítači,
- kontrola a prevencia – zablokovať prístup detí k obsahu, ktorý nezodpovedá ich veku.

V oblasti prevencie kyberšikanovania sa na Slovensku angažujú viaceré občianske iniciatívy napr. Združenie eSlovensko, ktoré vytvorilo niekoľko úspešných projektov. Niektoré z nich uvádzame ako príklad veľmi vhodného a aktívneho prístupu k riešeniu negatívnych spoločenských javov a zároveň ako inšpiráciu pre prácu v tejto oblasti. Projekt Zodpovedne.sk má zvyšovať povedomie, šíriť osvetu o zodpovednom používaní internetu, mobilnej komunikácie a nových technológií. Ďalším projektom je Pomoc.sk, ktorého úlohou je zdieľať skúsenosti iných národných centier pre bezpečnosť informačných technológií. Tretím dôležitým projektom je Stopline.sk. Jeho cieľom je prevádzkovať národného centra pre nahlasovanie nezákonného obsahu alebo činností na internete. Pre deti mladšieho školského veku je určený projekt OVCE.sk. Je to animovaný seriál, ktorý formou rozprávok šíri osvetu o rizikách internetu, mobilov a nových technológií. Špecificky na šikanovanie sa zameriava projekt KYBERŠIKANOVANIE.sk., ktorého cieľom je rozšíriť povedomie ľudí o rozličné aspekty kyberšikanovania.

Záver

V dnešnej dobe je nemysliteľné, aby sme deťom alebo mladým ľuďom zakazovali využívať informačno komunikačné technológie. Veď počítače a telefóny, internet sú súčasťou ich každodenného života. Úlohou rodičov a učiteľov je výchovne pôsobiť tak, aby sa deti a mladí ľudia správali zodpovedne a využívali ich na pozitívne účely, ktoré budú prínosom pre nich samých aj ľudí, ktorí sú s nimi v kontakte a nie naopak. Aby ich nevyužívali ako silný nástroj na ubližovanie, na šikanovanie či už svojich rovesníkov alebo iných ľudí.

Literatúra

- (1) ADAMIK ŠIMEGOVÁ, M., KOVÁČOVÁ, B. 2001. *Šikanovanie v prostredí školy*. 1. vyd. Trnava: Pedagogická fakulta Trnavskej univerzity, 2011. 262 s. ISBN 978–80–8082–484–6.
- (2) HANULIAKOVÁ, J., HOLLÁ, K. 2008. Agresívne správanie sa žiakov a ich vplyv na klímu triedy. *Vychovávateľ*. roč. LVI, č. 4. 2008. s. 5 – 9.
- (3) VÁGNEROVÁ, K. a kol. 2011 *Minimalizace šikany*. 2. Vyd. Praha: Portál, 2011. 152 s. ISBN 978–80–7267–912–5.
- (4) www.kybersikanovanie.sk [online]. 2015 [cit. 2015–10–01]. Dostupné z WWW: <<http://www.kybersikanovanie.sk>>.
- (5) www.ovce.sk [online]. 2015 [cit. 2015–10–05]. Dostupné z WWW: <<http://www.ovce.sk>>.
- (6) www.pomoc.sk [online]. 2015 [cit. 2015–10–2]. Dostupné z WWW: <<http://www.pomoc.sk>>.
- (7) www.stopline.sk [online]. 2015 [cit. 2015–10–01]. Dostupné z WWW: <<http://www.stopline.sk>>.
- (8) www.zodpovedne.sk [online]. 2015 [cit. 2015–10–01]. Dostupné z WWW: <<http://www.zodpovedne.sk>>.

Kontaktná adresa

PhDr. Zuzana Chmelárová, PhD.
Katedra pedagogiky NHF
Ekonomická univerzita v Bratislave
Dolnozemska cesta 1
852 35 Bratislava
e-mail: zuzana.chmelarova@euba.sk

Ing. Lucia Krištofiaková, PhD., ING–PAED IGIP
Katedra didaktiky odborných predmetov
DTI v Dubnici nad Váhom
Ul. Sládkovičova 533/20
018 41 Dubnica nad Váhom
e-mail: kristofiakova@dti.sk

VNÍMÁNÍ TV PŘEDPOVĚDÍ POČASÍ DIVÁKY PERCEPTION WEATHER FORECASTS OF TV VIEWERS

Jan CHROMÝ – Radka BALAKOVSKÁ

Ян ХРОМЫ – Радка БАЛАКОВСКА

Abstrakt: Příspěvek se zabývá vnímáním diváků při televizních předpovědích počasí. Autoři se zabývají různými aspekty, které ovlivňují pozornost diváků. V příspěvku jsou uvedené také vybrané závěry dotazníkového šetření.

Abstract: The paper deals with the perception of viewers in television weather forecasts. Authors deal with various aspects and their impact on the viewers' attention. The paper presents selected conclusions of the survey.

Klíčová slova: televize, vnímání diváků

Keywords: television, perception of viewers

The article is prepared within the joint research project “Economic and other knowledge in the context of the transformation of international social activity, management and communication” of Pedagogical department of University of Hradec Králové and the UNESCO department for human communication of Petro Vasylenko Kharkov National Technical University of Agriculture

Úvod

Tento příspěvek přináší úvodní studii projektu, jehož cíl spočívá v analýze schopnosti TV diváků rozlišovat přijímané informace při TV zprávách o počasí, způsobu, jakým mu jsou předávány a jak působí na diváka.

Každá TV stanice je zaměřená na určitý typ diváka z hlediska marketingu. Na druhé straně existují individuální styly vnímání diváků, které působí podvědomě. Mimo jiné souvisí s hodnotovým systémem diváka, podle kterého si vybírá, zda vůbec, případně na které TV stanici bude zpravodajství sledovat.

V etapě, jejíž výsledky jsou v tomto příspěvku předloženy, je cílem zjistit, zda současný divák přijímá informace přesně tak, jak jsou mu předávány či vnucovány, případně co ho může ovlivňovat mimo obsah předávaného sdělení. Výchozí hypotézou bylo, že divák je schopen rozlišovat přijímané informace a způsob, jakým mu jsou předávány.

Výhodou TV je komunikační síla audiovizuálního sdělení, které vyžaduje pouze pozornost svého publika. Na druhou stranu potlačuje schopnost myslet, protože sama určuje, co v kterou hodinu a v jakých souvislostech divák uvidí. Sledování TV sice divák může kdykoliv ukončit nebo přepnout na jinou TV stanici, ale to předpokládá schopnost diváka umět s médii pracovat a nepodléhat jejich vlivům.

Dnešní generace teenagerů je bohužel mnohdy odchována sledováním TV s její, mnohdy pochybnou kvalitou pořadů. Schopnost rozlišovat sdělované informace se snižuje, většina diváků informace pouze přijímá, nikoli však třídí a ověřuje, viz např. dlouhodobě prováděná mezinárodní šetření PISA (Programme for International Student Assessment).

Zastánci TV argumentují její relaxační, informativní a terapeutickou silou (redukce stresu, neškodná ventilace emocí). Naopak odpůrci vytýkají TV zejména šíření kýchovitých a násilných motivů. Informační funkci sice nezpochybnují, ale varují před nadbytkem množství informací, které může vést k určité apatii, prohloubení konzumního přístupu k životu a třeba i nechut' čist, což v důsledcích vede ke snižování schopnosti kultivovaného slovního projevu. K tomu se přidávají zdravotní následky

(zhoršený zrak, neschopnost koncentrace, špatný spánek) a v důsledku toho celkový zhoršený fyzický stav, který se promítá do zhoršeného psychického stavu (L. Urban a kol., 103).

TV zpravodajství

TV zpravodajství je prezentace a poskytování získaných informací, které se uskutečňuje prostřednictvím pravidelných zpravodajských pořadů. Zpravodajské relace mívají pevně stanovený časový rozsah a stabilní zařazení ve vysílacím schématu konkrétních TV stanic.

TV zpravodajství má funkci informační (J. Chromý, 2014). Snaží se aktuální události zachytit, popsat a za pomoci technických prostředků předat různorodému publiku. Dynamickým zaváděním nových elektronických technologií využívá nových obrazových prvků (digitálních triků, počítačové grafiky a animace), zvukových reálií a dalších slovních i mimoslovních výrazových prostředků (osobnost moderátora, mimika, gestika, apod.).

Předpověď počasí vychází z meteorologie, tedy z prognóz založených na využití poznatků o fyzikálních zákonitostech. Počasí je definováno mnoha faktory. K předpovědi počasí je třeba tyto faktory sledovat a k tomu slouží mnoho technických zařízení a přístrojů. Nicméně povaha zemské atmosféry a složitost různých přírodních procesů znamená, že předpovědi nejsou zcela přesné a neomylné, což můžeme posoudit z vlastních zkušeností. Český hydrometeorologický ústav poskytuje zdrojové informace o předpokládaném vývoji počasí pro média. Každá TV stanice tyto informace zpracovává podle svých zvyklostí. Předpovědi počasí, v podobě známé z TV vysílání, řadíme mezi zpravodajství krátkodobé s krátkodobými účinky (znalost relativně krátkodobé předpovědi počasí).

Vnímání divákem

Divák vnímá prezentaci informací jako předem očekávané představení, aniž by se komunikace sám aktivně účastnil. Jednoznačně jde o komunikaci jednosměrnou. S jistou dávkou zjednodušení lze diváky rozdělit na dvě základní skupiny:

- Pasivní – je obětí mediální manipulace;
- Aktivní – je schopna odolávat manipulaci a svobodně interpretovat mediální sdělení.

Při vnímání divák, podvědomě zpracovává to, co v daný okamžik registrují jeho smysly (zrak, sluch). Přicházející podněty procházejí procesem smyslového vnímání. Divák je teprve pak schopen informace třídit a zařadit.

Vnímání je selektivní proces. Podněty jsou zpracovávány podle důležitosti, na základě hodnotového systému, potřeb, zájmů, očekávání. Do tohoto vnímání se výraznou měrou promítají jedinečnost dané osobnosti, vlivy sociálního prostředí, kultury a vzdělávání.

Divák od předpovědi počasí očekává přehledné informace se slovním komentářem, které si snadno zapamatuje i po skončení pořadu. Z hlediska vnímání obrazu a zvuku můžeme vycházet ze zásady, že by měly být v naprostém souladu. K tomu co vidíme, bychom měli slyšet odpovídající zvuk.

Požadované informace divákům sdělují moderátoři. Základními hledisky při jejich výběru pro TV předpovědi počasí jsou zejména schopnost jednosměrné komunikace s využitím různých technických prostředků, jejich rétorika a osobnost. V neposlední řadě rovněž záleží na jejich vzhledu a schopnosti kvalitní neverbální komunikace, která bývá v tomto případě předem připravována. To vše různou měrou a způsobem ovlivňuje

vnímání na straně diváka. Na vnímání se svým určitým způsobem podílí také používané technické (mediální) prostředky a některé další vlivy, např. barvy či barevné kombinace, kterými se mimo jiné zabývá Color marketing. Jednotlivé barvy a kombinace prokazatelně vzbuzují zájem publika, podporují sledovanost, přitahují pozornost (J. Dannhoferová, 2012).

Analýza TV stanic

Pro analýzu jsme vybrali TV stanice, které vysílají moderované předpovědi počasí. V dnešní ČR to jsou veřejnoprávní ČT1 a soukromá Nova.

Česká televize

ČT1 vysílá předpověď počasí v 18,56 h. v délce cca 4 minuty mezi stručným přehledem zpráv a hlavní částí Událostí, kdy moderátor zpráv plynule předá slovo moderátorovi počasí.

Studio pro předpověď počasí je převážně laděno do odstínů chladných barev – od šedivé po modrou, která převažuje. Velká virtuální obrazovka, na které jsou promítány informace, zabírá po většinu vysílacího času asi dvě třetiny kamerového záběru, ve zbylé třetině obrazovky, tak jak vidíme ve svém TV přijímači, se pohybuje moderátor/ka. Informace promítané na velkoplošné virtuální obrazovce jsou výrazné s dostatečně velkými číslicemi a písmeny. Vizuální stránka předpovědi je doprovázena slovem a mírnými gesty moderátorů. Každou změnu sdělovaných informací na obrazovce řídí sám moderátor dálkovým ovládáním skrytým v dlani.

Moderátoři ČT1 jsou vesměs vzděláni ve vhodném oboru na MFF UK, resp. mají v oboru dlouholetou praxi. Lze tedy předpokládat, že všichni dobře rozumí předávanému sdělení a byli by schopni ho okamžitě bez přípravy vysvětlit. Všichni čtyři moderátoři působí klidně, vyrovnaně, elegantně a upraveně. Pánové jsou vždy oblečeni v obleku s košilí a kravatou, dámy v šatech či kostýmech. Barvy a styl oblečení jsou voleny tak, aby nerušily sdělované informace.

Moderátor začíná stručným shrnutím počasí toho dne z různých částí republiky (někdy i ze zahraničí) doprovázeným obrazovým materiálem. Dále následuje dlouhodobá předpověď, zpracovaná graficky, doprovázená slovním komentářem. Poté je dán prostor zajímavým fotografiím diváků s ukázkami povětrnostních podmínek daného dne z různých částí naší republiky. Dále jsou zobrazeny i s komentářem informace o východu a západu slunce, stavu ozonu, UV záření a informace o bio zátěži na následující den. Následuje předpověď počasí na noc a následující den – vyobrazené symboly (slunce, déšť, mraky, bouřka, směr větru apod.) jsou doprovázené slovním komentářem. Na konci moderátor „nasměruje“ diváka na Události, případně se rozloučí s divákem.

TV Nova

TV NOVA zařadila zprávy o počasí až po hlavní zpravodajské relaci a sportovním zpravodajství v čase cca 20,15 h a moderátor/ka stačí vše sdělit během minuty a půl.

Hned po úvodní znělce se na celé obrazovce objeví mapa a před ní stojí moderátor/ka. Barvy se střídají od modré, přes zelenou a hnědou. Informace jsou zobrazovány srozumitelně, moderátor/ka doprovází zobrazované symboly slovem. Jelikož je mapa se znázorněnými symboly přes celou obrazovku, působí moderátor rušivě, protože vždy zakrývá část informací

Součástí studia je zakřivená projekční stěna o velikosti 20 metrů čtverečních s Ultra HD rozlišením. Grafiku mohou moderátoři ovládat pohybem a gesty pomocí konzole Kinect umístěnou nad kamerou. Mluvené slovo je doprovázené gesty, někdy je jejich gestikulace nadbytečná.

U všech tří se dá předpokládat dobrá jazyková vybavenost, nikoli však znalost oboru meteorologie, jde spíše o moderátory–herce. Přesto lze konstatovat, že pro rozsah sdělovaných informací je moderátor–herec dostačující.

Všichni tři moderátoři mají tendenci mluvit občas rychle, aby stihli divákovi říct co nejvíce informací v krátkém časovém úseku. Oblečení jsou moderně, někdy jejich oblečení hraničí s extravagancí či diktátem módy. Barvy oblečení jsou výrazné, někdy rušivě působí v souvislosti s promítaným obrazem. Projevuje se tendence vpíjet se do barevného pozadí. Někdy se při zpravodajství projevují prvky infotainmentu, kdy zajímavost informace vytlačuje její užitečnost pro diváka.

Moderátor/ka začne ihned po znělce velmi stručným přehledem toho, co ovlivňuje počasí na území České republiky. Poté se přepne obraz s předpovědí na následující den a noc a předpověď je zakončena výhledem na celý týden a celá předpověď počasí končí. Symboly jsou vcelku dobře čitelné, pokud je právě moderátor nezakrývá svým tělem. Informace jsou rychlé, divák si musí rychle „vybrat“ svou oblast, aby se dozvěděl, jaké počasí bude. Pokud chce divák cestovat a dozvědět se více o místě dojezdu, pravděpodobně se bude muset podívat na předpověď i jinde, protože si informace patrně není schopen zapamatovat (jsou v rychlém sledu za sebou), nebo je s relativně vysokou pravděpodobností nevidí (moderátor zakrývá část mapy).

Názory TV diváků

Pro výzkum byla zvolena různorodá skupina diváků, kteří se lišili pohlavím, věkem, vzděláním a bydlištěm (celá ČR).

Kladené otázky:

1. Na které TV stanici se díváte na předpověď počasí v hlavním vysílacím čase a proč?
2. Co si z předpovědi pamatujete nejvíce?
3. Co se vám líbí a co nikoliv?

Odpovědi na 1. otázku

Předpověď počasí na TV Nova sleduje 65 % vybraných diváků. Z toho 90 % z nich odpovědělo, že je to proto, že hned potom dávají jejich oblíbený seriál, nebo že jsou zvyklí dívat se na NOVU (striktně selektivní diváci). Někteří z nich přiznali, že předpověď počasí uváděnou na ČT1 z časových důvodů nestíhají. Jako důvod uvedli pozdní příchod ze zaměstnání, dobu večere či ukládání dětí ke spánku.

Zbýlých 35 % odpovědělo, že se na ČT1 dívají vždy pro nestrannější zpravodajství a ucelenější informace. 98 % z nich si pamatovalo, jaké počasí bude následující den i výhledově na celý týden, nicméně některé informace považují za zbytečné (např. ukázky kupovité oblačnosti, zajímavé fotografie zaslané diváky).

10 % diváků přiznalo, že se dívá na předpovědi počasí na obou TV stanicích.

Odpovědi na 2. otázku

40 % diváků ČT 1 odpovědělo překvapeně: „přeci jaké bude počasí, proto se na to dívám!“. U diváků TV NOVA byly odpovědi mnohem „zajímavější“. Téměř 85 % diváků si z předpovědi zapamatovalo nepřesné informace, zato všichni téměř shodně komentovali, co měla moderátorka na sobě, zda jí to slušelo, či zda měl moderátor opět ruku v kapse (neverbální komunikace – posturologie). Někteří dokonce konstatovali, že předpověď počasí nestihli pořádně sledovat díky chvilkovým rušivým vlivům v domácnosti (šum).

Odpovědi na 3. otázku

Odpovědi na tuto otázku občas činily respondentům obtíže, které se projevovaly určitou neschopností formulovat vlastní pocity. Ať už tato neschopnost pramení z čehokoliv, projevuje se zde do značné míry pohodlnost v myšlení – spoustu věcí vykonáváme jaksi automaticky a nepřemýšlíme proč. Možná si ani neuvědomujeme kolik informací, činností či společenských konvencí ve svém životě přijmeme za své, aniž bychom se zamysleli, zda je to naše původní myšlenka, či jsme ji jen přejali nebo nám dokonce byla nucena.

U předpovědi počasí na ČT1 diváci kritizovali občasnou rychlost řeči a nejazykové zvuky (příliš hlasitý nádech, občasná mlasknutí) u některých moderátorů (neverbální komunikace – extralingvistické prvky sdělení), či udávání rychlosti větru v metrech za sekundu. Pro většinu lidí je snazší si představit běžněji používanou rychlost v km za hodinu (např. v dopravě), než si rychle přepočítávat a představit si udanou rychlost větru v metrech za sekundu (proces dekódování sdělení). Na některé diváky působil rušivě závěrečný odchod moderátora z obrazovky, kdy měli pocit, že jim moderátor vyleze z obrazovky do pokoje (neverbální komunikace – pocit narušení osobního prostoru).

Na druhou stranu oceňovali přehlednost informací a to, že moderátor nijak nenarušuje sdělované informace (moderátor svou osobností, oblečením a gestikulací nepředčí to, co je cílem sdělení). Jedním divákem byla hodnocena barevnost studia jako „příliš mnoho modré“.

U počasí na TV NOVA si diváci občas pletli moderátorky (podobná stylizace osobnosti). S naprostou přesností vždy věděli, zda jim to dnes sluší, že mají krásné nohy (pánové), krásný účes, příp. šaty a kde by mohly přesně takové sehnat (dámy), jestli měl moderátor opět ruku v kapse (tento postoj moderátora je hodně diskutován jak mezi diváky samotnými, tak v diskusích na internetu), či moderátorka krásně pohupuje boky. Terčem kritiky se stala i skutečnost, že nevidí předpověď v celé České republice, protože je vždy část skryta za zády

moderátora. Všechny 100 % vybraných diváků se pozastavilo nad termínem pocitová teplota.

Nejen, že je někdy uváděná se stejnými hodnotami jako teplota normální, ale zároveň si všichni uvědomují, že každý z nás má jinou vlastní pocitovou teplotu. Někomu je zima při např. 25 stupních na sluníčku a někdo chodí v tričku s krátkým rukávem při 12 stupních celsia. Tzv. pocitová teplota se mění s věkem, stupněm únavy i celkovou termoregulací těla.

Další zajímavostí je, že 10 % diváků, kteří se dívají na předpovědi počasí na obou stanicích, upozornilo na fakt, že se předpovědi na těchto stanicích někdy velmi liší!

Závěr

Předpověď počasí je disciplína, která ne vždy vyjde. Ovlivňuje jí mnoho faktorů, kterým stále nejsme schopni porozumět, ovlivnit je, natož je předvídat. Meteorologové jsou s větší mírou úspěšnosti schopni předpovědět počasí jen velmi krátkodobě. Informace, které předávají médiím a které si média zpracují do své vlastní grafické podoby, byly zdrojem pro ověření hypotézy, zda je divák schopen rozlišovat přijímané informace a způsob, jakým mu jsou předávány.

Z dosažených výsledků je možno vyvodit, že diváka ovlivňuje nejen TV stanice samotná, ale současně také mnoho faktorů, které přímo nesouvisí s vysíláním

předpovědi počasí, např. faktory spíše psychologické (momentální nálada, pocity, vzdělanost apod.).

Přímý vliv na vnímání divákem mají také faktory, které divák sám ovlivnit nemůže, např. způsob podávání informací samotným médiem.

Z výše zjištěných skutečností je patrné, že je divák všímavý a některé faktory, působící na jeho smysly skutečně registruje a dokáže provést selekci nevhodných či rušivých.

Významná je rovněž skutečnost, že na vnímání a sledování těchto krátkodobých zpráv má vliv i vzdělání, zájmy a umění informace nejen přijímat, ale také je vyhodnocovat a dále rozvíjet. S tím úzce souvisí výchova diváka v raném období jeho života.

Mírně znepokojující při rozhovoru s respondenty, je neschopnost formulovat a popsat vlastní pocity. To by mělo být podrobena hlubší analýze a lze se jen domnívat, že na tom má jistý podíl i TV samotná – vždyť nás baví, informuje, vzdělává. Nic od nás nechce, jen naši pozornost. Určuje nám, co kdy budeme sledovat, kdy se budeme bavit, kdy se budeme vzdělávat a kdy dostaneme k dispozici informace. Na druhou stranu ztrácíme schopnost vyjadřovat se, přemýšlet, rozlišovat informace (V TV říkali, tak je to pravda!).

TV nelze uctívat jako zdroj všeho vědění, jinak se budou schopnosti člověka myslet, tvořit stále zhoršovat. Zajímavý je i fakt, že televizní přijímač je v mnoha domácnostech umístěn v centru všeho dění. Zapíná se, i když zrovna nejsme připraveni vysílání sledovat, jako kulisa – prostředek proti samotě, tíživému tichu apod. Navozuje totiž pocit, že nejsme sami, že s námi někdo je a sdílí s námi naše starosti i radosti. V mnoha domácnostech je televizních přijímačů více, a tak si každý člen domácnosti může navodit osobní atmosféru svým vlastním programem. Zde je názorně vidět, jak moc nám TV zasahuje do života a ovlivňuje nás. Televizi si zpočátku pustíme proto, abychom se pobavili, informovali. Postupem času si jí zapínáme stále více a více (z pohodlní, televize udělá spoustu věcí za nás – informuje nás, pobaví, vzdělá nás). Se zrychlujícím se životním tempem a vnějšími vlivy (stále více pracujeme, podle trendů, které nám TV předkládá, nutně potřebujeme pro život to či ono....) svůj volný čas využíváme pro lepší zajištění svých potřeb a ostatní potřeby (jako kognitivní – potřeby vědět, rozumět, zkoumat, nebo estetické či potřeby seberealizace) ustupují do pozadí.

Dokud nebude člověk (divák, publikum, široká veřejnost) schopen své potřeby správně pojmenovat, třídít, realizovat, utvářet a nechá se unášet vlnou masovosti, neuvědomí si svou moc médiem vypnout a vědomě nevystoupí z tohoto kolotoče, může se stát, že se z lidstva časem stanou „digitální dementi“ (M. Spitzer, 2014).

Hypotézu, že současný divák, zahlcený médii a informacemi jako takovými, je schopen rozlišovat přijímané informace a způsob, jakým jsou mu předkládány či vnucovány, nelze jednoznačně potvrdit či vyvrátit. Vnímání divákem je podmíněno mnoha faktory, které se mohou výrazně měnit v čase, rozsahu i dopadu na divákův rozhodovací proces. K dosažení jednoznačnějších výsledků by muselo být zkoumání prováděno na větším vzorku respondentů a v delším časovém horizontu. Při výzkumu je třeba zohlednit vnější psychologické vlivy jednotlivých diváků i psychologický vývoj jejich osobností od raného dětství. Některé vlivy na divákovo rozhodování a vnímání mají hlubší podtext, který je spíše podnětem pro zkoumání psychology.

Lze potvrdit, že na diváka působí způsob, jakým je mu sdělení předkládáno. Na samém počátku hodnocení divákem jsou emoce, kdy divák hodnotí polaritou líbí – nelíbí (klad – zápor) a při prvotním zpracování sdělovaných informací neřeší proč.

Literatura

- (1) BALAKOVSKÁ, R. Předpovědi počasí na různých TV stanicích z hlediska předpokládaného vnímání divákem. Praha: VŠH v Praze 8, spol. s r.o., 2014. Bakalářská práce.
- (2) DANNHOFFEROVÁ J. Velká kniha barev – kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry. Brno: Computer press, 2012. ISBN 978–80–251–3785–7.
- (3) CHROMÝ, J. Komunikace, média, vzdělávání, kultura. Praha: Extrasystem Praha, 2014. ISBN 978–80–87570–19–7.
- (4) SPITZER M. Digitální demence. Praha: HOST, 2014. ISBN 978–80–7294–872–7
- (5) URBAN L. – DUBSKÝ J. – MURDZA K. Masová komunikace a veřejné mínění. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978–80–247–3563–4.

Kontakty

Ing. Jan Chromý, Ph.D.
Katedra managementu
VŠH v Praze 8, spol. s r.o.
chromy@vsh.cz
Katedra technických předmětů
PdF UHK Hradec Králové
jan.chromy@uhk.cz

Bc. Radka Balakovská
Vedoucí edičního oddělení
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spo. s r.o.
Svídnická 506
181 00 Praha 8
balakovska@vsh.cz

**KOMUNIKAČNÍ VÝZNAM INFORMACÍ A ZNALOSTÍ VE
VZDĚLÁVACÍM PROCESU****COMMUNICATION IMPORTANCE OF INFORMATION AND KNOWLEDGE
IN THE EDUCATIONAL PROCESS****Valentyna ILGANAYEVA****Валентина ИЛЬГАНАЕВА**

Abstract: *The paper defines the reasons of imbalance between information–communication environment and the results of the formation of quality communication interaction between participants of educational process. The problem of broadcasting of information and knowledge in education is updated. Some constructive elements of knowledge representation corresponding to the level of development of communication relations are suggested.*

Abstrakt: *Práce definuje důvody nerovnováhy mezi informační–komunikačním prostředím a výsledkami tvorby kvalitní komunikační interakci mezi účastníky vzdělávacího procesu. Problém předávání informací a znalostí ve vzdělávání je aktualizován v práci. Některé konstruktivní prvky reprezentace znalostí odpovídající úrovni rozvoje komunikační vztahy jsou navrženy.*

Klíčová slova: *informace, znalosti, mechanismus konverze, vzdělávací prostředí, komunikační vztahy, reprezentace znalostí.*

Keywords: *information, knowledge, the mechanism of conversion, educational environment, communication relationships, knowledge representation.*

The article is prepared within the joint research project “Economic and other knowledge in the context of the transformation of international social activity, management and communication” of Pedagogical department of University of Hradec Králové and the UNESCO department for human communication of Petro Vasylenko Kharkov National Technical University of Agriculture

Introduction

Thanks to the emergence of a global communication space and new communication technologies the issues of dependence, interdependence, separation of information and knowledge reached a new level. From a purely technical rationale for these phenomena and their quantitative representations in the field of information technology, both these categories were included in the consideration of humanitarian issues in the field of philosophical and between–scientific synthesis. The complementarity and interdependence of information and knowledge gradually came to represent information about the nature of interaction as a universal process in the deployment of multi–level Universe, where information is manifested as a phenomenon of structural content of the systems, and knowledge as the procedure of the only possible interpretation of data connections [1]. A similar situation arises in the solution of problems of creation of information systems when in need of considering a new phenomenon – the reflectivity and the intelligence of the object/system. This becomes especially relevant in solving problems of the organization and management of information and information flows, the choice of tools and languages of the description of processes of interaction of objects. The presence of information and knowledge in all phenomena of the inanimate, the living nature and human society becomes a postulate of modern scientific knowledge in natural and humanitarian sciences, along with practices of problem solving in management and self–organization.

One of the major problems of education is the need to achieve common world understanding, as well as integral image of social and professional spheres of activity between participants of educational communication. This problem concerns not only the content of educational programs, but also communication technologies and practices that would allow to present and to experience the integral picture of human life world. Somewhere in the bowels of the educational process occurs the failure of the information transmitted and received by its participants and its reflection in the consciousness of the participants of communication in the educational process. One of the explanations for this situation is the change in the general communication conditions, and a change in substantiality of subjects of communication activities in the society.

The main factor of information saturation of the communication space is the introduction of the latest information–communication technologies. In general form, the sequence of change of technologies in the ensuring the communication can be represented as a shift of objectivity in information systems: from information to knowledge and behaviors models in a certain environment. An example might be the sequence of formation of technology of information systems in education which corresponds to the three stages presented in the work [2, p. 118 –119). The first stage is determined by the fact that the old content is processed by means of the new technology. It is connected with automation of processes of processing, storage, access and search of information in the database. The second stage provides a transition from the management of information frames to knowledge management. The third stage is already associated with change of life style, culture in the appropriate “computer, digital world”. As a result of these changes not only new educational environment arises, but also a new communicative space requiring a new relationship on the basis of available information and knowledge.

New information–cognitive educational environment is supported by modern multi–media technologies of the communication system. In the multi–media environment “information literally sifted through the system of human perception” [3, p. 90] and further – “an individual constructs knowledge, which is proportionate to him, particularly when he includes knowledge as an internal criterion” [3, p. 95]. We should add that this criterion works only under condition when the parameters of knowledge of one person match with parameters of knowledge, which is available to the surrounding people. Knowledge as co–knowledge is becoming the norm of conduct or joint activity [4]. Exactly this is very important for the formation of scientific knowledge, its parameterization and establishment of communication interaction, both in society and in the education system. All these changes significantly affect the formation of a new social nature of the person. At the same time, the new substantiality of communication is ignored. Knowledge exchange entails a new organization and content of the relationships and interaction between the subjects/objects of communication, including in the field of education.

Known in education tasks concerning the strengthening of the cognitive component are solved, as a rule, by the aggregation of information, elimination of duplication of content in the subjects or by the convergence of educational programs, content integration or consolidation of information. Thus, common problems of correlation of educational content and situational requests of the society keep their traditional approach to their solution by deepening the differentiation of subjects, programs and content.

Conclusion

Therefore, “to learn” means not just to accumulate information, knowledge, but to open the connections and to raise the sensitivity to the unified space of life, oneself unity with the environment. Harmonization of information content of spatial filling of communication canals implies the formation of some structural converter of information into knowledge.

In our opinion, the converting mechanism is composed of the following structural elements: cognitive constructs – structures and logical–linguistic schemes of thinking; cognitive matrix – thought–forms; cognitive models – scientific paradigms, models of social behavior; cognitive field – the noosphere life reality, the spiritual field which identifies humanity as an integral entity of life.

All these pieces are included into the worldview and in different combinations are recorded in a global information resource forming the mental and cognitive images of the world. The divergence in the content and connections within these structural elements are the source and matter of destructive fluctuations in the sphere of social interaction.

References

- (1) Лачинов М., Поляков А. Информодинамика или Путь к Миру открытых систем. – СПб: Изд–во СПбГТУ, 1999. – 432 с.
- (2) Кувшинов С.В. Компьютерные сети и гуманитарные науки: исторический аспект // *Философские науки*– 2008. – №7. – С. 108–126
- (3) Ярославцева Е. И. Коммуникативные стратегии человека в современном мире / Е.И. Ярославцева // *Философские науки*. – 2008. – №7. – С. 79–97
- (4) Ilganayeva, V & Elbeshausen, H Interaction, Activity, Knowledge: Drivers of Unpredictability in Post–industrial Societies // *Socialniai tyrimai/Social research* – 2014, vol. 34, №1. – pp. 31–40.

Contact address

Doc. of history science Ilganayeva Valentina, Ph.D.

Kharkov State Academy of Culture

Bursatsky uzviz 4

61 007 Kharkov

Ukraine

E–mail: ilganaeva_v2006@ukr.net

Tel.: + 38 093 205 94 24

MEDIA NETWORK AS A MEANS OF IMPROVING DOCUMENT COMMUNICATIONS' MANAGEMENT AT UNIVERSITY: SYNERGETIC APPROACH

MEDIÁLNÍ SÍŤE JAKO PROSTŘEDEK ZLEPŠENÍ ŘÍZENÍ KOMUNIKACE DOKUMENTŮ NA UNIVERZITĚ: SYNERGICKÝ PŘÍSTUP

Olena KARPENKO

Олена КАРПЕНКО

Abstract: *This article presents the current situation of using a media network as a means of improving document communications' management at universities. Management's strategies of document communications at universities by means of using e-learning and electronic textbooks as means of a media network are considered with the help of using a synergetic approach.*

Abstrakt: *Tento příspěvek představuje současnou situaci v užití mediálních sítí, jako prostředku zlepšení komunikace dokumentů na vysokých školách. Strategie řízení komunikace dokumentů na vysokých školách prostřednictvím využití e-learningu a elektronických učebnic jako prostředků mediálních sítí jsou uvažovány s využitím synergického přístupu.*

Key words: *media network, document communications, management, synergetic approach, university.*

Klíčová slova: *mediální síť, komunikace dokumentů, řízení, synergický přístup, vysoká škola.*

Introduction

The actuality of the investigation is caused by contemporary tendencies of integrating the national education system into the global information and education space. Forming a unique educational environment as a final aim of the Bologna agreement requires improving the quality of education. The effectiveness of specialists' training at universities requires implementing new approaches to improving document communications' management at university in the context of a competition in an educational services' market. It is possible to realize it thanks to using management's strategies based on using a media network as a means of transmitting information.

The purpose of the article is to study peculiarities of document communications' management at contemporary university on the basis of using a media network to adequate to the quality of training specialists in Ukraine while integrating it into the world community. It is possible to realize it with the help of a synergistic approach.

Some aspects of improving document communication' management were considered in scientists' works in the fields of pedagogy, bibliology, library and information science, etc. The problem of improving management's activity at university under conditions of innovation economy is considered by A. N. Asaul, B. M. Kaparov [1]. Didactic basis of educational institutions were described by A.V. Chutorsky [3]. In a special scientific literature a problem of improving textbooks as a main means of document communication is also enlightened [2]. However, the problem of improving document communications' management at modern University by means of using media network with the help of a synergetic approach has not been considered yet.

The essence of a media network as means of document communications at university

Document communications as a result of university's activities which are fixed in documents reflect a status of a modern university's functioning in the educational services' market by taking into consideration that they require such components as a communicant, communicat, and recipient. At university communicants are teaching staff, recipients are those who are enrolled at University, and communicats are documents as a result of any subsystems' activities of University (teaching, research, student recruitment, administrative, educational, administrative, publishing, etc.). Media communications are a component of internal and external document information' transmitting by coding and decoding it among staff, students and other recipients who have any relation to a university. There are different types of media which can be divided into print and electronic media. Print media includes newspapers, magazines, books, and other printed materials, and electronic media provides using television, radio, Internet resources, video recorder, audio recorder, films, etc. These kinds of media need to be used not only during classroom teaching and seminars, but also during symposia, conferences, meetings, workshops, demonstration, etc. depending on a university's activity. Introducing the term "media network" helps to concentrate an attention on using the Internet's interactive educational possibilities, first of all, e-learning by taking into consideration the UNESCO's data about information's perception by an individual according to which a person can only perceive 12% of audio information, 25% of visual one, and 65% of audiovisual one. All university's subsystems are interrelated as for realizing its purpose of providing quality educational services. That is why it's important to consider a specific of document communications' management at university as its self-organization in a modern educational environment concentrating an attention on teaching students as one of its major subsystems which provides a quality education with the help of a media network.

The specific of document communications' management in a contemporary university environment: synergetic approach

As it's generally accepted, self-organization, openness, non-linearity and stability (instability) are main principles of a synergetic approach. It also influences a quality of document communications in the system Teacher-Educational Interactive Document-Student with the help of using a media network at University. The modern university is open, complicated and nonlinear system, which is transformed according to the changing internal and external factors which are influenced on its development [3]. An ability of a university's adaptation to changes in external environment is figured by a system of parameters that characterize its competitiveness, which provides its advantages over other universities as for the quality of educational services' support and the ability of realizing and implementing new innovative programs, as well as using a media network by means of their effective organization. The actuality of applying the theory of self-organization of document communications in universities is increasing even in the context of a large numbers of universities in Ukraine compared with European countries' ones. For example, nevertheless the current situation of decreasing universities in Ukraine there are still 757 universities in it, and there are 35 universities public and private ownership in Kharkiv, while in France there are only 80 universities, in Italy – 79 universities, in Spain – 79, in the UK – 115 [4].

Adapting the theory of self-organization to the functioning of a modern university under circumstances of a competition at an educational market, it is possible to imagine

it as a constant exchange of entropy. Meanwhile, taking into consideration the interpretation of this concept in information theory as a measure of the probability of system's being in that state, a university's entropy provides its tendency for a monopolistic status at an educational market by means of reducing costs and tuition fees while improving the quality of educational services. In this case negentropy is an activity of universities' competitors as for updating its competitive advantages and increasing participations at an educational services' market. If a negative entropy increases compare to a university's entropy, when a competition leads to decreasing the effectiveness of its activity, a university gets an unstable condition, which is characterized by fluctuations as various deviations aimed at generating new ideas for improving a university's competitiveness. Taking into account a university's existing opportunities correlations occur as a transforming an organizational structure or realizing innovative strategies, resulting in a possible change of a university's symmetry (correspondence at any changes and transformations) by means of passing through the bifurcation point as a critical moment of a system's development, at the expense of an integration as opening new specialties and other departments or a disintegration as restructuring existing branches of studying, faculties, departments, etc. As a result of such symmetry the phenomenon of self-organization occurs as a transition to a university's new quality level as an innovative and competitive university.

So, considering the concept of self-organization as a change of a system's properties at continuous changes of external parameters, accompanied by producing entropy it is possible to apply this concept to modern universities.

The perspective of improving document communications' management at University by using a media network

Self-organization of document communications at university's teaching activity involves using a media network, first of all, e-learning, which can also be considered with a point of view of the theory of self-organization due to its complexity, openness and multiple factors. Today there are many specialized software platforms for implementing e-learning in universities. For example, in Ukraine among the most popular platforms there are such as Moodle (it is used in over 200 countries, including 95 sites in Ukraine, 42 of which provide e-learning, particularly at the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute", KNURE, Kyiv-Mohylenska Academy, etc.), a Prometheus company's commercial software (Russia) (there are 26 organizations in Ukraine which use the program, 18 of which are universities and training institutions such as the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine, Innovation and Development, etc.), a commercial platform of a consortium Blackboard + WEBCT called WebCT (Kyiv National Economic University. W. Getman), E-Learning Server (a commercial product of «Hipermetod» (Russia), Vinnytsia National Technical University), IBM Lotus LearningSpace 5.0 (Kyiv National University named after T.G. Shevchenka), etc. Implementing these platforms provide creating an integrated learning environment with variant definitions of the various components of e-learning which gives opportunities for improving the quality of full-time, part-time education and self-education.

For keeping a system's structure and ensuring its predictable results such system of e-learning should be stable to the external environment's influences, but responsive to the internal environment's influences of a university that promotes a system's transition to an unstable state due to the bifurcation point in the system «Teacher-Educational Interactive Document-Student». Meanwhile, instability should be considered as a

readiness to destroy a stable state for a transition into another state which provides occurring new structures, document communications' flows. The nonlinearity is a source of self-organization at presenting a positive feedback among teachers and students by means of document communication, first of all, electronic textbooks as a main means of e-learning. According to their structures electronic textbooks are also open systems which can be completed, corrected, modified during their using due to a concrete curriculum, taking into consideration such factors as a specific of a discipline, a level of students' training, the amount of hours for studying subjects, etc. In electronic textbooks any student can study the course not only through a traditional «linear» presentation of a text, but also a «non-linear» one by choosing a most comfortable path for its studying. A «non-linear» presentation of the text provides a multilayered, multilevel distribution of educational materials, which allows concentrating students' attention on the most essential information and providing an access to its deeper level. Moreover, it's proved advantages of visual information's perception to an oral one as during an oral presentation of the text a student can only perceive and process one thousand standard units of information per minute, and during a visual one – for about one hundred thousands of such information units. Thus, an electronic textbook's advantages contribute into a quality perceiving the information by students due to using multimedia. Besides, such textbooks allow enlarging their contents according to new changes in sciences as well as choosing an optimal way of mastering knowledge of a definite discipline by a student [2].

Thus, the perspective of improving document communications' management at university by using a media network is implementing innovative technologies including e-learning, electronic textbooks, etc. into a modern university's activities (administration, teaching, research, etc.). Such transformations contribute to providing stakeholders' demands (teachers, students, enrollees, etc.) for relevant information, providing a protection of unsanctioned accesses to the confidential information, etc.

Conclusion

The use of a media network as a part of modern innovative technologies allows the transformation of document communications' management at university to a new quality level of its development under the conditions of globalization of educational standards. It's the synergetic approach that optimizes this quality transformation by using principles of the self-organization aimed at improving the functioning of all university's subsystems according to society's requirements, that provides controlling an educational process thanks to a creative development of pedagogical activities' subjects and implementing a media network including e-learning for providing universities' competitiveness at a contemporary educational services' market.

References

- (1) АСАУЛ А.Н., КАПАРОВ Б.М. (2007). Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики. СПб. : Гуманистика. 280 с.
- (2) КАРПЕНКО, О.О. (2014). Синергетичний підхід до управління документними комунікаціями у ВНЗ. Вісник Книжкової палати. № 8. с. 51–53. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkr_2014_8_15.pdf.
- (3) ХУТОРСКОЙ А.В. (2001). Современная дидактика. СПб. : Питер. 544 с.

- (4) NUMBERS OF UNIVERSITIES (2012) The guardian. The mode of access:
<http://www.theguardian.com/world/interactive/2012/may/31/european-students-statistics-interactive>

Contact address

Associate Professor Olena Karpenko, PhD (in Pedagogy)

Department of Documentation Science and the Ukrainian Language

National aerospace university named after M.E. Zhukovsky “Kharkiv aviation Institute”

Chkalova, 17

61000 Kharkiv

Ukraine

E-mail: karelen2012@gmail.com

Tel.: +380682501129

**ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕДИАКАРТИНЫ МИРА:
ДИСКУРСИВНЫЙ ПОДХОД**
**INTERPRETATION OF THE MEDIA PICTURE OF THE WORLD: A
DISCURSIVE APPROACH**

Виктория КОВПАК

Viktoria KOVPAK

Abstract: *The article analyzes the theoretical aspect of interpretive possibilities of critical discourse analysis and ethnographic approach to reconstruct the social meanings through mediessages, in the context of mediaview world.*

The interpretation of codes of meaning in a media requires taking into account the aggregate of mental, cultural, political, ideological, social and historical characteristics.

Considering the social meanings of language as a kind of symbolic coding, where each character in a particular context to make sense of the expression of specific cultural messages, it is important to use a discursive approach.

The critical discourse analysis is part of a political semiotics, and is characterized by the following features: 1) the study of the linguistic features of the socio-cultural processes of society; 2) has a dialogic nature of discourse; 3) study of language ideology allows to combine linguistic and social theory based on the role of the power of social inequality.

From the standpoint of an ethnographic approach, discourse is seen as part of culture, defines the communication parameters (location and time of the event, the participants, the aim of the communicants, opinions and actionable, emotional coloring, the channel and code (style) communication, norms of behavior, a kind of speech event). Thus, it is possible to identify culturally marked discourse and strategies to deepen the research and intercultural communication intrakulturnih features. By the way, this approach allows you to explore mediaview world of diaspora communities, because it is the preservation of ethnographic mental, cultural and artistic fields, joint interpretation of the historical and ideological codes allows the immigration communities have communicative competence in the creation of a joint information and communication space.

Interpretive possibilities of media, in particular the formation and interpretation of the media picture of the world, it can be implemented thanks to the critical discourse analysis, taking into account the textual and social (political and ideological, cultural, etc.) measurements. In addition, an ethnographic approach to the analysis of discourse will only strengthen the possibility of decoding the impact of the media on the formation of the matrix of the national idea, which also has a two-dimensional character: the worldview nations (social meanings, concepts, symbols, stereotypes, myths, etc.) and public ideological system (ideological vector, legislative framework, public policy programs, etc.). And this, in turn, promotes the development of a unified national information and communication space.

Аннотация: *В статье выявлены особенности интерпретации медиакартины мира посредством использования дискурсивного методологического подхода. Как оптимальные представлены критический дискурс-анализ и этнографический подход, которые благодаря учету текстовых и совокупности ментальных, социальных, культурных, политико-идеологических характеристик помогают в*

реконструировании социальных смыслов в медиасообщениях в контексте информационно–коммуникационного пространства

Ключевые слова: *дискурс, критический дискурс–анализ, этнографический подход, картина мира, медиакартина мира, медиастереотипы, социальный смысл.*

Keywords: *discourse, critical discourse analysis, ethnographic approach, worldview, mediaview world, mediastereotypes, social significance.*

Введение

Информационно–коммуникационное пространство современности сегодня четко демонстрирует функциональный потенциал средств массовой информации в контексте формирования картины мира. Поэтому вполне закономерно, что в начале XXI века в научном обороте появляется термин «медиакартина мира». Одним из первых исследователей, кто поднял проблему картины мира как самостоятельной отрасли знания, был М. Хайдеггер. Конструирование образа реальности и событий в ней, объединенных определенным субъективным смыслом, а не хронологии или причинно–следственными связями, легло в основу толкования понятия социологом М. Вебером. Как научное понятие «картина мира» применяется в монографическом исследовании украинского ученого А. Решетниченко «Парадигма жизнедеятельности и мировоззрение. Методологический аспект». Для определения характеристик информационной деятельности в области СМК термин «картина мира» активно применяли исследователи И. Анненкова, В. Мансурова, И. Рогозина, Л. Свитич, И. Фомичева и другие.

Термин «медиакартина мира» связан с такими понятиями современной коммуникативистики, как медиатизация, медиация, медиальность и т.д. В широком смысле все они указывают на явление посредничества, наличие связующего звена между реальным миром и его отражением в сознании аудитории. «Все они касаются абсолютизации роли СМК в формировании общественного мнения, самовыражении политических и физических лиц, создании новых форм функционирования социальных институтов» [1].

Медиакартина мира появляется в результате когнитивной активности журналиста, реализуется в конкретных медиатекстах и впоследствии интегрируется в сознание индивидов, становится элементом их личной картины мира. Ее функциональный потенциал реализуется в двух позициях: интерпретационная функция – формирование видения человеком мира, регулятивная – есть универсальное ориентирования человеческой жизнедеятельности, в целом – формирование отношения пользователя информации к миру, природе, другим людям и к самому себе как части этого мира, задание норм поведения, определение отношения к жизни.

И. Рогозина исследует медиакартину мира в связи с медиатизацией мышления индивидов, вызванной расширением информационно–коммуникационного пространства. Она сосредоточивает внимание на эволюции человеческой когниции, обусловленной трансформацией медиа. И. Рогозина дает наиболее полное определение медиакартины мира, которую трактует, как «систему знаний и представлений, продуцируемую благодаря моделирующим потенциалам гетерогенного по своему характеру человеческого мышления, а также вследствие реальных моделирующих качеств, присущих не только языку, но и различным

видам вербальных и авербальных знаков, конституирующих медиареальность» [2].

Соответственно, интерпретационная матрица журналиста организует восприятие в конкретном случае медиарепрезентации действительности и влияет на общую медиакартину мира. Циклический характер познания – переход от массового к индивидуальному пониманию, от номотетических до идеографических схем – также указывает на закономерность взаимовлияния интерпретационной матрицы (инструмента) и медиакартины мира (продукта) [1].

Кроме индивидуальной интерпретационной матрицы, которая стоит на входе восприятия, В. Владимиров указывает на коммуникационную интерпретационную матрицу, которая организует информацию для тех, кому коммуникант ее отправляет [3], в познавательных процессах человека она функционирует как система когнитивных представлений / ожиданий, которая направляет восприятие информации. Системный характер имеет и картина мира индивида, группы или массы, зависит от особенностей интерпретационной матрицы, которая, в свою очередь, состоит из совокупности стереотипов. Разновидностью когнитивных категорий являются медиастереотипы, продуцируемые СМИ. В этом ключе о роли масс–медиа пишет исследовательница Н. Кириллова: «... перед нами транслирующий канал, построенный на идеологических, эмоциональных и даже подсознательных ожиданиях аудитории ... Медиа – это не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [4, с. 22].

«Медиатизация смыслов, продуктом которой является медиакартина мира, касается преобразовательной роли медиа, которые в процессе селекции, обработки и передачи фактических данных образуют медиатизированные значения. Фактор инверсии, который непременно срабатывает там, где медиа прорабатывают "сырую реальность", является весомым фактором создания стереотипов» [1].

Однако интерпретация кодов, смыслов в медиатексте требует учета совокупности ментальных, культурных, политико–идеологических, социальных, исторических характеристик.

Формирование медиакартины мира не может происходить без учета особенностей того, как каждый язык представляет свой собственный способ восприятия и организации (концептуализации) мира. Эти значения образуют одну систему взглядов, которая является общепринятой для всех носителей языка. Способ концептуализации действительности национально специфичен, интерпретация окружающего мира происходит по национальным концептуально–структурным канонам, а основным элементом картины мира является концепт, который вербализируется посредством внутреннего лексикона [5]. А значит, общая картина мира генерирует совместные социальные смыслы во время коммуникации, которая происходит не просто благодаря обмену информацией, но и процессу создания некоторой общности, в которой мы обдумываем информацию и соотносим наши смыслы со смыслами наших коммуникативных партнеров, создавая таким образом определенный степень взаимопонимания. «Коммуникативные процессы осуществляются и приобретают для нас того или иного смысла только в определенном контексте. А культура является самым общим контекстом. Восприятие своего "я" как социально–культурного конструкта

происходит благодаря коммуникации, в которой мы конструируем также свою социальную реальность. Коммуникация – процесс создания совместных смыслов благодаря использованию символов, среди которых первенство принадлежит языку» [6, с. 29]. С последней формулировки следует, что средства массовой коммуникации являются фактором, формирующим социальные смыслы нации.

Рассматривая язык социальных смыслов как своеобразное символическое кодирование, где каждый символ в определенном контексте наделен смыслом для выражения специфических культурных посланий, важно использовать дискурсивный подход.

Постановка задачи

Поэтому цель нашей статьи – проанализировать теоретический аспект интерпретативных возможностей критического дискурса анализа и этнографического подхода в реконструировании социальных смыслов через медиасообщения, в контексте медиакартины мира.

Результаты

Современный дискурс–анализ – самостоятельный научно–теоретический и прикладное научное направление, объектом которого является дискурс как междисциплинарное отображение функционирования креативного аппарата языка и процесса коммуникации. «Теоретически и методологически дискурс–анализ как и понятие дискурса является асимметричным и идейно разрозненным. Концептуально эти два понятия способны инициировать процесс и разработки качественно новых эффективных моделей междисциплинарных исследований, важность которых динамично растет с появлением новейших и переосмыслением и методологической доработкой уже существующих научных направлений, теорий, методов и подходов, которые являются предметом перманентных трансформаций в условиях активного развития информационного общества» [7, с. 23].

Толкование понятий дискурса и дискурс–анализа до сих пор остаются объектом междисциплинарных научных дискуссий, что привело к появлению таких методов анализа текстов и дискурса, как: контент–анализ, обоснованная теория, этнографические методы, методы анализа текста, ориентированные на этнометодологию, нарративную семиотику, SYMLOG, критический дискурс–анализ (далее – КДА), функциональную прагматику, теорию различий, объективную герменевтику и др. Все перечисленные методы анализа сформировались на основе постструктуралистских идей, возникновение которых позволило решить одну из традиционных структуралистских проблем – изменение [7, с. 24]. По обобщениям А. Селивановой, в современной научной литературе понятие «дискурс» имеет преимущественно четыре значения: 1) связный текст в контексте многочисленных сопроводительных фоновых факторов: онтологических, социокультурных, психологических и тому подобное; текст, «погруженный» в жизнь; 2) замкнутая целостная коммуникативная ситуация (событие), составляющими которой являются коммуниканты и текст как знаковый посредник, обусловленная различными факторами, опосредуют общение и понимание (социальными, культурными, этническими и т.п.); 3) стиль речевого общения; 4) образец речевого поведения в определенной социальной сфере, имеющий определенный набор переменных [8, с. 568].

В этом контексте Я. Торфинг выделяет три поколения теорий дискурса: «теории дискурса первого поколения трактуют дискурс в чисто лингвистическом смысле, то есть определяют его как текстовую единицу разговорной или письменной речи, фокусируя внимание на семантических особенностях устного или письменного текста. Второе поколение теорий дискурса не ограничивается разговорной или письменной речью. Предметное поле расширяется к изучению социальных практик путем критического дискурса анализа (КДА). Третье поколение теорий дискурса фокусирует внимание на современных социальных и политических практиках и имеет ярко выраженный постструктуралистский характер» [цит. за 9, с. 228].

Основателем КДА и основным разработчиком этого направления является Н. Феркло, который, вслед за М. Фуко, рассматривает дискурс как средство организации, регуляции и совершенствование социальных отношений, а также как элемент построения субординации между соответствующими коммуникантами [цит. за 9, с. 229].

В терминологическом поле КДА дискурс рассматривается как совокупность социальных практик, имеющих семиотический смысл, то есть все виды лингвистически опосредованных практик, а также имидже, жесты, которые создаются и интерпретируются социальными актерами – социальные классы и этнические группы производят идеологически значимые дискурсы с целью установления и поддержания гегемонии, а также изменения действительности. «Итак, дискурсивные практики не только восстанавливают социальной и политической порядок, но и осуществляют социальные трансформации» [10, с. 14].

Очень интересным представляется обобщение работ англоязычных исследователей И. Огиенко относительно толкования многозначного феномена дискурса из ряда подходов: прагматического, этнографического, когнитивных, критического дискурсивного анализа, нарратологического и функционального. Поэтому рассмотрим подробнее характеристики критического дискурсивного анализа и этнографического.

Так, методика этнографического подхода к анализу дискурса подробно описана в статье С. Стемброука «Whatismeanbydiscourseanalysis», в которой, в частности, говорится о том, по словам И. Огиенко, что ключевым понятием этого подхода является коммуникативная компетенция как знание о правилах коммуникации в определенном речевом сообществе, сочетающий языковую (знание синтагматических и парадигматических свойств языковых элементов, правил развертывания текста и воплощение в нем коммуникативных и интерактивных планов, знание правил интерпретации текста, принципов речевого общения, соотношение между различными видами социально–коммуникативного контекста) и культурную (комплекс знаний о культуре, социальные, психологические правила функционирования языка и элементы лингвистического кода) компетенцию. Такой подход воспроизводит социальную и культурную реальности. Интересно, что в рамках такого подхода к анализу дискурса С. Стемброук выделяет отдельное направление – этнографию коммуникации, в основе которой лежит контекстуальный анализ к изучению дискурса. В этом направлении дискурс рассматривается как часть культуры, определяет параметры коммуникации (место и время события, участники, цель коммуникантов, высказанные мнения и предприняты действия, эмоциональная окраска, канал и код (стиль) коммуникации, нормы поведения, вид речевой события). Таким

образом, представляется возможным выявить культурно маркированные стратегии дискурса и углубить исследования интеркультурных и интракультурных особенностей коммуникации [11, с. 100]. Кстати, именно такой подход позволяет исследовать медиакартину мира диаспорных общин, поскольку именно сохранение этнографического ментального, культурно–художественного поля, совместной интерпретации историко–идеологических кодов позволяет иммиграционным сообществам иметь коммуникативную компетентность в создании совместного информационно–коммуникационного пространства.

Политико–идеологический дискурс на синхроническом и диахроническом уровнях всегда влиял на нации, народы, страны и отношения между ними, становился предметом критического дискурсивного анализа. Как отмечает И. Огиенко, с помощью такого подхода определяется, как происходит формирование дискурса через отношение власти и идеологий с учетом того, что идеология находится на уровне прагматики, а коммуникация происходит благодаря одинаковому пониманию участниками дискурса видов текстов и их индексации. «Любой текст является отражением фрагмента реального мира, прямо или косвенно связан с политикой. Власть, знания и истина касаются конфигурации дискурса. К тому же с помощью определенных дискурсивных практик можно повлиять на формирование общественного мнения» [11, с. 101]. Как утверждает А. Януш, КДА является частью политической семиотики и характеризуется следующими признаками: 1) изучением лингвистических черт социально–культурных процессов общества; 2) дискурс имеет диалогическую природу; 3) изучение языковой идеологии позволяет совместить лингвистические и социальные теории с учетом роли власти социальной неравноправия» [12, с. 323].

Представителем критического дискурсивного анализа является Норман Ферклаг. В статье «Critical discourse analysis in transdisciplinary research» исследователь отмечает, что «дискурс вносит вклад в формирование социальной идентичности, социальных отношений, системы знаний и значений. Итак, дискурс может выполнять три функции – функцию идентичности, функцию отношение и функцию называния» [цит. за 11, с. 101]. Среди многих приведенных им признаков выделим главные.

Но, по мнению Н. Ферклага, для любого анализа важны два измерения дискурса:

1. коммуникативная событие – определенный случай использования языка (например, статья в газете, выступление политического деятеля, фильм и т.д.);
2. порядок дискурса – расположение всех типов дискурсов, которые используются в определенном социальном институте или социальной сфере.

Согласно его концепции, каждый речевой случай является коммуникативным событием, в состав которой входит три измерения:

- 1) текст (в широком смысле этого термина);
- 2) дискурсивная практика;
- 3) социальная практика.

Схема Н. Ферклага является аналитической структурой для эмпирического анализа исследования способов коммуникации. Критический дискурсивный анализ Н. Ферклага объединяет три подхода:

- 1) полный лингвистический анализ текста;
- 2) макросоциологический анализ социальной практики;

3) микросоциологическая, интерпретационная традиция социологии.

Исследователь считает, что для критического дискурсивного анализа следует использовать междисциплинарный подход, сочетающий и текстовый, и социальный анализ. Для Н. Ферклага недостаточно применения только анализа текста, поскольку так невозможно продемонстрировать связь между текстами, социальными и культурными процессами и структурами.

Как утверждает И. Огиенко, в основе подхода Н. Ферклага лежит определение дискурса как важной формы социальной практики, которая не только представляет, но и меняет знания, идентичности и социальные взаимоотношения. [11, с. 101].

Выводы

Итак, интерпретативные возможности медиа, в частности формирование и интерпретация медиакартины мира, можно реализовать именно благодаря критическому дискурсивному анализу, с учетом текстологического и социального (политико–идеологического, культурного и т.д.) измерений. К тому же, этнографический подход к анализу дискурса только усилит возможности декодирования влияния медиа на формирование матрицы национальной идеи, которая также имеет двумерный характер: картина мира нации (социальные смыслы, концепты, символы, стереотипы, мифы и т. д.) и государственно–идеологическая система (идеологический вектор, законодательная база, государственные политические программы и т. д.). А это, в свою очередь, способствует развитию единого национального информационно–коммуникационного пространства.

Список использованной литературы:

- (1) Варех Н. Стереотипізація як чинник створення медіакартини світу [Електронний ресурс] / Н. Варех. – Режим документа: http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_968/content/varekh.pdf.
- (2) Рогозина И. Медиа–картина мира: когнитивно–семиотический аспект : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д–ра филол. наук : 10.02.19 / И. Рогозина; [Алт. гос. ун–т]. – Барнаул, 2003. – 36 с.
- (3) Владимиров В. Хаос – Розуміння – Масова комунікація / В. Владимиров. – К. : КиМУ, 2006. – 365 с.
- (4) Кириллова Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2006. – 374 с.
- (5) Голубовська І. Етнічні особливості мовних картин світу / І. Голубовська. – К. : Логос, 2004. – 284 с.
- (6) Супруненко О. Спільні соціальні смисли як основа ефективної комунікації української нації / О. Супруненко // Віче. – 2008. – № 20. – С. 29–31.
- (7) Акульшин О. Дискурс–аналіз як лінгвосинергетичний психосоціальний феномен / О. Акульшин // Ученые записки Таврического национального университета им. В.Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Том 25 (64). – № 1. – Часть 1. – С. 23–32.
- (8) Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля–К, 2008. – 712 с.
- (9) Акульшин О. Дискурс як засіб когнітивного конституювання знання / О. Акульшин // Studia Linguistica. – Випуск 6. – 2012. – С. 227–236.

- (10) Русакова О. Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ / О. Русакова // Современные теории дискурса: опыт классификаций (Серия «Дискурсология»). – Екатеринбург : Издательский Дом «Дискурс–Пи», 2006. – 177 с.
- (11) Огієнко І. Дискурс та підходи до його аналізу: погляди на проблему сучасних англомовних дослідників / І. Огієнко // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Випуск 23. – К. : Інститут мистецтвознавства, фольклористики і етнології ім. М.Т. Рильського НАН України, 2012. – С. 98–102.
- (12) Януш О. Критичний дискурс–аналіз як теорія і метод / О. Януш // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – Вип. 24. – 2010. – С. 317–323.

Контактный адрес

Виктория Анатолієвна Ковпак, кандидат наук по соціальним комунікаціям,
доцент

Кафедра журналістики і соціальних комунікацій, завідувача кафедрою
Інститут журналістики і масової комунікації, Класический приватный
університет, 69002, г. Запорожье, ул. Жуковского, 70–Б

Украина

Электронная почта: Kovpak.viki@rambler.ru

Тел.: 095 122 37 15

Victoria Kovpak

Classic Private University Institute of Journalism and Social Communication

Zaporozhye

VYUŽITÍ E-LEARNINGU V EKONOMICKÝCH PŘEDMĚTECH USING E-LEARNING IN ECONOMIC SUBJECTS

Alena KRÁLOVÁ

Алена КРАЛОВА

Abstrakt: Příspěvek se zabývá využitím e-learningu v ekonomických předmětech, naznačuje možnosti zařazení systému Moodle na středních školách v distanční formě vzdělávání v ekonomice a účetnictví. Popisuje možnosti využití tohoto systému učiteli na středních školách a oblasti, které by měly být zlepšeny.

Abstract: The paper deals with using e-learning in economic subjects, suggests possibilities how to include system Moodle into distance form of education in economics and accounting at the secondary schools. It describes the possibilities of using this system by teachers at the secondary schools and areas which should be improved.

Klíčová slova: e-learning, LMS Moodle, ekonomické předměty, střední školy.

Keywords: e-learning, LMS Moodle, economic subjects, secondary schools.

Článek je zpracován jako jeden z výstupů výzkumného projektu Fakulty financí a účetnictví VŠE, který je realizován v rámci institucionální podpory VŠE IP100040.

Úvod

Nezadržitelný vývoj v oblasti informačních a komunikačních technologií mění požadavky na vzdělávání, na jeho způsob organizace. E-learning představuje způsob organizace vyučovacího procesu technickými prostředky edukace (moderní způsob multimediálního vzdělávání na bázi služeb internetu a za podpory technických prostředků informačních a komunikačních technologií jako je audio-, video- a animační prvky vyučování). Nabízí široké a stále rostoucí možnosti uplatnění v ekonomickém vzdělávání.

E-learning umožňuje vytvářet multimediální databáze znalostí příslušné vzdělávací instituce ve formě elektronických kurzů na internetu, ke kterým je možné přistupovat z libovolného počítače, připojeného k internetu, umožňuje komunikovat na dálku s učitelem a na závěr získat příslušný certifikát o absolvování kurzu. Tyto aktivity lze realizovat nejen prostřednictvím počítače a s ním souvisejících technických prostředků se sítí (internet, intranet, CD – ROM, DVD), ale i prostřednictvím televizního vysílání (kabelová televize, satelitní přenosy), audio i videonahrávek, prostřednictvím inteligentních mobilních telefonů (smartphones). (Krpálek, Krpálková, 2012, Králová, Novák, 2014).

Distanční vzdělávání

E-learning se nejvíce využívá v oblasti celoživotního vzdělávání (dalšího vzdělávání) v tzv. distanční a kombinované formě.

Distanční formě vzdělávání je věnován § 25 odst. 2 písm. d) školského zákona, který stanovuje, že distanční forma vzdělávání je samostatné studium, které je uskutečňované převážně nebo zcela prostřednictvím informačních technologií. Toto studium může být spojené s individuálními konzultacemi s vyučujícími.

Kombinovaná forma je organizována tak, že se střídá denní forma vzdělávání s jinou (např. distanční), kterou povoluje školský zákon. V těchto případech mohou vzdělávací instituce své studijní programy opřít o e-learning, což je vzdělávání za pomoci využití

elektronických studijních a didaktických materiálů. V našem českém prostředí je velmi často využíván LMS (Learning Management System).

Learning management system

V současné době existuje celá řada LMS aplikací v nejrůznějších úrovních (Jašík, 2015). Nejčastěji se setkáváme s následujícími systémy: MOODLE, iTutor, eDoceo, UNIFOR, EDEN. Každý LMS by měl umožňovat především tyto funkce: *nástroje na tvorbu jednotlivých kurzů, úložiště studijních materiálů, evidence a správa kurzů, evidence a správa žáků, správa studijních materiálů, testování a hodnocení žáků, možnost zadávání úkolů a jejich odevzdávání a hodnocení, komunikační nástroje pro synchronní a asynchronní komunikaci*. Způsob vzdělávání pomocí LMS lze začlenit do každého kurzu či předmětu, měl by obsahovat následující části:

- E-learningový studijní materiál (texty včetně interaktivních, obrázky, grafy, odkazy na internet, zvuky, videosekvence).
- Procvičovací úkoly a cvičné testy – zpětná vazba pro žáky.
- Hodnocené úkoly – procvičovací, jsou zaslány učitelům k ohodnocení.
- Komunikační kanály – možnost komunikace žáků on-line nebo off-line se svými spolužáky i učitelem. K této činnosti slouží diskusní fóra, chaty a e-mailová komunikace.
- Zpětnovazební komunikace pro učitele kurzu včetně evaluace kurzu.

Jedním z nejrozšířenějších volně šiřitelných softwarů v oblasti LMS je MOODLE (Modular Object Oriented Dynamic Learning Environment), je možné si ho zdarma stáhnout z webových stránek www.moodle.org.

Uvedený způsob řízení celé výuky lze využívat též v ekonomických předmětech na středních školách jak v ekonomice, tak v účetnictví. I na těchto školách se zajišťuje kombinovaná forma studia. V následující kapitole naleznete ukázkou, jak LMS Moodle využívat v předmětu ekonomika na střední škole v kombinované formě studia.

LMS Moodle

LMS Moodle je tvořen tzv. kontexty (oblastmi) skládající se z bloků a činností, které využívají podle přidělených rolí konkrétní uživatelé (Berková, 2013). Jedná se o role **správce** (má neomezená práva, má kontrolu nad všemi uživateli – vytváří nové uživatele, přiděluje jim role, zakládá a maže jednotlivé kurzy v systému, zajišťuje provázanost Moodle s dalšími informačními systémy), **manažera** (má přístup do všech kurzů v systému, je oprávněn je měnit), **tvůrce kurzu** (může zakládat nové kurzy, určovat jejich strukturu, pohybuje se v kategorii kurzu), **učitele** (může mít neomezená práva v kurzu nebo toto právo vůbec nemá), **studenta** (může prohlížet obsah kurzu, komunikovat s ostatními účastníky), **hosta** (má minimální práva, může prohlížet moduly v kurzu).

Při tvorbě nových kurzů je možné využívat následující nástroje: **stránku** (autor vytváří obsah webové stránky pomocí textového editoru), **souboru** (vkládání připravených materiálů v podobě textu či prezentace), **knihy** (slouží pro tvorbu vícestránkových studijních materiálů), **testů** (existují velké možnosti nastavení), **úkolů** (jsou bohaté varianty nastavení), **přednášky** (propracovaný výkladový materiál umožňující interaktivnost a posloupnost vzdělávacích aktivit, možné začlenit průběžné testování pro absolvování další části přednášky), **ankety** (slouží k posouzení úrovně uživatelů kurzu, jejich názorů prostřednictvím hlasování či **dotazníku a průzkumu** (uživatelsky náročnější nástroje než anketa).

Dotazníkové šetření

Na učitele ekonomických předmětů jsou při zavádění a používání LMS Moodle kladeny značné nároky. Musí se naučit ovládat moderní technologii, dobře znát základní učivo ekonomických předmětů, orientovat se v metodickém postupu vysvětlování problematiky, sledovat aktuální změny ekonomické problematiky, znát úroveň žáků včetně jejich schopností naučit se nové učivo.

Zajímavé jsou odpovědi těch učitelů, kteří již několik let způsob výuky zajišťují prostřednictvím LMS Moodle. Příkladem může být Střední škola gastronomická a hotelová, s.r.o. v Praze 4 – Braník, kde se uvedený systém využívá již 4 roky. V roce 2015 byl uskutečněn průzkum, kterého se zúčastnilo 49 učitelů (Jašík, 2015). Odpovědi byly zjištěny na základě písemného dotazníkového šetření (10 uzavřených otázek s možností výběru jedné správné odpovědi). Pouze 8 učitelů (16%) z celkového počtu pracují jako učitelé odborných ekonomických předmětů, 28 % má pedagogickou praxi od 1–5let, 45% od 6–10 let, 94% před nástupem na střední školu neměli zkušenosti s LMS Moodle, 82% učitelů má dobré a velmi dobré schopnosti pracovat s prostředky výpočetní techniky, pouze 2% s prostředky nepracují. 41% učitelů považuje práci v prostředí LMS Moodle jako spíše jednoduchou, pouze 2% ji považuje za velmi těžkou. 16% učitelů se do studijní zóny přihlašuje každý den, několikrát týdně 55%. Způsob práce učitelů s uvedeným systémem v hodinách znázorňuje tabulka č. 1.

Tabulka 1 Možnosti využití studijní zóny ve výuce na střední škole

Služby LMS ve výuce	Počet učitelů	Vyhodnocení v%
Zveřejňování informací	49	100
Zveřejňování studijních materiálů	39	80
Cvičné testování	12	24
Ostré testování	8	16
Zadávání domácích úkolů	28	57
Odevzdávání domácích úkolů	14	29
Hodnocení domácích úkolů	23	47
Komunikace se žáky	43	88
Diskusní fóra	41	84
Projektové vyučování	4	8
Stránka třída	1	2

Zdroj: Jašík (2015, s. 43)

Z uvedeného kvantitativního výzkumu dále plyne, že z nástrojů studijní zóny nejvíce učitelů používá slovníku (96%), přednášky (94%). Málo využívají ankety (22%), databáze (24%) a vůbec nepoužívají wiki.

V předmětu ekonomika či účetnictví lze uvedený systém použít ve všech tématech. Vyučující si může učivo rozdělit do několika dílčích částí (bloků), ke každému připraví odborné vysvětlení včetně vysvětlujícího a řešeného příkladu. Pokud je učivo složitější, počet zadaných a řešených úkolů může být větší, zde je nutné respektovat gradaci náročnosti příkladů. Dále si učitel připraví shrnutí, kontrolní otázky a úkoly, kontrolní test a úkoly k odevzdání. Vhodnými tématy se jeví např. učivo o organizacích

(ziskových a neziskových), podnikových činnostech (např. o dlouhodobém majetku, personalistice), finančním hospodaření firmy, rozvaze a dalším učivu.

Závěr

E-learning představuje moderní formu výuky, kterou lze využít v ekonomických předmětech i na středních školách. V současné době se nejvíce využívá v distanční či kombinované formě studia. Uvedená forma výuky přispívá k určitému zkvalitnění výuky na středních školách, vede k většímu aktivnímu zapojení studentů do vyučovacího procesu. Ve využívání e-learningu se na středních školách stále objevují určité nedostatky, které je třeba zlepšit. Jedná se především o zařazení ankety, která umožní vyučujícím uvědomit si a odstranit zjištěné nedostatky při výuce.

Literatura

- (13) BERKOVÁ, K. 2013. *Význam e-learningové studijní opory v terciárním vzdělávání*. In Sborník příspěvků mezinárodní vědecké konference Média a vzdělávání 2013. x. 8 elektronické. Praha: Extrasystem s. 1–4. ISBN 978–80–87570–15–9. Dostupný z WWW: <<http://extrasystem.com/9788087570159.pdf>>.
- (14) JAŠÍK, L. *E-learningové zpracování předmětu chod podniku*. 2015. Závěrečná práce doplňujícího pedagogického studia. VŠE, Praha. s. 18–52.
- (15) KRÁLOVÁ, A., NOVÁK, J. a kol. 2014. *Teoretické aspekty racionalizace ekonomického vzdělávání*. Praha: Press 21 s.r.o. s. 316. ISBN 978–80–905181–5–5.
- (16) KRPÁLEK, P., KRPÁLKOVÁ, K. 2012. *Didaktika ekonomických předmětů*. Praha: Oeconomica. s. 143, 407–415. ISBN 978–80–245–1909–8.
- (17) *Novela školského zákona (č. 472/2011 Sb.) – výklady a informace*. [online]. 2015 [cit. 2015–01–10]. Dostupné z WWW: <<http://www.msmt.cz/dokumenty/skolsky-zakon>>.

Kontaktní adresa

Ing. Alena Králová, Ph.D.

Katedra didaktiky ekonomických předmětů, Vysoká škola ekonomická nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3, ČR

E-mail: kralova@vse.cz

Tel.: 00420 224 095 329

**DIDAKTICKÉ A MEDIÁLNÍ ASPEKTY VE VÝUCE PODNIKOVÉ
EKONOMIKY A FINANČÍ**
**EDUCATIONAL AND MEDIA ISSUES IN TEACHING BUSINESS
ECONOMICS AND FINANCE**

Pavel KRPÁLEK

Павел КРПАЛЕК

Abstrakt: Podniková ekonomika a Finance jsou ve vysokoškolském ekonomicky zaměřeném vzdělávání typickými představiteli průřezových kurzů, jejichž kurikula jsou výrazně integrovaná z hlediska požadované šíře a komplexnosti cílových kompetencí studentů, protože se zde protíná řada souvisejících ekonomických disciplín. Integrace financí je vnímána jako snaha posílit finanční gramotnost studentů, aby byli schopni začlenit se do společnosti jako úspěšní manažeři, podnikatelé anebo kvalifikovaní zaměstnanci a poučení správci osobních financí. Z hlediska rozvoje klíčových kompetencí to znamená klást důraz zejména na aspekty kreativity, zodpovědnosti, kritického myšlení a schopnosti přiměřeně riskovat. Dosažená vyšší úroveň kompetencí díky integraci finanční gramotnosti zefektivní vzdělávání i v dalších kurzech a přenese synergické efekty do celoživotního vzdělávání absolventů. V příspěvku jsou předmětné aspekty zkoumány z pohledu Vysoké školy obchodní v Praze, kde autor působí.

Abstract: The Business Economics and Finance in the higher economic education are two typical cross-curricular courses with many significant relations. The contribution analyzes some selected didactical and medial aspects in teaching Business Economics. Integration of Finance is seen as a purposeful effort of educators to shape the attitudes learners towards finance literacy and to create abilities which would help them successfully join the business community, especially creativity, responsibility, critical thinking, willingness and ability to take reasonable risks. The acquisition and further self-responsible improving of life-long finance literacy, media & information skills and should increase the value of all courses leading to university degree. Author presents practice and experience at University of Business in Prague.

Klíčová slova: Podniková ekonomika, Finance, vysokoškolské vzdělávání, didaktika ekonomických předmětů, finanční gramotnost, klíčové kompetence.

Keywords: Business Economics, Finance, Higher Education, Didactics of Economic Subjects, Finance Literacy, Key Competences.

Úvod

Význam vysokoškolských kurzů Ekonomiky podniku a Financí pro úspěšné podnikání, řízení podniku a výkon ekonomicky zaměřených povolání je nesporný. Finance jsou prostředkem racionálního rozhodování v ekonomických procesech.

Kurikulum finanční gramotnosti

Zatímco v primárním a sekundárním vzdělávání je v kurikulu a strategii výuky koncentrována pozornost při postupném vytváření základů finanční gramotnosti na oblast osobních a rodinných financí (peněžní, cenová a rozpočtová gramotnost), je tento základ v terciárním ekonomickém vzdělávání rozvíjen o oblast hlubších teoretických (ekonometrických) základů a aplikaci z oblasti podnikových financí (mikroekonomie, podniková ekonomika) a veřejných financí (makroekonomie a hospodářská politika). Na úrovni kurikula podnikových financí jsou jako elementární obsahové struktury a

procesy vnímány oceňování majetku, řízení finančních toků, krátkodobé financování, investiční činnosti, finanční analýza a controlling. Bezpodmínečně zvládnuty a do hloubky pochopeny musejí být podstata a kategorizace finančních toků, schopnost identifikovat a měřit je (výkazy cash flow), porozumět jim, predikovat a řídit je, studenti musejí dokonale pochopit kauzalitu a porozumět dopadům časové hodnoty peněz, ovládat metodu analýzy odchylek, způsoby kvantifikace rizika a oceňování na bázi současné hodnoty. Na tomto základě by mělo být následně zvládnuto měření finanční výkonnosti, aplikace finanční analýzy včetně pyramidálních rozkladů, využívání metod investičního rozhodování a oceňování podniku.

Kromě shora uvedených klíčových poznatků podnikové ekonomiky a financí zde můžeme z hlediska makrostruktury učiva identifikovat významný přesah do oblasti manažerského účetnictví. Zdárná implementace základů manažerského účetnictví do systému interakcí podniková ekonomika – finance předpokládá porozumění a analytický vhled do oblasti finančního účetnictví, které je informačním systémem podniku a datovou bází pro finanční a podnikohospodářské analýzy.

Edukační styl a konstrukce kurikula

Konstrukce kurikula a pojetí výuky ekonomiky podniku a financí vychází z následujících didaktických předpokladů, kterým je zapotřebí přizpůsobit edukační styl:

- poznatkový systém studentů vybudovat jako komplexně propojený základ, musejí funkčně interiorizovat jevy a procesy podnikové ekonomiky z hledisek právních, ekonomických, finančních, účetních apod. včetně schopnosti aktualizace poznatků pomocí moderních medií,
- transformovat ekonomické poznatky do podoby dovedností a návyků pomocí praktického výcviku jak založit a vést podnik, tzn. simulované anebo asistované procesy v podobě projektového vyučování, provozování virtuálních podniků, odborné praxe v podnicích smluvních partnerů apod.,
- formovat kariérní vizi a motivaci studentů k podnikatelství a podnikavosti, studenti nejsou připravováni pouze na výkon profese v závislých činnostech, ale také k podnikání, podnikavost znamená ochotu aktivně zasahovat do rozhodovacích procesů, být aktivní, iniciativní, hledat zdroje zlepšení své ekonomické situace a zvyšovat svůj sociální status,
- rozvíjet ty struktury osobnosti a povahové vlastnosti studentů, které lze alespoň zčásti vzděláváním a výchovou ovlivnit a které mají klíčový význam pro úspěšný profesní rozvoj, například samostatnost, rozhodnost, schopnost vyhodnocovat a nést podnikatelské riziko, způsobilost komunikovat, působit v týmu jako lídr, motivovat a řídit spolupracovníky, schopnost formulovat a sdílet vizi, morální principy a etické aspekty v podnikání [2].

Didaktické a mediální konsekvence

Cílem výše uvedeného edukačního stylu a koncepce kurikula je dosažení takové úrovně kompetencí studentů, aby byli způsobilí autonomně identifikovat relevantní koncepty a procedury, typické pro kognitivní procesy v ekonomické vědě a kritéria pro ověření jejich validity [3]. Edukační realita v ekonomickém vzdělávání je specifická potřebou horizontálně a vertikálně integrovat základní učivo v činnostech. Systemizace konkrétních poznatků a dovedností v činnostech, určení akcentů a způsoby hodnocení jsou výsledkem sociální konstrukce, přičemž struktura poznatků a dovedností je konstruována na základě dvou základních typů kódů nebo jejich kombinací: seriálního kódu anebo integrovaného kódu. V prvním případě kurikulum vychází z předmětových,

oborových poznatků, které jsou vzájemně separované a hierarchicky uspořádané, tedy zde logicky analýza pojmů předchází předávání poznatků, koncepty předcházejí témata, teprve po identifikaci a analýze základní pojmové sítě se zkoumá přílehlavost témat. Ve druhém případě (kódu integrovaného) jsou poznatky segmentované, hierarchicky neuspořádané, stojící vedle sebe, jakoby nezávisle na sobě a jsou osvojovány v kontextu, na kterém závisí a spíše než o pojmech a sítích se zde hovoří o průřezových tématech, struktury poznatků jako pojmy a sémantické struktury jsou extrahovány z témat až při následné reflexi činností těch jedinců, kteří se učí, integrace je užitečná pro upevňování dovedností, ale existuje zde riziko degenerace do činností bez intelektuálně formativní hodnoty [4].

Podle dosavadních zkušeností v přímé výuce podnikové ekonomiky a financí platí, že pokud se spokojíme pouze s generalizujícím zacílením na odborné kompetence optikou přípravy sylabu předmětu přes deskriptory výsledků učení a redukovaným finálním sumativním hodnocením prizmatem výkonové zkoušky, vystavujeme se riziku podcenění podstatného aspektu obsahu učiva: výběru, uspořádání klíčových poznatků a jejich převedení v dovednosti činnostním charakterem výuky, spojeným s formativní zpětnou vazbou. Jedině takto komplexně a integrovaně (činnostně) pojatý styl výuky a učení může generovat optimální model konstrukce učiva, snažící se vyvarovat nástrahám tématismu bez hlubší sémantické analýzy, stejně jako normativnímu prosazování poznatků k osvojení bez předchozí strukturace.

Činnostní charakter výuky ve vazbě podniková ekonomika – finance lze realizovat zadáním seminárních prací typu podnikatelského plánu včetně finančních příloh, přičemž studenti podnikatelské plány pouze nepředkládají, musejí je prezentovat a obhájit v diskuzi. Dochází tím k žádoucímu rozvoji měkkých dovedností a sociální kompetence. Studenti zde získávají také informační dovednosti, protože musejí osvědčit svoji schopnost čerpat ze širokého spektra médií, kriticky filtrovat a vyhodnotit data, konstruovat své vlastní originální řešení, dokázat jej prosadit [1].

Závěry a doporučení pro praxi

V ekonomickém vzdělávání lze doporučit koncentrické uspořádání učiva, smíšený model konstrukce učiva s mírnou převahou seriálního kódu s ohledem na četné průměty průřezového učiva a kazuistik, pozornost je třeba věnovat integraci financí, vtiskující do podnikové ekonomiky prvky kódu integrovaného. Dále doporučuji:

- precizovat komplexní propojené struktury ekonomických a finančních poznatků a zajistit jejich převod v dovednosti (hard skills) činnostním charakterem výuky, využít vzory ekonomického úspěchu (příklady dobré praxe, případové studie, kazuistiky, besedy a přednášky podnikatelů a odborníků z praxe),
- rozvíjet samostatnost, týmovou práci a kreativitu studentů, tzn. podporovat rozvoj měkkých dovedností (soft skills), ty se vytvářejí činnostmi, proto předpokladem je výrazný podíl využívání aktivizujících metod ve výuce,
- rozvoj mediální a informační dovednosti studentů, tzn. podpora rozvoje schopností efektivně vyhledávat, analyzovat a využívat informace, převést je do roviny tržních příležitostí a dokázat nést rizika s tím spojená,
- inovativní přístup k řešení životních úkolů s praktickým využitím znalostí projektového a finančního řízení, zodpovědnost vzdělávaných za vlastní učení, identifikace s principy udržitelného rozvoje a etickými normami.

Literatura

- (1) CHROMÝ, J. *Didaktické zásady a televizní zpravodajství*. Media4U, č. 4/2012, roč. XI., ISSN 1214–9187.
- (2) KRPÁLEK, P., KULHÁNEK, A. *Fenomén podnikatelství v podnikové ekonomice a řízení lidských zdrojů*. In: *Investice jako zdroj ekonomického růstu v současných podmínkách*. Sborník z mezinárodní ekonomické konference, 29.11.2013, Praha: VŠMIEP, ISBN 978–80–86847–68–9.
- (3) *Strategie vzdělávání pro udržitelný rozvoj české republiky (2008 – 2015)* [online] Dostupné z www: <http://www.msmt.cz/uploads/soubory/zakladni/JC_SVUR.doc> [cit. 2013–11–08].
- (4) ŠTECH, S. *Zřetel k učivu a problém dvou modelů kurikula*. Pedagogika, 2009, roč. LIX, č. 2, ISSN 3330–3815

Kontaktní adresa

doc. Ing. Pavel Krpálek, CSc.

Katedra financí a účetnictví

Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s.

Spálená 76/14

110 00 Praha 1

Česká republika

E-mail: krpalek@vso-praha.eu

Tel.: 00420 224 056 043

IKT A VZDELÁVANIE
ICT AND EDUCATION**Katarína KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ****Katarина КРПАЛКОВА КРЕЛОВА**

Abstrakt: Cieľom príspevku je zdôraznenie významu využívania moderných didaktických prostriedkov – IKT vo vzdelávaní a nutnosť ich implementácie do prípravy budúcich učiteľov. Obsahom príspevku sú ukážky využitia IKT v príprave učiteľov ekonomických predmetov na VŠE v Prahe.

Abstract: The main aim of the article is to emphasize the importance of using modern means of teaching – ICT in education and the need for their implementation in the preparation of future teachers. The paper contains specific examples of use of ICT in teacher training at the University of Economics in Prague.

Kľúčová slova: informačné a komunikačné technológie, informačná gramotnosť, počítačová gramotnosť, vzdelávanie, didaktická technika..

Keywords: Information and Communication Technologies, Information Literacy, Computer Literacy, Education, Didactic Technique.

Príspevok je spracovaný ako jeden z výstupov výskumného projektu Fakulty financi a účtovníctví VŠE, ktorý je realizovaný v rámci inštitucionálnej podpory VŠE IP100040.

Úvod

Moderné technológie prenikajú nielen do všetkých štruktúr spoločnosti, ale aj do života jednotlivca. Prax si vyžaduje žiakov a absolventov pripravených na využívanie moderných technológií, schopných ďalej sa vzdelávať a pracovať kooperatívne v pracovnom tíme. Žiaci a študenti si musia osvojiť veľké množstvo informácií a preto spoločnosť kladie zvýšené požiadavky na úroveň a kvalitu technológie vzdelávania. Z uvedeného dôvodu je potrebné používať nové metódy, formy a postupy ako aj nové výučbové prostriedky, ktoré umožňujú a uľahčujú prijímať, spracovávať a poskytovať široké spektrum informácií [3]

Pre efektívny výkon povolania je potrebné u žiakov a študentov rozvíjať kľúčové kompetencie človeka. Za jednu z významných kľúčových kompetencií považujeme schopnosť pracovať s modernými informačnými technológiami, zručnosť pracovať s osobným počítačom, internetom, využívať rozličné informačné zdroje a informácie v pracovnom aj v mimopracovnom čase, v odbornom vzdelávaní. S tým súvisí požiadavka informačnej a digitálnej gramotnosti.

Informačná a digitálna gramotnosť

V posledných rokoch mnohé vyspelé krajiny (USA, Japonsko, Nórsko, Fínsko, Dánsko a iné štáty EU) prispôsobili svoje vzdelávacie systavy potrebám informačnej spoločnosti a významným spôsobom investujú jednak do vzdelávania ako celku, tak aj do informačných technológií a ich integrácie do vzdelávacieho procesu [1]. Takže ak chceme držať krok s vyspelými krajinami je potrebné, aby školy mali dostatok finančných prostriedkov pre vybavenie modernými vyučovacími prostriedkami, akými bezo sporu sú informačné a komunikačné technológie a kvalifikovaných učiteľov, ktorí dokážu efektívne využívať IKT pre dosahovanie výchovno–vzdelávacích cieľov. Cieľom by mala byť informačná a digitálna gramotnosť žiakov, študentov, absolventov, resp. občanov. *Informačnú gramotnosť* môžeme definovať ako schopnosť spracovávať,

triediť, a využívať relevantné informácie prostredníctvom IKT pre zvýšenie efektivity práce aj života. *Digitálne gramotný* občan vie efektívne, primerane a bezpečne využívať IKT vo svojej práci, pri štúdiu a v každodennom živote, a tiež pozná a rozumie spoločenským aspektom a dôsledkom používania IKT. Vie, v ktorých situáciách mu IKT môžu pomôcť, a takúto pomoc očakáva a požaduje (napr. pri ďalšom vzdelávaní, od verejnej správy atď.).

Vzťah IKT a vzdelávania

Ako sme už spomenuli, väčšina európskych štátov stotožňuje s názorom zavádzania informačných a komunikačných technológií (IKT) do vzdelávacích systémov a toto považujú za veľmi dôležitý cieľ. IKT sa spájajú s otázkou vzdelávania ako prostriedku na individuálne sebaurčenie. Dlhodobo bolo vzdelávanie jednotlivcov, ktorí sú schopní mať kritický pohľad vo veľkom rozsahu, závislé predovšetkým od množstva prístupných informácií. Z toho vyplýva tendencia dávať rovnakú úroveň miery sebaurčenia so schopnosťou získavať vyšší stupeň informácií a vedomostí.

V súčasnosti je zhromažďovanie veľkého množstva informácií materiálne a technicky prakticky bezproblémové. Dnes ide predovšetkým o schopnosť s informáciami narábať a správne ich využívať. Zavádzanie IKT do vzdelávania môže viesť k povzbudzovaniu študentov, aby sa začali viac zapájať a prispeli, aby vonkajší svet vstupoval do školy a vo všeobecnosti zmenil spôsob akým sa poskytuje vzdelávanie. Avšak samotná existencia IKT nie je postačujúca. IKT, ktoré sú využívané vo vzdelávaní ukazujú, že majú vplyv na tradičné vyučovacie metódy a na spôsob akým školy bežne fungujú. V závislosti od okolností môžu byť využívané buď na plnenie technických úloh, alebo môžu byť využívané ako prostriedok na výmenu informácií a získavanie prístupu k vedomostiam. IKT ponúkajú nové formy učenia a vzdelávania, resp. učenia sa. Príkladom progresívnych vzdelávacích prístupov využívajúcich IKT sú najmä dištančné vzdelávanie a multimediálne vzdelávacie aplikácie.

Využitie IKT vo vzdelávaní študentov by malo vychádzať z presvedčenia, že k produktívnemu učeniu sa študenta je *prospešné*: projektové vyučovanie a nie programované vyučovanie; učenie sa pochopením súvislostí a nie učenie sa memorovaním; individuálne alebo tímové úlohy a nie ak všetci robia to isté; chyby sú zdrojom poučenia a nie iba dôvodom na pokarhanie; slovné hodnotenie viac ako testovanie a známkovanie; ak učiteľ je pomocníkom a nie najvyššou autoritou; ak ide predovšetkým o záujem nie o disciplínu; ak škola je otvorená okoliu a nie uzavretá; a ak nielen učiteľ, ale ktokoľvek môže byť zdrojom informácií. Veľmi dôležitým a nutným krokom úspešnej implementácie IKT je nutnosť zmeny prípravy študentov vysokých škôl, ktoré pripravujú budúcich učiteľov. Tento krok je daný skutočnosťou, že študenti – budúci učelia nedostanú príslušné vedomosti a zručnosti v práci s IKT ešte počas štúdia na VŠ, po príchode do pedagogickej praxe budú rozširovať rady tých učiteľov, ktorých bude treba preškoliť na používanie IKT [2].

Rozvoj počítačovej a informačnej gramotnosti študentov učiteľstva na VŠE v Prahe

Počítačová a informačná gramotnosť študentov bakalárskeho a magisterského štúdia v študijných odboroch Vzdelávaní v ekonomických predmetych (Bc.) a Učiteľství odborných ekonomických predmetych (Mgr.) sa realizuje prostredníctvom predmetov Didaktická technika, Využitie počítačov vo výučbe, Prezentačné a komunikačné technológie v moderných koncepciách vzdelávania a Podnikové praktikum. Vo všetkých uvedených predmetoch sa študenti stretnú s aktívnym využitím IKT, t.j.

prostriedky moderných technológií sú vyučujúcimi priamo implementované do výučby, resp. študenti sami využívajú IKT na spracovanie zadaných projektov. Učitelia koordinujú ich činnosť s IKT. Uvedieme príklad na predmete Didaktická technika, kde študenti ako jeden z výstupov pripravujú multimediálnu prezentáciu, ktorá bude primárne slúžiť na vzdelávacie účely. Jej obsah korešponduje s vybranou témou z ekonomiky alebo účtovníctva na obchodných akadémiách. Druhá prezentácia má slúžiť na marketingové účely, pričom hlavným cieľom maximálne využitie obrazu, zvuku, internetu, animácií, a pod. Študenti jednak simulujú určitú fázu vyučovacej hodiny, kde je možné ich prezentáciu pre výučbu uplatniť a ďalej simulujú napr. predajcu vybraného produktu alebo služby. Vzájomne sa informujú o samotnej realizácii, úskaliach, ktoré pri ich spracovaní nastali.



Ukážka študentského spracovania prezentácie pre *vzdelávacie účely*

Zdroj: Bc. Aneta Linhartová – študentka VŠE



Ukážka študentského spracovania prezentácie pre *marketingové účely*:

Zdroj: Marek Čáp – študent VŠE

Ďalším predmetom, ktorý je zameraný na rozvoj počítačovej a informačnej gramotnosti je Využitie počítačov vo výučbe. Cieľom je prakticky pripraviť študentov pre využívanie počítačov vo vyučovaní na stredných školách alebo v podnikovej praxi. Výsledkom by mali byť vlastné návrhy pomôcok pre rôzne oblasti využitia počítačov vo vyučovaní a vlastné návrhy na optimálne využitie informačných zdrojov a počítačov pre potreby podnikovej praxe. Predmet je obsahovo zameraný napr. na využitie internetu ako zdroja informácií (finančné a mzdové kalkulačky), textové a tabuľkové procesory, využitie elektronických textov vo výučbe a v podnikovej praxi, multimédia vo výučbe a v podnikovej praxi, software pre spracovanie daňových priznaní vo výučbe a v podnikovej praxi a pod.

Záver

V záujme posilnenia špecifickej úlohy IKT, ako zdroja učenia, je potrebný významný pokrok v tejto oblasti. Je potrebné, aby sa využívali výhody IKT, ktoré sú zdôrazňované tými, ktorí sú zapojení do činnosti v rámci vzdelávacích systémov. Ide o to, aby potenciál IKT sa využíval predovšetkým na rozvíjanie samostatnejších a flexibilnejších procesov, podporoval aktívnejšie a zodpovednejšie prístupy k učeniu a pod. Zavádzaním IKT narastajú nároky na učiteľa a to predovšetkým na prípravu vyučovania, reorganizáciu času, ktorý je venovaný vyučovaniu.

Literatura

- (1) *Koncepcie štátni informační politiky ve vzdelávani*. [online]. 2000. [cit. 2015–10–28]. Dostupný z WWW: <http://www.fi.muni.cz/~smid/sipvevz1.html>
- (2) KRELOVÁ, K. 2005. *Informačné a komunikačné technológie vo vzdelávani učiteľov*. Information and communication technologies in teachers education. In: Trendy technického vzdelávani 2005 : Technická a informační výchova. Sborník / konf.(heslo) Mezinárodní vědecko–odborná konference. Olomouc, 21.–22.6.2005. Praha : Votobia, 2005. s. 309–312. ISBN 80–7220–227–8
- (3) LACKO, J. *Technická výchova ako prostriedok: aplikácia informačných a komunikačných technológií do vyučovacieho procesu*. In: Učiteľské noviny. Roč. 52, č. 29, 2002, s. 4, ISSN 0139–5769.

Kontaktní adresa

Ing. Katarína Krpáľková Krelová, PhD.
Katedra didaktiky ekonomických predmětů
Vysoká ekonomická v Praze
nám. W. Churchilla 4
130 67 Praha 3
Česká republika
E–mail: katarina.krelova@vse.cz
Tel.: 00420 737 930 200

**СТУДЕНЧЕСКИЕ СМИ В КОНТЕКСТЕ ЖУРНАЛИСТСКОГО
ОБРАЗОВАНИЯ УКРАИНЫ****STUDENTS' MASS MEDIA IN THE CONTEXT OF JOURNALISM
EDUCATION IN UKRAINE****Юлия ЛЮБЧЕНКО****Yuliia LIUBCHENKO****Аннотация:**

Abstract. *In the paper is considered using the features of students' mass media in the process of obtaining Ukraine higher education in the field of journalism. The author proposes a model for implementation in the educational process mass media university resources and describes existing experience of the Faculty of Journalism of Zaporizhzhya National University, where effectively operate the Internet portal, the Internet radio station and television studio. Such facilities allow students to implement in practice received theoretical knowledge. They can try themselves in different mass media in order to determine with the future specialization, creating media projects for different platforms. Thus, students get the chance to create their own journalistic portfolio that is important for future employment.*

The aim of the article is to transfer the experience of Ukrainian regional universities in improving the quality of education by bringing the future journalists to practice during their studies. To achieve this goal the author has studied the practice of Ukrainian universities during the last three years, has monitored mass media work of students in terms of content, summarized their own experience of working with students to create journalistic materials for universities mass media.

As a result of research the author found that almost 50% of educational institutions of Ukraine, where there are Faculties of Journalism, mass media laboratories are working. However, only 50% of them operate as full mass media.

It is shown the effectiveness of the students' mass media on the example of the Faculty of Journalism of Zaporizhzhya National University, whose students pass practice in the university mass media. Today, based on their practice 82% of students of the 1st–2nd years of study and 65% of senior students. Most of them continue to work in the university mass media already as practicing journalists and 80% of graduates are working successfully by specialty in regional and Ukrainian media.

Ключевые слова: журналистика, студенческие массмедиа, образование,

Key words: journalism, students' mass media, education, practical experience.

Введение

Современная журналистика диктует работника СМИ непростые условия трудоустройства. Они сегодня не ограничиваются умением журналиста отображать действительность, анализировать, грамотно писать и говорить. Современные масс–медиа требуют полифункциональных работников с творческим подходом и техническими навыками. Для современных СМИ важно, чтобы журналист самостоятельно мог собрать информацию, обработать ее, сделать фото или видео, создать мультимедийное сопровождение и т.д. При этом далеко не все редакции идут на то, чтобы самостоятельно обучать своих будущих работников. Понимая требования массмедийного рынка, учебные заведения стремятся восполнить этот пробел и дать студентам практические навыки

операторской работы, аудио–, видеомонтажа, графики. Такие журналистские мастерские реализуются через конкретные студенческие СМИ, которые работают в рамках факультетов или институтов журналистики Украины. Все они созданы с целью увеличить конкурентоспособность своих выпускников. При этом методы реализации студенческих проектов у каждого вуза разные, что определило актуальность нашего исследования.

Целью статьи является передача опыта украинских региональных вузов в вопросах повышения качества образования путем привлечения будущих журналистов к практике уже во время учебы. Цель исследования предусматривает выполнение следующих заданий: установить число высших учебных заведений Украины, готовящих специалистов в области журналистики, в которых действуют студенческие СМИ; определить особенности контента таких массмедиа и способы реализации подобных проектов; предложить модель использования потенциала студенческих средств массовой информации в учебном процессе, которая уже реализована в Запорожском национальном университете. Для реализации поставленных заданий мы изучили практику украинских вузов на протяжении последних трех лет, провели мониторинг студенческих СМИ с точки зрения контента, обобщили собственный опыт работы со студентами по созданию журналистских материалов для университетских массмедиа.

Сегодня студенческие СМИ активно развиваются. Свои газеты, журналы, сайты имеют даже те учебные заведения, где отсутствуют журналистские факультеты. И это понятно, ведь молодые люди стремятся донести свои проблемы, интересы, мысли по поводу актуальных проблем общества, они хотят быть услышанными. Для нас интересны студенческие СМИ как практическая база для будущих журналистов.

Мощное развитие студенческих массмедиа украинские ученые связывают с условиями становления Болонской системы, когда «большое внимание во время учебного процесса уделяется самостоятельной работе студентов, а практическая нагрузка студентов–журналистов заключается в создании собственного информационного продукта» [1, с. 148]. Поэтому важно, чтобы будущий журналист не просто имел теоретические представления о создании газеты, работы радио или телевидения. Для выработки практических навыков при факультетах открываются студии ТВ и радио, создаются редакции газет и сайтов.

По информации главы Научно–методической комиссии по журналистике и информации при Министерстве образования и науки Украины, директора Института журналистики Киевского национального университета им. Т. Шевченко профессора В. Ризуна в Украине журналистов готовят 39 высших учебных заведений [7]. В то же время образовательный портал [2] подает перечень из 47 украинских вузов, которые готовят специалистов в области массмедиа. По нашим подсчетам только 27 из них дают квалификацию журналиста. Проводя мониторинг официальных университетских сайтов, мы брали во внимание только основные вузы, без филиалов и отделений. В результате мы определили, что только в 55% вузов существуют студенческие СМИ как платформы для обучения будущих журналистов. Их виды представлены на рис.1.

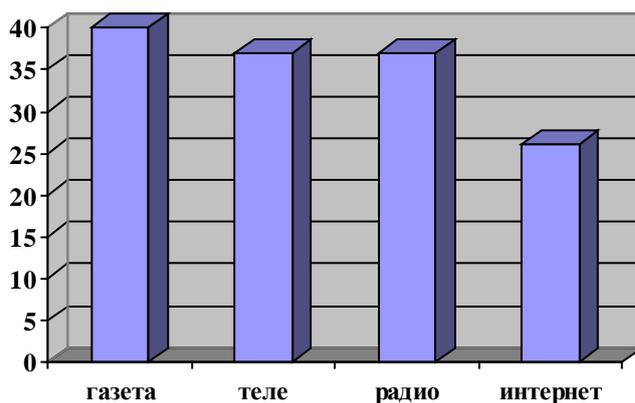


Рис.1. Виды студенческих СМИ в Украине (%)

Как видим, наиболее популярным видом СМИ остаются газетные издания (40%). Правда, большинство из них имеют электронную версию и представлены в Интернете. Теле- и радио традиционно создаются в рамках одной лаборатории, поэтому их число одинаково (37%). Интернет-платформы сегодня не такие популярные (26%). Стоит отметить, что мы рассматривали исключительно интернет-ресурсы, которые максимально приближены к СМИ и не брали во внимание официальные сайты университетов или факультетов. Такой сознательный выбор продиктован стремлением продемонстрировать реальную ситуацию в журналистском образовании, так как к наполнению официальных сайтов студенты-журналисты часто не имеют никакого отношения.

Если с газетными и интернет-проектами все очевидно, то телерадиолaborатории во многих случаях остаются только экспериментальными площадками для студентов и не имеют возможности получить обратную связь. Реализовать такую идею непросто, так как создание отдельных радиостанций или телевизионных проектов требует немалых материальных ресурсов. Но нужно признать, что сегодня исключительно учебной работы в рамках теле- радиолaborаторий недостаточно. Украинские вузы стремятся выйти за рамки факультетов, а иногда и учебного заведения (Институт журналистики Киевского национального университета им. Т. Шевченко, Черновецкий национальный университет им. Ю. Федьковича, Запорожский национальный университет и др.). Сегодня они активно работают над популяризацией своих СМИ не только среди студентов своих университетов. Они создают интернет-радиостанции, молодежные порталы, телевизионные кабельные сети. К примеру, интернет-радиостанция «Campus-radio» Института журналистики КНУ им. Шевченко периодически проводит конкурсы радиопередач для студентов украинских вузов, студенческие СМИ Черновецкого национального университета (радио «Studwave», телевидение «Профline», газета «Newформаты») работают через качественно оформленный интернет-канал [6]. В Запорожском национальном университете работает интернет-радиостанция «Universe» [4], телевизионная студия «Юниверс-ТВ», которая вещает через университетскую сеть, информационный портал «Пороги» [5]. Соотношение учебных лабораторий и реальных телеканалов и радиостанций в украинских вузах представлено на рис.2.

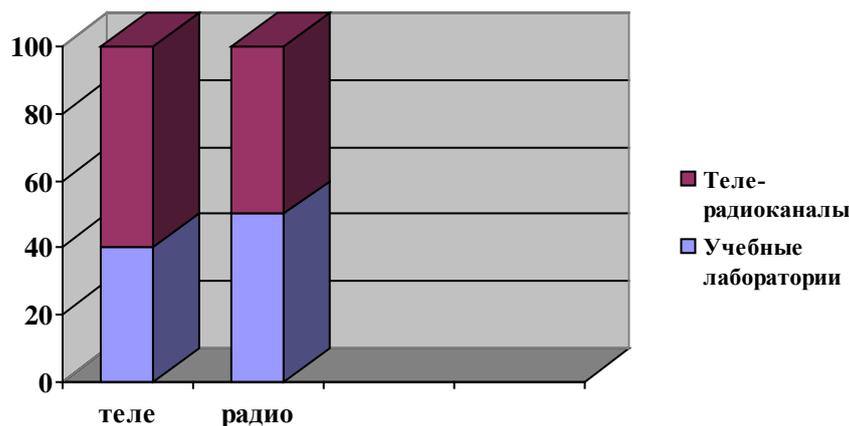


Рис.2. Соотношение учебных лабораторий и теле– радиоканалов

Но нужно отметить, что некоторые лаборатории ищут пути для популяризации своей работы за счет внешних ресурсов. К тому же это стимул для студента трудоустроиться, проявить себя, реализовать интересный проект. Поэтому студенческие СМИ достаточно популярны среди молодежи. Например, на базе таких массмедиа Запорожского национального университета практикуются 82% студентов 1–2 курсов и 65% студентов старших курсов. Лучшие из них продолжают работать в университетских СМИ уже в качестве практикующих журналистов, а 80% выпускников успешно работают по специальности в региональных и всеукраинских СМИ.

Такая модель сотрудничества существует и в Институте журналистики Киевского международного университета, в котором студенты через пресс–центр могут публиковать свои материалы во всеукраинских газетах, а на всеукраинских телеканалах демонстрируются студенческие сюжеты (программа «Студенческий билет») [3].

Студенческие СМИ Запорожского национального университета также имеют опыт работы на городском уровне. В 2012–2013 гг. в учебном заведении существовала практика по созданию телерадиопроектов для телеканала и радиостанции «Запорожье». В частности, еженедельная радиопрограмма «Открытый журнал» (хронометраж 10 мин.) знакомила слушателей с основными научными открытиями, сделанными за последнее время украинскими и зарубежными учеными. Особенность и ценность такой работы состояла в том, что весь технологический процесс по созданию радиопрограммы был реализован самими студентами под руководством преподавателя университета по радиоспециализации. Группа студентов работала над поиском информации, ответственное лицо занималось редактурой, учащиеся самостоятельно записывали текст в студии радиостанции «Universe». Готовый продукт транслировался на региональной радиостанции. Такая модель позволяет выработать навыки командной работы над конкретным журналистским заданием и формирует чувство ответственности за проделанную работу, которую будут оценивать не только сокурсники, но и городская аудитория.

Контент студенческих СМИ Украины подобный, что неудивительно, ведь характеристики целевой аудитории очень схожи. Для конкретизации данных мы провели количественный анализ журналистских материалов на предмет

тематического наполнения. Для анализа мы выбрали студенческие СМИ, которые наиболее полно отображают интересы молодежи. Это СМИ Черновецкого национального университета (радио «Studwave», телевидение «Профline», газета «Newформаты»), Института журналистики Киевского национального университета им. Т. Шевченко (интернет–радиостанция «Campus–radio», телестудия «Студент–TV»), Запорожского национального университета (телестудия «Юниверс–ТВ», интернет–радиостанция «Universe», сайт «Пороги»). Мы сознательно не включили в перечень академические университетские издания, основная цель которых состоит в формировании позитивного имиджа вуза. Мы же исследуем темы, интересны самим студентам. Для подсчета мы путем случайной выборки проанализировали материалы, вышедшие в течении октября 2015 года. Результаты представлены в таблице 1.

Табл.1. Тематика журналистских материалов в студенческих СМИ

Единица анализа – тематика журналистских материалов	«Studwave»	«Профline»	«Newформаты»	«Campus–radio»	«Студент–TV»	«Юниверс–ТВ»	«Университет»	«Пороги»
Политика	7	3	2	0	2	0	5	7
Экономика	5	1	1	1	3	0	3	6
Социальная тематика (здоровье, образование, работа)	22	13	7	10	9	8	17	13
Спорт	15	9	12	10	13	6	21	12
Культура	20	17	14	14	12	10	25	17

Результаты подсчетов демонстрируют, что студенческие СМИ большое внимание уделяют культурной (35%), социальной (27%), спортивной тематике (26%) и меньше – экономике (5%) и политике (7%).

При этом наблюдается тенденция, что политические и экономические темы более актуальны для печатных СМИ и интернет–ресурсов.

Наряду с позитивными тенденциями, существующими в студенческих СМИ Украины, мы осознаем и сложности такой модели практической подготовки журналистов. Среди них возможны: давление со стороны администрации факультетов или университетов, проблемы материального обеспечения, что зависит от финансовых вливаний вуза, отсутствие рекламодателей, которые неохотно сотрудничают со студенческой аудиторией. Правда, последнюю проблему студенческие СМИ Украины решают за счет грантовых проектов (Фонд развития СМИ при Посольстве США в Украине, Фонд Рената Ахметова и др.). Такое сотрудничество с донорскими организациями позволяет молодым редакциям улучшить техническое обеспечение, повысить уровень квалификации при помощи мастер–классов и тренингов.

Итак, исследование демонстрирует заинтересованность украинских вузов в студенческих СМИ как базы для практической подготовки студентов–журналистов. На современном этапе 50% учебных заведений Украины имеют телерадиолaborатории, печатные СМИ, интернет–ресурсы. Но все они

практикуют разные модели использования таких ресурсов в образовательном процессе. Это создание учебных журналистских материалов в рамках лабораторий без дальнейшей публикации; это написание материалов с дальнейшей публикацией на сайтах университетов или факультетов; и наконец, модель, предусматривающая создание полноценных студенческих СМИ, которые работают на своих отдельных платформах. Именно такая модель позволяет преподавателю наиболее эффективно работать со студентами, формировать их практические навыки. К тому же студенческие масс-медиа дают молодым людям реальную возможность заявить о себе еще во время учебы, сформировать журналистское портфолио, адаптироваться к условиям рынка, найти достойную работу.

Перспективы развития студенческих СМИ очевидны, ведь студенческая аудитория постоянно пополняется новыми представителями, молодежь стремится быть активной и обратить на себя внимание старших коллег. К тому же развитие технических средств и форм подачи информации всегда будут подталкивать будущих журналистов осваивать новые технологии. А значит студенческие СМИ смогут не только обучать студентов, но и конкурировать с другими видами СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

- (1) Білограць, Х. *Проблема свободи слова у студентських ЗМІ* // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч.1. – С. 147–151.
- (2) Перечень высших учебных заведений Украины. – Режим доступа: <http://www.osvita.com.ua/ua/universities/?directions=38>
- (3) Сайт Института журналистики Киевского международного университета. – Режим доступа: <http://www.kyumu.edu.ua/institute-of-journalism.html>.
- (4) Сайт интернет-радиостанции «Universe». – Режим доступа: <http://universe.zp.ua>.
- (5) Сайт информационного портала «Пороги». – Режим доступа: www.porogy.zp.ua.
- (6) Сайт студенческих СМИ Черновецкого национального университета. – Режим доступа: <http://stud-media.cv.ua>.
- (7) *То скільки ж в Україні факультетів журналістики?* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/education/to_skilki_zh_v_ukraini_fakultetiv_zhurnalistiki.

Контактный адрес

Юлия ЛЮБЧЕНКО

Yuliia LIUBCHENKO

Запорожский национальный университет, Украина

Ph.D. in Social Communications, principal lecturer of the Department of Journalism of Zaporizhzhya National University, Ukraine

E-mail: lubchenko2008@ukr.net

PŘÍNOSY A RIZIKA OPEN A LINKED DAT VE VZDĚLÁVACÍM PROCESU

BENEFITS AND RISKS OF OPEN AND LINKED DATA IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Renáta MÁCHOVÁ

Penama MAXOBA

Abstrakt: Tento příspěvek se zabývá přínosy a riziky open a linked dat ve vzdělávacím procesu se zaměřením na různé cílové skupiny uživatelů. Po úvodním vymezení kontextu jednotlivých pojmů a popisu možných zdrojů těchto dat byla na základě literární rešerše vypracována SWOT analýza.

Abstract: This contribution deals with the benefits and risks of open and linked data in the educational process focusing on the various target groups of users. Following the definition of the context of related terms and the description of possible data sources, SWOT analysis was conducted based on the literature review.

Klíčová slova: open data, linked data, portály, vzdělávání, SWOT analýza.

Keywords: open data, linked data, portals, education, SWOT analysis.

Úvod

V tomto příspěvku je kladen důraz na význam open a linked dat ve vzdělávacím procesu jako nástroje pro zvyšování transparentnosti, podpory spolupráce mezi různými zúčastněnými stranami, podpory znovu využívání informací veřejného sektoru, zapojování studentů do návrhů a implementace různých strategií, které dále ovlivňují rozhodovací procesy a vytváření různých aplikací nad těmito daty, které budou dále podporovat tyto procesy. Tento trend je součástí snahy o vytvoření ekonomiky řízené daty a znalostmi [3]. Centrálním bodem jsou zde tzv. open data portály, kde instituce veřejné správy zpřístupňují svá data podle definic open dat a otevřeného vládnutí [4], [8]. Tato data se nazývají Open Government Data (OGD), když dále existují také Open Business Data (OBD), Open Citizen Data (OCD) a Open Science Data (OSD), kam patří i vzdělávací instituce. S nimi dále úzce souvisí Linked Open Data (LOD), což jsou strukturovaná a propojitelná data, která splňují definované požadavky založené na zjednodušení jejich vyhledávání a zpracování [2]. Tato data mají ve vzdělávacím procesu různý význam pro různé skupiny uživatelů. Proto je hlavním cílem tohoto příspěvku vymezit tyto pojmy, vypracovat SWOT analýzu a na závěr popsat přínosy a rizika pro jednotlivé skupiny.

Open, linked data a jejich vymezení

Jelikož v posledních letech jsou tyto pojmy stále frekventovanější a zároveň s tím dochází k trvalému růstu objemu dat produkovaných nejenom v institucích veřejného sektoru, tak se model open dat vyvinul do modelu open (big) dat [8]. Open data jsou především o standardech pro zajištění toho, aby tato data byla volně ke stažení, strojově čitelná a vzájemně propojitelná jako LOD. Kontext big dat pak spíše popisuje proces získávání, ukládání a analýzy dat s cílem získat informace o hlavních trendech a vývoji v dané oblasti, resp. jde o distribuované architektury a jejich využití pro zpracování těchto dat. Linked data pak popisují způsob publikace strukturovaných dat, která mohou být vzájemně propojena a stát se tak použitelnější skrze sémantické dotazy, když linked data vždy nemusí splňovat standardy open dat. Cílem je umožnit propojení a interakce

mezi různými zdroji dat [2]. Celý ekosystém kolem těchto dat však netvoří jen samotná data, ale zahrnuje také odpovědnost, právní rámec, instituce, infrastrukturu a komunity uživatelů, které tato data dále využívají za konkrétním účelem, včetně druhu dat [4], [8].

Druh, resp. konkrétní kategorie zaměření dat je zásadní pro výběr nejvhodnějších dat, která budou dále naplňovat vzdělávací cíl. Za tímto účelem je možné využít tzv. open data portálů, kde lze prohledávat a přímo stahovat různé datové sady členěné podle kategorií, institucí veřejné sekтору nebo jen na základě generovaných klíčových slov [7]. Autoři v [8] např. definovali 10 kategorií, které lze zpravidla na těchto portálech nalézt. Některé portály nabízejí i další funkce jako je API nebo SPARQL, seznam aplikací vytvořených s využitím dané datové sady, diskuze a hodnocení datových sad nebo nástroje pro zobrazení těchto dat. Důležitá je i možnost požádat o zveřejnění nové datové sady prostřednictvím formuláře [1], [7], [8]. Zároveň je potřeba zmínit, že ne všechna tato data se dají využít jako open studijní materiály, tzn. studijní materiály vytvářené z open nebo linked dat a dále volně šířitelné [10], proto je nutné věnovat pozornost popisu datových sad a jejich metadatům.

Na základě administrativní úrovně lze open data portály dělit do těchto skupin [7]: lokální (pod správou města nebo obce), regionální (pod správou regionu nebo regionální autority), národní (pod správou centrální instituce nebo pokrývající území celého státu) a mezinárodní (pod správou mezinárodní instituce nebo pokrývající vybrané státy). Obecně je pak doporučováno vytvořit portál na národní úrovni, který by centralizoval metadata od všech institucí poskytujících tato data na různých úrovních [8]. Kromě oficiálních portálů existují také portály podporované soukromým sektorem a komunitní portály nebo agregátory, kde lze nalézt OBD, OCD nebo OSD v různé granularitě dat.

Požadavky a využívání open a linked ve vzdělávacím procesu

Mezi hlavní charakteristiky vzdělávacího procesu patří požadavky na dostupnost elektronických studijních materiálů a dat, distribuce, správa a znovu využívání zdrojů studijního obsahu, atd. Tyto požadavky tak musí každý autor studijního materiálu nebo také učitel brát v úvahu a využívat takové technologie a data, která budou mít pozitivní přínosy pro vzdělávací proces a povedou k otevřenému vzdělávání pro všechny [10].

Mezi hlavní skupiny, u kterých lze tato data využívat při vzdělávacích procesech patří: základní skupinou jsou vědečtí pracovníci a studenti, kteří tato data využívají k různým experimentům a hlavně studiu, dále to jsou úředníci, kteří buď mají zákonem nařízeno tato data zpracovávat, nebo je využívají pro rozhodování a zvyšování kvality služeb. Další skupinu bude tvořit cílené zpracování buď pro interní potřeby podniků (jako analýza příležitostí, konkurenční výhoda nebo snaha vytvořit komerční aplikaci) nebo pro různé zpravodajské agentury a neziskové organizace. Na závěr tu jsou také občané, kteří stojí zpravidla až na konci procesu a rozhodují se většinou až na základě výsledků analýz nad těmito daty [3], [5], [8]. První skupina bude využívat především OGD, OSD a LOD. Druhá skupina se bude zaměřovat spíše na OGD a jejich integraci s vlastními (interními) daty. Pro obě skupiny a občany je pak společné také to, že se nějakou formou podílí na sdílení těchto dat, resp. informací z nich získaných.

Na závěr je nutné zmínit také open a linked data věnující se vzdělávání a různým statistikám, která mohou pomoci např. při rozhodování o výběru vzdělávacího zařízení, a to nejenom v rámci jednoho státu. Tuto oblast mají velmi dobře zpracovanou portály Spojeného království (data.gov.uk) nebo oficiální portál Evropské unie (publicdata.eu). Česká republika zatím v této oblasti mírně zaostává, když zde nefunguje oficiální portál. Nejblíže je mu neoficiální portál Otevřená data (otevrenadata.cz), který spravuje Fond Otakara Motejla v rámci Fóra pro otevřená data a CKAN portál (cz.ckan.net).

Přínosy a rizika open a linked dat ve vzdělávacím procesu

Kucera a Chlapek v [6] definovali seznamy přínosů, které mohou být dosaženy zveřejněním OGD, a dále skupiny rizik, které je nutné hodnotit před tím, než jsou tato data zveřejněna. Janssen et al. [5] zmiňují některé faktory bránící vyššímu využívání open dat jako např. nedostatečné vysvětlení významu dat nebo chybějící znalosti o tom, jak tato dat zpracovat. Cowan et al. [1] také představili několik praktických příkladů za účelem ilustrace souvisejících rizik a možností open dat. Pokud jde o konkrétní přínosy, tak pro vědce a studenty jsou nejdůležitější možnosti sdílení a spolupráce, znovu využití dat, vyhnutí se zbytečnému opakování výzkumu a urychlení vzdělávacího procesu. Pro podniky je to pak především možnost integrace open dat, která může dále vést k novým poznatkům a přidané hodnotě, resp. ziskům. Pro občany je to nová možnost přístupu k informacím od institucí veřejné správy (zákon svobodného přístupu k informacím). Na závěr je nutné zmínit riziko neochoty sdílet data mezi institucemi [9].

Na základě literární rešerše a porovnání všech použitých zdrojů byly tedy přínosy a rizika shrnuta a provedena SWOT analýza, která je zachycena v tabulce 1.

Tab.1: SWOT analýza přínosů a rizik využívání open a linked dat ve vzdělávání

S – silné stránky	W – slabé stránky
Nové zdroje dat pro podporu vzdělávání, resp. využití v konkrétních předmětech. Získání konkurenční výhody prostřednictvím nových znalostí. Data se dostávají zpět k občanům, kteří zaplatili jejich vytvoření ze svých daní.	Struktura a třídění dat na konkrétním portálu, problém nalézt vhodná data. Chybějící znalosti pro práci s daty. Nepochopení přínosů a rizik těchto dat. Nedodržování licencí a právních rámců na vybraných portálech (kvalita dat).
O – příležitosti	T – hrozby
Zvýšení transparentnosti a důvěryhodnosti celého vzdělávacího systému. Možnost data dále zpracovávat, propojovat a vytvářet přidanou hodnotu. Vytváření aplikací pro komerční i nekomerční účely.	Otázka bezpečnosti dat a jejich měřitelného přínosu pro vzdělávání. Cenzura, regulace a omezení od poskytovatelů dat (neplatí v případě nutné ochrany osobních údajů).

Zdroj: [1,2,3,4,5,6,7,8,9,10]

Závěr

V tomto příspěvku byly popsány přínosy a rizika využívání open a linked dat pro potřeby podpory vzdělávacího procesu se zaměřením na různé skupiny jejich uživatelů. Hlavní přínos je patrný zejména prostřednictvím využívání open data portálů, kde lze data nejenom prohledávat a stahovat, ale také si zobrazit vybrané datové sady v grafu nebo i přímo v mapě. Díky tomu postupně dochází k odstraňování bariér u přístupu ke vzdělávání a studijním materiálům obecně. Tato data představují nový zdroj informací, který lze efektivně využívat ve vzdělávacím procesu, a to nejenom pro jeho podporu, ale i pro vytváření nejrůznějších aplikací v oblasti vzdělávání. Zároveň by také měli být vzdělávací instituce i studenti podporováni ve zveřejňování a využívání těchto dat.

Literatura

(1) COWAN, D.; ALENCAR, P.; MCGARRY, F. Perspectives on Open Data: Issues and Opportunities. In: *Proceedings of the 2014 IEEE International Conference on Software Science, Technology and Engineering*. IEEE, 2014, s. 24–33.

- (2) ERMILOV, I.; MARTIN, M.; LEHMANN, J.; AUER, S. Linked Open Data Statistics: Collection and Exploitation. In: *Knowledge Engineering and the Semantic Web*. Springer, Berlin Heidelberg, 2013, s. 242–249.
- (3) FOULONNEAU, M.; TURKI, S.; VIDOU, G.; MARTIN, S. Open data in Service design. *Electronic Journal of e–Government*, 2014, vol. 12, iss. 2, s. 99–107.
- (4) GEIGER, C. P.; VON LUCKE, J. Open Government and (Linked) (Open) (Government) (Data). *eJournal of eDemocracy & Open Government*, 2012, vol. 4, no. 2, s. 265–278.
- (5) JANSSEN, M.; CHARALABIDIS, Y.; ZUIDERWIJK, A. Benefits, Adoption Barriers and Myths of Open Data and Open Government. *Information Systems Management*, 2012, vol. 29, no. 4, s. 258–268.
- (6) KUCERA, J.; CHLAPEK, D. Benefits and Risks of Open Government Data. *Journal of Systems Integration*, 2014, vol. 5, no. 1, s. 30–41.
- (7) KUČERA, J.; CHLAPEK, D.; NEČASKÝ, M. Open Government Data Catalogs: Current Approaches and Quality Perspective. In: *Technology–Enabled Innovation for Democracy, Government and Governance*. Springer, Berlin, 2013, s. 152–166.
- (8) LNĚNIČKA, M.; MÁCHOVÁ, R. Open (Big) Data and the Importance of Data Catalogs and Portals for the Public Sector. In: *Proceedings in Global Virtual Conference (GV–CONF 2015)*. EDIS, Žilina, 2015, s. 143–148.
- (9) PELED, A. When transparency and collaboration collide: The USA open data program. *Journal of the American society for information science and technology*, vol. 62, no. 11, s. 2085–2094.
- (10) ZOTOU, Maria, et al. Implementing “Rethinking Education”: Matching Skills Profiles with Open Courses through Linked Open Data technologies. *Bulletin of the IEEE Technical Committee on Learning Technology*, 2014, vol. 16, no. 4, s. 18–21.

Kontaktní adresa

Ing. Renáta Máchová, Ph.D.

Univerzita Pardubice, Fakulta ekonomicko–správní

Studentská 84, 532 10 Pardubice

E–mail: renata.machova@upce.cz

Tel.: +420 46603 6074

**КОММУНИКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ УКРАИНСКОГО
СТУДЕНЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ–РАДИОВЕЩАНИЯ
COMMUNICATIVE EFFICACY OF UKRAINIAN STUDENTS' ONLINE
RADIO**

Павло МИРОШНИЧЕНКО

Pavlo MIROSHNYCENKO

Аннотация: *Статья является попыткой определить уровень коммуникативной эффективности интернет–радио в Украине, прежде всего студенческого, на основе интерпретации данных социологических исследований отношения массового слушателя к радиовещанию.*

Abstract: *Communicative efficacy of the online radio and its influence on the transformation of audiences' behavior are topical problems in Ukrainian media studies. But the questions of the development of the students' online radio, its communicative efficacy are not objects of the scientific research yet. However, the number of students' online radio stations in Ukraine is growing.*

Can the students' online radio in Ukraine break the stereotype of itself as ineffective among mass information means? What are the main features of the image of a typical listener of Ukrainian Internet radio, the students in particular? Is the information policy of students' online radio conforming to the needs of the audience? These are the main tasks of this paper.

This article is an attempt to define the communicative efficacy of the online radio "Universe" (Zaporizhzhya, Ukraine) and to describe the main traits of behaviour of the online radio audiences. The research is based on statistics data of different sociological interrogations.

The radio "Universe" was created in 1997 as FM station. This radio has given the possibility for students of Zaporizhzhya National University (ZNU) to produce different programs. In 2010 "Universe" was transformed into online radio. Since that time this radio has played a significant role in the training of the students of Journalism in ZNU. Increasing popularity of the radio has become one of the main tasks of the radio station's team. Special attention is paid to different sociological studies of the audience of this radio.

The data of the interrogation in 2012 represented that 65% of respondents (the students of ZNU) did not know about the radio "Universe". However, 60% of respondents thought that the students' online radio was very useful mass media. Also the authors of this research could determine the audience's preferences: 67% of respondents prefer music on the radio, 24% – news, the others – interactive programs.

The data of the interrogation in 2013 represented that the percentage of the "Universe" programs listeners was 3, 3 % compared with the FM and online listeners in general. It was found that 84% of respondents did not listen to "Universe" because they did not like the radio in general. Most respondents chose the entertainment projects as the potentially interesting programs for themselves.

The data of the online interrogation on "Facebook" in 2015 demonstrate the increase of the online radio audience in Ukraine and Zaporizhzhya: more than 30% of respondents listen to the online radio. The quota of the supporters of the Internet as the main source of information has also increased and is approximately 84%. 66, 7% of

respondents listen to the radio to have fun, and 33, 3% – to get the news and important information. Most respondents readily listen to the radio programs in Ukrainian – 65%. Consequently, the online radio “Universe” is a few effective means of mass communication, although its modern information policy (the increase of the quota of the programs in Ukrainian, the entertainment and media educational projects etc.) is enough professional. An insufficient professional music policy and a low percentage of popularity among Ukrainian online radio stations in general are the main obstacles to the improvement of the programs activity of the students’ online radio “Universe”.

Ключевые слова: коммуникативная эффективность, интернет, радиовещание, мультимедиа.

Key words: communicative efficacy, radio, online. multimedia

Введение

Украинское радиопространство имеет довольно интересную структуру и принципы функционирования. Во-первых, с конца прошлого года постепенно и поэтапно оно прощается с радиостанциями государственной формы собственности. На смену им приходят общественные вещатели с независимым взглядом на разнообразные события и факты социально-культурной действительности. Во-вторых, огромное количество частных FM-станций, объединяющихся в медиа-холдинги, продолжает вытеснять из регионов местных коммерческих вещателей, перекраивая рекламный рынок, точнее говоря, монополизируя его. В-третьих, не смотря на доступность в целом интернета и мультимедийных технологий в Украине, интернет-радиовещание не становится популярным времяпрепровождением массового радиослушателя. В целом, вопрос активного качественного изучения истинных потребностей массовой радиоаудитории в Украине остается проблемой, а коммуникативная эффективность конкретных, как правило, сетевых радиостанций измеряется количеством слушателей и прибылью от рекламы. Отношение слушателя к программному продукту, мотивы, побудившие его выбрать тот или иной канал радиовещания для полноценного информирования и о чем именно, а главное, по каким причинам слушатель не воспринимает радио (новостное, музыкальное, коммерческое, интернет и т.д.) остается лишь сферой интереса академических исследователей, открытия которых очень редко интересуют вещателей.

В украинских академических медиа-исследованиях особое внимание к радиовещанию в разных аспектах его функционирования проявляет стабильно узкое количество специалистов. Вопросы истории и современности украинского радио разрабатывают В. Лизанчук [1], И. Машенко [2]. Особенности функционирования коммерческого радио и влияния на него зарубежного опыта изучает О. Гоян [3]. Дискурс новостного, информационного радио является объектом анализа для В. Миронченко [4], М. Нагорняк [5]. Влияние на аудиторное восприятие радиовещания системы его выразительных средств, языка радио исследуют Ю. Любченко [6], И. Хоменко [7], П. Мирошниченко и др.

Одним из актуальных вопросов теории и практики украинской радиожурналистики и медиа-образования является становление и развитие интернет-вещания, в частности студенческого интернет-радио. Многие украинские вузы, в которых преподают журналистику, имеют собственные интернет-радиостанции в качестве площадок для приобретения профессиональных навыков студентами, как, например, Campus Radio Института

журналистики Киевского национального университета им. Тараса Шевченко. Говорить об общественном влиянии, высокой и массовой коммуникативной эффективности таких проектов не приходится из-за их узкого, прикладного предназначения.

Может ли студенческое интернет–радио в Украине разрушить стереотип о себе как о малоэффективном в процессе массового информирования средстве? Каковы основные черты образа типичного слушателя украинского интернет–радио, студенческого в частности? Отвечает ли информационная политика студенческой интернет–радиостанции актуальным потребностям аудитории? Таковы основные задания этой статьи, цель которой определить коммуникативную эффективность интернет–вещания в целом, и студенческого в частности.

Объектом исследования является интернет–радиостанция «Юниверс» Запорожского национального университета. Предмет – отношение слушателей к программному продукту этой радиостанции. В основу статьи положены результаты массовых социологических опросов, посвященных выявлению отношения аудитории к радиовещанию в целом, и интернет–радиостанции «Юниверс» в частности в период с 2012 по 2015 гг.

Радиостанция «Юниверс» была основана в 1996 году и подчинена ректорату Запорожского национального университета. Радио имело собственный банковский счет, действовало на основании хозрасчета и самофинансирования. Впервые в эфир на частоте 100,8 FM радио «Юниверс» вышло 30 октября 1997 г. Радиостанция владела правом на 23 часа вещания в сутки. Распространяла программы разных жанров и разнообразной тематики на территорию г. Запорожья. С 2010 г. радио было реорганизовано и начало вещание как интернет–радио «Юниверс» ЗНУ по адресу <http://universe.zp.ua/>.

Низкая посещаемость страницы интернет–радио «Юниверс», слабая наполняемость эфира, нечеткость программирования в целом – основные вопросы, которые побудили инициативную группу студентов 5 курса и магистров факультета журналистики ЗНУ под руководством автора этой статьи провести в 2012 г. социологический опрос «Каким должен быть студенческое интернет–радио?»

65 % респондентов не знают о том, что в ЗНУ существует студенческая радиостанция «Юниверс». При этом, большинство опрошенных (60 %) считает, что такая радиостанция им нужна. Вместе с тем, из 302 опрошенных студентов радио вообще слушает 255 человек (84 %).

На вопрос–меню «Какая информация на студенческой интернет–радиостанции по Вашему мнению будет полезна?» самыми популярными оказались следующие варианты (таблица 1):

Табл. 1. Полезная информация на студенческой интернет–радиостанции

№	Вариант ответов	Процентное соотношение
1	о студенческом досуге	41
2	о выбранной профессии	29
3	о международных программах обмена студентами, обучении и работе за рубежом	26

В ходе этого исследования удалось собрать информацию о самых распространенных представлениях слушателей о сущности современного радио.

Благодаря этому стало возможным сконструировать портрет типичного молодого радиослушателя. Так, большинство респондентов (67%) из всей информации на радио выбирает музыку, 24 % – новости, остальные опрошенные предпочли интерактивные программы. 80 % респондентов слушают радио для того, чтобы отдохнуть, развлечься и отвлечься от будничных дел. 47 % респондентов считают радио поставщиком музыки, 32 % – фоном, сопровождающим их основную деятельность, а основной источник информации в радио видят остальные 21 % опрошенных. Среди важных для студентов источников информации радио занимает третью позицию (таблица 2):

Табл. 2. Приоритетный источник информации

№	Вариант ответов	Процентное соотношение
1	интернет	41
2	телевидение	36
3	радио	15

В 2013 г. Центр независимых социологических исследований Запорожского национального университета провел опрос студентов этого вуза на тему «Радио–предпочтения студентов ЗНУ». Было опрошено 892 студента.

По результатам исследования оказалось, что процент слушателей программ интернет–радио «Юниверс» по сравнению с долей активной аудитории FM, интернет–радио вообще мизерный – 3, 3 %. При этом интернет–радио в целом слушает 21, 5 % респондентов, а программы FM–станций – 39, 8 % опрошенных. Рейтинг популярности интернет–радио «Юниверс» на момент проведения исследования оказался следующим:

- по отношению к тем, кто знает о существовании «Юниверс» в ЗНУ, – 13% – это та аудитория, которая регулярно либо периодически его слушает;
- по отношению ко всему студенчеству ЗНУ – 5% , однако не все представители этой аудитории были его слушателями на протяжении последней недели на момент проведения исследования;
- доля тех, кто слушал «Юниверс» на протяжении последней недели на момент проведения исследования составляет 3%.

Самые популярные ответы на вопрос–меню «Почему Вы не слушаете интернет–радио «Юниверс»?» следующие (таблица 3):

Табл. 3. Причины невосприятия интернет–радио «Юниверс»

№	Вариант ответов	N =197	Процентное соотношение
1	я не очень люблю слушать радио вообще, поэтому меня и не интересует университетское радио»	84	43
2	Мне неудобно слушать радио в интернет формате	49	25
3	у меня уже есть любимое интернет–радио, отвечающее моим вкусам	37	19

Пятерка самых распространенных ответов на вопрос–меню «Программы какой тематики Вам было бы интересно слушать в эфире интернет–радио «Юниверс»?» такова (таблица 4):

Табл. 4. Тематика потенциально интересных программ

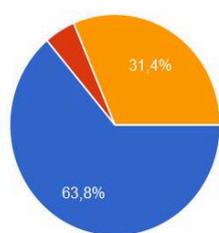
№	Варианты ответов	N = 859	Процентное соотношение
1	Реальные истории из студенческой жизни	339	39,5
2	Анонс культурных и спортивных событий, которые состоятся в ЗНУ	264	30,7
3	Анонс культурных и спортивных событий, которые состоятся в городе	232	27,0
4	Практические советы по вопросам учебы, сдачи сессии и др.	218	25,4
5	Страхи и мифы студенческой жизни	181	21,1

Онлайн–опрос «Языковое состояние украинского радиовещания», проведенный автором статьи в социальной сети Facebook в марте 2015 г., предоставил интересные данные о восприятии слушателями радиовещания в целом, и интернет–радио в частности.

Выборочная совокупность опроса составила 111 человек. Возраст респондентов – от 16 до 66 лет, с преимуществом людей от 16 до 45 лет. Большинство опрошенных проживает на юге (40, 5 %), востоке (20, 7 %) и в центре (24, 3 %) Украины, а запад и север страны представлены слабо. Также подавляющее количество респондентов является городскими жителями – около 90 %. Абсолютное большинство респондентов имеет высшее образование, при этом лишь около 12 % из них являются студентами.

31, 4 % опрошенных отдают предпочтение интернет–радиостанциям (диаграмма 1).

3. Якому радіо віддаєте перевагу?



А) FM.	67	63,8%
Б) Дротовому.	5	4,8%
В) Інтернет-радіо.	33	31,4%

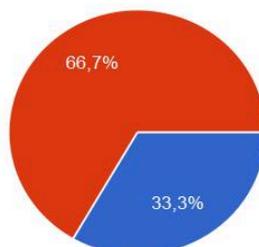
Диаграмма 1. Предпочитаемый формат радиовещания

Среди наиболее часто называемых интернет–радио, которые респонденты слушали недавно, лидировал украинский проект «Аристократы» (4 упоминания). По одному упоминанию получили: украинские музыкальные интернет–радиостанции €! UA Radio, «Пюре», MJoy radio. Также респонденты назвали: украинское интернет–радио из США «Домівка», англоязычные интернет–проекты из США Tormented radio, Soma FM, российскую интернет–радиостанцию «Чипльдук». Также один раз была упомянута и радиостанция «Юниверс».

На вопрос «Какая информация на радио интересует Вас больше всего?» большее количество голосов было отдано ответу «Музыка» – 75, 2 %, вторым по популярности ответом оказался вариант «Новости» – 54, 3 %, а вот «Разговорные программы» и «Выступления ведущих, их шутки» получили почти одинаковую поддержку респондентов – 31, 4 % против 30, 5 %.

Оказалось, что большинство респондентов слушают радио для того, чтобы отдохнуть и развлечься – 66, 7 % выбрали этот вариант ответа. 33, 3 % опрошенных слушают радио для того, чтобы получить важную информацию (диаграмма 2).

10. Ви слухаете радіо для того, щоб:

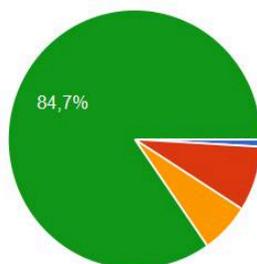


А) отримати інформацію про важливі події.	35	33.3%
Б) відпочити, розважитися.	70	66.7%

Диаграмма 2. Причины прослушивания радио

При определении приоритетного для участников опроса средства массовой коммуникации подавляющее большинство высказалось за интернет – 84, 7 % (диаграмма 3).

36. Який засіб масової комунікації для Вас є пріоритетним?



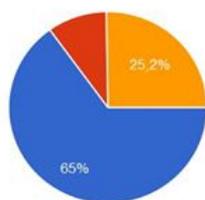
А) преса (газети, журнали).	1	0.9%
Б) радіомовлення.	9	8.1%
В) телебачення.	7	6.3%
Г) інтернет.	94	84.7%

Диаграмма 3. Приоритетный канал массовой коммуникации

На вопрос «Важен ли для Вас язык радиопрограммы?» чуть больше половины опрошенных ответили положительно. 30, 5 % респондентов негативно ответили на него. Однако 19 % опрошенных выбрали вариант «Не задумывался над этим».

Большее количество опрошенных охотнее воспринимало бы радиопрограммы на украинском языке – 65%. Желание слушать радио на русском присутствует у 9,7% респондентов. Остальные выбрали вариант «другое» (диаграмма 4).

34. Радіоінформації якою мовою Ви віддаєте перевагу?



А) українською мовою.	67	65%
Б) російською мовою.	10	9.7%
Другое	26	25.2%

Диаграмма 4. Язык радиосообщения

На сегодняшний день интернет–радиостанция «Юниверс» вещает 24 часа в сутки, однако рейтинг ее популярности среди массовой аудитории остался невысоким. Большинство программ создают студенты факультета журналистики Запорожского университета, адресуя их не только студенческой аудитории слушателей. Особенно интересным проектом можно считать авторскую программу «Медиа–PRO», посвященную особенностям восприятия и потребления информации во время информационных противостояний и воен. Цель программы – повышение уровня медиа–грамотности массового радиослушателя, что актуально в свете последних драматичных событий, происходящих в общественно–политической жизни и информационном пространстве Украины. Остальные авторские программы являются информационно–развлекательными и культурно–познавательными. Хронометраж передач в среднем не превышает 10 минут, что в целом положительно влияет на активность восприятия аудиосообщения. Все проекты, кроме радиоблога «Бессонница», выходящего в ночном слоте, украиноязычны, что соответствует желанию массового слушателя потреблять радиосообщения на украинском языке. Музыкальный формат интернет–радио «Юниверс» в целом соответствует CHR, правда, песенного материала от украинских исполнителей в эфире звучит немного, предпочтение отдается англоязычной музыке.

Популяризировать собственный программный продукт и имя радиостанции помогает независимый молодежный интернет–портал «Пороги». Студенты факультета журналистики ЗНУ, других факультетов университета и не только могут размещать собственные блоги и подкасты на этом портале, как и на сайте радио «Юниверс».

Итак, интернет–радиостанцию «Юниверс» нельзя назвать высокоэффективным средством массового информирования, однако профессиональные подходы к программированию вещания, использование возможностей конвергентной журналистики, особая популярность среди студентов факультета журналистики ЗНУ как платформы для получения и шлифовки практических навыков в информационной деятельности являются залогом повышения коммуникативной эффективности. Важные составляющие этого процесса – систематическое количественное и качественное исследование вкусов и потребностей аудитории, повышение доступности радио как коммуникативного канала, продвижение собственного продукта на информационный рынок с помощью эффективных маркетинговых методик. В целом, коммуникативная эффективность

студенческого интернет–радиовещания возрастет лишь с повышением массовой популярности в Украине интернета как канала получения радиоинформации.

Литература

- (1) Лизанчук, В. Радіожурналістика: засади функціонування. Львів. ПАІС. 2000.
- (2) Машенко, І. Енциклопедія електронних мас–медіа. Запоріжжя. Дике Поле. 2006.
- (3) Гоян, О. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоєфірі. Київ. Інститут журналістики. 2005.
- (4) Миронченко, В. Основи інформаційного радіомовлення. Київ. Інститут журналістики. 1996.
- (5) Нагорняк, М. Інформаційне мовлення Національної радіокомпанії України: сутність і структура. Київ. 2007.
- (6) Любченко, Ю. Виразальні засоби радіожурналістики: прагматичний і когнітивний аспекти. Запоріжжя. 2012.
- (7) Хоменко, І. Соціальна функціональність художнього радіомовлення. Київ. Лозовий В. М. 2012.

Контактный адрес

Pavlo Miroshnycenko

The Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv

e–mail: pavlo_mirosh@ukr.net

**PRÍNOSY A ÚSKALIA POUŽÍVANIA MODERNÝCH
VZDELÁVACÍCH TECHNOLOGIÍ VO VÝUČBE NA ŠKOLÁCH**
**BENEFITS AND DRAWBACKS OF USING MODERN EDUCATIONAL
TECHNOLOGIES IN TEACHING AT SCHOOLS**

Jaromír NOVÁK

Яромір Новак

Abstrakt: *Príspevok sa zameriava na moderné vzdelávacie technológie používané vo vyučovacom procese na stredných školách a skúma motiváciu (budúcich) učiteľov pravidelne s nimi pracovať. Ako významný faktor pri úsilí zvýšiť využívanie týchto technológií na hodinách sa javí všestranná podpora vedenia školy.*

Abstract: *The article focuses on modern educational technologies used in the educational process at secondary schools and analyses the motivation of (future) teachers to use them on a regular basis. The overall support of school management seems to be a crucial factor in the attempt to increase the usage of these technologies in lessons.*

Kľúčové slová: *vyučovacie prostriedky, médiá, vzdelávacie technológie*

Keywords: *means of instruction, media, educational technologies*

Úvod

Vyučovacie prostriedky v tom najširšom zmysle slova možno vnímať ako médiá vo vzdelávaní, pomocou ktorých vieme lepšie vyjadriť, resp. sprostredkovať žiakom cieľové vedomosti a dosahovať ďalšie stanovené vyučovacie ciele. Sú preto dôležitým prvkom ovplyvňujúcim efektívnosť vyučovacieho procesu na školách.

1 Vyučovacie prostriedky a možnosti racionalizácie vyučovacieho procesu

Teória didaktiky rozlišuje na jednej strane nemateriálne vyučovacie prostriedky (najmä metódy a organizačné formy výučby), na druhej strane **materiálne vyučovacie prostriedky**, na ktoré sa v ďalšom texte zameriavame. Tieto možno členiť napríklad (Kalhous – Obst, 2002, s. 338) na *učebné pomôcky* (reálne predmety a skutočnosti alebo ich zobrazenia, učebnice a iné textové pomôcky, programy prezentované didaktickou technikou a i.), *technické prostriedky využívané priamo pri výučbe* (auditívna, vizuálna, audiovizuálna, riadiaca, hodnotiacia či výpočtová technika), *organizačnú a reprografickú techniku používanú najmä pri príprave na vyučovací proces* (kopírovacie stroje, počítače a počítačové siete atď.), *priestory na vyučovanie a ich vybavenie* (učebne s tradičným vybavením, odborné učebne, počítačové učebne a i.) a *vybavenie učiteľa a žiaka* (písacie potreby, kalkulačky, prenosné počítače, pracovný odev a pod.).

Pri modernizácii vyučovacieho procesu v spojitosti s obrovským technologickým pokrokom v posledných rokoch dochádza k zavádzaniu nových technológií do výučby. Nemení sa ani tak podstata používaných vyučovacích prostriedkov z hľadiska ich funkcií (bližšie pozri napr. Šlosár – Novák, 2015, s. 150 – 152), ako skôr forma, v ktorej sa vo vyučovacom procese využívajú (napr. namiesto tlačených učebníc sa pracuje čoraz viac s elektronickými učebnicami a učebnými textami zobrazovanými na obrazovkách počítačov či na tabletoch, namiesto meotaru sa využíva práca s dataprojektorom a vizualizérom, namiesto zvukových nahrávok či videonahrávok na páskach sa pracuje s digitálnymi záznamami z digitálnych fotoaparátov a kamier, resp. dostupnými na internete atď.). Moderné prostriedky didaktickej techniky síce majú množstvo výhod

(Zubalová, 2008, s. 37 – 41), ale principiálne ich prínos vidíme najmä v tom, že umožňujú efektívnejšie a zaujímavejšie robiť v podstate tie isté veci ako v minulosti.

Vo vzťahu k racionalizácii vyučovacieho procesu majú spomedzi všetkých vyučovacích prostriedkov v súčasnej škole osobitné postavenie moderné prostriedky výpočtovej techniky a iné informačno-komunikačné technológie, ktoré sa v ostatných rokoch rozvíjajú závratným tempom (ďalej aj „moderné vzdelávacie technológie“). Ich používanie oslobodzuje človeka od rutínnej duševnej práce a umožňuje mu viac sa venovať tým aktivitám, kde ho nahradiť nemožno, najmä tvorivej činnosti, pričom vyučovací proces sa vďaka nim stáva čoraz individualizovanejším (Kráľová – Novák a kol., 2014, s. 310). S prostriedkami výpočtovej techniky môže žiak komunikovať individuálne, v mnohých aspektoch podobne ako s učiteľom, pričom ale môže pracovať svojím vlastným tempom. Každý žiak tak má svojho učiteľa, síce neosobného, ale zato často učenejšieho, trpezlivejšieho, adresne informovanejšieho (Turek, 1990, s. 114).

Počítače sú užitočnými pomocníkmi v mnohých oblastiach vyučovacieho procesu, najmä pri vzdelávaní a skúšaní žiakov. Výrazné rezervy oproti osobnému pôsobeniu učiteľa majú však pri výchove žiakov, ktorá je v súčasnej zložitej spoločenskej situácii čoraz dôležitejšia aj na vyšších stupňoch školskej sústavy. Ani v ostatných sférach ale nemožno očakávať, že využívaním moderných technológií sa v školách automaticky zvyšuje efektívnosť vyučovacieho procesu. Viaceré štúdie upozorňujú na to, že pri každej investícii do moderných vzdelávacích technológií treba najskôr pozorne zvážiť, akým spôsobom sa budú využívať, aby skutočne viedli k zefektívneniu výučby z hľadiska jej priebehu aj výstupov (Kolodziejczyk, 2009, s. 26).

2 Vybrané faktory modernizácie škôl novými vzdelávacími technológiami

Zavádzanie moderných vzdelávacích technológií do škôl je ovplyvňované viacerými faktormi. Na prvý pohľad môže prekvapivo vyznieť zistenie, ktoré potvrdil aj náš vlastný výskum na vybraných stredných odborných školách s ekonomickým zameraním v Bratislavskom kraji v roku 2013 (Novák, 2013, s. 298 – 299), že jedným z významných determinantov rozsahu a kvality používania moderných technologických aplikácií v školách sú postoje ich riaditeľov k potrebe ich zavádzania do vyučovacieho procesu. Dve školy s podobným zameraním, podobnou štruktúrou pedagogických zamestnancov i nepedagogického personálu, ako aj podobnými počtami a štruktúrou žiakov môžu dosahovať veľmi odlišné výsledky v závislosti od názoru vedenia školy na význam a možnosti využitia moderných edukačných technológií vo výučbe. Preto sa javí ako veľmi dôležité, aby mal riaditeľ školy čo najjasnejšiu predstavu o možnostiach uplatnenia týchto technológií v príslušnej škole a aby bol schopný pracovať s ostatnými učiteľmi tak, aby sa táto jeho vízia podarila naplniť (Solar – Sabattin – Parada, 2013, s. 206).

Tlak na využívanie moderných technológií vo výučbe vyvíjajú aj žiaci, ktorí sú čoraz menej ochotní iba nečinne sedieť a počúvať výklad učiteľa. Napriek tomu však nadšenie učiteľov pre využívanie nových technológií vo vyučovacom procese vo väčšej miere závisí od toho, ako sú k tomu stimulovaní vedením školy, napr. vhodne zvolenými a správne nastavenými nástrojmi systému odmeňovania (Becker, 2000, s. 113).

Nižší sklon využívať moderné technológie vo výučbe sa niekedy dáva do súvislosti s vekovou štruktúrou učiteľského zboru. Staršie generácie nevyužívajú moderné technológie ani vo svojom osobnom živote, a preto od nich ťažko očakávať vysokú mieru ich využitia vo výučbe. V tomto kontexte však pri príprave učiteľov z radov súčasných denných študentov Ekonomickej univerzity v Bratislave narážame v posledných rokoch na prekvapujúce zistenie, že aj keď moderné technológie sú bežnou súčasťou ich životov, v rámci svojho vyučovacieho pôsobenia majú relatívne nízky sklon využívať

ich. Ten sa na hodinách simulovaných výstupov v rámci cvičení na pôde katedry tradične ešte zníži v poslednom semestri štúdia, keď majú za sebou časť pedagogickej praxe na stredných školách. Preto sme v apríli 2015 zorganizovali špeciálny seminár venovaný diskusií so študentmi o význame a motivácii využívať moderné vzdelávacie technológie vo výučbe. Hlavné závery a zistenia z neho zhŕňame v poslednej časti príspevku.

3 Motivácia budúcich učiteľov využívať moderné technológie vo výučbe

Diskusia zameranej na možnosti racionalizácie výučby účtovníctva na obchodných akadémiách (OA) využívaním moderných technológií sa zúčastnilo 23 študentov posledného semestra dennej formy doplnujúceho pedagogického štúdia. Diskutujúci sa zhodli na tom, že medzi hlavné prínosy využitia moderných prostriedkov výpočtovej techniky a iných informačno-komunikačných technológií v predmete účtovníctvo patria:

- priblíženie výučby hospodárskej praxi prácou s účtovným softvérom na PC,
- zvýšenie názornosti a zrozumiteľnosti pri vysvetľovaní abstraktných vzťahov medzi účtami využívaním schém účtovania v pripravených prezentáciách,
- zefektívnenie výučby využívaním interaktívneho obsahu (napr. hypertextových odkazov v prezentáciách), ale aj prácou s interaktívnou tabuľou (napr. viacvrstevová obrazovka so skrytými riešeniami, priradovanie správnych riešení a i.),
- rýchlejšie a objektívnejšie skúšanie žiakov a spätná väzba najmä bezprostredne po prebratí učiva na konci vyučovacej hodiny pomocou hodnotiacich programov
- a viaceré ďalšie výhody.

Najdôležitejším zistením však boli dôvody, pre ktoré študenti napriek uvedenému využívajú moderné technológie vo svojich cvičných výstupoch iba minimálne. Väčšina pozitív ich využitia vo výučbe je podľa nich dôležitá skôr pre žiakov a samotnému učiteľovi neprináša jasné výhody. Naopak, príprava na tradičnú hodinu s využitím iba tabule a fixky je pre nich oveľa jednoduchšia než príprava s využitím moderných technológií, osobitne so zapracovaním interaktívnych prvkov. Navyše, ich skúsenosti z pedagogickej praxe boli zväčša také, že v bežných triedach moderné technológie neboli ľahko dostupné. Ich využitie by vyžadovalo, aby si učiteľ zariadil výučbu v špeciálnej učebni alebo strávil čas inštalovaním potrebných zariadení v triede pred začatím hodiny.

Pre ich vlastnú motiváciu využívať moderné vzdelávacie technológie pri ich budúcom pôsobení na školách sa ako kľúčové ukázali dva základné faktory:

- na jednej strane **viacnásobná využiteľnosť materiálov pripravených použitím moderných technológií** (súbežne na viacerých hodinách s rôznymi skupinami žiakov alebo s jasnou perspektívou využívať ich počas viacerých ďalších školských rokov s možnosťou jednoducho ich aktualizovať v prípade potreby) by výrazne zvýšila ich ochotu venovať čas príprave na hodinu týmto spôsobom,
- na druhej strane túto ochotu by citeľne znížilo, keby museli sami riešiť to, ako zrealizovať pripravený obsah výučby na hodine – v tomto smere je dôležitá **jednoznačná podpora od vedenia školy** v podobe **odmeny za tento druh prípravy na hodinu**, ale najmä zabezpečením toho, že kedykoľvek príde učiteľ na hodinu, bude **k dispozícii potrebné vybavenie učebne** bez vynaloženia osobitného úsilia.

Záver

Napriek tomu, že použitie moderných technológií vo výučbe má množstvo výhod, dôležitá je stimulácia učiteľov využívať ich na hodinách. V tomto smere je potrebná zreteľná podpora vedenia školy v smere osobitného ohodnotenia učiteľov využívajúcich

moderné vzdelávacie technológie, ale najmä zabezpečenia pre učiteľa bezproblémovej využiteľnosti práce s týmito technológiami pri organizácii výučby v učebniach.

Literatúra

- (1) BECKER, W. E. 2000. Teaching Economics in the 21st Century. In: *Journal of economic perspectives*, 2000, vol. 14, no. 1, p. 109–119. ISSN 0895–3309.
- (2) KALHOUS, Z. – OBST, O. a kol. 2002. *Školní didaktika*. Praha. Portál, 2002. ISBN 80–7178–253–X.
- (3) KOŁODZIEJCZYK, I. 2009. ICT for Education – the Way Ahead, but How? In: *Contemporary PNG studies: DWU research journal*, 2009, vol. 11, no. November 2009, p. 26–38. ISSN 1814–0351.
- (4) KRÁLOVÁ, A. – NOVÁK, J. a kol. 2014. *Teoretické aspekty racionalizace ekonomického vzdělávání*. Praha. Press21, 2014. ISBN 978–80–905181–5–5.
- (5) NOVÁK, J. 2013. The Influence of the Educational Reform in Slovakia on Educational Contents and Technology in Pre-college Economic Education. In *Social Technologies* [online]. 2013, vol. 3, no. 2, p. 288 – 302. [cit. 14. 11. 2015] Dostupné na internete: <<https://www3.mruni.eu/ojs/social-technologies/article/view/1866/1704>>. ISSN 2029–7564.
- (6) SOLAR, M. – SABATTIN, J. – PARADA, V. 2013. A Maturity Model for Assessing the Use of ICT in School Education. In: *Educational Technology & Society*, 2013, vol. 16, no. 1, p. 206–218. ISSN 1436–4522.
- (7) ŠLOSÁR, R. – NOVÁK, J. 2015. *Odborová didaktika*. 2. preprac. a dopl. vyd. Bratislava. Vyd. EKONÓM, 2015. ISBN 978–80–225–4037–7.
- (8) TUREK, I. 1990. *Didaktika technických predmetov*. Bratislava. SPN, 1990. ISBN 80–08–00587–4.
- (9) ZUBALOVÁ, Z. 2008. *Didaktická technika a prezentačné zručnosti učiteľa*. Bratislava. Vyd. EKONÓM, 2008. ISBN 978–80–225–2436–0.

Kontaktná adresa

Ing. Jaromír Novák, PhD.

Katedra pedagogiky, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave
Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, Slovenská republika

E-mail: jaromir.novak@euba.sk

Tel.: +421 2 6729 1452

**VÝZNAM MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI A JEJ ZVYŠOVANIE
PROSTREDNÍCTVOM MEDIÁLNEJ VÝCHOVY****THE PURPOSE OF A MEDIA LITERACY AND ITS INCREASING THROUGH
A MEDIA EDUCATION*****Darina ORBÁNOVÁ******Дарина ОРБАНОВА***

Abstrakt: *Príspevok sa zameriava na vzťah mediálnej gramotnosti a mediálnej výchovy. Poukazuje na to, že médiá majú významnú úlohu v živote človeka, poskytujú mu užitočné informácie, ale pôsobia na neho aj negatívne. V rámci celoživotného vzdelávania je preto mediálna výchova súčasťou formálneho i neformálneho vzdelávania a jej cieľom je zvýšiť mediálnu gramotnosť ľudí.*

Abstract: *This report focuses on a connection between a media literacy and a media education. It refers to the importance of media in people's life. Media provide people with some useful information but it can also be a negative influence on their life. Therefore the media education is a component of the formal also informal education in the lifelong education and its purpose is to improve the media literacy of people.*

Kľúčové slová: *mediálna kompetencia, mediálna výchova, mediálna gramotnosť*

Keywords: *media competence, media education, media literacy*

Úvod

Súčasnosť sa vyznačuje nielen veľkými zmenami, explóziou informácií a rýchlym tempom inovácií, ale aj zrýchľovaním tohto trendu. Vyvoláva to potrebu formovať a rozvíjať kompetencie umožňujúce ľuďom pohotovo riešiť rôzne problémy a vyrovnávať sa so zmenami v práci i v osobnom živote. Ide o tzv. kľúčové kompetencie, ktorých potrebu rozvoja zdôrazňuje aj Európsky parlament a Rada vo svojom odporúčaní o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie (Odporúčanie Európskeho parlamentu a Rady o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie, 2006). Medzi takéto kompetencie, ktorým je venovaná v ostatných rokoch prioritná pozornosť, patria aj mediálne kompetencie.

Pre dnešnú modernú spoločnosť je charakteristický typ komunikácie, ktorý umožňuje osloviť veľké množstvo ľudí v najrôznejších sociálnych situáciách a prostrediach. Hovoríme o masovej komunikácii, najmä o médiách a masmédiách, ktoré sa stali integrálnou súčasťou jednotlivcov a sú nielen zdrojom poznatkov, informácií, ale aj zábavy a hier. Základným predpokladom užívania médií je schopnosť porozumieť ich obsahom. To predpokladá určitý stupeň vzdelania, resp. gramotnosti vo vzťahu k médiám. Médiá hrajú takú významnú úlohu v živote jednotlivca i spoločnosti, že pochopenie základných princípov mediálnej komunikácie predstavuje určitý stupeň vzdelania. Od tohto poznania sa odvíja predstava, že samotné zachádzanie s médiami je kompetenciou svojho druhu potrebnou k životu a orientácii v spoločnosti (Jiráček – Köpplová, 2003, s. 97). Táto nová kompetencia – mediálna gramotnosť, je inštitucionalizovaná do podoby mediálnej výchovy (Háberová, 2012, s. 5). Cieľovou skupinou v procese celoživotného vzdelávania sú všetky vekové skupiny populácie. V príspevku sa zameriavame na mediálnu výchovu žiakov základných a stredných škôl.

1 Mediálna výchova a jej ciele

Mediálna výchova je jedným z najmodernejších trendov súčasnosti a predstavuje nový prístup ku vzdelávaniu. Nevyhnutnosť jej zavedenia do systému školskej výchovy a vzdelávania vyplynula z faktu, že médiá a masmédiá sa v čoraz väčšej miere stávajú silným socializačným a výchovno–vzdelávacím prostriedkom. Svojimi produktmi výrazne vplyvajú na správanie jedinca a spoločnosti, ako aj na utváranie a kvalitu životného štýlu. Informácie ponúkané médiami majú rôznorodý charakter. Vyznačujú sa svojbytným vzťahom k realite a sú vytvárané s rôznymi zámermi. Médiá svojimi produktmi sprostredkujú podnety, ktoré pozitívne formujú osobnosť dieťaťa, ale na druhej strane sú aj prostriedkom ohrozenia jeho zdravého vývinu. Deti často nedokážu adekvátne s médiami a ich produktmi zaobchádzať, filtrovať a selektovať z nich to pozitívne, chrániť sa pred ich negatívnymi vplyvmi. To sa stáva úlohou mediálnej výchovy (Štátny vzdelávací program. Mediálna výchova (Prierezová téma). Príloha ISCED 2).

Mediálna výchova je multidisciplinárnou kategóriou, ktorá integruje poznatky širšieho spektra spoločenských vied. Je predmetom záujmu žurnalistiky, psychológie, sociológie, pedagogiky a pozornosť jej venujú aj vládne a mimovládne inštitúcie. Rada Európy definuje mediálnu výchovu ako praktické vyučovanie zacielené na budovanie mediálnej kompetencie, chápanej ako kritický a rozlišujúci postoj voči médiám s cieľom vychovať emancipovaných občanov, schopných vytvoriť si svoj vlastný názor na základe prijatých informácií. Cieľom je získanie mediálnych kompetencií, ktoré môžeme chápať ako schopnosť narábať s médiami, spôsobilosť prijímať a interpretovať mediálne obsahy a aktívne sa zúčastňovať procesu mediálnej komunikácie. Mediálne kompetencie sa označujú aj synonymom mediálna gramotnosť (media literacy) (Konceptia mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania, 2009, s. 8).

Mediálne kompetencie zasahujú všetky tri úrovne rozvoja osobnosti človeka, preto môžeme ciele mediálnej výchovy rozdeliť na kognitívne, afektívne a psychomotorické. Pri kognitívnych cieľoch vedieme žiakov k základnej orientácii v druhoch médií, k poznaniu ich rozdielov a funkcií, ich vplyvu na žiaka, k pochopeniu mediálnej spracovanej a znázorňovanej reality, k pochopeniu pozitívneho aj negatívneho vplyvu médií a ich produktov. Afektívne ciele sú zamerané na rozvoj schopností a postojov žiakov. Vedíme ich k zaujatiu kladného postoja k mediálnym produktom, ktoré poskytujú pozitívne hodnotové orientácie pre život, k odmietaniu mediálnych obsahov ktoré odporujú etickým normám, prinášajú deformovaný pohľad na hodnoty a ohrozujú či škodia osobnostnému vývinu (napríklad propagujú násilie ako normálnu a akceptovateľnú formu riešenia medziludských a spoločenských konfliktov), k eliminácii negatívnych mediálnych vplyvov na osobnosť žiaka, zodpovedným prístupom k nim, k uvedomovaniu si hodnôt vlastného života a zodpovednosti za jeho naplnenie, k schopnosti dokázať si zvoliť zodpovedajúce médium ako prostriedok pre naplnenie svojich potrieb – od získavania informácií a vzdelávania až po zmysluplné naplnenie voľného času. Psychomotorické ciele sú zamerané na vedenie žiakov k aktívnemu využívaniu médií v procese komunikácie, k produkcii vlastných mediálnych príspevkov využívajúc svoj kreatívny potenciál, k zručnosti obsluhovať technické zariadenia a nové technológie médií, ku schopnosti kooperovať s inými mediálnymi tvorcami v procese komunikácie (Štátny vzdelávací program. Mediálna výchova (Prierezová téma). Príloha ISCED 2).

2 Mediálna výchova v Slovenskej republike

Pre každú krajinu je charakteristický iný stupeň rozvoja mediálnej výchovy. Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania bola vypracovaná na základe programového vyhlásenia vlády Slovenskej republiky, pričom vychádza zo základných dokumentov Európskej únie a UNESCO. Je súčasťou povinného obsahu vzdelávania na základných a stredných školách a bola zavedená ako prierezová téma do povinného obsahu vzdelávania v materských školách.

Najčastejšie zvolenou formou je začlenenie mediálnej výchovy ako prierezovej témy do výchovno–vzdelávacieho systému školy. Jej obsah je tak integrovaný do obsahu vzdelávacích oblastí a ich vyučovacích predmetov, napríklad môže byť súčasťou slovenského jazyka a literatúry, dejepisu, občianskej náuky, informatiky a pod. Ďalšou možnosťou je praktizovať mediálnu výchovu ako samostatný predmet alebo využiť alternatívnu formu vyučovania, napr. bloky, projekty, záujmové krúžky a i.

Stav mediálnej výchovy na základných a stredných školách v Slovenskej republike zisťovalo vo svojich výskumoch Centrum pre mediálnu gramotnosť, ktoré pôsobí pri Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Cieľom bolo zistiť zastúpenie mediálnej výchovy v obsahu vzdelávania na základných a stredných školách, prevládajúcu formu výučby (či sa učí ako samostatný predmet, súčasť iných predmetov, samostatný kurz alebo iné) a zmapovať mieru kvalifikácie učiteľov mediálnej výchovy na slovenských školách.

Z výsledkov vyplýva, že základné i stredné školy síce podľa platnej záväznej pedagogickej dokumentácie majú povinne začleniť mediálnu výchovu do obsahu vzdelávania, robia tak ale v nedostatočnej miere. Medzi hlavné nedostatky patrí absentovanie mediálnej výchovy v obsahu vzdelávania na viacerých školách, nedostatočná úroveň vzdelanosti učiteľov z mediálnej výchovy vyplývajúca z nedostatku vzdelávacích príležitostí, slabá propagácia významu mediálnej výchovy ako edukačnej témy v obsahu vzdelávania, s čím súvisí nezáujem učiteľov o danú problematiku, ako aj nedostatok didaktických materiálov z problematiky, ktoré by boli pre učiteľov pomôckou v začlenení mediálnej výchovy do výučby (Stav mediálnej výchovy na slovenských základných školách. Stav mediálnej výchovy na slovenských stredných školách, 2012).

Záver

Význam a opodstatnenosť mediálnej výchovy v spoločnosti rastú priamoúmerne s neustálym vývojom komunikačných technológií, s možnosťami ich využívania a prístupu k nim, ale aj s rôznorodosťou a množstvom ponúkaných mediálnych obsahov. Považuje sa za prostriedok získavania schopností a zručností orientovať sa v mediálnom svete, nakoľko sa ukazuje, že pre súčasnosť už nie je problémom vo vzťahu k médiám množstvo informácií a programov, ale orientácia v obrovskej mediálnej ponuke, výber z nej a jej vplyv na príjemcov, ako aj voľná dostupnosť rôznych obsahov bez ohľadu na ich špecifickosť a rozmáhajúce sa zneužívanie interaktívnosti médií a komunikačných technológií. Aby užívatelia médií vedeli efektívne používať mediálne technológie na prístup, vyhľadávanie a využívanie mediálnych obsahov vo svoj vlastný prospech, je dôležité aj v budúcnosti venovať zvýšenú pozornosť mediálnej výchove na každom stupni celoživotného vzdelávania, s osobitným dôrazom na vzdelávanie na základných a stredných školách. Práve tu sa nachádzajú najrizikovejší užívatelia médií.

Literatúra

- (1) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. 2003. *Média a spoločnosť: stručný úvod do studia médií a mediálnej komunikace*. Praha : Portál, 2003. ISBN 80–7178–697–7.
- (2) HÁBEROVÁ, I. 2012. *Mediálna výchova v edukačnom procese (ISCED 2)*. Prešov: Metodicko–pedagogické centrum, 2012.
- (3) *Koncepcia mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania v SR*. 2009. [online]. [cit. 2015–11–17]. Dostupné na: <http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia_medialnej_vychovy_v_SR.pdf>.
- (4) *Odporúčania Európskeho parlamentu a Rady z 18. 12. 2006 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie*. 2006/962/ES. Dostupné na: [www.<http://nuczv.sk/wp-content/uploads/2006_Klucove_kompetencie_pre_CZV.pdf>](http://nuczv.sk/wp-content/uploads/2006_Klucove_kompetencie_pre_CZV.pdf).
- (5) *Stav mediálnej výchovy na slovenských základných školách*. 2012. [online]. [cit. 2015– 11–17]. Dostupné na: <<http://www.medialnavychova.sk/stav-medialnej-vychovy-na-slovenskych-strednych-skolach/>>.
- (6) *Štátny vzdelávací program. Mediálna výchova (Prierezová téma). Príloha ISCED 2*. ŠPÚ. [online]. [cit. 2015–11–17]. Dostupné na: <http://www.statpedu.sk/sites/default/files/dokumenty/statny-vzdelavaci-program/medialna_isced2.pdf>.

Kontaktná adresa

Ing. Darina Orbánová, PhD.
Ekonomická univerzita v Bratislave
Národohospodárska fakulta
Katedra pedagogiky
Dolnozemska cesta 1
852 35 Bratislava
Slovenská republika
E-mail: darina.orbanova@euba.sk
Tel.: +421 26729 1410

MĚNÍCÍ SE ROLE UČITELŮ THE CHANGING ROLE OF TEACHERS

Miloslav ROTPORT

Мирослав РОТПОРТ

Abstrakt: Celkový společenský vývoj vyvolává zákonitě i změny v práci učitelů a mění částečně i jejich společenskou roli. Abychom mohli vhodným způsobem upravovat systém přípravy budoucích učitelů a přizpůsobovat ho potřebám současnosti, musíme se zamyslet nad příčinami a druhem těchto změn. Ukazuje se, že těchto příčin je celá řada a souvisí se všemi stránkami procesu vyučování a učení. Příspěvek se pokouší poukázat na některé příčiny, i když jejich výčet není určitě úplný.

Abstract: Overall social development triggers predictably changes in teachers' work and modifies even their social role. To be able to adapt system of initial teacher education in appropriate way according to current social needs we have to think about causes and types of the changes. It appears that there is a number of causes which are connected with all facets of teaching and learning processes. The paper tries to reveal several causes even if certainly not all of them.

Klíčová slova: role učitelů, příprava učitelů, změny v práci učitelů.

Keywords: role of teachers, teacher education, changes in work of teachers.

Úvod

Současný rychlý společenský vývoj vyvolává i změny v práci učitelů. Systém jejich přípravy je třeba těmto změnám přizpůsobovat. Abychom mohli přípravu budoucích učitelů vhodným způsobem upravovat, musíme se zamyslet nad příčinami a druhem těchto změn v jejich práci. Ukazuje se, že těchto příčin je celá řada a souvisí se všemi stránkami procesu vyučování a učení. Chtěl bych se pokusit ukázat alespoň na některé z nich a na to, jaký vliv na změnu role učitele mají. Přitom jsem si vědom, že výčet všech faktorů nebude zdaleka úplný.

Které faktory ovlivňující změnu role učitelů mám na mysli:

- Rostoucí rozsah informací spojený i s růstem zdrojů, které tyto informace poskytují;
- Zvyšující se rychlost a četnost změn ve všech oblastech života společnosti;
- Rozvoj nových technologií, které umožňují změnit přístup učitelů k vyučovacím procesu;
- Růst samostatnosti škol a tím i jednotlivých pedagogických pracovníků při vytváření obsahu vzdělávacího procesu.

Už pouhý výčet těchto čtyř podle mého názoru hlavních faktorů ukazuje, že jde o faktory velmi různorodé, které také v různé míře a různým směrem změny rolí učitele, respektive požadavky, které jsou na něj kladeny. Přitom je třeba si uvědomit, že na tyto změny je třeba připravit nejen budoucí učitele, kteří se na své povolání připravují studiem na vysokých školách, ale také je třeba seznámit s nimi i učitele současné. Pokusím se jednotlivé faktory a jejich vliv rozebrat trochu podrobněji.

1. Rostoucí rozsah informací

V současné době nebývalým tempem narůstá objem informací ze všech oblastí lidské činnosti. Jejich rozsah přesahuje možnosti jednotlivce i v tom případě, pokud by se

zaměřil pouze na určitý omezený úsek poznání. Významnou roli hrají i v životě žáků a studentů nové zdroje informací, zejména media. Zvláště významný je v tomto směru Internet, který poskytuje rozsáhlé možnosti získání aktuálních informací prakticky o čemkoliv. Škola přestává pro žáky být jediným a nejúplnějším zdrojem nových poznatků. Učitel se může snadno dostat i do situace, že žák může mít z určité dílčí oblasti novější informace než on. Problémem pro žáky je ale to, jak informace zpracovat, vyhodnotit a využít pro svou činnost. Změněná role učitelů tedy spočívá v tom, aby žáky naučil informace získávat, zpracovávat a vyhodnocovat. Velmi důležité je i vytvoření schopnosti posoudit kvalitu a hodnověrnost získané informace. Žáci by si měli uvědomit, že ne všechno, co najdou na Internetu, musí být vždy pravdivé. Cílem práce učitele tedy nebude vytváření a prověřování rozsáhlého objemu informací, ale rozvoj schopnosti práce s informacemi.

2. Zvyšující se rychlost a četnost změn

S rostoucím rozsahem informací souvisí i rychlost změn ve všech oblastech činnosti, které nemůže v žádném případě škola postihnout. Z toho důvodu se musí změnit i přístup učitelů i žáků k učebnicím, které také nemohou být zdrojem aktuálních informací. Změněná role učitele spočívá v tom, aby žáky naučil vyhledávat a sledovat změny, zejména v oblastech, které se týkají jejich budoucí činnosti. Řešením může být i širší využívání elektronických učebnic a dalších studijních materiálů, které mohou být bez velkých nákladů pravidelně aktualizovány. To neznamená, že bychom zavrhovali klasické tištěné učebnice, které mají své místo při probírání základních teoretických otázek, které nepodléhají častým změnám. Zde lze naopak využít i další funkce, které klasická učebnice má při řízení osvojování a procvičování učiva.

3. Rozvoj nových technologií ve vyučovacím procesu

K výrazným změnám dochází ve vybavení škol moderními prostředky didaktické techniky. Stoupá využití počítačů ve výuce. Učitelé musí být připravováni jednak na využití počítačů při získávání informací, jednak na jejich využití při vlastním vyučování. Počítačové prezentace, které vyučující použijí ve vyučovacím procesu, mají své přednosti, ale mohou mít i své zápory. Správné zařazení vhodně připravené prezentace není jen záležitostí ovládnutí počítače, ale vyžaduje i odpovídající pedagogicko–psychologické a didaktické vědomosti a dovednosti. Velkou roli v této oblasti hraje zejména spojení prezentovaného obrazu s vlastním výkladem učitele.

Obsah prezentace plní ve vyučovacím procesu několik cílů. V první řadě slouží pro orientaci žáka v probíraném učivu. Tomu musí odpovídat celková struktura prezentace, z níž musí být patrné, v jaké části probíraného učiva se právě nacházíme. Zároveň také vede učitele k tomu, aby se držel předem připravené struktury hodiny a neodbočoval příliš od tématu. Neznamená to ovšem, že by neměl reagovat na konkrétní situaci ve třídě a případně rozšířit svůj výklad tam, kde vidí potíže žáků s pochopením učiva. Prezentace zároveň umožňuje doplnit učivo o obrazové nebo zvukové ukázky, které pomohou k lepšímu pochopení. Tyto ukázky však nemohou být samoučelné. Např. v tématu Funkce peněz v rámci ekonomiky je vhodné ukázat zajímavá historická platidla, ale nemůže jít o velký počet těchto ukázek, abychom z výuky neudělali numismatickou přednášku. Další funkci prezentace můžeme vidět v tom, že je základem pro tvorbu poznámek žáků z vyučovací hodiny. K tomu je nutné uspořádat text tak, aby na jeho základě vznikl stručný a přehledný zápis. K usnadnění práce žáků a zvýšení jejich pozornosti během prezentace může přispět i to, že jim dáme k dispozici vybrané části prezentace v podobě podkladů buď v tištěné podobě, nebo je zveřejníme elektronicky.

Pro přípravu budoucích učitelů z toho vyplývá požadavek, aby i tyto oblasti práce učitele byly do přípravy zařazeny.

4. Růst samostatnosti škol při vytváření obsahu vzdělávacího procesu

Současná etapa změn ve vzdělávání v České republice je spojena se zavedením Rámcových vzdělávacích programů, na jejichž základě si školy vytvořily své vlastní školní vzdělávací programy. Rámcové vzdělávací programy výrazně méně direktivně omezují školy a umožňují jim přizpůsobit obsah i strukturu vzdělávacího programu místním podmínkám. V tom je jistě velká přednost. Zároveň však vytváření školních vzdělávacích programů klade zcela nové nároky na učitele, kteří ve většině případů byli doposud zvyklí pouze interpretovat poměrně podrobně stanovený obsah svých předmětů. Z toho také vyplývají poměrně značné požadavky na změnu přípravy budoucích učitelů. Do popředí se dostávají otázky stanovení cílů a jejich naplňování vhodně vybraným a vhodně strukturovaným obsahem. Jde mj. i o transformaci poznatků příslušných vědních disciplín do vyučovacích předmětů. Významnou roli zde hraje i spolupráce se sociálními partnery, kteří budou odběrateli absolventů středních odborných škol. Dá se očekávat, že dojde k výraznější diferenciaci v kvalitě škol v závislosti na tom, jak budou připraveny na promítnutí požadavků praxe do vytvářených školních vzdělávacích programů.

Při zavádění ŠVP i při jejich zkvalitňování a využívání ve vyučovacím procesu se vyučující setkali s mnoha problémy. Z nich můžeme vybrat jen některé.

Jedním z problémů bylo a i nadále zůstává to, jak promítnout požadavky RVP do ŠVP. V žádném případě nelze využít pořadí uvedené v RVP u jednotlivých odborných kompetencí. Jednotlivé odborné kompetence jsou uspořádány z pohledu konečného výsledku, tj. požadavků na výstupní znalosti absolventa daného typu školy. Pro sestavení tematických plánů a vlastní vyučovací proces je však třeba uspořádat učivo do věcných a časových souvislostí v jednotlivých vyučovacích předmětech, případně modulech. A to už se z RVP nedozví. Tady velmi záleží na zkušenostech vyučujících. Řada škol se přidržela dosavadního „osvědčeného“ uspořádání učiva v dříve platných ZPD a učebnicích, což snížilo efekt celé reformy.

Problémem je i tvorba a využívání učebnic. Čím odlišnější a specifitější pojetí učiva si škola zvolila, tím horší je možnost využití centrálně vytvořených učebnic. Nejvhodnější v tom případě bude, aby si škola vytvořila vlastní učební materiál. Výhodou je, že tento materiál nemusí mít podobu tištěné učebnice, ale může jít o elektronický text, jak jsem se o tom zmiňoval dříve. Určitou nevýhodou je ale větší možnost chyb v obsahu, protože zde není zajištěna tak dokonalá kontrola recenzenty, jako u centrálně vydávaných a schvalovaných učebnic.

Problematika využívání učebnic, o níž jsem se výše zmínil, vede k úvahám, zda a do jaké míry se mají ŠVP určitého oboru vzdělání na jednotlivých školách od sebe odlišovat. Systém vytváření ŠVP a celá koncepce vazeb mezi RVP a VŠP nutně vede k tomu, že se lišit budou. Jinak by bylo možné vydat centrálně závazné ZPD tak, jako tomu bylo doposud. Odlišnost ŠVP obdobných škol má ovšem své výhody i nevýhody. Rozsah a zaměření příspěvku mi neumožňuje, abych se jim podrobněji zabýval.

Závěr

Z výše uvedených příčin, které jistě nepokrývají celou problematiku změn podmínek, v nichž střední odborné školy působí, vyplývá, že postavení učitele se mění směrem k tvořivému přístupu při výběru a předkládání učiva. Cílem práce učitele bude stále více vést žáky k získávání kompetencí nezbytných pro jejich budoucí život a pro jejich praxi.

Cesta nemůže vést ke zvyšování sumy poznatků, ale ke schopnosti zpracovat tyto poznatky a prakticky je využít. Za velmi důležitý úkol považuji využití tvorby ŠVP ke změně pojetí výuky, nikoliv ke konzervaci dosavadního stavu.

Zcela na závěr bych chtěl uvést, že příspěvek vyjadřuje můj osobní názor na rozebírané problémy, který nemusí být vždy plně v souladu s názory mého pracoviště.

Literatura

- (1) KAŠPAROVÁ, J.: *Metodika tvorby školních vzdělávacích programů SOŠ a SOU*. Praha: Národní ústav odborného vzdělávání, 2007. 90 s. ISBN 978–80–85118–12–4
- (2) MŠMT ČR: *Rámcový vzdělávací program pro obor vzdělání 63–41–M/02 Obchodní akademie*. Vydalo Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy dne 28. 6. 2007, č. j. 12 698/2007–23. Praha: NÚOV, 2007. 82 s. ISBN neuvedeno.

Kontaktní adresa

doc. Ing. Miloslav Rotport, CSc.
Katedra didaktiky ekonomických předmětů
Vysoká škola ekonomická
nám. W. Churchilla 4
130 67 Praha 3
Česká republika
E-mail: MRotport@seznam.cz
Tel.: 00420 731 311 893

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В НАЦИОНАЛЬНОЙ
СИСТЕМЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ: УКРАИНСКИЙ ОПЫТ**
**THE ROLE OF THE SOCIAL ADVERTISING IN THE NATIONAL MEDIA
EDUCATION SYSTEM: UKRAINIAN EXPERIENCE**

Наталья САНАКОЕВА – Инна СТАЩУК

Natalya SANAKOYEVA – Inna STASHCHUK

Аннотация:

Abstract. *The article explores the mediaeducational potential of public service advertising in the national educational system. The authors believe that the knowledge about this issue is an important precondition for consolidation, self–preservation and self–regulation of the society. PSA is considered to be an efficient resource of value impact on the social consciousness, especially on developing young people’s media competence. The article points out to the fact that PSA as a form of communication is aimed at the actualization of social problems and expansion of significant and valuable norms, ideals, patterns of behavior.*

Comparing American, European and post–soviet conceptions of PSA (or social advertising), the authors propose their own interpretation of this mass–communication phenomenon. Analyzing the current situation in Ukrainian PSA, they conclude that the factors that prevent the development in this field are as follows: imperfection of national laws on advertising, lack of unified standards of PSA creation, deficient government financing and ambiguity of possible alternative sources of financing the PSA creators.

At the same time, the authors point out to the axiological nature of the main principles of PSA as a form of communication for the sake of the society. To prove this idea, they present the list of factors that impact the PSA efficiency. Among them are as follows: vital, optimistic mood, aiming at the humanization, consolidation and harmonization of the society, appealing to the values common to all mankind, defining the norms of the positive behavior, supporting people confronted with actual social problems.

Finally, the article gives a brief review of the mediaeducational role of ad festivals. In Ukraine, the main platform for PSA development and improving is the National Festival of Social Advertising. On the other hand, ad festivals for youth join young people to the creation of PSA messages about the subjects of current importance. The most popular among them is Ukrainian Student Ad Festival. Other famous projects are the International Student Advertising Festival in the Crimea, the International Student Contest of Advertising and PR Projects “The Golden Compass” in Kharkov, Student Advertising Festivals in Chernovtsy, Donetsk, and other Ukrainian cities. In 2013, the students of the Faculty of Journalism in Zaporizhzhya National University initiated the 1st Ukrainian Youth Ad Festival “GRANART”. The main purpose of such events is support for youth initiatives in the field of PSA.

Finally, the authors notice that qualitative and positive–oriented PSA has a high potential for national education, consolidation of the society and cultural enrichment.

Ключевые слова:

Key words: *non–commercial advertising, public service advertising, social advertising, media education, media competence, axiology.*

Введение

Анализ последних научных исследований доказывает, что важной составляющей современной системы национального воспитания является медиавоспитание детей и молодежи, которое способствует формированию мировоззрения, интересов, потребностей, идеалов, мотивов, ценностных ориентаций, сознания, убеждений, суждений, а также конкретных черт характера, качеств личности, моделей поведения, в том числе развития культуры человека средствами массовой коммуникации. Медиаобразование – актуальная составляющая перехода к информационному обществу. В Украине его необходимость официально признана в 2010 году, когда постановлением Президиума Национальной академии педагогических наук Украины была утверждена Концепция внедрения медиаобразования в Украине. Согласно этому документу, медиаобразование составляет часть образовательного процесса, направленного на формирование в обществе медиакультуры, подготовку личности к безопасному и эффективному взаимодействию с современной системой СМИ [1, 16]. В фокус медиаобразования попадает и реклама.

Представляя современную культуру повседневности, реклама не только отражает, но и способна конструировать в сознании человека определенную картину мира. «Зеркало» рекламы является, безусловно, искривленным, поскольку оно «отражает лишь определенные позиции, поведение и ценности [...] моделирует и подкрепляет лишь конкретные жизненные стили и определенную философию, служащие интересам продавца» [2, 360]. Приходится констатировать, что социальная реклама недостаточно используется в Украине с целью медиавоспитания и распространения позитивных общественных ценностей.

Аксиология – учение о ценностях, изучающее структуру ценностного мира, сущность ценностей и их место в реальности, – не просто философская основа медиаобразования, это важнейший способ интерпретации и оптимизации массовокоммуникационного дискурса [3]. Важные социокоммуникативные аспекты, способствующие осмыслению аксиологической роли медиа в современном обществе, раскрываются в работах А. Башук, В. Владимирова, Н. Зражевской, С. Квита, В. Иванова, Т. Кузнецовой, Б. Потятинника, В. Ризуна. Специфические аспекты рекламного творчества и его влияния являются предметом исследований в кандидатских и докторских диссертациях украинских ученых: Л. Васильевой, Н. Грицюты, Т. Гулак, Л. Павлюк, Т. Смирновой, Л. Хавкиной. Проблематику социальной рекламы рассматривали С. Артикуца, В. Бугрим, А. Досенко, Н. Лисица, А. Лященко, Т. Марочко, Е. Ромат, А. Стрелковская, Н. Удрис. Однако комплексного исследования этого феномена в Украине сегодня нет.

Цель статьи – определить ценностное содержание социальной рекламы и ее медиаобразовательный потенциал в системе национального воспитания. В исследовании обращено внимание на аксиоцентрическую сущность основных принципов социальной рекламы как вида коммуникации в интересах общества, обозначены воспитательное и медиаобразовательное значение молодежных фестивалей социальной рекламы. Как продукт и одновременно движущая сила массовой культуры, реклама постоянно становится объектом критики философов, социологов, публицистов. Типичные обвинения в адрес коммерческой рекламы – деформация ценностной картины мира потребителей, подмена и профанация ценностей, пропаганда консьюмеристской культуры, гедонизма, инфантильности, девиантного поведения. При этом наиболее уязвимые группы – дети и молодежь,

которые ввиду отсутствия сформированной индивидуально–ценностной системы способны легко перенять привлекательные ценности, транслируемые яркими и запоминающимися рекламными образами.

Мировой опыт доказывает, что мощным ресурсом ценностного влияния и формирования позитивного поведения в обществе, может быть социальная реклама. Согласно определению, закрепленному в Законе Украины «О рекламе», социальная реклама – это информация любого вида, распространенная в любой форме, которая направлена на достижение общественно полезных целей, популяризацию общечеловеческих ценностей и распространение которой не имеет целью получение прибыли [4]. Термин «социальная реклама» закрепился в законодательстве, научном обороте и практическом употреблении в странах СНГ. Единого подхода к его толкованию исследователями нет, а в медийных реалиях его используют для обозначения различной по своему назначению рекламной продукции.

В США и странах Западной Европы сосуществуют термины «public service advertising» и «public service announcement» (PSA) для обозначения «общественной рекламы» и «non–commercial advertising» – «некоммерческая реклама» [5]. Некоммерческая реклама спонсируется некоммерческими институтами или в их интересах, она создается и распространяется церквями, школами, университетами, больницами, благотворительными организациями и иными некоммерческими институтами. Общественная же реклама (PSA) служит, прежде всего, общественным интересам – передает сообщения, знания и информирует об актуальных общественных вопросах, стремясь к изменению поведения людей и пропагандируя позитивные общественные явления. Специалисты создают ее бесплатно, а в СМК ее размещают на некоммерческой основе.

Слияние этих понятий в украинских реалиях приводит к тому, что под социальную рекламу мимикрирует политическая реклама и социально–этические инициативы коммерческих компаний. Прагматическая цель первой – создать положительный образ политической силы или административного органа, соотнести их с общественными ценностями или заявить об их способности решать общественные проблемы. Во втором случае социальная реклама – одна из составляющих программы социальной ответственности бизнеса, ее конечная цель – укрепление деловой репутации компаний.

Мы понимаем социальную рекламу как вид коммуникации, направленной на актуализацию проблем общества и распространения общественно значимых и общественно полезных норм, идеалов, ценностных ориентаций и моделей поведения, которые обеспечивают интеграцию, самосохранение и саморегулирование общества. В мировой практике такая реклама расценивается как важный инструмент воспитания, а потому ее развитием серьезно занимаются независимые исследовательские центры и неправительственные организации (например, Рекламный совет (The Ad Council) в США, Центральный офис информации (Central Office of Information) в Великобритании).

Цель социальной рекламы, как отмечает Г. Николайшвили, – изменение поведенческой модели общества [5], что невозможно без позитивной трансформации ценностного сознания человека и формирования активной позиции по отношению к социальному бытию. Чтобы достичь этого, социальная реклама должна не только указывать на актуальную проблему, но и показывать

возможные пути ее решения. Позитивность, определяющая самооценку социальной рекламы, – это установка на конструирование такой ценностной парадигмы, которая способствует социальной самоорганизации общества. Проанализировав критерии эффективности социальной рекламы, предложенные А. Балашовой и В. Вайнером [6], мы определили их аксиоцентрическую сущность. Ценностные доминанты эффективной социальной рекламы, по нашему мнению, связаны со следующими факторами:

- Социальная реклама всегда жизнеутверждающая, подчеркивает положительное, утверждает ценности, важные для общественного бытия.
- Высшая ценность социальной рекламы – человек, а ее стратегическая цель – гуманизация общества. В своей аргументации она апеллирует, прежде всего, к общечеловеческим ценностям. Таким образом, социальная реклама выполняет интегративную функцию, способствуя взаимопониманию и утверждая гармонию как высшую общественную ценность.
- Стремясь к сбережению национальных традиций и культурного наследия страны, социальная реклама способна быть эффективным инструментом патриотического воспитания, стимулировать чувство национальной гордости и достоинства.
- В отличие от рекламы коммерческой, социальная может призывать к отказу от употребления или использования. При этом критерием выбора для человека становится приоритетность тех или иных ценностей. Так, здоровье важнее, нежели наслаждение и удовольствие, безопасность и сохранение жизни – чем тяга к приключениям и острым ощущениям.
- Прагматическое содержание социальной рекламы определяется теми установками, которые получает человек, чтобы корректировать свои действия. Определяя ориентиры позитивного поведения, такая реклама не позволяет человеку остаться один на один с проблемой.
- Результативность социальной рекламы сложно измерить, а то и вообще невозможно в течение жизни одного поколения. Стратегическая ценность такой рекламы – будущее.

Несовершенство профильного законодательства, отсутствие единых стандартов разработки социальной рекламы, недостаточное государственное финансирование и неопределенность возможных источников материальной поддержки разработчиков социальной рекламы – это факторы, которые сдерживают развитие социальной рекламы в Украине, существенно уменьшая ее воспитательный и медиаобразовательный потенциал. Основные проблемы отрасли и приоритетные задачи, стоящие перед государством по совершенствованию социальной рекламы, а также ведущие темы, которые нуждаются в социальном продвижении, определены в Концепции развития в Украине сферы социальной рекламы [7]. Одно из направлений развития отрасли – создание независимой общественной организации для координации, изучения ситуации и представительства интересов разработчиков социальной рекламы и рекламодателей. Сегодня такие функции частично выполняет проект Всеукраинской рекламной коалиции – Биржа Социальной Рекламы, которая позиционирует себя как посредника между теми, кому нужна качественная социальная реклама, и теми, кто может ее создать. Вместе с тем, нерешенными пока остаются вопросы о единых стандартах отрасли, теоретико–методические разработки, сотрудничестве рекламистов и исследователей в области психологии, социальной педагогики, медиакоммуникаций.

Одно из возможных средств саморегулирования отрасли – фестивали социальной рекламы. Главная площадка для развития социальной рекламы, маркетинга и PR в Украине – Национальный фестиваль социальной рекламы, созданный в 2005 году по инициативе Союза рекламистов Украины. Миссия фестиваля – способствовать развитию социальной рекламы как важного инструмента решения социальных проблем общества, поддерживать и поощрять наиболее значимые социальные рекламные проекты в Украине. Определенное значение для развития сферы социальной рекламы имеют молодежные рекламные фестивали. Наиболее популярный – Украинский студенческий фестиваль рекламы (УСФР) – проводится ежегодно с 2004 г. Среди других известных проектов – Крымский Международный студенческий фестиваль рекламы, Международный студенческий конкурс рекламных и PR-проектов «Золотой компас» (г. Харьков), Буковинский студенческий фестиваль рекламы (г. Черновцы), Донецкий студенческий фестиваль рекламы. В 2013 году, по инициативе студентов факультета журналистики Запорожского национального университета, был проведен первый Всеукраинский молодежный фестиваль рекламы «GRANART». Конкурсы социальной рекламы для детей и молодежи проводятся также при поддержке профильных комитетов городских советов в Виннице, Запорожье, Киеве, Кременчуге, Луцке.

Эволюционировав от пропаганды к ненавязчивым информационно-инструктивным сообщениям, социальная реклама сегодня рассматривается в контексте социального маркетинга. В современных условиях социальная реклама вынуждена не только выполнять свою прямую функцию, но и соревноваться за свое место в среде, насыщенной коммерческой рекламой и другими сообщениями. Миссия социальной рекламы – изменение поведенческой модели человека в интересах общества. Необходимая предпосылка этого – положительная трансформация ценностного сознания реципиентов, поскольку, стремясь к решению актуальных общественных проблем, такая реклама апеллирует к общечеловеческим ценностям, обосновывает их значимость для жизни человека и общества. Качественная и положительно ориентированная социальная реклама обладает мощным потенциалом для национального воспитания, интеграции общества, культурного обогащения и сохранения традиций. Вместе с тем она способна быть противодействием антиценностям и девиантным моделям поведения, пропагандируемым коммерческой рекламой, и, следовательно, уберечь ментальное здоровье и ценностное сознание общества. Учитывая проблемы в украинской сфере социальной рекламы, важным ресурсом совершенствования отрасли и развития массового медиаобразования считаем студенческие фестивали социальной рекламы. Дальнейшая разработка обозначенной в этой статье темы предполагает не только изучение проблематики социальной рекламы и ее аксиологический анализ, но и комплексное исследование фестивалей рекламы в контексте реализации Концепции внедрения медиаобразования в Украине.

Литература

- (3) Медиаобразование и медиаграмотность: краткий обзор / В. Иванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинская, Т. Иванова, Ю. Мирошниченко. – К. : АУП, ЦВП, 2012. – 58 с.

- (4) Pollay R. Advertising and Cultural Values: Reflections in the Distorted Mirror [Электронный ресурс] / R. W. Pollay // Режим доступа: [http : // works.bepress.com/richard_pollay/34/](http://works.bepress.com/richard_pollay/34/)
- (5) Кузнецова Т. Аксиология социальных коммуникаций/ Т. Кузнецова. – Сумы: Издательство Сумского государственного университета, 2012. – 300 с.
- (6) Закон Украины «О рекламе». – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
- (7) Николайшвили Г. Социальная реклама: теория и практика / Г. Николайшвили. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
- (8) Балашова А. Социальная реклама – когда прибыль больше, чем деньги [Электронный ресурс] / А. Балашова, В. Вайнер // Режим доступа: <http://www.1soc.ru/pages/view/40>
- (9) Концепція розвитку в Україні сфери соціальної реклами [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.mlsp.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=08AF9EA517BB89F7FE8170242BAC6376?art_id=68575&cat_id=93560

Contact address:

Sanakoyeva Natalya

PhD (philosophy Doctor) – Candidate of Philological Sciences

n_sanakoyeva@ukr.net

Zaporizhzhya National University, Zhukovsky str., 66, Zaporizhzhya, Ukraine,
associate professor

Zaporizhzhya National University

Stashchuk Inna

Master of Journalism, PhD student

i.stashchuk@gmail.com

Zaporizhzhya National University, Zhukovsky str., 66, Zaporizhzhya, Ukraine,
Assistance lecturer

Zaporizhzhya National University

APLIKÁCIA ON–LINE DIAGNOSTICKÝCH PROSTRIEDKOV V EDUKAČNOM PROCESE

APPLYING ON–LINE OF DIAGNOSTIC TOOLS IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Luboslav STRAKA

Лубослав СТРАКА

Abstrakt: V súčasnosti je vývoj diagnostických prostriedkov orientovaný na sledovanie prevádzkových parametrov technických zariadení na diaľku z akéhokoľvek miesta. Účelom týchto technických prostriedkov je podávať aktuálne informácie o reálnom stave technického zariadenia bez nutnosti fyzickej prítomnosti. Tieto požiadavky technickej praxe do určitej miery kladú aj nové požiadavky na vyučovací proces pri výučbe odborných technických predmetov orientovaných na diagnostiku a monitoring. Zároveň sú kladené špecifické požiadavky na edukáciu a rozvoj odborných zručností študentov. Cieľom príspevku je popísať možnosti aplikácie on–line diagnostických prostriedkov pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole.

Abstract: At present is the development of diagnostic tools oriented to monitor the operating parameters of technical devices at a distance from any place. The purpose of these technical devices is to provide current information on the actual situation of technical equipment without the need for be physically present. These requirements engineering practice to a certain extent are also placed new demands on the teaching process in teaching of technical subjects focused on the diagnosis and monitoring. They are also asked specific requirements for education and skills development of students. The paper describes the possibilities of applying on–line diagnostic tools for learning of technical subjects at university.

Kľúčová slova: technická diagnostika (TD), informačno–komunikačné technológie (IKT), vzdelávanie, prenos informácií, technické zariadenie (TZ).

Keywords: technical diagnostics (TD), information&communication technologies (ICT), education, transmission of information, technical device (TD).

Úvod

Aktuálnu informáciu o prevádzkovom stave objektu v technickej praxi [1] možno poskytnúť prostredníctvom on–line diagnostických systémov [4]. V prípade, že diagnostikovaným objektom je technické zariadenie (TZ), potom hovoríme o technickej diagnostike (TD). Tá poskytuje dôležité informácie pre účinné a efektívne procesy riadenia prevádzky a údržby TZ, čím napomáha eliminácii vzniku porúch. Vývoj týchto nových technických prostriedkov so sebou zároveň prináša potrebu implementovať tieto inovatívne technológie aj do edukačného procesu [2]. Ich implementáciou možno výrazne zvýšiť kvalitu edukačného procesu [6] prostredníctvom praktických laboratórnych cvičení [5]. Počas laboratórnych cvičení zameraných na diagnostiku a monitoring prevádzkových stavov TZ môžu byť simulované rôzne stavy, na ktoré musí študent adekvátne reagovať.

On–line technická diagnostika prevádzkových stavov TZ

Cieľom on–line technickej diagnostiky je detekcia a lokalizácia porúch TZ za účelom stanovenia diagnózy, t.j. jeho skutočného technického stavu. Technický stav predstavuje súhrn vlastností objektu popisujúcich jeho schopnosť vykonávať požadované funkcie

počas stanovenej doby. Keďže prevažná väčšina porúch TZ má náhodný charakter, prejavuje sa postupnou zmenou jedného alebo viacerých prevádzkových parametrov napr.:

- zvýšením prevádzkovej teploty, resp. tlaku;
- zvýšením intenzity hluku;
- nárastom amplitúdy mechanického kmitania pohybujúcich sa častí;
- znížené vlastnosti prevádzkových kvapalín a masťov;
- iné prejavy.

Z uvedeného prehľadu vyplýva, že TD je potrebné chápať multiparametricky s tým, že určenie skutočného stavu TZ je potrebné posudzovať komplexne. Diagnostika TZ je preto proces merania fyzikálnych charakteristík v dobe, keď je zariadenie v bezporuchovej prevádzke, pričom zmena týchto charakteristík je indikátorom dynamickej zmeny stavu TZ. On–line systém TD prevádzkových stavov je aplikovateľný na rôzne stacionárne aj mobilné TZ. Diagnostické zariadenia implementované v TZ sú nakonfigurované tak, že počas prevádzky posielajú na centrálny server v určitých časových intervaloch, resp. kontinuálne aktuálne informácie o jednotlivých sledovaných parametroch. Zaznamenané dáta sa priebežne vyhodnocujú a ukladajú v databáze na serveri [3]. Operátor (študent) k nim môže následne pristupovať prostredníctvom príslušných aplikácií nainštalovaných na pracovných staniciach. Pre on–line prenos dát z diagnostikovaného TZ k pracovným staniciam sa v reálnej prevádzke často využívajú metalické siete (optické), prípadne bezdrôtové siete (GPRS, GSM a pod.).

Technické zabezpečenie on–line komunikácie pri technickej diagnostike

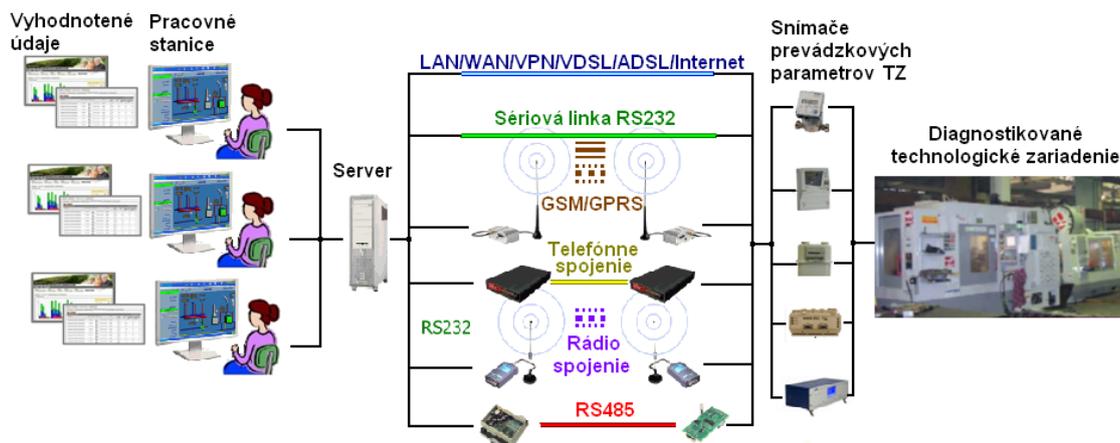
On–line diagnostická komunikácia medzi TZ a centrálnym serverom z hľadiska prenosu dát je v súčasnosti často zabezpečovaná bezdrôtovo. Pre technické zabezpečenie tejto komunikácie sú nevyhnutné:

- pracovné stanice (server);
- sieťové karty a adaptéry (sieťová karta, Wi–Fi adaptér, adaptér Bluetooth a pod.);
- rozbočovače (hub), prepínače (switch), smerovače (router), modemy (modulátory a demodulátory);
- WAP (bezdrôtové prístupové body);
- opakovače (repeater), sieťové mosty (bridge), brány (gateway);
- bezpečnostné zábrany (firewall);
- káble (metalické, optické a pod.).

Konkrétne technické vybavenie je závislé na spôsobe prenosu dát z diagnostikovaného TZ k serveru a jednotlivým pracovným staniciam.

Aplikácia on–line diagnostického výučbového systému

Vhodnou aplikáciou on–line technickej diagnostiky v edukačnom proces pri výučbe odborných technických predmetov sú laboratórne cvičenia zamerané na technickú diagnostiku a monitoring TZ. Praktické laboratórne cvičenia v predmete diagnostika TZ sú z technického aj časového hľadiska pomerne náročné, pretože pre objektívne posúdenie reálneho stavu TZ je potrebné vykonať rad meraní. Úlohou študentov je sledovať tieto prevádzkové charakteristiky v stanovenej dobe a odhaliť možné extrémny či kolízie. Dôležité je pritom včasné stanovenie diagnózy jednotlivých častí TZ na základe sledovaných prevádzkových parametrov, prípadne vykonanie adekvátnych zásahov za účelom eliminácie vzniku havarijného stavu TZ.



Obrázok 1: Zjednodušená schéma on–line diagnostického výučbového systému

Pomocou on–line diagnostického výučbového systému sa v edukačnom procese vyhodnocuje aktuálny stav TZ počas jeho prevádzky, pričom proces komunikácie medzi TZ a laboratóriom je z hľadiska bezpečnosti realizovaný prostredníctvom metalického prepojenia, prípadne pomocou bezdrôtovej siete. Aktívne on–line pripojenie umožňuje neustále spojenie operátora (študenta) prostredníctvom servera s diagnostikovaným TZ. Diagnostická jednotka automaticky zaznamenáva a odosiela údaje o prevádzkových parametroch jednotlivých častí TZ. Interval záznamu, t.j. vzorkovanie môže byť realizované od niekoľkých sekúnd do niekoľkých minút. Prenos údajov z diagnostikovaného TZ na server operátora v laboratóriu je organizovaný automaticky, prostredníctvom sériovej linky RS232, resp. RS485 alebo pomocou bezdrôtovej siete mobilných operátorov GSM/GPRS. Prenášané dáta obsahujú informáciu o aktuálnom stave sledovaných prevádzkových parametrov, akými sú, napr. teplota, tlak, vibrácie, otáčky a pod. Podstatnou výhodou tohto diagnostického systému sledovania prevádzkových stavov je vzdialená správa údajov. Zároveň umožňuje sledovanie rôznych prevádzkových stavov TZ, ktoré sa vyskytujú v reálnych podmienkach. Študent má možnosť lepšie pochopiť rôzne fázy technického života počas bezporuchovej prevádzky TZ. Študent má na základe zaznamenaných údajov vypracovať technický protokol a stanoviť matematický model s rovnakými vlastnosťami ako fyzikálny model. Tento matematický model má umožniť predvídať možné stavy sledovaného TZ. Jeho funkciou je zobrazenie bezporuchových a poruchových stavov jednotlivých častí, resp. poruchového správania sa TZ ako celku.

Záver

V súčasnosti sa kladie čoraz viac dôraz predovšetkým na zvyšovanie kvality edukačného procesu. Cieľom je motivovať a aktivizovať študentov k rozvoju ich vedomostí a praktických zručností. Uvedený spôsob výučby laboratórnych cvičení odborných technických predmetov na vysokej škole zameraných na technickú diagnostiku a monitoring technických zariadení s využitím moderných technických prostriedkov má tieto ciele naplňať. Ich aplikácia v edukačnom procese má umožniť rozvoju tímovej spolupráce a individuálnej zodpovednosti študentov za jednotlivé čiastkové riešenia a v spojení s ich praktickou aplikáciou upevniť nadobudnuté teoretické vedomosti v oblasti integrovaného monitorovania a riadenia technologických zariadení na diaľku. Študenti majú možnosť si touto formou rozšíriť praktické zručnosti

v oblasti dispečerských činností orientovaných na postupy predchádzania, resp. odstraňovania havarijných stavov technických zariadení prostredníctvom technickej diagnostiky. Príspevok tiež poukazuje na dôležitosť implementácie týchto inovatívnych technológií v edukačnom procese.

Literatura

- (1) FABIAN, Stanislav – STRAKA, Ľuboslav. *Prevádzka výrobných systémov. Edícia vedeckej a odbornej literatúry*, TU Košice, 2008, 252 s., ISBN 978–80–8073–989–8.
- (2) HOVANČÁKOVÁ, Martina. *Komunikačné prostriedky pre sledovanie autonómnych systémov v procese výuky*. In: *Media4u Magazine*, no. 3, 2008, p. 31–34, ISSN 1214–9187.
- (3) CHROMÝ, J. *Počítačové siete ve vzdelávaní*. In: *Technológia vzdelávania*, roč. 15, 2007, č. 3, ISSN 1338–1202.
- (4) STRAKA, Ľ. *Diagnostika prevádzkových stavov s využitím ICT*. In: *INFOTECH 2007*, Votobia, Olomouc, 2007, s. 738–741, ISBN 978–80–7220–301–7.
- (5) ŠUŠOL, J. a kol. *Informačné a komunikačné technológie vo vzdelávaní. Stimul, Bratislava 2005*, 152 s., ISBN 80–88982–97–9.
- (6) TUREK, I. *Zvyšovanie efektívnosti vyučovania*. Bratislava, Edukácia, 1998, 326 s., ISBN 80–88796–89–X.

Kontaktní adresa

doc. Ing. Ľuboslav Straka, PhD.

Katedra prevádzky výrobných procesov

Technická univerzita v Košiciach, Fakulta výrobných technológií so sídlom v Prešove

Štúrova 31, 080 01 Prešov

Slovenská republika

E-mail: luboslav.straka@tuke.sk

Tel.: 00421 556026346

**VIRTUÁLNE VZDELÁVACIE PROSTREDIE PRE VÝUČBU
ODBORNÝCH TECHNICKÝCH PREDMETOV****VIRTUAL LEARNING SPACE FOR THE EDUCATION OF TECHNICAL
SUBJECTS*****Euboslav STRAKA – Slavomíra HAŠOVÁ******Лубослав СТРАКА – Славомира ГАШОВА***

Abstrakt: *Prioritou vzdelávania na všetkých úrovniach je zavádzanie inovatívnych metód do edukačného procesu. Dôraz je kladený najmä na využívanie informačno–komunikačných technológií (IKT), čo otvára nové možnosti v implementácii inovatívnych metód edukácie. Ich vplyvom sa mení tradične zaužívaný spôsob edukácie. Zároveň so zavádzaním IKT do edukačného procesu sa zvyšujú nároky na rozvoj základných kompetencií učiteľov v oblasti tvorby virtuálneho vzdelávacieho prostredia (VVP). Cieľom príspevku je popísať postup tvorby a zavádzanie VVP pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole.*

Abstract: *The priority of education process at all levels is the implementation of innovative methods in the educational process. The focus is mainly on the use of information and communication technologies (ICT), which opens up new possibilities in implementing innovative methods into education. Under their influence varies traditionally established way of education. At the same time with the introduction of ICT into the educational process are increasing demands on development of core competencies of teachers in the field of virtual learning space (VLS). The aim of this paper is to describe the process of creation and deployment of VLS for the education of technical subjects at university.*

Kľúčová slova: *edukácia, informačno–komunikačné technológie (IKT), virtuálne vzdelávacie prostredie (VVP), inovácia.*

Keywords: *education, information&communication technologies (ICT), virtual learning space (VLS), innovation.*

Úvod

Implementácia IKT [2] vo všetkých sférach a oblastiach spoločenského života zákonite so sebou prináša nové možnosti. Dá sa s istotou konštatovať, že zavádzanie IKT do edukačného procesu je v súčasnosti už prakticky samozrejmosťou. To do značnej miery ovplyvňuje a zároveň aj transformuje tradične zaužívaný edukačný proces [5]. Pod týmto tlakom, tradičná škola postupne stráca svoje dominantné postavenie. Neustály progres nových IKT zároveň otvára nové možnosti implementácie netradičných spôsobov vyučovania. Tie zároveň ovplyvňujú priebeh edukačného procesu a menia nároky na proces tvorby a použitie študijných materiálov. Tradičné študijné materiály, akými sú učebnice a učebné pomôcky, strácajú svoje opodstatnenie. Naopak elektronické učebné pomôcky, akými sú napr. simulačný softvér, internet a pod. sa stávajú elementárnym prvkom pri tvorbe VVP. To možno vo všeobecnosti charakterizovať ako vysoko–solistikovanú elektronickú systémovú platformu na realizáciu edukačného procesu a prezentáciu virtuálnych učebných materiálov [3].

Základné prístupy pri tvorbe virtuálneho vzdelávacieho prostredia

Základné prístupy pri tvorbe a uplatňovaní VVP možno rozdeliť do troch základných kategórií. Najjednoduchším prístupom je pasívna aplikácia, ktorá funguje na princípe vopred navoleného programu. Takto vytvorené VVP možno vnímať základnými zmyslami, akými sú zrak, sluch, hmat a pod. Jeho nevýhodou je absencia priameho zásahu do aplikácií formou modifikácie. Ďalším možným prístupom pri tvorbe VVP je aktívna aplikácia, ktorá predstavuje vyšší stupeň uplatnenia virtuálnej reality v edukačnom procese. Jeho základná podstata spočíva v tom, že aplikovaný VVP je možné ľubovoľne skúmať a pohybovať sa v ňom, avšak nemožno ho modifikovať ani virtuálne v ňom premiestňovať jednotlivé objekty. Najvyššou formou prístupu pri tvorbe VVP je interaktívna aplikácia, ktorá umožňuje virtuálne prostredie nielen všestranne skúmať, ale ho aj vhodne modifikovať. Pomocou fyzických prostriedkov (ruky, nohy, hlava, celé telo a pod.) umožňuje virtuálne objekty premiestňovať, vykonať montáž alebo demontáž virtuálneho technického zariadenia (TZ), simulovať jednotlivé prevádzkové stavy a režimy TZ, vykonávať diagnostiku TZ a pod. Jednou z možných aplikácií VVP v edukačnom procese na vysokej škole sa javia laboratórne cvičenia odborných predmetov. Pri ich výučbe s využitím VVP majú študenti možnosť nadobúdať potrebné odborné vedomosti a praktické zručnosti bez rizika poškodenia TZ či úrazu.

Interaktívne virtuálne vzdelávacie prostredie

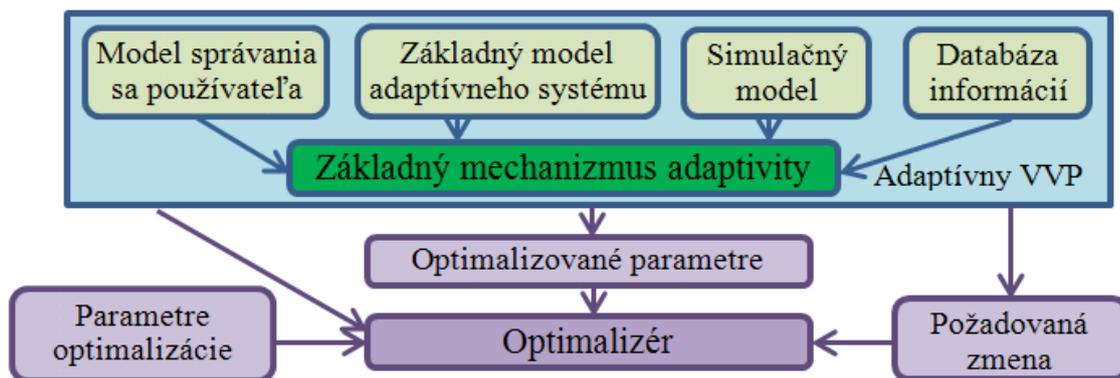
Interaktívne VVP predstavuje v súčasnosti najvyššiu úroveň v procese edukácie. Jeho uplatnenie v reálnych podmienkach sa opiera o prítomnosť spätnej väzby medzi virtuálnym prostredím a požiadavkami používateľov, čiže študentmi. Základnou požiadavkou interaktivity je teda možnosť aktívne vstupovať do aplikácií a vhodne ich modifikovať. Povýšenie interaktivity VVP na najvyšší kvalitatívny stupeň e-learningu [1] s využitím IKT je uplatnenie princípu adaptácie [4]. V praxi to znamená, že VVP sa dokáže individuálne prispôbiť konkrétnym požiadavkám a úrovni študenta. Prispôbovanie interaktívneho VVP je najčastejšie realizované adaptabilne na základe manuálneho zásahu používateľa (študenta), napr. nastavením základných parametrov alebo adaptívne, kde systém na základe zaznamenaných činností používateľa nastaví vhodné VVP.

Adaptívny interaktívny VVP

Adaptívny interaktívny VVP dokáže samočinne prispôbiť vlastnosti jednotlivých aplikácií podmienkam, v ktorých pracuje, pričom jeho základné funkcie zostávajú zachované.

Interaktívny VVP s uplatnením princípu adaptivity spravidla zahŕňa tieto základné časti:

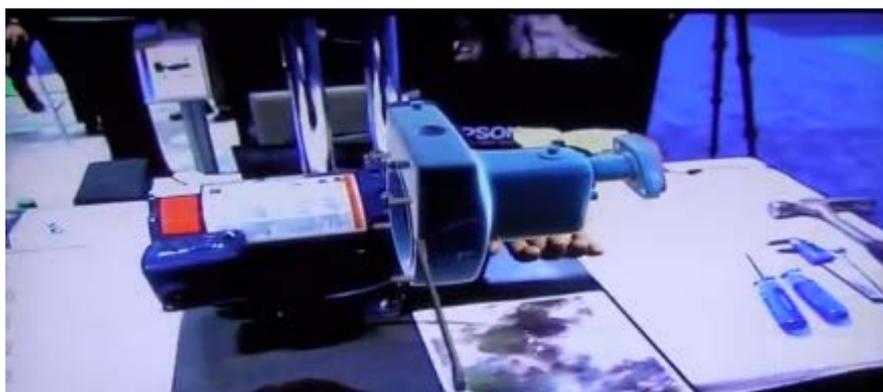
- základný model, ktorý zahŕňa podmienky a špecifiká adaptácie systému,
- základný mechanizmus adaptácie, ktorý predstavuje aktívny prvok systému,
- model správania sa používateľa,
- simulačný model s vlastnosťami reálnej štruktúry TZ,
- základnú databázu, ktorá obsahuje informácie prezentované používateľovi.



Obrázok 1: Všeobecný model interaktívneho VVP s uplatnením princípov adaptácie

Aplikácia VVP pri výučbe odborných technických predmetov

Aplikácia VVP pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole nachádza svoje uplatnenie najmä v laboratórnych cvičeniach. Pretože ide o inovatívnu edukačnú metódu založenú na virtuálnej realite, jej neodmysliteľnou súčasťou je aplikácia moderných IKT. Pre zabezpečenie VVP je nevyhnutné také technické vybavenie, ktoré je schopné zabezpečiť prenos informácií, ich zálohovanie a následné využívanie. Základom virtuálnej reality je snaha o čo najvernejšie zobrazenie priestorových modelov a schém, manipulácia s nimi a simulácia reálneho prostredia so všetkými jeho zákonitostami a pravidlami. Tieto inovatívne metódy podpory edukačného procesu často bývajú umocňované pomocou použitia špeciálnych periférií, ktoré zaisťujú obrazovú, hmatovú, zvukovú či polohovú interakciu. Prioritou VVP je v prvom rade zvýšiť efektivitu edukačného procesu. Princíp VVP pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole je založený na simulácii reálnych prevádzkových stavov TZ.



Obrázok 2: Demontáž častí TZ vo VVP

Cieľom tejto simulácie je zvýšiť efektivitu edukačného procesu formou motivácie študentov. VVP študentom umožňuje okrem sledovania reálnych prevádzkových parametrov TZ aj priamo zasahovať do ich prevádzkových režimov. Vyskúšať si môžu tiež zvládnutie rôznych kritických situácií bez rizika poškodenia reálneho TZ či vzniku

úrazu dôsledkom neodbornej manipulácie s TZ a tak trénovať schopnosti rýchleho rozhodovania sa v krízových situáciách. Zároveň študenti majú možnosť okrem prehlbovania si vedomostí získať aj určité manuálne zručnosti prostredníctvom montáže a demontáže jednotlivých častí TZ. S využitím prvkov adaptácie je systém prispôsobený na mieru vedomostnej úrovne študenta. Tak možno to isté VVP aplikovať v predmetoch pre Bc. aj Ing. stupeň.

Záver

Implementácia inovatívnych edukačných metód, medzi ktoré patrí aj VVP, je v súčasnosti neoddeliteľnou súčasťou každého vzdelávacieho procesu. Dôraz je kladený hlavne na využívanie inovatívnych prvkov založených na báze progresívne sa rozvíjajúcich IKT. Cieľom príspevku bolo popísať súčasné prístupy v tvorbe a zavádzaní VVP do edukačného procesu pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole. Tu VVP nachádza svoje prioritné uplatnenie hlavne pri laboratórnych cvičeniach, kde majú možnosť študenti prehľbovať svoje vedomosti v oblasti prevádzky TZ. Príspevok tiež popisuje základné teoretické východiská pri budovaní VVP, pričom sa orientuje na jej najvyššiu kvalitatívnu formu prostredníctvom interakcie a adaptácie. Za hlavný prínos aplikácie VVP pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole s využitím moderných IKT možno pokladať aktivizáciu študentov k ich osobnostnému rozvoju a vedenie k samostatnosti pri rozhodovaní a riešení konkrétnych technických problémov. Zavedením VVP má študent možnosť oboznámiť sa aj s takými TZ, ktoré nemožno z hľadiska bezpečnosti prípadne finančných alebo technických možností pre laboratórium zabezpečiť, akými sú napr. nadrozmerné výrobné linky, reaktory elektrární, bioplynové stanice a pod. Z toho vyplýva, že implementácia VVP so sebou prináša mnohé pozitíva, ktoré zvyšujú prítlačivosť mnohokrát náročnej výučby odborných technických predmetov.

Literatúra

- (1) DRÁBEK, J. – POTKÁNY, M. – GEJDOŠ, P. *Využitie e-learningu v procese vzdelávania na vysokých školách*, Zvolen 2008, ISBN 978–80–228–1859–9.
- (2) KRELOVÁ, K. – KRPÁLKOVÁ, K. *Využitie informačných a komunikačných technológií vo vyučovacom procese*. In: *Modernizace vysokoškolské výuky technických predmětů*, Hradec Králové, 2007, s. 87–92, ISBN 978–80–7041–752–2.
- (3) MARCINČIN, J. N. *Virtuálnou realitou podporované vzdelávanie*. In: *Zborník CA Systems and Technologies*, ŽU Žilina, 2005, s. 98–101, ISBN 3–901509–51–8.
- (4) TÓBLOVÁ, E. *Informačno–komunikačné technológie vo vzdelávaní*. In: *XXI. Didmattech 2008*, Eger, Maďarsko, s. 23–27, ISBN 978–963–9894–18–1.
- (5) TUREK, I. *Zvyšovanie efektívnosti vyučovania*. Bratislava, Edukácia, 1998, 326 s., ISBN 80–88796–89–X.

Kontaktní adresa

doc. Ing. Ľuboslav Straka, PhD.

Katedra prevádzky výrobných procesov

Technická univerzita v Košiciach, Fakulta výrobných technológií so sídlom v Prešove
Štúrova 31, 080 01 Prešov

Slovenská republika

E–mail: luboslav.straka@tuke.sk

Tel.: 00421 556026346

ЭВОЛЮЦИЯ КОНФЛИКТНОГО ПОДХОДА В СОЦИОЛОГИИ THE EVOLUTION OF THE CONFLICT APPROACH IN SOCIOLOGY

Инна Петровна ШЕВЕЛЬ

Inna Petrovna SHEVEL

Аннотация:

Abstract: *Over time, the concept of the conflict approach has not changed. This is due to the constant updating and value of social conflict, which is global in nature.*

G.Simmel paid great attention to the research of social conflicts. For outstanding German sociologist conflicts were inherent parts of social life, its practical and spiritual, political, moral, legal and other implications. He believed that one of the reasons for this are rooted in the peculiarities of the nature of people, their physiological capacities. Individuals initially inclined not only to the cooperation and organization, but also to the disruption and to various destructive manifestations that entails clashes and conflicts.

However, not always conflicts deserve a negative assessment, because not all of them lead to the destruction of social structures and to dangerous social change. Often they are scaled preservation of social cohesion and perform the same design features.

Then Hans Joas was shown by G.Simmel absolute antithesis of T. Parsons and his understanding. Many of those who believes that T. Parsons in his concept of social order and social change makes a huge emphasis on the normative components of social reality, serving the existence of a stable social order as a matter of understanding. The role of their own relations and open conflict of interests in social life, so the first output dynamics and changes in the social order. That is the focus of a social "conflict", which violates the order normativistskaya model developed by T. Parsons. The big breakthrough made in this direction, Lewis Coser. He argues that the disappearance of the original enemies to find new leads that group could be kept in a state of conflict. With this and maintained a structure that would have been in danger if there were no more enemies. Conflict can prevent the impoverishment of groups and social order Disorder and relationships. The conflict not only creates new rules, new institutions, it is also a stimulant in the economic and technological fields. Groups or systems, which are not challenged, more incapable of creative response. For L. Coser conflicts – social anomalies, as necessary, normal natural form of existence and development of social life. Almost every act of social interaction provides the possibility of conflict. He defining the conflict as a confrontation between social actors (individuals, groups), which occurs due to lack power, status or resources needed to meet the value of claims, and that involves neutralizing or destroying (symbolic, ideological, practical) enemy. The subject, after which there is the vast majority of conflicts, according to L. Coser. But R. Dahrendorf considered permanent conflict as a social organism. "It is not the presence and absence of conflict, R. Dahrendorf argued something strange and abnormal. Drive to the suspicion arises when detected society or organization, which is not visible manifestations of conflict. " For him, in every society there is always disintegration and conflict. "All social life is conflict, because it is changeable. Therefore, the conflict is the core of any creative communities and offers freedom and challenge the rational mastery and control of social problems. "R. Dahrendorf considered permanent conflict as a social organism. "It is not the presence and absence of conflict, R. Dahrendorf argued something strange and abnormal. Drive to the suspicion arises when detected society or organization, which is not visible

*manifestations of conflict. " For him, in every society there is always disintegration and conflict. "All social life is conflict, because it is changeable. [Dahrendorf R. *Struktur und Funktion. Talcott Parsons und die Entwicklung der soziologischen Theorie // Dahrendorf R. Pfade aus Utopia. Zur Theorie und Methode der Soziologie. München / Zurich: Piper, 1986*].*

Therefore, the conflict is the core of any creative communities and offers freedom and challenge the rational mastery and control of social problems.

Ключевые слова: эволюция, социология

Keywords: evolution, sociology

Введение

В современное время значение социального конфликта приобретает глобальное значение. Каждое появление социального явления в современном мире стремительно глобализируется, получает оценивание с точки зрения глобального контекста, ценностно–нормативных системах и общественных практиках.

Ханс Иоас, профессор Чикагского университета в 1985 году, изучил динамику возникновения социологии конфликта различными представителями социологии в середине 1950–х –1960–х годов. Сперва он показал, что Г.Зиммель не относится к социологу–позитивисту. Его позиция где–то по середине между метафизикой и позитивной социологией. Г.Зиммель считал, что социальная сущность существует в мире идеальных ценностей, что социология должна исследовать эту сферу. Идеальные ценностные формы создают усилия человеческого духа, но они не усовершенствованы. Между этим может разгораться драматичный конфликт, динамику которого можно сравнить с биением пульса во всей культуре как единого целого. Потом Ханс Иоас показал абсолютную антитезу Т.Парсонсу и его пониманию. Многие, кто считает, что Т.Парсонс в своей концепции социального порядка и социальных изменений делает огромный акцент на нормативные составляющие социальной реальности, где предлагается существования стабильного социального порядка как само собой понимающего. Такому пониманию социальной действительности социологи конфликта противопоставили альтернативную теорию. Они подчеркивали роль собственных отношений и открытой борьбы интересов в социальной жизни, поэтому выводится сначала динамика и изменение общественного порядка. То есть в центре внимания является социальный «конфликт», который нарушает нормативистская модель порядка, разработанной Т.Парсонсом, где он пытался ответить на вопрос о существовании общественного порядка, в своем учении он исходил из эмпирических фактов существования порядке. И отклонял существования конфликта. Уже в начале 1960–х годов он начал работать над теорией социальных изменений [1]. В своей работе он был прав, что теорию действий и порядка невозможно эмпирически покритиковать. Его аргументация была на очень высоком уровне по сравнению с другими конфликтологами, но с другой стороны не было адекватного понятийного инструментария для концептуализации конфликтов.

Конфликты никогда не были в центре внимания Т. Парсонса и его учеников, несмотря на то, что они занимались конфликтами. Роберт Мертон [2, с.281–386] модифицировал ролевую теорию Т. Парсонса и обращал внимание на внутри – и между ролевые конфликты, то есть в рамках одной роли, человеку надо соответствовать различным конфликтующим между собой ожиданиям, где люди

должны выполнять несколько ролей, не можно назвать смежными и часто приводят к конфликту.

Большой прорыв сделал в этом направлении Льюис Козер [3]. Л.Козер понимал Т. Парсонса и был близок к его теорий. Но и он имел критические замечания в сторону Т. Парсонса. Он был против того, что он интерпретировал конфликт как психологическое явление, как ошибку, как «болезнь». Л.Козер показал, что Т. Парсонс никогда серьезно не относился к конфликтным ситуациям и социальных процессов, он очень много позаимствовал из теорий Е. Дюргейма и мало от М.Вебера. Где можно проследить, что Т.Парсонс игнорировал веберовское понимание, а полностью принимал дюргеймевское. Из политических точек зрения Л.Козер был «левее» от Т.Парсонса, он открыто защищал свои социалистические идеалы. В выводах Л.Козера важную роль сыграл культурный аспект в критике парсонский модели социального мира. Конфликт Л.Козер понимает как форму ассоциации:

- Любая группа не может быть гармонична, потому что она была бы обделена движением и структурой.
- Группам необходима гармония так же, как дисгармония; как ассоциация, так и диссоциация;
- Конфликт внутри группы ни в коем случае не может быть разрушительным фактором.

Опираясь на идеи Г.Зиммеля, Л.Козер говорит, что конфликты «очищающее воздух», где каждый конфликт сопровождается выбросом агрессии, а главное, что отсутствие конфликта вовсе не говорит о стабильности социальной системы, (это указывает на узкую направленную позицию Т.Парсонса), если ее не контролировать можно получить всплеск негатива. Наоборот, открытое протекания конфликта может привести к стабильности, по мнению Л. Козера.

В дальнейшем своем изучении теории конфликта Л.Козер объясняет, [4, с.51] что конфликт в большей степени играет положительный момент в обществе целом, они открывают новые процессы правил и институтов. По мнению Л.Козера, если общества не допускают возникновения конфликтов, то они не имеют возможности долгосрочной перспективы и шансов на выживание.

Для нас важно то, что конфликт предупреждает огрубение социальной системы, заставляет ее к инновациям и креативам [5, с.19]. Несмотря на критику в адрес Т.Парсонса, аргументы Л.Козера по сути не выходили за рамки функционализма, но в то время когда он уже опубликовал работу «Функции социального конфликта» в социологии, были другие тенденции, которые привели к кардинальному разрыву с функционализмом. Представители этого течения пытались основать социологию конфликта в качестве самостоятельного, конкурирующего с функционализмом теоретического подхода.

Д. Локвуд утверждает, что парсонсовский подход исходил по теории марксизма и теория конфликта «в своих приоритетах дополняют друг друга». И поэтому он настаивает на комбинации этих двух подходов, поскольку социальная реальность характеризуется как нормативная модель по ряду, так и опирается на власть «фактического порядка». Любая социальная ситуация складывается с нормативного порядка, которым в основном и интересовался Т.Парсонс, а также с фактического порядка или основания, оба порядка «присущи» индивидам, оба являются частью внешнего мира и ограничивают социальный мир. Из факта

существования общественного порядка, не следует, что индивиды будут действовать в соотношении с ними. [6, с.139–140].

Другими представителями теории конфликта в Великобритании является Джон Рекс, он критикует Т.Парсонса за одностороннее развитие его теории. Если согласится с Т.Парсонсом в том, что нормативные элементы плавно влияют на элементарные действия, которые происходят в социальных системах. В этом направлении движется парсонсовское мнение, даже в «Структуре социального действия» и еще более явно в «Социальной системе». [7, с.129–130]. Дж.Рекс обращает внимание на понятие легитимности, которое было введено Максом Вебером в значении «одного из возможных основ господств, а не в смысле результата консенсуса в отношении норм» [8, с.151]. В критике Т.Парсонса, Дж. Рекс задается вопросу, не лучше ли было бы начинать с анализа конфигурации личных отношений или конфликта интересов, где эта конфигурация может решиться, чем допускается существования этих норм. Но Дж. Рекс не отталкивает точку зрения Т.Парсонса полностью, он считает парсонсовскую «теорию интеграции» и веберовско–марксистскую теорию конфликта взаимодополняющими, так как важные социальные проблемы можно решить за счет комбинации этих двух теоретических подходов: «В каждой власти существует проблема собственности, проблема власти, проблема высших ценностей и проблема религии» [9, с.222].

Самым радикальным критиком парсонизма и его защитником теории конфликта был Р. Дарендорф. Р.Дарендорф считал, что у Т.Парсонса не было необходимости переходить от теории действий в функционалистской теории порядка, [10, с.237] тем более, что этот переход привел к отказу от казуального анализа и не оставлял в теоретической системе места для дисфункций, что и определило ее характер. Согласно Р. Дарендорфу структурный функционализм справлялся с анализом интегративных сил в обществе, но ему не хватало инструментария для объяснения этих сил, которые вызывали структурные изменения. [11 с.128].

Р.Дарендорф считал, что классовую теорию Маркса можно победить в том случае, если «мы вместе будем владеть, собственностью и ее отсутствием класса и будем занимать господствующие позиции будем отстранены от них». [12 с.138]. По мнению Р.Дарендорфа видно, что для объяснения социологических проблем нам необходимо как равновесие, так и конфликтная модель общества. [10.с.262–263].

Во всех вышеназванных авторов есть нечто общее, так считает и объясняет Ханс Иоас [1, с.272–275] опираясь на следующее:

- Главной точкой теории конфликта была не проблема социального порядка, а вопрос о причинах социального неравенства между людьми и группами людей. Как подчеркивал Дж.Ленски, [13] что существуют причины, почему блага в обществе разделены не поровну, но причины отличаются от тех причин, которые были названы представителями структурного функционализма.
- Социальное неравенство сводится к вопросу господства за Дж. Ленски, где блага являются как статусной, так и потребительской ценностью, которая существует в ограниченном количестве и возникает борьба за эти блага.
- Теоретики конфликта указывают на политические ресурсы, они оказывают большое влияние на структуру социального неравенства, средства насильственного унижения, войны, оружие рассматривается как отдельный

ресурс, который приводит к обладанию и наслаждению привилегиями, которые играют важную роль в истории человечества. А Рэндол и Р. Коллинз обратили внимание на нематериальные ресурсы, такие как «секс как вознаграждение» и на феномен «эмоциональная энергия», где присваивают отдельные люди или группы, чтобы иметь привилегии или господство.

- Теоретики конфликта считают противоборство или столкновения постоянной характеристикой человеческой истории, когда закончится конфликт является относительная тишина, где теоретики конфликта считают, что «тишина» – это временный компромисс, кратковременный мир, а если снова неправильное распределение интересов может вспыхнуть с новой силой конфликт.

На основе этих тезисов о теории конфликта различных теоретиков получается переоценка или новое столкновение основных тем парсонсовской социологии [1, с.276]. Если Т.Парсонс считает, что социальный порядок базируется на ценностях, но это временные компромиссы между сторонами конфликта, которые в любое время могут быть разорваны. Если для Т.Парсонса политическая власть есть возможность поддержать социальное неравенство, а государство – средство цементировать классовую структуру.

Теория конфликта «в чистом виде», если о такой можно говорить, существует только в области исследований, где мы можем вспомнить в исторической социологии, где инструмент подходит к анализу микропроцессов в обществах до модерна.

Благодаря критике в сторону Т.Парсонса теория конфликта стала очевидной необходимостью, где учитывается при анализе конфликта не только роль власти, а и роль культуры. Вопрос об адекватном синтезе культуры и власти стал главным мотивом, где велись теоретические дебаты в социологии за рамки споров между Т.Парсонсом и представителями интерпретативной парадигмы, с одной стороны, и теоретиками конфликта, с другой стороны, вели к развитию социальной теории конфликта.

Особенно важным для Р.Коллинза представляется веберовский анализ социального продуцирования человеческих аффектов и эмоций, таких, результатом которых, например, есть такой институт как религия. Вполне вероятно, что эти эмоциональные производные, как, впрочем, и другие, могут быть использованы в качестве средства и оружия в социальном конфликте.

Используя положения К.Маркса и М.Вебера, Р.Коллинз нацелился на разработку собственного конфликтологического подхода к описанию социального неравенства и социального расслоения. В социальных отношениях, по мнению Р.Коллинза, существует вероятность конфликта, поскольку одним индивидам или группе в процессе коммуникации и взаимодействия всегда может быть использовано жесткое принуждение. Индивиды живут в сконструированных ими субъективных мирах, и в связи с этим сначала пытаются максимизировать собственный субъективный статус, ощущение своего господства. При этом способность индивидов к этому обусловлена как их ресурсами, так и возможностями тех людей, с кем они взаимодействуют. По своей природе люди эгоистичны и их интересам властью антагонизм. Именно поэтому конфликты потенциально возможные всегда. В противовес этой концепции, Р.Коллинз обращается к макро уровню социальной реальности, исследуя, то что происходит

между личностными взаимоотношениями, когда возникает конфликтная ситуация. Таким образом, сам Ханс Йоас, определяет теорию конфликта в широком диапазоне, утверждая, что она представляется открытой для выводов и всех теорий и способна учесть все уровни социальной реальности, в том числе, заметим и социально–политической реальности.

Литература

- (1) Ханс Йоас, Вольфганг Кнебль Социальная теория. 20 вводных лекций / – пер.с нем. К.Т.Тимофеевой. – Спб.: Алетейя.2013.– 840с.
- (2) Merton R.K. Continuities in the Theory of Reference Groups and Social Structure // Merton R.K. Social Theory and Social Structure. Revised and Enlarged Edition. Glencoe, III /New York: FreePress,1957.p.281–386.
- (3) Coser L. The Functions of Social Conflict. Glencoe, III: Free Press,1956.
- (4) Козер Л.А. Функции социального конфликта / Пер. С англ.. О.Назаровой. М.: Дом интеллектуальной книги: Идея – пресс, 2000.С.51.
- (5) Coser L.A.Continuity in the Study of Sociql Conflict.New York / London: Free Press.P.19.
- (6) Lockwood D. Some Remarks on the “Social System”// British Journal of Sociology.1956.No.7.P.139–140.
- (7) Rex J. Grundprobleme dez soziologischen Theorie [Key Problems of Social Theory]. Freiburg: Rombach,1970 [1961]. P.129–130.
- (8) Там же. С.151.
- (9) Там же. С.222.
- (10) Dahrendorf R. Structur und Funrtion. Talcott Parsons und die Entwicklung der soziologischen Theorie // Dahrendorf R. Pfade aus Utopia.Zur Theorie und Methode der Soziologie.Munchen / Zurich:Piper,1986.
- (11) Dahrendorf R.Soziale Klassen und Klassenkonflikt in der industriellen Gesellschaft.Stuttgart:Ferdinand Enke,1957.S.128.
- (12) Там же. С.138.
- (13) Lenski G. Macht und Privileg.EineTheorie der sozialen Schichtung [Power and Privileg. A Theory of Social Stratification.] Frankfurt / M: Suhrkamp, 1977 [1966].

Contact address

Shevel Inna Petrovna
 Candidate of Sociology, Associate Professor
 Head of the Department of Sociology
 Kyiv National University of Culture and Arts
 Ukraine, Kiev, 36, Schorsa street,01601
 Shevelinna@ukr.net

ANALÝZA ELEKTRONICKÉHO TESTOVANIA V PROSTREDÍ LMS MOODLE

ANALYSIS OF ELECTRONIC TESTING IN LMS MOODLE

Eva TÓBLOVÁ

Eва ТОБЛОВА

Abstrakt: V príspevku analyzujeme problematiku elektronického testovania v prostredí LMS Moodle. Popisujeme možnosti a tvorbu elektronického testu vytvoreného v prostredí LMS Moodle. V prieskume zisťujeme možnosti využitia nástrojov elektronického testovania.

Abstract: This paper analysis the issue of electronic testing in LMS Moodle. We describe the options and creating the electronic test created in LMS Moodle. The survey found using tools electronic testing.

Kľúčové slová: analýza, inovácie, elektronické testovanie, LMS Moodle

Keywords: analysis, innovations, e-testing, LMS Moodle

Úvod

Pre hodnotenie vedomostí žiaka, ale aj pre učiteľa je významnou aktivitou test. Test je variabilným nástrojom v prostredí LMS Moodle, pomocou ktorého učiteľ sám navrhne elektronický test, zadá ho žiakom a vyhodnotí jeho výsledok. V možnostiach nastavenia testu si učiteľ môže zvoliť časový limit na test pre žiaka, možnosť miešania odpovedí, dobu prístupnosti testu, hodnotenie otázok a mnoho ďalšieho.

Testovanie vedomostí plní vo vzdelávaní množstvo funkcií, najdôležitejšou však je funkcia diagnostická a klasifikačná. Okrem týchto funkcií je testovanie vhodné na získanie obojsmernej spätnej väzby. Teória testovania a testov je dlhodobo využívaná najmä pri tvorbe štandardizovaných papierových testov. S príchodom éry počítačov však prišiel aj nový spôsob realizácie testovania pomocou automaticky vyhodnocovaného elektronického testu (1).

LMS Moodle

„Learning Management System (LMS) je softvérový balík, určený na tvorbu, distribúciu a administráciu elektronických vzdelávacích materiálov a kurzov.“ LMS by mal umožňovať:

- zobrazovanie zoznamu kurzov s informáciami o ich obsahu (sylaby), termínoch a podmienkach dostupnosti,
- registráciu a prihlasovanie účastníkov kurzov,
- odlíšiť prístupové práva pre učiteľov a študentov,
- distribúciu samotného multimedialného (textového, obrazového, zvukového) obsahu kurzov,
- synchronnú i asynchronnú komunikáciu (e-mailly, vláknové diskusie, chatovacie miestnosti – moderované aj nedomerované),
- podporu spätnej väzby, testovania a hodnotenia,
- vzájomné prepájanie častí obsahu a externé odkazy (3).

Elektronické testovanie

LMS Moodle umožňuje učiteľovi vytvárať a zadávať testy, ktoré sa spravidla skladajú z niekoľkých úloh rôzneho typu. Jedná sa napríklad o výber z niekoľkých možností, pravda/nepravda, tvorená odpoveď, krátka odpoveď, priradovanie, numerická úloha, doplňovacie úloha (cloze) a pod.

V nadväznosti na krátky prieskum, v rámci ktorého sme niekoľkým súčasným užívateľom kurzu položili otázky napr. či sa už niekedy stretli s elektronickým testovaním, aké typy otázok a odpovedí preferujú pri takejto forme testovania, a v neposlednom rade i to, či by privítali možnosť ihneď po testovaní skontrolovať si správne odpovede. Takmer všetci študenti uviedli, že sa s takouto formou testovania už stretli. Pri vyplňaní testov v tejto podobe by uvítali najmä otázky typu – výber z niekoľkých možností, pravda/nepravda, krátka odpoveď, úlohy na priradovanie, a tiež doplňovacie úlohy. Skutočnosť, že spätná väzba je podstatná nielen pre nás pedagógov, resp. tvorcov kurzov, ale i pre študentov, sa nám potvrdila. Všetci užívatelia, ktorí sa prieskumu zúčastnili, by možnosť ihneď po testovaní skontrolovať si správne odpovede využili (4).

Úlohy sú uchovávané v databáze organizovanej do kategórií a môžu byť použité opakovane. LMS Moodle podporuje celkom 11 rôznych typov testových úloh. V menu *Banka úloh* je možné jednotlivé úlohy triediť do kategórií, vytvárať, importovať a exportovať. Menu *Úlohy* umožňuje správu jednotlivých testových úloh. Je možné vytvárať nové testové úlohy, radíť ich do kategórií, presúvať a mazať. Pomocou ďalších volieb možno jednotlivé úlohy tiež zobrazovať, kontrolovať a upravovať. Menu *Kategórie* umožňuje správu jednotlivých kategórií testových úloh. Je možné tieto kategórie presúvať, dopĺňať ich názvy a popisy (2).

Odporúčany postup pri vytváraní testu obsahuje tieto kroky:

- vytvorenie kategórií, do ktorých budú testové otázky roztriedené,
- vytvorenie jednotlivých typov testových úloh (pravda/nepravda, krátka odpoveď, tvorená odpoveď, priradovanie, doplňovanie, výpočtová, ...),
- vytvorenie aktivity test a nastavenie jeho vlastností,
- zaradenie úloh do testu,
- spustenie a vypracovanie testu,
- vyhodnotenie testu (4).

S1 - Školský manažment_2014/2015

NAVIGÁCIA V TESTE

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15

Znáozmiť všetky otázky na stránke
Ukončiť prehľad

NAVIGÁCIA

Domov
Moja domovská stránka
Stránky portálu
Mój profil
Current course
S1_ŠM_1_2014-15
Účastníci
Badges
Všeobecné
Lekcia 1
Lekcia 2
Lekcia 3
Lekcia 4

Eva Judová

Otázka 15
Správny
Známkas 1 z 1
Upraviť otázku

Medzi charakteristiky vedúceho zamestnanca uprednostňujúceho liberálny štýl vedenia nepatrí tvrdenie, že:

Vyberte jednu:

a. často diskutuje so svojimi zamestnancami o vzniknutých problémoch ✓

b. netróni svojim zamestnancom v iniciatíve, ale ani si ich prejavy nevšima a nehodnotí ich

c. sa prejavuje zmierlivosťou a znášanlivosťou so svojimi zamestnancami

d. sa spolieha na svedomitosť a uvedomekosť svojich zamestnancov

Správna odpoveď je často diskutuje so svojimi zamestnancami o vzniknutých problémoch.

Komentujte alebo prepíšte známku

História odpovedí

Step	Čas	Akcia	Stav	Hodnotenia
1	11/01/2015	Started		Ešte nezodpovedané

Obrázok 1: Ukážka priebežného elektronického testu kurzu Školský manažment

V kurze sme si nastavili najskôr text, ktorý je zrozumiteľný a jednoznačný, ľahko a rýchlo sa dá nájsť, na ktorý po kliknutí si môžu študenti test spustiť. K testu sme pridali aj krátku charakteristiku, napr. čas na vypracovanie a iné.

Po nastavení parametrov testu sme pristúpili k tvorbe testových otázok. Pred ich vytvorením sme si zadefinovali kategóriu do ktorej otázka patrí. Využili sme možnosť predvolených typov otázok z databázy LMS Moodle. Za dôležitú sme považovali aj voľbu nastavenia počtu správnych odpovedí. Tiež sme zvolili možnosť „zamiešať odpovede“ čo spôsobí, že študentovi sa bude poradie alternatívnych odpovedí meniť a zamedzíme tak odpisovaniu, príp. zaznamenávaniu si správnych odpovedí. Poradie otázok sme nastavili náhodné, čím sme zabezpečili že každý študent bude mať otázky v teste v inom poradí, ako aj odpovede.

V skupine časovania sme si navolili presne aj čas otvorenia a zatvorenia testu. Otvorenie je v podstate čas, odkedy bude test prístupný pre študentov, resp. čas od kedy ho uvidia v zozname aktivít kurzu. Zatvorenie testu spôsobí, že test zo zoznamu aktivít zase zmizne a tak ho nebudú môcť otvoriť po ukončení testovania.

Časový limit nám určuje presný čas, ktorý majú žiaci na vypracovanie testu. Ak si študent v stanovenom limite test sám neukončí, ukončí mu ho systém automaticky. V danom časovom limite majú možnosť študenti sa spätne vrátiť k otázkam, dopracovať ich, zmeniť správnu odpoveď. Študentom sa neustále zobrazujú časové údaje o začiatku testovania, o tom koľko času im zostáva ešte do ukončenia testovania.

Otázka 6
Správny
Známka 1 z 1
Upraviť otázku

Štyl manažérska mriežka spočíva v orientácii na:

Vyberte jednu:

- a. výsledky a ľudí ✓
- b. samostatné plnenie úloh
- c. príkazy a upozornenia
- d. na vzájomnú dôveru

Správna odpoveď je výsledky a ľudí.

Komentujte alebo prepíšte známku

Step	Čas	Akcia	Stav	Hodnotenia
1	11/01/2015 23:27	Started	Ešte nezodpovedané	
2	11/01/2015 23:29	Uložené: výsledky a ľudí	Odpoveď bola uložená	
3	11/01/2015 23:37	Pokus bol uložený	Správny	1

Obrázok 2: Vyhodnotenie jednotlivých položiek e–testu

Veľmi dôležité je, aby si študenti, ktorí test vypracujú nemohli zobrazit' jeho celé znenie a ani jeho výsledky. Mohli by ich poskytnúť tým, ktorý test ešte nevypracovali. Preto budú mať túto možnosť spätnej väzby až po konečnom testovaní všetkých študentov.

<input type="checkbox"/>		Dominika Marcová Prezrieť pokus	marcova3@uniba.sk	Finished	11 December 2014 10:19	11 December 2014 10:25	6 min 22 sekundy/sekúnd	26	✗ 0	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✗ 0	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✓ 1
<input type="checkbox"/>		Alexander Jarošek Prezrieť pokus	jarosek1@uniba.sk	In progress	11 December 2014 13:07	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<input type="checkbox"/>		Zuzana Staruchová Prezrieť pokus	staruchova1@uniba.sk	Finished	11 December 2014 20:01	12 December 2014 01:47	5 hodin 45 min	20	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✓ 1	✗ 0	✗ 0	✗ 0	✗ 0	✓ 1	✓ 1	✓ 1

Obrázok 3: Prehľad e-testov podľa študentov a ich výsledkov

Po celkovom ukončení testovania sa študenti dozvedia výsledok svojho testu, t. j. akú známku dosiahli, príp. celkový počet bodov. Pre nás pedagógov však máme okamžitú spätnú väzbu – informácie o výsledkoch testov študentov, LMS Moodle nám hneď po prihlásení ponúka zoznam študentov, ktorí sa testu zúčastnili a aké dosiahli výsledky. Po kliknutí na konkrétne meno študenta sa nám zobrazia detaily testovania konkrétneho študenta. Takýto prehľad, okamžitá spätná väzba je pre učiteľa rýchlym obrazom o vedomostiach študentov.

Záver

Z dlhodobého hľadiska predpokladáme, že elektronické testovanie sa bude využívať čoraz viac. Výhod elektronického testovania je nesporne viac ako nevýhod. K tomu, aby bol tento spôsob testovania využívaný efektívne, je potrebné, aby pedagógovia, prípadne tvorcovia e-kurzov neustále monitorovali a analyzovali požiadavky ich užívateľov. Aj vlastné skúsenosti autorov kurzu stoja za názorom, že priebežné zisťovanie spätnej väzby užívateľov nám pomáha v čo najväčšej miere minimalizovať nevýhody a optimalizovať využitie jednotlivých nástrojov LMS Moodle.

Literatúra

- (1) Capay, M. (2007) Analýza elektronického testovania v CMS Moodle. In: Informatický seminár Katedry informatiky 2007: využitie operačných systémov a počítačových sietí v podpore výučby informatických predmetov. Nitra: UKF, 2007. ISBN 978–80–8094–167–3.
- (2) Drlík, M., Švec, P., Mesárošová, M. (2013). 1. vyd. Moodle – Kompletní průvodce tvorbou a správou elektronických kurzů. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978–80–251–3759–8.
- (3) Švejda, G. a kol. (2006) Vybrané kapitoly z tvorby e-learningových kurzov. [online]. Pdf UKF Nitra. ISBN 80–8050–989–1. Dostupné z: edu.ukf.sk/file.php/1/files/moodle_tvorba_kurzov_UKF_Nitra.pdf.
- (4) Tóblová E., Nagyová A. (2015). Analýza a inovácie v rámci kurzu Školský manažment. Management vzdelávání v súčasnom diskurzu aneb jednota v různosti [elektronický zdroj] Praha : ČŠM PedF UK, 2015. S. 69–77 [online] ISBN 978–80–7290–834–9

Kontaktná adresa

Ing. Eva Tóblová, PhD.
Katedra pedagogiky a sociálnej pedagogiky
Pedagogická fakulta, Univerzita Komenského
Moskovská 3, 811 08 Bratislava
Slovenská republika
E-mail: toblova@fedu.uniba.sk

**ВАРИАТИВНОСТЬ ВИРУСНОГО КОНТЕНТА КАК ОСОБОЙ
ФОРМЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ**
**VARIABILITY OF VIRAL CONTENT AS A SPECIAL FORM OF
INFORMATION SPREADING**

Артем Петрович ЗАХАРЧЕНКО – Эдуард Григорьевич ЦЫМБАЛ

Artem Petrovich ZAKHARCHENKO – Edward Grigorevich TSYMBAL

Аннотация: Горизонтальное распространение информации, а значит, и знаний, является неотъемлемым трендом нашего времени. Один из наиболее эффективных горизонтальных инструментов – вирусный контент. Целью этой работы является установление типичных сценариев трансформации вирусного контента в процессе коммуникативной практики, выявление сложившихся направлений изменения как формы, так и содержания активно распространяющегося в сети контента. Для этого мы использовали, главным образом, методы анализа и описательного анализа для установления характеристик медиавирусов в Интернете, а также метод обобщения, чтобы установить общие закономерности трансформации вирусного контента. В результате, мы получили четкие сценарии изменения медиавирусов во время их распространения в различных предназначенных для общения веб-платформах. Выяснили пути перехода мемов из офлайновой коммуникации к онлайн-овой и наоборот. На основании этих данных обнаружили причины, по которым происходят указанные изменения, и коммуникативные среды, способствующие выбору определенного направления трансформации вирусного контента.

Abstract: Horizontal information spreading, and thus horizontal knowledge spreading, is an inherent trend of our time. One of the most effective tools of the horizontal interaction is a viral content. In this paper we set out the goal to find out typical scenarios of transformation of the viral content in the communicative practice. We tried to identify the typical directions of changing both form and meaning of the content that has been spreading actively in the web. To do this we use primarily methods of analysis and descriptive analysis to reveal features of the main components of media virus on the Internet as well as the synthesis method to detect common patterns of the viral content transformation.

Finally, we have found that the memes as units of actively horizontally disseminated information are extremely labile, and their variability concerns both the form in which they are transmitted from one man to another, and actually their meaning.

The direction of changes of the viral content that contains a certain meme depends on the primary form of such content.

All these changes can affect not only the form but also the content of media virus. In many cases, this content can remain unchanged when the shape is changing. In some cases it gets an additional meaning shade. Sometimes occurs a combination of two media viruses that actually becomes a third, or at least significantly alter its meaning.

Finally, occasionally there are cases when the meme during its spreading and usage in communications, changes its value into completely opposite.

Ключевые слова: мем, вирусный контент, медиавирус, веб 2.0., форматы интернет-коммуникации.

Keywords: *meme, viral content, media virus, Web 2.0., Internet communications formats.*

Благодарим Институт журналистики Киевского национального университета, в частности, его руководителя В.Ризуна, за создание методологической базы определения распространенности медиавирусом, руководителя кафедры электронных изданий и медиадизайна Л.Городенко – за консультации, а также ученых Г. Семенюка и В. Шевченко за то, что они заложили теоретическую базу разработки темы медиавирусом в Институте журналистики.

ВВЕДЕНИЕ

Горизонтальность социального взаимодействия, в том числе распространения информации и знаний, является основным культурным трендом как для Интернета (так называемая «эпоха Веб 2.0», или эпоха пользовательского контента), так и для других общественных сфер.

Одной из форм горизонтального социально–информационного взаимодействия является распространение вирусного контента. Под этим термином в разное время ученые и практики понимали достаточно разные вещи, мы же в этой работе определяем его как любое сообщение, которое распространяется участниками горизонтальной социальной коммуникации с лавинообразной динамикой в пределах определенной социальной системы. То есть, мы исходим не из структуры или содержания этого сообщения, а только из природы ее социокоммуникационного воздействия [1].

Вирусная коммуникация существовала во все времена: по этому принципу распространялись слухи, фольклор, сакральные тексты, тайные знания и другие формулировки с неизменным содержанием. Однако именно с развитием интернета количество подобного контента резко выросло, поскольку существенно ускорилось его распространение. Следовательно, **актуальность** исследования вирусного контента обусловлена тем, что он сейчас является одним из самых действенных инструментов горизонтального распространения информации. Эта форма может быть использована во многих сферах человеческой деятельности, в том числе – в образовании, поскольку знания, особенно уникальные, очень часто распространяются по вирусному принципу.

К теории вирусного контента в последние годы обращались многие исследователи. Сейчас исследователи социальных коммуникаций практически отказались от недостаточно научного аппарата так называемой "меметики" – отрасли, основанной на исследованиях Д. Рашкоффа [2] и Р. Броди [3]. Эти исследования критиковались за чрезмерные аналогии с генетикой и избыточный универсализм (детальный перечень упреков см. [4]). Ученые перешли от попытки расчлнить всю человеческую культуру на отрывки информации к изучению вирусного контента как коммуникативной практики.

В своем исследовании американские ученые И. Бергер и К. Л. Милкман постулируют, что передача вирусного сообщения, как правило, является эмоциональным, а не сугубо информационным актом [5]. Юмористическое влияние вирусного контента исследовал А. Сычев [6], а Е. Бота сосредоточился на политическом влиянии сатирических интернет–мемов [7]. Тенденции использования мемов в украинском информационном пространстве изучал Г. Семенюк [8].

Ближе всего к теме нашего исследования подошла западная исследовательница С. Блэкмор. «Меметические изменения являются аналогом эволюции, которую можно определить, как процесс вариации и отбора информации, включающий

адаптацию к природным ограничениям», – пишет она [9]. Жизненный цикл мемов изучает также А. Русу [10], рассматривая их распространение как процесс роста энтропии информационной системы.

Однако в этих работах изменчивость вирусного контента выступала только как его имманентное свойство, а следовательно, не изучались причины ее возникновения, не были разграничены изменчивость формы и содержания медиавируса.

Поэтому **целью** нашей работы является установление типичных сценариев трансформации вирусного контента в процессе коммуникативной практики, выявление типичных направлений изменения как формы, так и содержания активно распространяющегося в сети контента.

Среди задач следует назвать такие, как:

- Четко описать формы существования вирусного контента в сети и определить каналы его распространения.
- Выявить имеющиеся на практике каналы миграции мемов между различными образцами вирусного контента.
- Выяснить возможность трансформации содержания вирусного контента.

В этом случае **объектом** статьи оказывается вирусный контент, который распространялся в сети на протяжении последних 10 лет. **Предметом** же являются законы изменения содержания и формы вирусного контента в процессе коммуникативной практики.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В нашем исследовании мы применили метод анализа для изучения среды общения, которая сформировалась в сети. Описательный анализ использован для установления характеристик основных типов медиавирусов в Интернете. Метод наблюдения помог выявить вирусный контент, который наиболее активно распространяется пользователями социальных сетей и отдельных веб-платформ. Метод обобщения использован, чтобы на основе данных о типах интернет-мемов сделать выводы об особенностях их функционирования в Сети.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

1. Соотношение между мемом, вирусным контентом и медиавирусом

Существует множество определений мема как единицы информации, которая способна к репликации. К этому понятию часто причисляют интернет-сатиру [6], фольклор и постфольклор, и даже все, что описывается понятием «концепт» в когнитивной лингвистике [11]. Мы попробуем рассмотреть самый общий случай для того, чтобы получить самые универсальные закономерности.

Итак, в нашем исследовании *мем рассматривается как единица информации, которая характеризует свойства определенных компонентов системы человеческой культуры или же описывает связь между ними, и при этом вызывает у многих реципиентов определенные достаточно сильные эмоции.*

Мем передается от одного участника общения к другому с помощью сообщения. Это сообщение может транслироваться в акте одноразовой коммуникации, или же с помощью документа.

Если сообщение реплицируется пользователями в практически неизменном виде, его принято называть вирусным контентом. На практике бытует также термин "Медиавирус", которым обозначают целостный документ, получающий

распространение, в частности – с помощью средств интернет–коммуникации. Обычно такой документ имеет специфические свойства, подробно описанные как теоретиками [12] так и практиками интернет–коммуникации [13].

Однако это, конечно, не единственный путь распространения мема. Сообщение, которое за короткое время становится известным многим, может также распространяться с помощью ординарного документа. Им может стать, например, сообщение пресс–службы какого–либо органа власти, которое доносит важную информацию с помощью акта вертикальной коммуникации – от одного вещателя ко многим реципиентам. Такое сообщение, конечно, не имеет характерных признаков медиавируса, однако тоже способствует распространению указанной информации.

Использование мема в коммуникации не зависит напрямую от его новизны. Участники коммуникации могут снова и снова реплицировать вирусный контент в актах коммуникации, используя его, например, как шутку или как фразеологизм. Или же создавать новый вирусный контент, содержащий тот же мем.

Первые исследователи явления медиавируса различали его "оболочку" и "тело", причем под первым имели в виду обычно общественно важный смысл, а под вторым – аттрактор, который заставляет распространять необходимое сообщение. Однако, согласно нашему подходу, и оболочка, и тело являются частями сообщения, причем первое обычно является просто детализацией второго.

2. Формы существования вирусного контента

Для получения данных о формах вирусного контента и их изменения мы проанализировали 100 мемов, которые были распространены в разных странах мира, в том числе и на территории Украины. Мемы отбирались по критерию наличия их описания в профессиональных ресурсах. Формирование выборки началось с изучения таких сервисов, как «Netlore – антология сетевого фольклора» [14], «Упячка» [15], «Reddit» [16], «Wikipedia» (англо–, русско– и украиноязычные версии), «Encyclopedia Dramatica» [17], «Энциклопедия «Традиция» [18] и «BuzzFeed» [19].

Было установлено, что документы, которые передают вирусный контент, бывают всех возможных видов: текстовые, графические (фото, иллюстрации, анимационные изображения и видео), звуковые. При этом определенные среды интернет–общения способствуют распространению конкретных форм медиавирусов.

К текстовым медиавирусам можно отнести слова и фразы. Одним из самых известных представителей этой категории является ИМНО – аббревиатура от английского In My Humble Opinion (по моему скромному мнению). Также получили распространение в текстовой форме, например, "Стрелка осциллографа", "фофудья", "Аффтар жжот", "Мотороллер не мой ..." и т.д.

Текстовые медиавирусы чаще зарождаются на ресурсах, которые дают возможность пользователям общаться друг с другом: форумах или блог–площадках. Они были характерны для начальных этапов зарождения технологий Веб 2.0. Их контент отличается наибольшей спонтанностью появления и сложностью в стимулировании его распространения, то есть форсировании. Медиавирус вначале возникает как пост или комментарий к нему, а когда привлекает внимание большого количества людей – может потом продолжить свое распространение на других ресурсах или в оффлайне. Как правило, данный

контент на начальных этапах становления не отличается саркастическим, сатирическим или подобным содержанием. Указанные характеристики он приобретает уже во время «заражения» значительного количества реципиентов, которые пытались с его помощью выразить свои мысли или эмоции.

Вторая группа – это интернет–мемы, представляющие собой визуальную или аудиовизуальную информацию. Распространение этих мемов превратилось в интернет–субкультуру, породило целые группы жанров интернет–коммуникации.

Фотожаба – результат графического монтажа, при котором оригинальное изображение изменяется с переосмыслением содержания. Демотиватор – сочетание иллюстрации и текста, в котором изображение обрамляется черным фоном, на который наносят основной текст и, часто, текст–объяснение. Демотиваторы возникли, как пародия на мотиваторы – сходные по структуре сочетания изображений и текста, призывающие людей к деятельности. Эдвайс – изображение характерного персонажа на одно– или многоцветном фоне с главным и, зачастую, дополнительным текстом. Веб–комикс или интернет–комикс – это комикс, который создается с учетом специфики общения пользователей сети. Часто отличается низким уровнем художественного исполнения, является схематичным, а смысловая нагрузка закладывается в тексты персонажей или дополнительные комментарии [20]. Фейсы – изображения типичных персонажей веб–комикса, которые могут бытовать и самостоятельно. В этих случаях они приближаются к эдвайсам. Могут распространяться даже активнее, чем веб–комиксы, в которых они зародились. Гифки или анимашки – это движущиеся изображения в формате .gif. Анимация может быть законченной или циклической. В сети большую распространенность получили именно циклические гифки. Иным по техническому исполнению, но близким по сути является коуб – короткий циклический видеоролик. Отдельная категория – вирусные видео, распространяющиеся через социальные медиа и за небольшой промежуток времени набирающие большое количество просмотров. Чаще всего загружаются на хостинг «YouTube».

Доминирование графически–изобразительного контента над текстовым было лишь вопросом времени, учитывая изменение характера потребления информации в сети в течение последних 15 лет. Пользователи больше не хотели получать данные в текстовом формате. Для описания конкретного явления с помощью слов использовался довольно значительный массив информации, который требовал приложения определенных усилий для восприятия и обработки полученных данных. Вместо такого описания уместнее было использовать его воспроизведение в форме иллюстраций. Что собственно и произошло. Теперь текст носил лишь вспомогательный характер и мог вообще не включаться в контент, если основная мысль была ясна и не требовала дополнительных объяснений.

При этом графические мкедиавирусы также эволюционировали. Демотиваторы были своеобразной переходной формой от текстового медиавируса к графически–изобразительному, поскольку довольно часто на равных позициях в контенте выступает как иллюстративное, так словесное наполнение. Эдвайсы свели к минимуму использование текста, а характер сообщения определялся именно иллюстрацией. Анимационные изображения – «гифки» – можно назвать переходным элементом от иллюстративного к видеоконтенту. Материал в формате видео завоевал значительную аудиторию благодаря тому, что от нее не требовалось дополнительных усилий для усвоения информации: файл

одновременно давал «картинку», описание к ней и мог культивировать эмоциональное отношение.

Третья группа – это мемы в виде аудиоматериалов. Таких меньшинство, поскольку интернет адаптирован больше под текстовые и визуальные документы. Такие медиавирусы сейчас практически вытеснены видеоматериалами, из которых, по необходимости, выделялась соответствующая дорожка. Исключение составляют, разве что, звуки из видеоигр или строки из песен с соответствующим сопровождением, которые до сих пор используются реципиентами для обозначения собственных эмотивных состояний или действий. Один из самых популярных – мем "Go, go, go!" из серии игр "Counter Strike". Кроме того, широкое распространение получили мемы "Про***али все полимеры", "В воскресной схватке двух ёкодзун" и другие. Если раньше пользователи распространяли данные файлы преимущественно с использованием почтовой рассылки, то сегодня их сложно найти даже в таком виде.

Отдельный канал распространения чисто звукового вирусного контента – рингтоны для телефонов.

3. Пути распространения вирусного контента в сети

Итак, мы видим, что на смену форм медиавируса часто влияют пути его распространения. Ведь интернет–сообщество настолько развито, что практически всегда, когда возникает социальный запрос на воспроизведение мема в определенном формате, находится тот, кто этот запрос реализует.

3.1. Мемы могут возникать как в сети, так и в оффлайне. Но в наше время они фактически никогда не остаются сугубо оффлайновым явлением надолго. Как только они начинают реплицироваться людьми, те вносят его в социальные сети, и именно в них распространения существенно ускоряется. Яркий пример – видео с падением венка на Виктора Януковича. Оно появилось на одном из телеканалов, но нужный кусок быстро был вырезан и выложен в сеть.

Кроме медиа, первоисточником мема часто бывает литература. Можно привести множество примеров высказываний из произведений, которые стали крылатыми, «завирусались» и «пошли в народ». Произведения популярных авторов часто буквально разбираются на цитаты и бытуют в обществе. Одним из первых мемов, который появился в литературе, но получил активное распространение именно в сети, стал мем «Стрелка осциллографа», который обязан своему появлению российской писательнице Ю. Латыниной. Он сформировался на основе анализа содержания данного словосочетания и выявления его патогенности и ошибочности. Использовался сначала исключительно среди пользователей ресурса LiveJournal, откуда распространился по сети на различных форумах.

Возможен и более сложный процесс. Медиавирус может попадать в сеть из оффлайна, распространяться там определенное время, а потом вернуться обратно в оффлайн – например, в эфир телеканалов. Такое поведение является наиболее характерным для видеоконтента, особенно это касается интервью с известными личностями, которые попадают в забавные ситуации.

3.2. Чисто сетевые мемы могут возникать как в социальных сетях, так и на прочих ресурсах. Так, в начале эпохи Веб 2.0 главной платформой общения в сети, а следовательно, и платформой для возникновения и распространения мемов, были блоги. Сейчас их роль свелась только к первому: к возникновению вирусного контента. Мем, который зарождается в блогосфере, может долгое время оставаться незамеченным, пока кто–то из пользователей интернета,

который имеет доступ к этой платформе, а не распространит его в Facebook или ВКонтакте.

Другими площадками для возникновения мемов могут быть такие ресурсы, как персональный сайт, файловые обменники или хостинги, позволяющие пользователям выкладывать в сеть собственный уникальный контент. Однако на таких площадках он доступен только ограниченной аудитории с общими интересами, и распространение получает обычно, только попав в соцсети.

Можно выделить следующий сценарий жизнедеятельности мема:

- Зарождение мема на ресурсе X.
- Распространение среди пользователей ресурса X.
- Переход мема на ресурс N (в частности, социальная сеть).
- Снижение интереса аудитории нового ресурса к мему.
- Фазы III и IV могут повторяться много раз.

Указанные алгоритмы являются общими и могут детализироваться. Например, в ходе проведенного исследования были выявлены следующие варианты этого алгоритма, характерные для глобализирующегося мира, в котором главным социальным медиа является Facebook:

- социум – Facebook – социум;
- социум – Facebook – Ресурс N;
- социум – Facebook – социум – Ресурс N;
- оффлайн–СМИ – Facebook – социум – Ресурс N;
- Ресурс X – Facebook – социум;
- оффлайн–СМИ – Ресурс X – Facebook – социум;
- Ресурс X – Ресурс N – Facebook – социум;
- Ресурс X – Ресурс N – Facebook – ресурс N – социум,

Где ресурс X – веб–сайт, на котором зародился медиавирус; ресурс N – сайт или совокупность сайтов, на которых Медиавирус встречается до или после распространения его в социальном медиа. Во всех этих случаях формат вирусного контента меняется, в зависимости от специфики ресурсов.

3.3. Интерес общественности к определенным медиавирусам не является всегда восходящим или нисходящим, и его нельзя изобразить прямой линией. Иногда он может расти со временем, потом затухать, потом расти снова на новом или том же ресурсе через определенное время. Эти процессы зависят от явлений общественной действительности, динамики распространения самого медиавируса, географических факторов или сочетания всех указанных составляющих.

Сначала определенный модус общения может даже не иметь признаков вируса и бытовать свободно от всех возможных эмоциональных окрасок. Но он может "завируситься", если его будут активно использовать реципиенты, или когда произойдут события в социуме, реакцию на которые пользователи сети попытаются выразить с помощью уже известных им фраз.

3.4. Если сначала вирусный контент в сети копировался, пересылаясь с одного почтового ящика в другой, или же перемещаясь из одного блога в другой, то **во времена социальных сетей он обычно распространяется без размножения документа.** Ведь люди часто не копируют документ, а только делятся ссылкой на него.

4. Изменения формы вирусного контента

Как видим, мем, возникнув в сообщении одного формата, часто может мигрировать в сообщение другого. Сегодня почти любой мем имеет свое иллюстративное отображение, а фраза из видео может бытовать отдельно от оригинального материала в форме текста. В отдельных случаях такой контент является даже более распространяемым, чем оригинальный материал: «+100500», «Chuck Norris Facts//Факты о Чаке Норрисе», «А сегодня в завтрашний день/Кличко», «Бимба», «Аффттар жжот», «Мотороллер не мой», «Онотол» и другие.

4.1. Миграция между текстом и изображением. "Превед медвед!" является одним из первых Интернет–мемов, который образовался благодаря иллюстративному материалу, но распространялся и самостоятельно в текстовом формате.

Обратная миграция текстовых медиавирусов к графически–изобразительным также случается часто. Например, «Мотороллер не мой» распространялся сначала исключительно как текстовое обращение, когда кто–то хотел показать, что не имеет никакого отношения к проблеме, в обсуждении которой принял участие. Позже мем стал частью фотожаб и другого иллюстративного контента.

4.2. Изменение формы графически–изобразительного вирусного контента. Он может проходить все этапы (фотожабы, демотиваторы, эдвайсы, веб–комиксы, гифки, видеоматериалы и скрин–шоты из них). Так, фильм 1998 года "Зеленый слоник" режиссера С. Басковой вначале распространяться через имиджборды, понравился значительной части пользователей и был буквально расчленен на цитаты. Позже начали появляться компиляции – работы, созданные на основе монтажа отрывков из фильма, иногда – с добавлением дополнительного видео–или звукового содержания.

Похожую тенденцию можно проследить у большинства медиавирусов видеоформата. Сначала определенный документ загружается на хостинг, затем распространяется среди пользователей в первоначальном виде. Позже появляются нарезки или выдержки из файла, которые способны функционировать отдельно от оригинала. Как правило, следствием такого расчленения на составляющие элементы является создание компиляций. Иногда отдельные отрывки или компиляции могут стать более популярными, чем оригинал видео. Например, мемы «А сегодня в завтрашний день//Кличко» и «Наталья Морская Пехота (стартует)» распространялись сначала именно в оригинальном виде. Но позже были взяты отдельные отрывки из них и перемонтированы в произвольной форме. Вторичные произведения набрали гораздо больше просмотров, чем первичные файлы.

Скриншот может существовать и самостоятельно при условии, что он сам содержит мэм. Иногда может использоваться вспомогательное текстовое оформление, например, если смысловая нагрузка передается именно через фразу героя видео. Такие скриншоты уже имеют признаки эдвайсов, но не являются таковыми. Иллюстрация бытует только с одной подписью, и вместе они образуют единое целое. Если их разделить, то можно получить или две формы медиавируса – изображение и текст – при условии, что каждый из элементов имеет равноценную смысловую нагрузку, или никакой, если отдельно элементы не являются информативными но не привлекают внимания пользователей.

Скриншот становится эдвайсом только в случае, если:

- изображение может распространяться отдельно от текста и не требует дополнительных элементов, которые бы объясняли его содержание;
- текстовое наполнение может меняться, например, к скриншоту добавляются другие высказывания главного героя, но при этом используется одна общая для всех иллюстрация, либо же текст может не иметь ничего общего с персонажем, но воспроизводить характерную для него манеру высказывания, и наконец, фраза или слоган, характерные только для этого персонажа, используется в другом эдвайсе, который подобен по содержанию.

Типичным примером трансформации вирусного видео в эдвайс является миграция составляющих элементов между мемами «А сегодня в завтрашний день//Кличко» и «Really High Guy». Главной причиной такой миграции стали высказывания с ошибками героя первого мема и стилистическими формулировками отдельных фраз, которые являются более характерными для второго персонажа. В этом случае, как правило, именно «Кличко» выступал конечным пунктом миграции: к нему добавлялись фразы, типичные для «Really High Guy». Совсем редко изменения происходили в обратном направлении. Также первый мем прошел все этапы видоизменения: сначала использовался как видеофайл, позже – как скриншот, а впоследствии имели место уже все приведенные в перечне пункты трансформации.

4.3. Переходы между аудио– и видеоформатами. Функционирование звуковых дорожек отдельно от видеоряда, в котором они используются, является едва ли не самым ярким примером трансформации медиавирусов и миграции их между форматами. Как правило, сначала возникает и распространяется сама видеозапись. Позже из нее выделяют аудиофайл, который бытует уже отдельно. Как следствие, вместо одной формы медиавируса получаем две. Типичным примером является «The Fox (What Does the Fox Say?)». Сначала сетью распространился видеоклип на эту песню. Позже файл появился в аудиоформате. Бытование последнего не только не повлекло уменьшение внимания к первичному файлу, но и, на оборот, популяризировало его, поскольку пользователи хотели ознакомиться не только с музыкальным сопровождением, но и с визуальным.

Совсем противоположную картину можно проследить при анализе медиавируса «Crazy Frog». В отечественном пространстве сначала появился и активно распространился аудиофайл. Главным образом, причиной для этого стала нехватка соответствующего технического обеспечения. И только потом, когда пользователи получили возможность получить соответствующий материал и переформатировать его в соответствии с личными предпочтениями и техническими возможностями имеющихся устройств воспроизведения, вместо него начал распространяться видеоматериал.

5. Трансформация содержания вирусного контента

Во время миграции мема из одного документа в другой может изменяться не только формат документа. Часто изменения претерпевают и сами мемы. Можно выделить три случая:

- Миграция постоянного сообщения. В частности, уже рассмотренный пример создания скриншотов из вирусных видео. В этом случае содержанием нового вирусного контента остается все тот же мем, хотя форма меняется.

- Привнесение дополнительного содержания. В частности, создание демотиваторов по известным текстовым медиавирусам. В этом случае либо несколько модифицируется первичный мем, либо же новый документ содержит два связанных мема. Например, многочисленные фотожабы, иллюстрирующие мем "Бимба" во время Евромайдана, высмеивали особенности речи Николая Азарова. Но вторая волна шуток о "Бимбе" началась после отставки Азарова, когда он вслед за Виктором Януковичем оставил нашу страну. В них первичный мем сочетался, например, с информацией о поддержке Россией террористов Донбасса.
- Сочетание двух мемов в одном вирусном контенте, и создание тем самым нового содержательного наполнения: мы описали это в примере сочетание мемов «Кличко» и «Really High Guy».
- Полное изменение содержания. Так произошло с понятием "жидобандеровцы": оно было придумано как пародия на методы российской пропаганды. Однако в 2014–2015 годах встречались случаи серьезного употребления этого названия русскими.

ВЫВОДЫ

Мемы как единицы активно распространяемой в горизонтальном режиме информации чрезвычайно лабильны, причем их вариативность касается как формы, в которой они передаются от одного индивидуума к другому, так и содержания.

Направление изменения вирусного контента, содержащего определенный мем, зависит от того, какая его форма была первичной. Если мем оказался сначала в текстовом сообщении, то он обычно имеет шансы пройти все ступени изобразительно–графических форматов, включая, в отдельных случаях, и видео.

Отдельные, наиболее удачные медиавирусы–изображения становятся гораздо более распространенными в текстовой форме, если мем, который они содержат, легко воспроизводится вербально.

Видеоконтент часто может быть "разобран" на отдельные кадры, которые становятся самостоятельными формами вирусного контента. Реже из видео вычленяется и самостоятельно существует звуковая дорожка или ее фрагменты.

Чисто звуковые медиавирусы проходят противоположный путь, становясь частью видео, или же активно воспроизводясь в текстовом формате.

Все эти преобразования могут касаться не только формы, но и содержания медиавируса. Во многих случаях это содержание может оставаться неизменным при изменении формы. В отдельных – его содержание приобретает дополнительный оттенок. Происходят также сочетания двух медиавирусов, при этом фактически создается третий, или по крайней мере существенно меняется значение первых двух. И, наконец, изредка бывают случаи, когда мем в процессе распространения меняет свое значение на совершенно противоположное.

Знание выявленной природы вариативности мемов может быть использовано практиками интернет–коммуникации в случае, если их целью является "запуск в массы" вирусного контента.

Список литературы:

- (1) Захарченко А. Вимірювання ефективності впливу повідомлення на активність учасників соціальних мереж / А.П. Захарченко // Актуальні питання масової комунікації. – К., 2014. – вип.15. – с. 36–49.
- (2) Рашкофф Д. Медиавирус! Как поп–культура тайно воздействует на ваше сознание. М., 2003.
- (3) Brodie R. Virus of the Mind: The New Science of the Meme / Richard Brodie. Seattle, Wash.: Integral Press – 1996. – P.8
- (4) Tyler T. Memetics: Memes and the Science of Cultural Evolution. CreateSpace/Tim Tyler. – 2011. – P . 130–151.
- (5) Berger J. What Makes online Content Viral? [Електронний ресурс] / Jonah Berger and Katherine L. Milkman. – Режим доступу: <http://jonahberger.com/wp-content/uploads/2013/02/ViralityB.pdf>. – Дата доступу: 20.06.2015.
- (6) Сычев А. Юмор в интернет–коммуникации: социокультурный аспект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.abc-globe.com/sichev.htm>. – Дата доступу: 20.06.2015.
- (7) Botha E. A means to an end: Using political satire to go viral / Elsamari Botha // Public Relations Review. – V.40, Is.2. – June 2014. – P. 363–374.
- (8) Семенюк. Г. Притаманні українському сегментові інтернету світоглядно обумовлені мемотици [Електронний ресурс] / Г. Семенюк // Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації [сайт]. — Режим доступу : <http://social-science.com.ua/article/1049>. – Дата доступу: 20.06.2015.
- (9) Blackmore S. Evolution's Third Replicator: Genes, Memes, and Now What? // New Scientist. 2009. № 2719. P. 36–39.
- (10) Rusu A. The Life of Memes. Traditional Technologies and the Transmission of Knowledge / Alexandra–Andreea Rusu // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – V. 92. – 10 October 2013. – P. 820–825.
- (11) Квят А. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный поход [Електронний ресурс] / А.Квят // Медиаскоп: Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – 2013. – №1. – Режим доступу : <http://mediascope.ru/node/1254>. – Дата доступу: 20.06.2015.
- (12) Guadagno R. What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes / Rosanna E. Guadagno, Daniel M. Rempala, Shannon Murphy, Bradley M. Okdie // Computers in Human Behavior. – V.29, Is. 6. – November 2013. – Pages 2312–2319.
- (13) Kasteler J. 21 Types Of Social Content To Boost Your SEO [Електронний ресурс] / Jordan Kasteler. – Режим доступу : <http://searchengineland.com/21-types-of-social-content-to-boost-your-seo-103625>. – Дата доступу: 20.06.2015.
- (14) Netlore — антология сетевого фольклора [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.netlore.ru/>. – Дата доступу: 20.06.2015.
- (15) Упячка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://упячка.ru/>. – Дата доступу: 20.06.2015.
- (16) Reddit: the front page of the internet [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.reddit.com/>. – Дата доступу: 20.06.2015.

- (17) Encyclopedia Dramatica [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://encyclopediadramatica.se>. – Дата доступа: 20.06.2015.
- (18) Энциклопедия «Традиция» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://traditio-ru.org/>. – Дата доступа: 20.06.2015.
- (19) BuzzFeed [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.buzzfeed.com/>. – Дата доступа: 20.06.2015.
- (20) Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг// Интернет и фольклор. Сборник статей. – М.: ГРЦРФ, 2009. – С.285–291.

Contact address

Zakharchenko Artem Petrovich, the assistant professor of electronic publications and media design department in Institute of Journalism of Kyiv National Taras Shevchenko University.

Tsymbal Edward, the master of Institute of Journalism of Kyiv National Taras Shevchenko University.

Захарченко Артем Петрович, ассистент кафедры электронных изданий и медиадизайна Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко.

Цымбал Эдуард Григорьевич, магистр Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко.

Jan Chromý – Josef Šedivý – René Drtina

Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference

Média a vzdělávání 2015

Reviewed Papers of the International Scientific Conference

Media and Education 2015

Vydal Extrasystem Praha

Elektronická publikace

Vydání první

190 stran 14,45 AA

ISBN 978–80–87570–30–2

