

Média a vzdělávání 2019 – Media & Education 2019
ISBN 978–80–87570–45–6

Časopis Media4u Magazine

**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**

Média a vzdělávání 2019



Media & Education 2019

Media4u Magazine – Journal

**Department of Economic Teaching Methodology, Faculty of Finance and Accounting,
University of Economics, Prague**

**Department UNESCO Philosophy of Human Communication Kharkiv Petro Vasylenko
National Technical University of Agriculture**

Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference

Reviewed Papers of the International Scientific Conference

Editors

Jan Chromý – Katarína Krpálková Krelová

Praha – 2019

CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE
ORGANIZAČNÍ VÝBOR KONFERENCE

Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
prof. Valentina Ilganayeva, D.Sc. – UA
Ing. Katarína Krpálková Krelová, PhD. – CZ

EDITORS OF ELECTRONIC EDITION
EDITOŘI ELEKTRONICKÉHO VYDÁNÍ

Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Ing. Katarína Krpálková Krelová, PhD. – CZ

Média a vzdělávání 2019 – Media & Education 2019

© Jan Chromý

Vydal/Published by: Extrasystem Praha © 2019

Myslíkova 27

110 00 Praha 1

Czech Republic

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

Svazek/Volume: 38

ISBN 978–80–87570–45–6

SCIENTIFIC GUARANTORS OF THE CONFERENCE
VĚDEČTÍ GARANTI MEZINÁRODNÍ VĚDECKÉ KONFERENCE

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. Rozmarína Dubovská, DrSc. – SK
prof. Valentina Ilganayeva, D.Sc. – UA
prof. PhDr. Libor Pavera, CSc. – CZ
prof. Vladimír Petrušov, D.Sc. – UA
prof. Sergej Zavietny, D.Sc. – UA
assoc. prof. PaedDr. René Drtina, Ph.D. – CZ
assoc. prof. Ing. Vladimír Jehlička, CSc. – CZ
assoc. prof. Ing. Pavel Krpálek, CSc. – CZ
assoc. prof. PaedDr. Martina Maněnová, Ph.D. – CZ
assoc. prof. Natalia Moiseeva, Ph.D. – UA
assoc. prof. PhDr. Ivana Šimonová, Ph.D. – CZ
assoc. prof. Ing. Lenka Turnerová, CSc. – CZ
Ing. Kateřina Berková, Ph.D. – CZ
Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Donna Dvorak, M.A. – USA
Ing. Alena Králová, Ph.D. – CZ
Ing. Lucia Krištofiaková, PhD. – SK
Ing. Katarína Krpálková Krellová, PhD. – CZ
Ch. M. McConell, M.A. – GB
Ing. Eva Tóblová, PhD. – SK
Ing. et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. – CZ
PhDr. Jan Závodný Pospíšil, Ph.D. – CZ

INDEPENDENT REVIEWS OF ARTICLES NEZÁVISLÍ RECENZENTI ČLÁNKŮ

Two independent reviewers evaluated which of articles and two others independent reviewers evaluated complete proceedings.

Organizing committee of international scientific conference Média a vzdělávání 2019 – Media & Education 2019 take this opportunity to thank all the independent reviewers for their willingness and the time for elaboration of review reports.

Dva nezávislí recenzenti hodnotili každý článek. Dva další nezávislí recenzenti hodnotili celý sborník.

Organizační výbor mezinárodní vědecké konference Média a vzdělávání 2019 – Media & Education 2019 touto cestou děkuje všem recenzentům za ochotu a čas, který věnovali zpracování recenzních posudků.

Independent Major Reviewers – Nezávislí hlavní recenzenti

prof. PhDr. Libor Pavera, CSc. – CZ

assoc. Prof. PaedDr. René Drtina, Ph.D. – CZ

Independent reviewers of articles – Nezávislí recenzenti článků

prof. N. Bilan, Ph.D. – UA

prof. N. Chursin, D.Sc. – UA

prof. V. Ivanov, Ph.D. – UA

prof. A. Kobelev, D.Sc. – UA

prof. V. I. Kuzmenko, Ph.D. – UA

prof. A. Shemayeva, D.Sc. – UA

prof. O. Yevsiukov, Ph.D. – UA

assoc. prof. L. Cherniavska, Ph.D. – UA

assoc. prof. N. V. Dmitrenko, Ph.D. – UA

assoc. prof. K. Dotsenko, Ph.D. – UA

assoc. prof. K. Fesenko, Ph.D. – UA

assoc. prof. O. Kobiliev, DrSc. – UA

assoc. prof. V.V. Kostiuik, Ph.D. – UA

assoc. prof. PhDr. Jaroslav Mužík, CSc. – CZ

assoc. prof. Ing. J. Ružbarský, Ph.D. – SK

assoc. prof. N.I. Zikun, DrSc. – UA

Ing. I. Čorný, Ph.D. – SK

Ing, M. Fišerová, Ph.D. – CZ

Ing. V. Hofman, Ph.D. – CZ

Ing. L. Krištofiaková, Ph.D. – SK

Y. Loshkov, D.Sc. – UA

Mgr. V. Maněna, Ph.D. – CZ

O. Marina, Ph.D. – UA
Ch. M. McConell, M.A. – GB
Mgr. Gosha Ochigava, Ph.D. – GE
Ing. P. Rudolf, Ph.D. – CZ
Mgr. Ing. J. Sedivy, Ph.D. – CZ
A. Solianyuk, D.Sc. – UA
Ing. Radka Balakovská – CZ
PhDr. Eva Ottová – CZ
Ing. Miloš Sobek – CZ
Ing. Jan Šíba – CZ
Ing. Jiří Vávra – CZ

TABLE OF CONTENT
OBSAH

Foreign Practices of Social Advertising: Activities of the Advertising Council in the USA 8 <i>Vita Berezenko, Natalya Sanakoyeva</i>	8
Digitization in Economic Education Through Students' Perspective 15 <i>Kateřina Berková</i>	15
Media Presentation in the Process of Study Russian as Foreign Language..... 19 <i>Olena Bilyk, Tetiana Brahina, Yurii Brahin</i>	19
Communication Technologies to Construct New Person: Soviet Project of Radical Engineering 22 <i>Iryna Bondarenko</i>	22
Reflection of Annual Turnover and Audience Share of Major Czech Television Stations for Educational Purposes in the Field of Mass Media..... 26 <i>Jan Chromy</i>	26
Applied Disciplines in the System of Training Agricultural Specialists: Teaching Technologies 36 <i>Viktoriia Dyomina, Tetiana Domina</i>	36
Socio–functional aspect and pragmatic potential of advertising slogans 43 <i>Nataliia Dmytrenko</i>	43
Academic Course «Advertising and PR in the Art–Industry» in Zaporizhzhia National University: Specifics of Creative Learning..... 47 <i>Kateryna Dotsenko</i>	47
Education 4.0 – Future Education Process: Discussion..... 53 <i>Rozmarina Dubovska</i>	53
The «Literary Chernyhiv» – Arts and Socio–Political Magazine: Mykhas Tkach Editorial Experience..... 57 <i>Oksana Garachkovska</i>	57
Webquest as an Initial Form of Implementation of Smart Education..... 62 <i>Natalia Grabar, Sergiy Shemaiev, Yuliia Shevtsova</i>	62
The Possibilities of Nervousness Overcoming in Connection With Presentations of Students in English Language..... 65 <i>Lenka Holečková</i>	65
Competency–Based Approach in Education of Legal Journalists: The Ukrainian Experience..... 69 <i>Kateryna Horska</i>	69
Communication in the system of social interaction of the media era 74 <i>Valentyna Ilganayeva</i>	74

PR–Education in the Context of Implementation of the New Profile of the State Educational Program "Journalism and Social Communications"	78
<i>Tatiana Ivanez, Anna Baranetska</i>	
Teaching History of Journalism at Journalism University Programmes: Ukrainian Traditions, Curricular Challenges, New Approaches	84
<i>Tetyana Ivanyukha</i>	
Digital Media in Teaching English as a Foreign Language at University: the Communicative Approach	89
<i>Olena Karpenko</i>	
Amnesty International Promotion Measures as a Tool of Competences Journalism Students	95
<i>Victoriia Kovpak</i>	
Digitalization and the Role of Media Literacy in Contemporary Economic Education....	100
<i>Pavel Krpálek</i>	
Digitalization in Education	104
<i>Katarína Krpálková Krelová</i>	
Notes on the Role of Electronic Media in Secondary and University Education.....	108
<i>Radka Löwenhöfferová</i>	
Factchecking In The Formation Of Media Literacy 2019	112
<i>Viktoria Markova</i>	
The Social Role of Contemporary Media Criticism: Problems of Public Trust in the Media	116
<i>Alla Mykolaienko</i>	
Using Of IoT for Educational Process Needs	121
<i>Luboslav Straka</i>	
Advanced Technologies in the Educational Process	128
<i>Luboslav Straka</i>	
Impact of Using New Technologies at the Lecture	135
<i>Eva Isabelle Števík</i>	
Use of Educational Games in the Teaching Process at Elementary School	138
<i>Eva Tóblová</i>	

Foreign Practices of Social Advertising: Activities of the Advertising Council in the USA

Vita Berezenko, Zaporizhzhia National University, berezenkovita2017@gmail.com
Natalya Sanakoyeva, Zaporizhzhia National University, n_sanakoyeva@ukr.net

Abstract

Of great interest for the development of social discourse in advertising communication in Ukraine are the various practices of developing and implementing advertising campaigns of a social orientation in different countries of the world.

The article presents the experience of one of the most well-known and authoritative for professional communities advertising structures responsible for social advertising. This is an Ad Council non-governmental organization in the United States of America.

The paper discusses the mechanisms of the Advertising Council and the features of interaction between key actors in the field of social advertising in the United States

It is argued that the experience of regulating, drafting and distributing such advertising messages, the content of which always reflects the current cut of social problems, is very important for Ukraine, which plans to develop a socially-oriented civil society.

Keywords

advertising, advertising, social advertising campaign, advertising campaign, advertising efficiency, advertising issues

Introduction

В американской практике социальная реклама, или Public service advertising понимается как реклама, которая служит общественным интересам. Цель таких сообщений – просвещение с целью осознания целевыми аудиториями важных социальных проблем, стимулирование действий, ведущих к позитивным социальным изменениям. В связи с этим безусловный интерес для развития социального дискурса в рекламной коммуникации Украины представляют различные практики разработки и реализации рекламных кампаний социальной направленности в разных странах мира. Одной из самых известных и авторитетных для профессиональных сообществ рекламных структур, отвечающих за социальную рекламу, в течение многих лет является неправительственная организация Ad Council, или Рекламный совет Соединенных Штатов Америки.

Main part

Наше обращение к опыту данной организации не случайно. Сектор социальной рекламы в современной Украине развивается хаотично, регулируясь не столько запросами общества на построение социально-ответственного государства, сколько на необходимость хоть как-то поддерживать социальный диалог и формировать мотивации на социально-полезные действия. Это, в свою очередь находит отражение и в проблематике рекламных сообщений, и в аудиовизуальном их сопровождении.

Исследованием разных аспектов социальной рекламы в Украине занимались В. Березенко [1], В. Бугрим [2], Н. Лисица [3], Д. Олтаржевский [5], Е. Ромат [4], Н. Санакоева [1, 6], И. Стащук [6] и др.. Но сегодня особенно актуальным и важным для нашего государства, взявшего курс на развитие социально–ориентированного гражданского общества, является опыт регулирования, разработки и распространения таких рекламных сообщений, содержание которых всегда отражает актуальный срез социальных проблем. Социальная реклама сегодня в развитых странах мира – это своего рода энциклопедия социальных проблем, с которыми сталкивается современная цивилизация. В связи с этим мы обратились к изучению деятельности Рекламного совета США, который уже многие годы занимается регулированием и созданием рекламных кампаний социальной направленности и является авторитетным органом в регламентации рекламной деятельности.

Идея создания данной структуры появилась в 1941 году, а дата его основания – 18 февраля 1942 г. Начало деятельности The War Advertising Council (Военный совет по вопросам рекламы) было обусловлено вступлением США во Вторую Мировую войну (первая кампания Совета мотивировала американцев к покупке военных облигаций). С 1945 года начинается ее деятельность уже как Рекламного совета в сотрудничестве с Национальным советом по безопасности (National Safety Council). В фокусе внимания Рекламного совета оказались проблемы ядерного оружия, всемирной торговли, религиозной толерантности. А уже через год был создан Консультационный комитет по общественным проблемам, задачей которого было выявление насущных тем для будущих социальных кампаний. В дальнейшем Рекламный совет разрабатывал: кампании антикоммунистической направленности (1950 г.), социальную рекламу в поддержку вакцинации от полиомиелита (1958 г.), национальную волонтерскую программу Peace Corps (тридцатилетняя кампания под названием The Toughest Job You'll Ever Love, которая стартовала в 1961 г.), экологическое движение (кампания для некоммерческой организации Keep America Beautiful, 1971 г.), кампании против расовой дискриминации (1981 г.), алко– и наркотической зависимостей (1981 г.), первую информационную кампанию о СПИДе (1986 г.), в поддержку прав человека (1992 г.), защиты детства (десятилетняя кампания для НПО Commitment 2000 стартовала в 1995г.) и другие. Современный этап в истории Рекламного совета характеризуется сосредоточением на таких актуальных для современного мира проблемах, как профилактика избыточного веса у детей, энергоэффективность, безопасность в интернете, финансовая грамотность, безответственное вождение среди молодежи, запугивания в интернете, аутизм. Все рекламные кампании социального типа, имеющие отношение к рекламному совету, легко классифицируются по четырем основным тематическим блокам – образование, семья и община, здравоохранение, безопасность. Свою миссию Рекламный совет видит в определении общественно значимых вопросов и стимулировании действий для их решения с помощью коммуникационных программ, позволяющих достигать измеряемых результатов.

Особенно важно, на наш взгляд, отметить тот факт, что сегодня Рекламный совет позиционирует свой опыт как уникальное сотрудничество между рекламой, медиа и бизнесом. Более 60 известных рекламных и медиа–агентств предоставляют свои услуги для разработки социальных кампаний Рекламного совета pro bono (безвозмездно), среди них такие ведущие игроки национального креативного рынка, как BBDO NY, DDB Chicago, DDB NY, Goodby, Silverstein & Partners, Grey NY, Havas, McCann Erickson, McCann NY, McCann Worldwide, Ogilvy & Mather NY, Publicis, Saatchi & Saatchi, Y & R и другие. Медиа–индустрия также предоставляет

эфирное время и рекламные площадки для размещения сообщений социальной рекламы на некоммерческих условиях.

Механизм деятельности Рекламного совета и особенности взаимодействия между ключевыми акторами сферы социальной рекламы в США подробно описаны на сайте Ad Council [7]. В нашей работе мы представляем анализ стратегических подходов и тактических шагов в реализации социально-важных, побуждающих к определенным социально-ответственным действиям рекламных кампаний социального типа.

Во-первых, с целью определения приоритетности тем для социальных кампаний при Рекламном совете и сейчас работает Консультационный комитет по общественным проблемам – это аналитический центр в который входят лидеры неприбыльных, бизнес, благотворительных, медицинских, исследовательских, академических организаций и учреждений. На волонтерских началах они консультируют работников Рекламного совета по самым актуальным общественным вопросам. Такой подход позволяет создавать социальную рекламу в соответствии с реальными запросами общества.

Во-вторых, во время работы над социальной кампанией Рекламный совет тесно сотрудничает с агентством и спонсорской организацией. Процесс разработки обычно длится около девяти месяцев и предусматривает шесть основных этапов: исследования и планирование; разработка стратегии; разработка креатива; промышленность распространения / размещение в СМИ; мониторинг и оценка.

Рекламные кампании реализуются профессиональными агентствами страны – они предоставляют свои услуги (разработка идей, креатив и планирование кампаний и т.п.) на добровольной основе. Непосредственное производство рекламы финансируется некоммерческими организациями в пределах их бюджетов правительством, кроме того, заказчики выступают экспертами по разрабатываемой теме. Заказчиками американской социальной рекламы являются: различные неправительственные организации (AdoptUSKids, American Medical Association, Autism Speaks, Defending Childhood и др.), Национальные и международные фонды (Charles Stewart Mott Foundation, ICF International, USAID), государственные структуры (Департамент здоровья и социальных служб, Департамент юстиции, Департамент образования, Департамент энергетики и др.). Разработанные рекламные материалы распространяются партнерскими медиа бесплатно. По официальным данным, ежегодно Рекламный совет получает 20–30 миллионов долларов благотворительными взносами, более 1,5 миллиарда долларов жертвуют СМИ для поддержки социальных кампаний.

На сайте организации указано, что социальные рекламные кампании, над которыми работает Рекламный совет вместе с профессиональными агентствами и медиа должны соответствовать следующим критериям:

- Проблема должна быть серьезной, общественно значимой (и только в таком случае СМИ могут гарантировать бесплатное предоставление эфирного времени и медийных площадей).
- Целевым аудиториям должно быть предложено решение проблемы (через предлагаемые в коммуникационных сообщениях конкретные действия и усилия, реализуемые в масштабах всей страны, – сообщение должно быть актуальным на национальном уровне).

- Указанные действия и усилия должны быть такими, чтобы реклама могла способствовать достижению измеряемых общественных целей.
- Проблема, которой посвящена кампания, не должна коррелироваться с интересами бизнеса, конфессии, партии и идеологии или касаться влияния на законодательство [7].

В-третьих, важным направлением деятельности Рекламного совета является исследование эффективности реализованных социальных кампаний. «Мы отслеживаем все наши кампании, чтобы убедиться, что они успешно повышают уровень осведомленности, меняют поведение или мотивируют общественность к действиям», – отмечается на сайте [7]. С этой целью по инициативе Рекламного совета проводятся масштабные исследования и опросы. Основные количественные показатели успешности кампании – количество привлеченных СМИ (провайдеры бесплатного эфирного времени и рекламных площадей), посещаемость сайта кампании (показатели веб-трафика), количество звонков на бесплатный номер кампании; качественные – отслеживание состояния до и после кампании демонстрируют относительные поведенческие изменения и увеличение осведомленности целевой аудитории.

Существует общая методология оценки эффективности социальной кампании, которая используется Рекламным советом:

- стратегические исследования и оценка – масштабные исследования и анализ при планировании кампании позволяют выбрать эффективную стратегию дальнейшей коммуникации. На этом этапе проводится, в частности, обзор литературы по теме, что позволяет оценить характер и масштабы проблемы, изучить опыт предыдущих коммуникационных кампаний в этой области, рассмотреть актуальные эмпирические данные и состояние общественного мнения. Особое внимание уделяется «общественным обсуждениям» (buzz measurement) – тому, как целевая аудитория реагирует на проблему на различных социальных платформах, вроде Facebook, Twitter, блогов. Кроме того, при поддержке партнерского рекламного агентства проводится первичное качественное исследование среди представителей целевой аудитории кампании, чтобы определить, как эта группа воспринимает и идентифицирует проблему, кто из целевой аудитории готов к взаимодействию с рекламой и тому подобное. Эти данные, вместе с обзором литературы, помогают команде разработать общую стратегию кампании. Среди других методов исследования на этом этапе – традиционные фокус-группы или индивидуальные интервью, домашние дискуссионные группы и другие, с учетом географического критерия (с этой целью охватываются различные территории и рынки);
- тестирование коммуникации – когда на этапе разработки кампании креативные концепции тестируются на представителях целевой аудитории (потребителях), чтобы оценить возможную реакцию на рекламу. Исследование помогает определить самую эффективную концепцию среди конкурирующих идей. Обычно это качественные методы, например, фокус-групповые исследования. При этом оценивается восприятие потребителями различных форматов рекламы – раскадровки, сценарии и т.д.;
- экспертная оценка – в составе Рекламного совета действует Комитет оценки кампаний, в который входит группа ведущих руководителей национальных рекламных и медиа-агентств; ежемесячно они встречаются для рассмотрения и принятия трех ключевых решений для реализации кампании – это стратегия,

креативные концепции и окончательные рекламные материалы. Следовательно, каждая социальная кампания получает отзывы и подтверждение непосредственно от экспертов комитета;

- медиа–исследования – на протяжении реализации кампании происходит мониторинг партнерских отношений с медиа–площадками (проверяется количество размещенных сообщений, медийные показы, оценивается денежная стоимость задействованных рекламных площадей);
- проведение опросов (трекинговые исследования) – исследование целевой аудитории, в частности динамика по ее осведомленности о проблеме, узнавание рекламы, изменения в отношении и поведении;
- обратная связь – мониторинг всех реакций потребителей, в том числе трафик веб–сайта, запросы на брошюры, их загрузки из сети, регистрация по электронной почте и т.д. [7–8].

Общую рентабельность инвестиций в каждую кампанию и, соответственно, эффективность коммуникации Рекламный совет оценивает с помощью показателей в четырех основных категориях – представленность темы в медиа–пространстве (охват), осознание (осведомленность, запоминания, умение идентифицировать рекламу), привлечение, влияние. Конечно, самым сложным в плане оценки является последний показатель – воздействие, то есть то, насколько в ходе кампании состоялись сдвиги в сознании целевой аудитории, ее привычках, поведении. Рекламный совет использует мониторинг ситуации в течение всего периода реализации кампании. Кроме того, специалисты организации и партнерские агентства отслеживают информацию из других источников – исследований по теме, проведенных правительственными учреждениями и некоммерческими организациями.

Основной коммуникационной площадкой Рекламного совета сегодня является сайт <http://www.adcouncil.org/> и две дочерние страницы: <https://www.psacentral.org> и <https://www.adlibbing.org/>. PSA Central – национальная цифровая библиотека социальной рекламы, обеспечивает мгновенный доступ ко всем текущим социальным кампаниям для любых медиа–платформ. Adlibbing – официальный блог Рекламного совета о социальной рекламе, общественные проблемы, медиа–тренды.

Текущие кампании реализуются при поддержке Рекламного совета, можно найти в соответствующем тематическом разделе Our Campaigns по ссылке <http://www.adcouncil.org/Our-Campaigns>. Здесь они сгруппированы по действующим фокусными темам – «Образование», «Семья и общество», «Здравоохранение» и «Безопасность», отдельно представлены классические рекламные кампании (Classics). Также есть рубрика «Последние кампании» и «По критериям».

О каждой социальной кампании на сайте представлена следующая информация: ключевая проблема кампании (чаще всего выражена статистической цифрой или фактом), краткий обзор и образцы медиа–материалов, заказчик (спонсорская организация), волонтерское агентство, ссылка на сайт кампании или организации–заказчика, кнопка привлечения (Work with Us). На дочернем сайте PSA Central, кроме того, подаются технические спецификации по всем разработанным в рамках кампании материалам (форматы и продолжительность роликов, размеры баннеров, полиграфическая информация и т.д.).

Отдельно представлены на сайте данные о показателях эффективности кампаний (раздел Impact) – это кейсы отдельных кампаний, истории успеха и другие публикации.

Стоит отметить, что, согласно методологии Рекламного совета, при разработке рекламных кампаний особое внимание уделяется стратегии коммуникации. Специалисты совета и привлеченные волонтерские агентства проводят ряд исследований, направленных на изучение проблемной ситуации, целевой аудитории и специфики их взаимозависимости. Творческая идея, соответственно, разрабатывается после определения стратегических основ рекламного креатива. Показательным есть и проведение дальнейших исследований восприятия сообщений социальной рекламы, отслеживание показателей эффективности кампаний. Такой подход к работе позволяет Рекламному совету в течение десятилетий успешно привлекать партнерские организации, финансовые ресурсы, известных лиц для развития всей сферы социальной рекламы в США.

Результаты анализа деятельности Рекламного совета США позволяют нам определить ряд характеристик (ими обладают, как правило, все социальные рекламные компании, проходившие под его патронатом):

- кросс–платформенность, мультиканальность – охват различных медиа–каналов, интеграция онлайн–овых и офлайн–овых коммуникаций;
- интерактивность – широкое использование возможностей социальных сетей, блогов;
- информативность – преобладание содержания над формой, содержательность коммуникаций (в том числе за счет разработки информативных сайтов);
- стратегичность – планирование кампаний на долгий срок (часто общая продолжительность кампании составляет 10–30 лет);
- общественный запрос – темы для кампаний разрабатываются с учетом рекомендаций Консультативного комитета по общественным проблемам;
- измеримость эффективности – наличие четко определенных качественных и количественных показателей, отслеживание динамики их изменений.

Conclusion

Имплементация данных подходов должна найти место в деятельности отечественных производителей социальной рекламы и вывести рекламную деятельность в социальной сфере за рамки рекламной отрасли. Социальная реклама в Украине должна стать национальной программой, пропагандирующей общечеловеческие ценности, мораль и ответственность перед будущими поколениями. При этом проблематика социальных кампаний может варьироваться, отражая тем самым все многообразие задач, с которыми сталкивается современное украинское общество. Американский опыт, конечно же, потребует адаптации к украинской действительности. Сегодня нам пока сложно представить объемы волонтерской поддержки социальных рекламных кампаний в Украине со стороны бизнеса и государства. Но уже сегодня у нас есть необходимость внедрять продуктивные процессы, которые выведут рекламную сферу в Украине на качественно новый уровень: разработка методик оценки эффективности социальной рекламы, введение практики публичной отчетности о результатах кампаний, налаживание продуктивного сотрудничества между рекламными и медиа–

агентствами, средствами массовой информации и бизнесом, распространение идей социальной ответственности среди бизнеса, в том числе рекламного и медийного, создание отраслевых коалиций и общественных объединений, налаживание связей между практиками и учеными, создание специализированных аналитических центров, дальнейшее развитие фестивального движения как одного из инструментов саморегулирования рекламной сферы, все более активное привлечение молодежи к созданию социальной рекламы в рамках программ медиа–образования и формирование ответственной гражданской позиции.

Конечно, реализация вышеуказанных задач должна учитывать национальный контекст, в частности правовой, экономический, общественно–политический, общее состояние развития отрасли и ее способности к реализации социальнорекламных кампаний, а также уже имеющиеся достижения в этой сфере – проекты Всеукраинской рекламной коалиции, опыт Биржи социальной рекламы, успешные практики ведущих отечественных агентств, правительственные инициативы.

References

- [1] BEREZENKO V., SANAKOYEVA N. *Chronology of development of social advertising in Ukraine. Media4u Magazine* 2018. P. 193–201. – Режим доступа : <http://www.media4u.cz/mav/9788087570418.pdf>
- [2] БУГРИМ В. *Хто має замовляти, створювати, виготовляти та розміщувати соціальну рекламу в Україні і на яких умовах?! – Режим доступа : http://www.bugrym.com/library/soc_ad.htm*
- [3] ЛИСИЦЯ Н. *Соціальна реклама: напрямки покращення якості // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу Києво–Могилянська академія. Серія: Соціологія. 2014. Вип. 232.*
- [4] НИКОЛАЙШВИЛИ Г. *Социальная реклама. Теория и практика.* Москва: Аспект Пресс, 2008. 191 с.
- [5] ОЛТАРЖЕВСЬКИЙ Д. *Соціальна реклама : навчальний посібник.* Київ: Центр вільної преси, 2016. 120 с.
- [6] SANAKOYEVA N., STASHCHUK I. *The role of the social advertising in the national media education system: Ukrainian experience . Media4u Magazine, 2015. P. 154–160. – Режим доступа : <http://www.media4u.cz/mav/9788087570302.pdf>*
- [7] Ad Council: Overview of Ad Council Research & Evaluation Procedures [Electronic Resource]. – Mode of Access : <http://www.adcouncil.org/Impact/Research/Overview-of-Ad-Council-Research-Evaluation-Procedures>
- [8] Ad Council: Frequently Asked Questions [Electronic Resource]. – Mode of Access : <http://www.adcouncil.org/About-Us/Frequently-Asked-Questions>

Digitization in Economic Education Through Students' Perspective

Kateřina Berková, Vysoká škola ekonomická v Praze, katerina.berkova@vse.cz

Abstract

The paper publishes the results of student's research, which is focused on students' attitudes towards digitization in education, in the subject accounting. The method of questioning within the framework of quantitative research was chosen. The research at two universities in the Czech Republic (n = 132) revealed that students' interest in digitization is not influenced by the scope of the university or by the positive relationship to the subject accounting. However, students want to use digital resources and educational applications in education.

Keywords

digitization, student's research, accounting, university.

Introduction

Digitalizace v současném moderním světě má mnohem větší význam než tomu bylo v minulých desetiletích. Technologický rozvoj jde mílovými kroky kupředu a jemu se snaží přizpůsobovat také vzdělávání. Zaznamenáváme, že jsou na vzdělávání kladeny větší požadavky v oblasti interaktivity a využití digitálních prostředků, kterými lze vyučovací proces minimálně zpestřovat, modernizovat či dokonce zefektivňovat. Zkvalitňování pedagogické činnosti v prostředí terciárního vzdělávání patří mezi palčivé otázky, jelikož způsob výuky, úspěšnost studentů, propustnost do vyšších ročníků mají značný dopad na financování vysokých škol. Proto jsou tyto atributy diskutovány v odborných kruzích a vysoké školy se snaží o maximalizaci svých výstupů směrem k poskytování co nejlepší přípravy absolventů pro praxi například díky souladu vzdělávání s možnostmi, které digitální svět nabízí. Nejenom pohled zástupců vysokých škol na požadavky dané ministerstvem je důležitý, ale pro zkvalitňování výuky a tedy řešení úspěšnosti studentů v jednotlivých předmětech je zásadní poznat, jaké didaktické prostředky a vzdělávací nástroje a média preferují studenti a zda jim pomáhají ve studiu. Podle průzkumu Vysoké školy ekonomické v Praze z roku 2019, který byl orientovaný na postoje studentů k novým metodám napříč všemi fakultami, bylo zjištěno, že je velký zájem ze strany studentů o využití e-learningu, digitalizace a také studium v místě a čase, který si sám student zvolí (Vysoká škola ekonomická v Praze, 2019).

Digitalizace nabízí široké spektrum možností, jak připravit výuku jiným způsobem. K tomu lze použít řadu výukových aplikací, které umožní vytvořit zpětnovazební kanál od studentů k pedagogovi. Zajistí se tím tedy okamžitá zpětná vazba, což je pro zvýšení procesu vyučování (*teaching*) a učení (*learning*) důležitý předpoklad (Holečková, Langer, 2017). Digitalizace není pouze o zpestření výuky a přizpůsobení se technologickému vývoji, ale umožňuje zefektivňovat celý vyučovací proces. Studenti jsou vystaveni ve větší míře i skupinové práci, která má kladný vliv na rozvoj sociálních kompetencí (Berková, Králová, Krejčová, 2017).

Cílem výzkumu je zjistit, zda studenti vysoké školy preferují při studiu digitalizaci a na jakých faktorech jejich zájem závisí. Výzkum je zaměřen na předmět účetnictví, jelikož se jedná o vědní disciplínu, jejíž odborná povaha neumožňuje ještě tolik využívat digitální a

interaktivní vzdělávací nástroje. Proto je v tomto ohledu přínosné zkoumat představy studentů o způsobu studia a výuky. Z tohoto cíle pramení výzkumná otázka, která je předmětem ověření: *Je zájem o digitalizaci (tj. moderní technologie, výukové aplikace) v předmětu účetnictví podmíněn posláním (zaměřením) vysoké školy a oblibou předmětu?*

Main part

Metodologie výzkumu

Výzkum byl zrealizován v druhé polovině roku 2019 na dvou vysokých školách v České republice – Vysoké škole ekonomické v Praze, Fakultě financí a účetnictví (dále jen „VŠE“) a Vysoké škole polytechnické Jihlava (dále jen „VŠPJ“). Tyto školy byly vybrány z důvodu odlišného profilu absolventa a způsobu přípravy absolventů na výkon profese v aplikační sféře. VŠPJ představuje regionální veřejnou školu v Kraji Vysočina, která je prakticky orientovanou v úzké vazbě na aplikační sféru. Toto posláním školy se odráží v profilu absolventa a ve způsobu výuky, do které vstupují v hojném množství odborníci z praxe. Ve studijních programech VŠPJ je také zařazena souvislá praxe, kterou musí studenti všech oborů povinně absolvovat (Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2018). VŠE je veřejnou vysokou školou, která neumožňuje v takové míře absolvovat praxi během studia a Fakulta financí a účetnictví nedisponuje tak širokým portfoliem prakticky orientovaných předmětů, ale stále převládá teoretický základ (Fakulta financí a účetnictví VŠE, 2017). Z důvodu odlišného posláním obou vysokých škol byly tyto instituce vybrány, aby bylo možné zjistit, zda zaměření školy ovlivňuje zájem studentů o digitalizaci a interaktivní nástroj e-learning ve vzdělávání. Výběrový soubor zahrnuje 132 studentů z obou vysokých škol, z toho 82 studentů se zapojilo z Fakulty financí a účetnictví VŠE a 50 studentů z VŠPJ z oborů Finance a řízení a Cestovního ruchu, které se řadí mezi ekonomický studijní program Ekonomika a management. Podrobnější struktura výzkumného vzorku je uvedena v tab. 1.

Tabulka 1: Struktura výzkumného vzorku

	Prezenční forma	Kombinovaná forma	Bakalářský stupeň	Navazující magisterský stupeň
VŠE	82	x	68	14
VŠPJ	32	18	50	x

VŠE nerealizuje kombinovanou formu studia, proto se výzkumu zúčastnili pouze studenti v prezenční formě studia. Oproti tomu VŠPJ nerealizuje na oborech Finance a řízení a Cestovní ruch navazující magisterské studium, tedy do výzkumu se zapojili pouze studenti bakalářského studia v prezenční a kombinované formě. Předmět účetnictví je oblíben u 47 % respondentů. 33 % studentů se vyjádřilo k předmětu účetnictví negativně a 19 % není vymezeno. Vzhledem k tomu, že si článek klade za cíl zjistit pouze vliv zaměření vysoké školy a obliby předmětu účetnictví na zájem o digitalizaci, není vzorek více popsán.

Výzkum byl vystavěn jako kvantitativní s použitím metody dotazování, která byla aplikována ve fázi sběru dat. Zkonstruován byl dotazník webového formátu, který byl rozeslán hromadnou poštou prostřednictvím školních emailů na obou vysokých školách. Dotazník obsahoval věcné otázky vztahující se ke zkoumané problematice a faktografické otázky umožňující charakterizovat respondenty. Věcné otázky, které zkoumají problematiku významu a postavení digitalizace včetně interaktivních prvků v ekonomickém vzdělávání se zaměřovaly na zjištění obliby předmětu účetnictví u

studentů, zájem o digitalizaci ve výuce (tj. zda studenti chtějí využívat při studiu a vzdělávání moderní technologie a výukové aplikace) a zájem o e-learning jakožto vzdělávací nástroj. Studenti vždy vybírali z možností ano/ne. Faktografické údaje respondentů jsou uvedeny v Tabulce 1. Dotazník byl nejprve podroben pilotnímu ověření z hlediska spolehlivosti výzkumného nástroje. Tato pilotní fáze byla provedena na pěti studentech, kteří z hlediska znaků odpovídali výzkumnému vzorku v hlavním výzkumu. Ostrý sběr dat probíhal na přelomu září a říjen akademického roku 2019/2020. Data byla analyzována pomocí metod popisné statistiky, tj. pomocí absolutních a relativních četností.

Výsledky a diskuse

Výsledky první zkoumané oblasti – postoje studentů k digitalizaci a e-learningu ve výuce účetnictví – jsou uvedeny v Tabulce 2, která nejprve shrnuje celkový zájem či nezájem studentů bez ohledu na hlubší analýzu faktorů, které postoje mohou ovlivňovat.

Tabulka 2: Zájem studentů o digitalizaci a e-learning ve výuce účetnictví

	Digitalizace ve vzdělávání	E-learning ve výuce
Ano	67 %	30 %
Ne	14 %	36 %
Nemám názor	vyhraněný 19 %	34 %

Je evidentní, že studenti FFÚ VŠE a VŠPJ oborů Finance a řízení a Cestovní ruch preferují ve vzdělávání digitalizaci. Zájem o takovou formu výuky má 67 % studentů z výběrového souboru. To je také ve shodě s průzkumem VŠE z roku 2019 (Vysoká škola ekonomická v Praze, 2019) a také výsledky korespondují se současnými trendy ve vzdělávání (Holečková, Langer, 2017). Tito studenti touží používat ve výuce účetnictví moderní technologie a zpětnovazební výukové aplikace pro interaktivní práci učitele se svým publikem. Ostatní studenti se vyjádřili, že zájem o takové prostředky nemají (14 %), nebo se pro žádnou možnost nevymezují (19 %). V případě e-learningu jakožto vzdělávacího nástroje, který umožňuje, aby výuka probíhala v místě a čase, který si student zvolí, a který dává možnosti interaktivní výuky, bylo zjištěno, že zájem studentů je o takovou formu nízký. Pouze třetina studentů (30 %) by chtěla využívat e-learningovou formu vzdělávání v účetnictví. Nejvíce studentů (36 %) odpovědělo, že tuto formu vzdělávání nepreferují, ostatní studenti se k žádné z možností nepřiklonili (34 %). Tento výsledek však rozporuje průzkum VŠE z roku 2019.

Z hlubší analýzy faktorů, které ovlivňují zájem studentů o digitalizaci ve výuce účetnictví, vyplynulo několik zásadních poznatků (uvádí Tabulka 3). Zaměření vysoké školy a oblíbenost předmětu účetnictví nemá vliv na preferenci studentů o využití digitálních prostředků ve studiu daného předmětu. Studenti Fakulty financí a účetnictví VŠE, která neumožňuje absolvovat ekonomickou praxi během studia a obsahuje více teoreticky zaměřené předměty než je tomu u VŠPJ, odpovídali téměř shodně jako studenti VŠPJ. Stejně tak odpovídali ve shodě studenti z hlediska oblíbenosti předmětu účetnictví. Na základě této analýzy lze tedy konstatovat, že poslání školy a kladný vztah studenta k předmětu neovlivňuje touhu studentů využívat digitalizaci ve svém studiu.

Tabulka 3: Faktory ovlivňující zájem o digitalizaci

Faktor/Vztah k digitalizaci	Ano	Ne	Nevyhrazený názor
VŠE (82 studentů)	73 %	11 %	16 %
VŠPJ (50 studentů)	60 %	20 %	20 %
Obliba předmětu – ano (62 studentů)	63 %	18 %	19 %
Obliba předmětu – ne (44 studentů)	77 %	14 %	9 %

Conclusion

Výzkumem byly analyzovány postoje a zájem studentů o využití digitálních prostředků ve výuce účetnictví na vysoké škole. Ačkoliv je patrný značný zájem mezi studenty o nejmodernější výukové aplikace a technologie, jejich zájem však není ovlivněn zaměřením vysoké školy, ani kladným či negativním vztahem studentů ke studijnímu předmětu. Proto bude výhledově tento výzkum rozšířen o zkoumání dalších proměnných, které mohou významně ovlivňovat postoj studentů k digitalizaci vzdělávání.

Acknowledgments

Tento článek vznikl v rámci institucionální podpory VŠE IP 100040 a s podporou projektu IGS VŠE F1/7/2018.

References

- [1] BERKOVÁ, K., KRÁLOVÁ, A., KREJČOVÁ, K. Učitel jako prostředek rozvoje sociálních dovedností studentů. *Media4u Magazine*. 2017, roč. 14, č. 1, s. 46–50. ISSN 1214–9187.
- [2] HOLEČKOVÁ, L., LANGER, T. Možnosti sdílení výstupů studentů při práci ve skupině. *Media4u Magazine*. 2017, roč. 14, č. 1, s. 46–50. ISSN 1214–9187.
- [3] VŠPJ. *Výroční zpráva o činnosti za rok 2018*. [online]. 2018 [cit. 2019–11–06]. Dostupný z WWW: <https://www.vspj.cz/skola/uredni-deska/vyrocnizpravy-o-cinnosti>.
- [4] VŠE V PRAZE. Postoj studentů VŠE v Praze k novým metodám výuky. Výstup z projektu OPVVV reg. č. CZ.02.2.69/0.0/0.0/16_015/0002342.
- [5] VŠE V PRAZE. *Výroční zpráva Fakulty financí a účetnictví za rok 2017* [online]. 2017 [cit. 2019–11–06]. Dostupný z WWW: <https://ffu.vse.cz/wp-content/uploads/Vyrocnizprava-FFU-2017.pdf>.

Media Presentation in the Process of Study of Russian as Foreign Language

Olena Bilyk, Kharkiv State Academy of Culture, bilikle@gmail.com

Tetiana Brahina, Kharkiv State Academy of Culture, braginat058@gmail.com

Yurii Brahin, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture,
cosinus93@gmail.com

Abstract

The article is dedicated to the analysis of the mechanism of the media presentation in the study of Russian as foreign language. The form and content of the three stages of media presentation are outlined.

Key words

communication, information, media, video, perception, dialogue

Introduction

The educational process of foreign students is taking place in the context of intercultural interaction, due to various national and cultural experiences of participants. Lecturer not only pays attention to cultural differences, but also prompts the ability to keep on dialogue, fosters a tolerant attitude to foreign cultural experience and norms of behavior.

Internalizing the cultural facts, foreign students not only receive certain information on the history of the country, improve their linguistic and speech competencies, but also learn to understand the customs and traditions of Ukrainian people, and tend to adapt more easily to new linguistic and sociocultural environments.

Our purpose is to analyze the theoretical and methodological principles of the video application in the course of the study of Russian language as foreign.

Main part

Video communication has specific features which distinguish it from other mass media sources: a freezing frame allows you to return to what you already saw, once again comprehend it, analyze audio–visual information. Screen exerts effect through all channels of information transfer – verbal, non–verbal, paraverbal, it enhances persuasiveness, brings the impact of video closer to natural subjective sign systems; it delivers mechanical visibility, fixation of the video image, creates the effect of reliability [1: 137].

Educational video has the capacity to reconstruct communicative situation; it renders real non–verbal and paraverbal elements of communication in the process of teaching foreigners the Russian language. It gradually adds to the illustrative simulation of the core process of informational transfer through verbal and non–verbal channels of communication. In this sense, video is the most effective instrument of impact and communication.

The advantage of video information is that it combines visual image and oral speech. In modern television journalism thesaurus, this is "visual–sound language." This term means the synthesis of three sign systems: spoken language, image and music. By virtue of it, television and video are the easiest ways of perception of information.

Simultaneously they are the most effective means of learning, because they have a three-dimensional effect on student: the synthesis of sound, action and emotional experience. The main characteristics of the perception of video information are: constancy, object-oriented intension, integrity and orderliness.

The constancy of perception is the relative independence of the video image from the conditions of perception, manifested in its immutability.

The object-oriented intension is the desire of the viewer to understand what he sees and what he hears.

The integrity of perception is the ability to perceive a holistic image of an object according to several main characteristics.

The orderliness of perception is the capacity to see the image in the system of certain relatively stable relationships, organized as a person is used to perceiving them [3: 57].

The use of a video in the Russian language classes in a foreign language audience necessitated the development of a methodology. The theoretical underpinning of the methodology of foreign language learning is E. Passov's conception of personal development in the dialogue of cultures, according to which a foreign student should know the system of cultural facts of the country where he gets an education [2: 42].

According to E. Passov, it is fundamentally important for the student that the process of foreign language learning is taking place in two intertwined planes, more precisely, in the dialogue of two worlds – the worlds of foreign and native culture [2: 31]. Taking into account the long standing experience of educational video application in the foreign language audience and previously developed methodology for phased analysis of video materials, we suggest to divide the work with video in three stages.

At the first stage, preparations for watching the video are made. For this purpose, it is necessary to introduce the realities of Ukrainian culture to foreign students (symbols, crafts, embroidery, national clothes, Ukrainian cuisine). Taking into account the content of the video, work at this stage is built on the basis of the comparative approach, that is, a comparative analysis serves as the basis for the presentation of training material and the construction of exercises. These exercises allow to analyze various phenomena of cultural reality, identify the features of each of them and determine their common traits. The key point of these exercises is that the students are asked to compare the facts of Ukrainian culture, offered at the lesson, with the same kind of facts of their native culture, find the similarities, emphasize particular features and formulate conclusions.

At the next stage, a video is watched during which students' attention is directed to a comparative analysis of the realities of their native and Ukrainian traditional culture. In the process of viewing and step-by-step analysis of the content of the film, students should come to understanding of the idea of a video – the commonality of traditional cultures of the modern world and the importance of recognizing of this fact in the era of globalization.

At the final stage, the discussion of the problems posed by the content of the film and its main idea is taking place. Students should be prepared to take part in discussion on a sociocultural plane, select the necessary material, comprehend it and express their own opinion, that is, they must arrive to a monologic statement in the scientific manner.

Conclusion

Entering into a dialogue, cultural actors should understand it not as the sum of artifacts, cultural realities, but as an integral phenomenon. The process of interaction itself is a dialogue, and the forms of interaction are various types of dialogical relationships.

In the process of creating and working with audiovisual material in a foreign audience, emphasis is placed on the relationship of culture and language. The audiovisual material, which is used in the study of Russian as a foreign language, allows to comprehend the characteristics of a particular culture, and expand on the interpretation of cultural artifacts. Language in this case is not just a means of transmitting cultural values, but also the force by virtue of which they emerge.

References:

- [1] KUZNETSOVA O.D. *For the benefit of the mass community*. Lviv: Pias, 2005. 200 p.
- [2] PASSOV E.I. *Fundamentals of communicative theory and technology of foreign language education*. Moskow:Russian language. Courses, 2010. 568 p.
- [3] SHVEDOVA Ya.V. *Socio-pedagogical aspects of television and television journalism*. Kharkiv, 2007.190 p.

Communication Technologies to Construct New Person: Soviet Project of Radical Engineering

Iryna Bondarenko, Zaporizhzhya National University, lystopad.iryna@gmail.com

Abstract

The article studies social and communication technologies which were actively used during the Stalinist era to shape the Soviet person. The author analyzes socio-cultural components of the project and makes an attempt to identify the factors which induced it in concepts that prevailed at the time. The researcher argues that implementation of the New person project in Stalinist era depended on political ambitions of country leaders and ingenious informational/ideological program of state development.

The researcher focuses on the conceptual analysis of the word “reconstruction” which she believes to be the semantic core of the propaganda campaign and education process in Soviet schools. The author studies the role of communication and mass media technologies of forging the New person and looks into interdisciplinary studies of Soviet academics and scientist who fruitfully worked in the 1930s in such areas as psychotechnics, pedology, psychoneurology, and scientific management.

Keywords

concept, mass media, new person, soviet person, propaganda, social and communication technologies, social engineering, Homo Sovieticus.

Introduction

Социальный инжиниринг стал неотъемлемой частью модернизационного дискурса, в рамках которого формировались основные аргументы общественного планирования, адаптации социальных структур и поведенческих шаблонов “нового человека”. Эти социальные параметры задавались принципиально иными требованиями западной демократии и индустриального общества. По мнению Дж. Скотта, современные проекты социальной инженерии являются результатом развития ранее не известной общественно-экономической модерности. Они стали трендом не только стандартизированной рыночной экономики, но и бюрократической гомогенности, не только революции, но и колониализма [3, с. 5].

П. Мадайчик приходит к выводу, что именно Первая мировая война способствовала развитию радикального социального инжиниринга. Огромные человеческие потери во время этой глобальной катастрофы обусловили появление двух направлений социального инжиниринга – технологии формирования нации как этнической общности (путем гомогенизации и этнических чисток) и технологии создания нации как социальной общности (путем биополитики: евгеники, общественной гигиены, здравоохранения) [1].

Именно после Первой мировой войны возникают научные теории и государственные программы конструирования “нового человека”, легитимизация которых стала возможной благодаря задействованию целого арсенала коммуникационных технологий.

Main Part

Идея конструирования / воспитания “нового человека” в культурном пространстве советской страны появилась на почве марксизма и принадлежала идеологам революционного движения, а затем В. Ленину, который всячески пытался утвердить государственную политику по переработке “человеческого материала”.

М. Соболева считает, что формирование человека нового типа в Советском Союзе было крайне “драматическим” процессом, объяснить который возможно только с позиций этической концепции советской личности. Исследователь рассматривает феномен “новый человек” с позиций идеологического конструирования его образа различными институтами пропаганды – образованием, наукой, прессой, государственнической политикой и приходит к выводу, что концепт “советский человек” имеет “особую историю, которая охватывает диапазон между двумя полюсами: идеей обновления человечества в соответствии с социалистическими идеалами и практическим воплощением этой идеи в Советском Союзе” [4, с. 65]. М. Соболева уточняет, что первый полюс выражается утопическим термином “новый советский человек”, второй – саркастическим термином “Homo Sovieticus”. Природа реального советского человека была, по ее мнению, апостериорной и отрицательной.

К. Новикова также ищет основы проекта “Homo Sovieticus” в пропагандистской плоскости, замечая: “Представление о советском человеке как об уникальном типе личности связан, с одной стороны, с советской пропагандистской деятельностью, а с другой – с более поздней критикой интеллектуалов, которые разочаровались в режиме. Независимо от того, можно ли было найти такой характерный тип личности в Советском Союзе, он до сих пор имеет мощный идейный заряд в умах посткоммунистического сообщества и в медийном дискурсе” [2, с. 188].

Реконструкция “человеческого материала” была не только прерогативой СМИ и пропаганды, но и темой научных поисков. Заметим, к середине 30–х гг. XX в. ученые Советского Союза предпринимали активные шаги по разработке научно обоснованных технологий совершенствования физиологических и интеллектуальных возможностей обычного человека: междисциплинарные концепции по изучению производительности труда рабочих в условиях индустриализации, психоэмоционального развития ребенка и задач политехнического образования, психологии и научной организации труда, техники управления.

Представители таких отраслей, как психоневрология, рефлексология, педология, психотехника, психогигиена, психоневрология искусства и др., пытались объединить результаты педагогики, медицины, биологии, психологии, социологии не только ради идеологических предписаний советского режима, но и для адаптации советских граждан к принципиально иной социально–политической и экономической ситуации. Заметим, до сих пор в большинстве стран мира социальный инжиниринг является оптимальной технологической системой аккомодации населения в условиях социально–политического или экономического кризиса общества. Такой формат социальной инженерии представлен, например, в Голландии и Швеции.

Безусловно, советские ученые были вынуждены согласовывать практические результаты многочисленных исследований с идеологическими императивами марксизма–ленинизма. Это, по нашему мнению, и привело к упадку многих, очень оригинальных теорий социального инжиниринга. Большинство из них в середине 30–х гг. вообще были вычеркнуты из научного контекста как “идеологически враждебные”. Научный отбор фактов по моделированию социальной реальности

шел вопреки идеям коммунистического воспитания. Не случайно в дальнейшей истории становления советского общества именно педагогика исполняла функцию выработки “нового человека”.

Анализируя советскую научную периодику тех лет, фиксируем высокую частотность использования концепта “реконструкция”. Инженерная семантика слова соответствовала духу того времени и указывала на очень радикальные и агрессивные попытки физической и ментальной трансформации общества. Концепт “реконструкция” маркировал сдвиги, происходившие не только в сфере народного хозяйства, но и в духовном пространстве человека. Ссылаясь на понимание современной концептивистики, считаем слово “реконструкция” тем смысловым обозначением, что запечатлевалось в социальной памяти украинцев масштабы и значимость “революционных” начинаний советского режима.

Безусловно, во всех процессах когнитивной архитектуры человека ведущую роль играют слова – те символические маркеры действительности, которые запускают механизмы мировосприятия. Слово – это та составляющая концептосферы общества, которая аккумулирует его исторический и культурный опыт, определяет характер реакций сообщества на те или иные вербально закодированные события. Фактически, слово – это триггер концепта, с помощью которого он сохраняется в человеческой памяти.

Conclusion

Ситуация насильственного внедрения идеологии / концептуальной системы марксизма–ленинизма продемонстрировала последовательность, целеустремленность технологических актов социального инжиниринга. Тотальная пропаганда коммунистических идей, псевдонаучные объяснения роли социализма в развитии “счастливого будущего”, монументальная визуализация революционных подвигов и лидеров в социальном пространстве страны, педагогические модели советской школы, блокировка “вражеских” / “буржуазных” / “капиталистических” мировоззренческих платформ создали соответствующую концептуальную систему советского человека. Эта система возникала из очень сложного сочетания ментальных репрезентаций патриархального / традиционного жизнеустройства и ошеломляющих лозунгов (когнитивных фреймов) октябрьского переворота. Именно идеологические смысловые блоки и пропагандистские образы советского режима выполняли функцию реконструкции всех общественных объектов – образования, народного хозяйства, искусства, медицины, политических институтов власти и, наконец, человека.

References

- [1] MADAJCZYK P. Zmiany dyskursu o inżynierii społecznej pod wpływem pierwszej i drugiej wojny światowej jako czynnik stabilizacji /destabilizacji ładu międzynarodowego. *Studia Maritima*. 2016. Vol. XXIX. Pp. 203–216. DOI : 10.18276/sm.2016.29–11.
- [2] NOVIKOVA K. Informal Networking as Effective Resource and Sociocultural Traditions of Homo Sovieticus. Sieci nieformalne jako zasób skuteczny a tradycje socjokulturowe homo sovieticus. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo–Humanistycznego w Siedlcach. Seria: Administracja i Zarządzanie*. 2015. № 104. Pp. 187–195. URL: <https://repozytorium.uph.edu.pl/bitstream/handle/11331/431/Novikova>.

K_Informal_networking_as_effective_resource_and_sociocultural_traditions_of_Hom
o_sovieticus.pdf?sequence=1.

- [3] SCOTT J. C. *Seeing Like a State: How Certain Schemes to Improve the Human Condition Have Failed*. New Haven and London: Yale University Press, 1998. 445 p.
- [4] SOBOLEVA M. The Concept of the “New Soviet Man” and Its Short History. *Canadian–American Slavic Studies*. 2017. 51(1). P. 64–85. DOI :10.1163/22102396–05101012.

Reflection of Annual Turnover and Audience Share of Major Czech Television Stations for Educational Purposes in the Field of Mass Media

Jan Chromy, Institute of Hospitality Management in Prague, chromy@vsh.cz

Abstract

This article brings some reflections on annual turnover, costs and audience share of major Czech television stations for the purpose of mass media education. Unfortunately, some data cannot be obtained in the required form. For example – some stations use outsourcing, others do not. Therefore, the submitted data cannot be considered as completely reliable. However, the paper shows in practice the ways that should be used to assess the efficiency of the operation of television stations and their productivity.

Keywords

television station, television program, audience share, annual turnover

Introduction

V České republice jsou dlouhodobě 4 hlavní televizní stanice, z nichž každá provozuje několik TV programů s celodenním vysíláním.

K říjnu 2019 to jsou:

Česká televize – ČT s programy:

ČT 1

ČT 2

ČT 24

ČT Sport

ČT :D resp. ČT Art

TV NOVA s programy:

Nova

Nova Cinema

Nova Action

Nova 2

Nova Gold

FTV Prima s programy:

Prima

Prima Cool

Prima Love

Prima Zoom

Prima Max

Prima Krimi

TV Barrandov s programy:

TV Barrandov

Barrandov Kino

Barrandov Krimi
Barrandov News

Celková sledovanost těchto programů přesahuje 87 % sledovanosti všech TV stanic v rámci celodenního vysílání a 90 % v rámci sledování v hlavním vysílacím čase.

Vzhledem k tomu, že finanční obraty se u těchto stanic pohybují v řádu jednotek miliard Kč, a stanice zaměstnávají určitý (mnohdy vysoký) počet osob, je zajímavé provést základní analýzy, které s tím souvisí. Pro jednoduchost jsme se zabývali volně dostupnými programy konkrétních TV stanic, bez ohledu na možné další placené TV vysílání nebo provoz internetového vysílání.

Main part

Formulation of the problem

V první řadě jde o celkový vysílací čas uvedených stanic, který lze získat jako součet pro jednotlivé programy vypočítaných součinů počtu dní v roce a 24, pokud ho chceme v hodinách, což je vhodné pro ekonomické údaje. Pokud bychom tento čas násobili 60, získáme celkové vysílací časy v minutách. Časy v minutách umožňují diskusi o souvislostech s reklamou apod. Údaje o chodu výše zmíněných programů jednotlivých TV stanic lze získat např. z údajů o jejich sledovanosti (viz dále). Program existoval pokud byl vykazován ve sledovanosti (byť třeba se sledovaností blížíci se nule)

Další zjišťované údaje tvoří podíly na sledovanosti. Sledovanost TV programů určuje pro Asociaci televizních organizací (ATO) výzkumná agentura Nielsen Admosphere. ATO je od roku 2013 členem mezinárodního sdružení EMRO (European media research organisation), která si klade za cíl podporovat mezinárodní spolupráci odborníků z mediální oblasti. Od roku 2017 je ATO také členem I-JIC (The international association of joint industry committees for media research). Členy ATO jsou všechny významné televizní stanice působící v ČR (ATO, 2019b).

Obecně lze měření sledovanosti televizních programů prostřednictvím peplemetrů v ČR registrovat od 2. 6. 1997 (ATO, 2019b).

Dalším ukazatelem pro hodnocení televizní stanice je zejména roční obrat finančních prostředků, který lze dohledat na různých místech. Předně by tímto místem měla být Sběrka listin, která je dostupná na portálu Justice – <https://www.justice.cz/>. Česká televize své výsledky na tomto místě, daném zákonem Zákon č. 304/2013 Sb. neuvádí. Výsledky lze ale nalézt na portálu ČT (ČT, 2019). Hospodářské výsledky České televize, ale i ostatních jsou omezeně použitelné, protože zahrnují i další hospodářskou činnost, jakou je např. výroba pořadů na zakázku apod. U soukromých TV stanic pak navíc probíhaly různé organizační změny, např. fúze, oddělení části společnosti apod.

Výsledky TV Barrandov nelze přesně stanovit, protože TV Barrandov je součástí EMPRESA MEDIA, a.s. Pod ní spadají vydavatelství apod. Účetní údaje nejsou pro tuto stanici jednoduchým způsobem dostupné. Proto ekonomické výsledky této stanice nejsou v článku uvedeny.

Z podobných důvodů budeme při analýze poněkud nepřesně hodnotit vysílání televizních stanic jako jedné firmy, která spolu s vysíláním TV pořadů provádí i další činnosti, jako např. výrobu pořadů na zakázku, vydavatelskou činnost, provoz internetového vysílání apod. Vzhledem k tomu, že při našem výzkumu šlo zejména o získání určitého přehledu pro účely vzdělávání, lze takto vzniklou chybu považovat za přijatelnou. To lze říci i s ohledem na celkově podobné činnosti TV stanic.

Data Collection

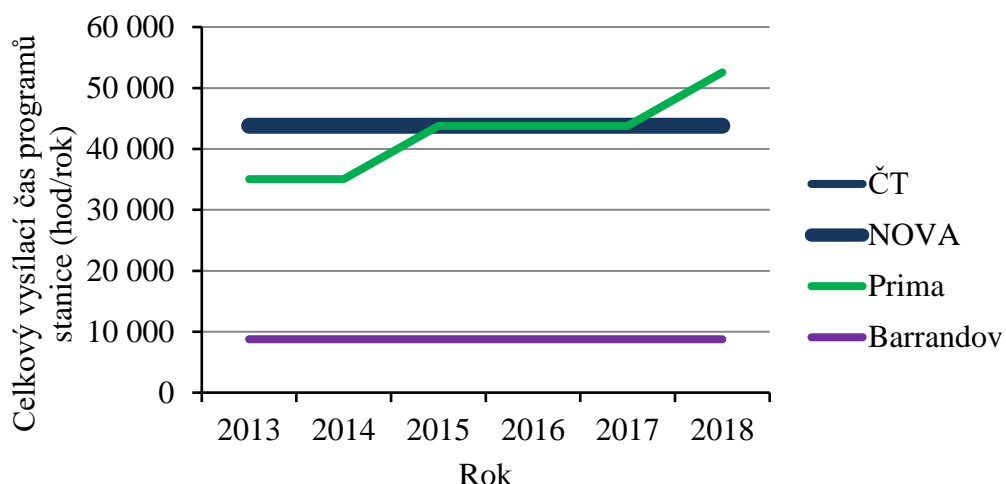
Vysílací čas za rok

Vysílací časy za rok ukazují vysílací kapacity jednotlivých televizních stanic. V další analýze budou sloužit k určení obrátu za jednotku času (hodinu, případně minutu). Hodiny jsou vhodnější pro představu o většině dalších údajů. Minuty pak mají větší souvislost s reklamním časem. Tabulka č. 1 ukazuje počet hodin vysílacího času konkrétní TV stanice v daném roce. Graficky jsou tyto údaje porovnatelné podle grafu č. 1.

Tab. 1: Počet hodin vysílacího času všech programů konkrétních TV stanic za 1 kalendářní rok

Program	Stanice	Rok						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	
	Barrandov	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
Barrandov		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
	Prima	35 040	35 040	43 800	43 800	43 800	52 560	
Krimi							8 760	
Max				8 760	8 760	8 760	8 760	
Zoom		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
Love		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
Cool		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
Prima		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
			43 800	43 800	43 800	43 800	43 800	43 800
Nova Gold		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
Nova 2	NOVA	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
Action		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
Cinema		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
NOVA		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
			43 800	43 800	43 800	43 800	43 800	43 800
ČT Art		ČT	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760
ČT D								
ČT 24	8 760		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
ČT Sport	8 760		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
ČT 2	8 760		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	
ČT 1	8 760		8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	

Zdroj: výpočet autora, chod programů v jednotlivých rocích dle ČT, 2019a



Graf 1: Počet hodin vysílacího času všech programů konkrétních TV stanic za 1 kalendářní rok

Zdroj: autor dle Tab. 1

Sledovanost TV programů

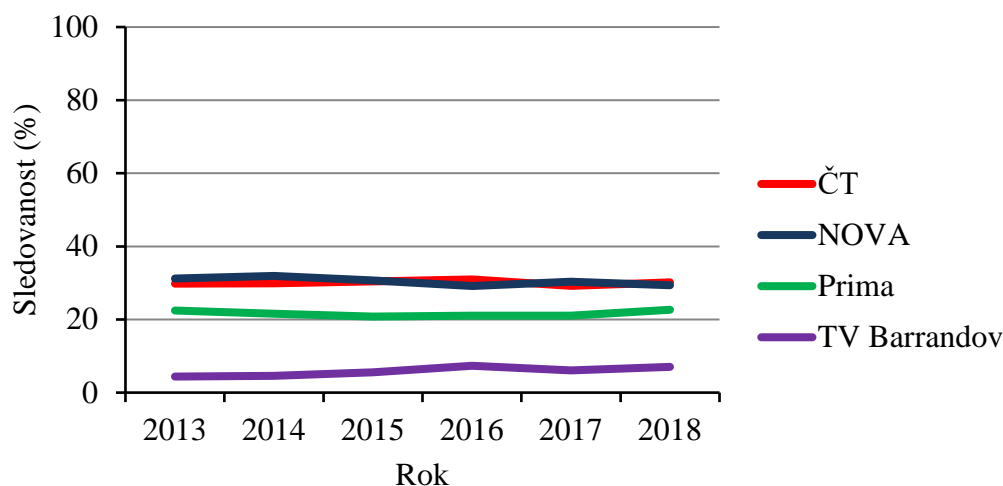
Při hodnocení sledovanosti jsme pro účely tohoto článku neřešili cílové skupiny diváků. Zaměřili jsme se pouze na celodenní vysílání a vysílání v hlavním vysílacím čase (primetime), který je v Čechách mezi 19,00 – 22,00. V tabulce č. 2 je uvedena sledovanost pro celodenní vysílání programů TV stanic. Graficky jsou tyto údaje porovnatelné pouze pro celé stanice v grafu č. 2.

Tab. 2: Sledovanost – 24 hodinové (celodenní) vysílání

Program	Stanice	Rok					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
	TV Barrandov	4,39	4,58	5,53	7,34	6,05	7,01
TV Barrandov		4,39	4,58	5,53	7,34	6,05	7,01
	Prima	22,44	21,55	20,8	21,07	21,01	22,66
Krimi							1,28
Max				0,13	1,34	1,88	2,18
Zoom		2	2,01	1,82	1,62	1,74	1,79
Love		2,16	2,25	2,27	2,25	1,87	2,21
Cool		3,68	3,25	3,26	3,03	2,87	2,86
Prima		14,6	14,04	13,32	12,83	12,65	12,34
			31,17	31,92	30,68	29,16	30,34
	NOVA						
Nova Gold		0,81	1,4	1,53	1,34	0,98	1,23
Nova 2		0,96	1,37	1,46	1,34	1,78	1,61
Action		1,46	1,58	1,4	1,32	2,45	2,59
Cinema		4,33	4,33	4,33	4,33	4,33	4,33
Nova	23,61	23,24	21,96	20,83	20,8	19,58	

		29,84	29,87	30,42	30,96	29,2	30,12
ČT Art	ČT	0,05	0,27	0,34	0,38	0,39	0,33
ČT D		0,36	1,32	1,36	1,4	1,49	1,3
ČT 24		5,52	4,34	4,22	3,99	4,23	4,38
ČT Sport		3,16	4,37	4,09	4,46	3,4	4,05
ČT 2		4,06	4,36	4,54	4,46	4,35	4,26
ČT 1		16,69	15,21	15,87	16,27	15,34	15,8

Zdroj: autor dle ČT, 2019a



Graf 2: Sledovanost – 24 hodinové (celodenní) vysílání

Zdroj: autor dle tab. 2

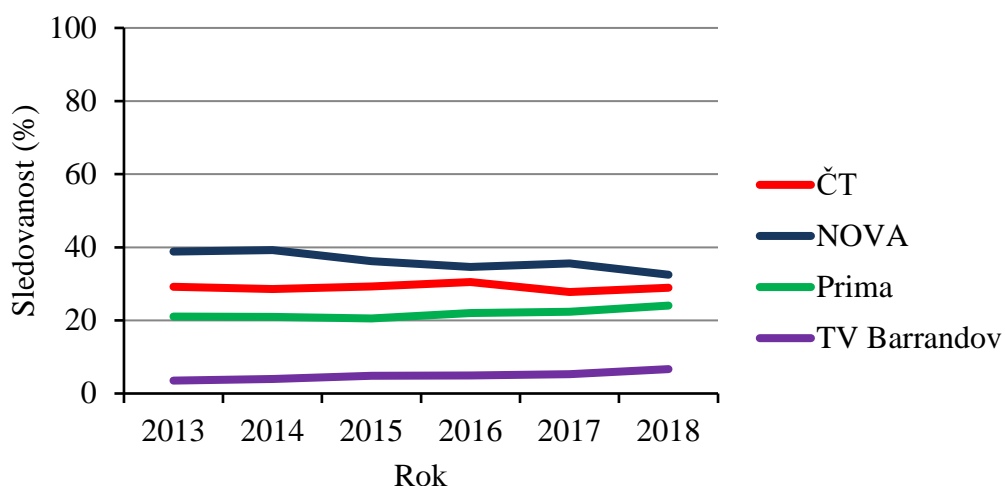
V tabulce č. 3 je uvedena sledovanost pro vysílání programů TV stanic v hlavním vysílacím čase (19,00–22,00). Graficky jsou tyto údaje porovnatelné pouze pro celé stanice v grafu 3.

Tab. 3: Sledovanost – hlavní vysílací čas (19,00–22,00)

Program	Stanice	Rok					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
		3,53	3,99	4,84	4,97	5,28	6,67
TV Barrandov	TV Barrandov	3,53	3,99	4,84	4,97	5,28	6,67
		21,06	20,99	20,53	21,99	22,38	24,05
Krimi	Prima						1,15
Max				0,15	1,29	1,86	2,3
Zoom		1,37	1,3	1,27	0,97	1,03	1,13
Love		1,68	2,27	2,28	2,16	1,42	2,09
Cool		3,49	2,99	3,36	3,03	2,92	2,95
Prima		14,52	14,43	13,47	14,54	15,15	14,43

		38,85	39,23	36,2	34,61	35,56	32,49
Nova Gold	NOVA	0,7	1,3	1,64	1,45	0,83	0,74
Nova 2		0,85	1,33	1,38	1,02	1,42	1,26
Action		1,57	1,9	1,71	1,43	2,17	2,01
Cinema		3,99	3,99	4	3	4	3
NOVA		31,74	30,71	27,47	27,71	27,14	25,48
			29,17	28,58	29,3	30,49	27,76
ČT Art	ČT	0,08	0,42	0,58	0,59	0,65	0,53
ČT D		0,15	0,57	0,41	0,5	0,62	0,58
ČT 24		3,17	2,57	2,79	2,37	2,5	2,55
ČT Sport		2,69	3,68	3,38	3,59	2,53	2,93
ČT 2		3,82	4,18	4,5	4,05	4,08	3,79
ČT 1		19,26	17,16	17,64	19,39	17,38	18,52

Zdroj: autor dle ČT, 2019a



Graf 3: Sledovanost – hlavní vysílací čas (19,00–22,00)

Zdroj: autor dle tab. 3

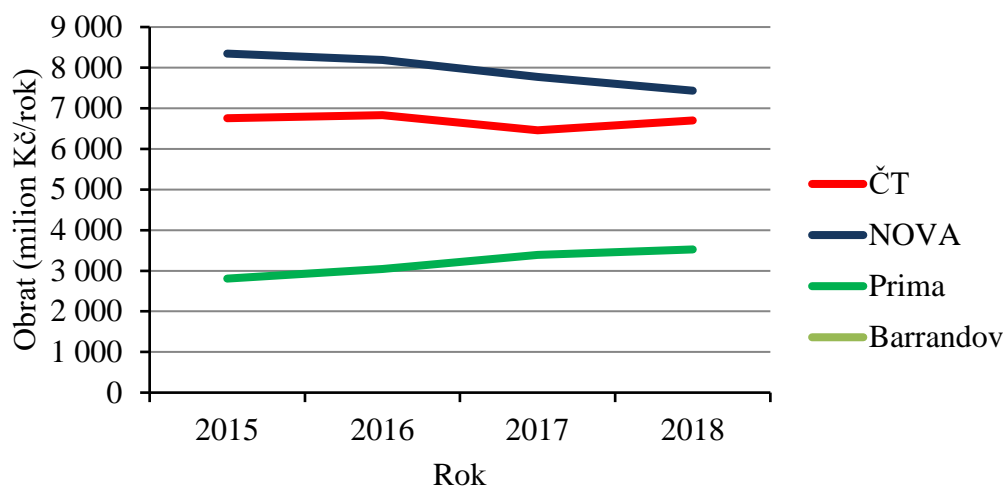
Čistý obrat za účetní období

Čisté účetní obraty za jednotlivá účetní období byly získány z účetních uzávěrek, které jednotlivé stanice uvádějí pro tato období ve Sbírce listin, dostupné na portálu www.justice.cz. ČT tyto údaje uvádí na portálu České televize (ČT, 2019). Čisté účetní obraty jednotlivých stanic jsou v tabulce č. 4 a jejich grafické porovnání v grafu č. 4.

Tab. 4: Čisté účetní obraty jednotlivých TV stanic v milionech Kč za období 2015–2018

Stanice	2015	2016	2017	2018
Prima	2 807	3 045	3 388	3 525
NOVA	8 346	8 188	7 773	7 433
ČT	6 755	6 831	6 458	6 703

Zdroj: autor dle účetních uzávěrek uvedených ve Sbírce listin portálu www.justice.cz jednotlivými TV stanicemi a portálu České televize (ČT, 2019b).



Graf 4: Čisté účetní obraty jednotlivých TV stanic v milionech Kč za období 2015–2018

Zdroj: autor dle tab. 4.

Discussion

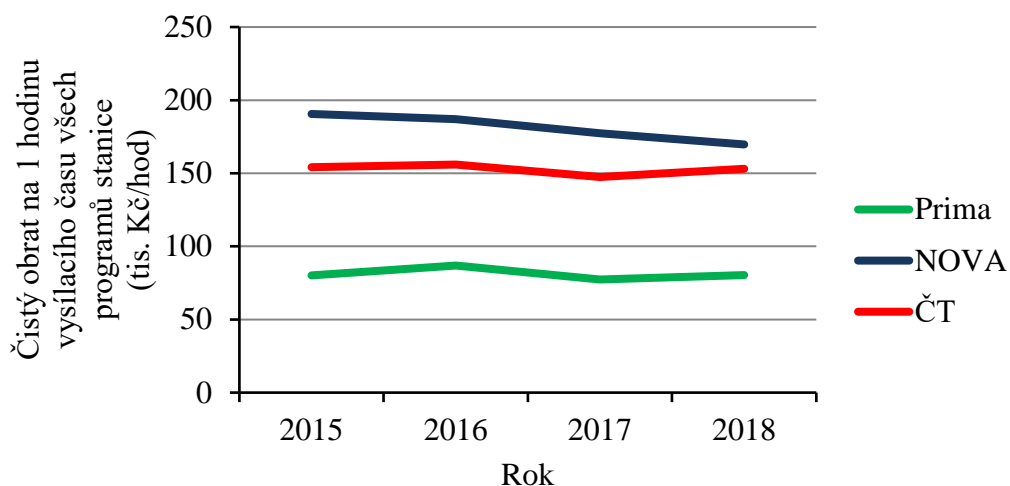
Čistý obrat na 1 hodinu vysílacího času všech programů stanic

Čistý obrat na 1 hodinu vysílacího času všech programů jednotlivých stanic dohromady ukazuje tab. 7 a graf 7. Tento údaj ukazuje, jaké finanční prostředky jsou v jednotlivých stanicích nutné k zajištění provozu.

Tab. 5: Čistý obrat na 1 hodinu vysílacího času všech programů jednotlivých stanic dohromady v tis. Kč.

Stanice	2015	2016	2017	2018
Prima	80	87	77	80
NOVA	191	187	177	170
ČT	154	156	147	153

Zdroj: Výpočet autora s využitím údajů v tab. 1 a tab. 4



Graf 5: Čistý obrat na 1 hodinu vysílacího času všech programů jednotlivých stanic dohromady v tis. Kč

Zdroj: autor podle tab. 5.

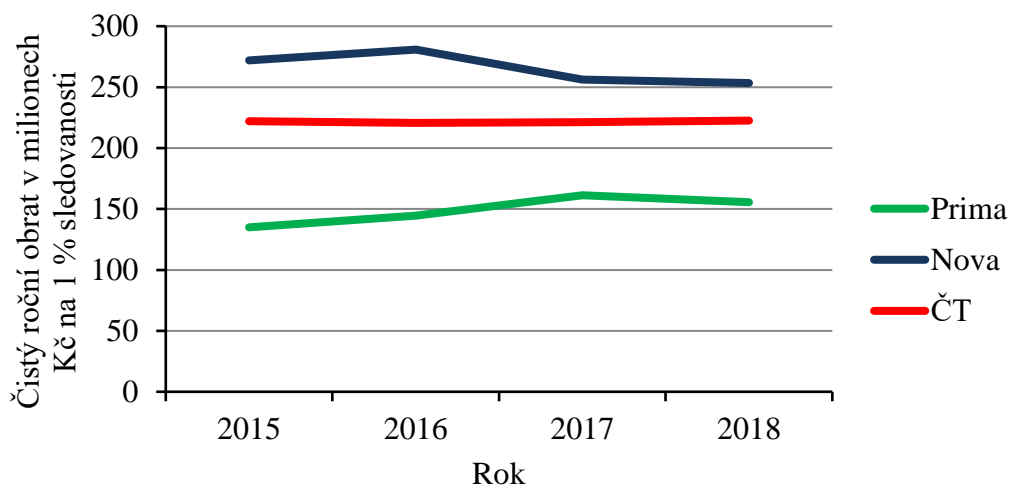
Čistý obrat na 1 % sledovanosti

Tento parametr ukazuje, obrat v milionech Kč, který je nutný k zajištění sledovanosti ve výši 1 %. Údaje byly spočítány pro údaje o sledovanosti celodenního (24 hod.) provozu. Čisté obraty na sledovanost ve výši 1 % ukazuje tab. 8 a graf 8.

Tab. 6: Čisté obraty v milionech Kč na sledovanost ve výši 1 %

	2015	2016	2017	2018
Prima	135	145	161	156
Nova	272	281	256	253
ČT	222	221	221	223

Zdroj: Výpočet autora s využitím údajů v tab. 2 a tab. 4



Graf 6: Čisté obraty v milionech Kč na sledovanost ve výši 1 %

Zdroj: autor podle tab. 6

Conclusion

Čistý obrat na 1 hodinu vysílacího času všech programů jednotlivých stanic dohromady ukazuje, jaké finanční prostředky jsou v jednotlivých stanicích nutné k zajištění hodiny provozu, bez ohledu na počet vysílaných programů (u ČT a Novy je stejný – 5, Prima 6). Čistý obrat je nezpochybnitelný údaj. Z hlediska nákladů není důležité, zda televizní stanice pořady vyrábí sama, nebo je nakupuje, případně nechá vyrobit u jiné firmy. Čistý obrat má nejvyšší TV Nova, která má provoz placený převážně z reklam. Druhá v pořadí Česká televize má provoz hrazený z koncesionářských poplatků, případně jiné hospodářské činnosti (např. prodej nahraných pořadů na nosičích, s tím spojené publikace apod., což vyvolává také synergický efekt. Pokud má publikum zájem o pořad, má zpravidla zájem o další aktivity či předměty s ním spojené. To pak přináší (mělo by) další finance na provoz TV stanice.

Čistý obrat na 1 % sledovanosti ukazuje, obrat v milionech Kč, který je nutný k zajištění sledovanosti v průběhu celého dne ve výši 1 %. V podstatě tento údaj je směrodatný. Ukazuje finanční efektivitu provozu dané TV stanice. Ideální je, pokud stanice zajistí sledovanost s co nejnižším obratem. V tomto směru je nejvyšší efektivita na straně TV Prima.

Sledovanost je důležitý ukazatel při analýzách reklamních poplatků firem u jednotlivých TV stanic. Vyšší sledovanost přináší vyšší zájem firem o uvedení reklamy. Vzhledem k omezení reklamních časů to také vede k vyšším poplatkům za uvedení reklamy. Vyšší příjmy z reklam pak mohou zvyšovat obrat TV stanic. Sledovanost je nejvyšší a velmi podobná u ČT a TV Nova, o něco nižší pak u TV Prima (viz tab. a graf 2). V hlavním vysílacím čase pak vede Nova před ČT a Primou. Pokud vychází čistý obrat na 1 % sledovanosti nejnižší, lze předpokládat, že daná TV stanice (Prima) má nejnižší příjmy z reklam, případně nejnižší počet reklam, případně velmi efektivní provoz. To souvisí se sledovaností, viz výše. Zde se tedy nabízí široký prostor k dalším diskusím o uvedených údajích.

V každém případě by bylo vhodné těmto údajům věnovat více pozornosti a provádět kvalitnější analýzy. Zejména také protože údaje se týkají i publika, které v případě veřejnoprávní televize hradí většinu jejího provozu a nedostává odpovídající zpětnou vazbu.

References

- [1] ATO, [online]. *Poslání* [cit. 12. 10. 2019b]. Dostupné z <http://www.ato.cz/co-je-to-ato/poslani>
- [2] ATO, [online] *Sledovanost televize se ve světě měří již 70 let* [cit. 10. 10. 2019a]. Dostupné z <http://www.ato.cz/aktuality/aktuality/sledovanost-televize-se-ve-svete-meri-jiz-70-let>
- [3] ČT, [online]. *Grafy – Sledovanost a data o vysílání* [cit. 10. 10. 2019]. Dostupné z <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-data-o-vysilani/grafy-divackeho-ohlasu-kolace/>
- [4] ČT, [online]. *Výroční zprávy* [cit. 10. 10. 2019]. Dostupné z <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/hospodareni-a-financni-situace/vyrocnizpravy/>.

- [5] Sbírka listin, [online]. *TV Nova, s.r.o.* [cit. 9. 10. 2019]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=701177>
- [6] Sbírka listin, [online]. *FTV Prima, spol. s r.o.* [cit. 9. 10. 2019]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=649668>
- [7] Sbírka listin, [online]. *Barrandov Televizní Studio a.s.* [cit. 9. 10. 2019]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=710986>

Applied Disciplines in the System of Training Agricultural Specialists: Teaching Technologies

Viktoriia Dyomina, V.V. Dokuchaev Kharkiv National Agrarian University,
vvdemina17@gmail.com

Tetiana Domina, V.N. Karazin Kharkiv National University, t.dyomina241@gmail.com

Abstract

This article considers the typical peculiarities of professional specialists training of agrarian sector of Ukraine in the context of the formation of the single European educational and scientific space. The attention to the development and implementation of teaching technologies of applied disciplines and informatics in agrarian universities is spared. The classification of teaching technologies to instrumental important properties is affected here; the questions of quality of agrarian education are affected.

Keywords

Applied discipline, specialists training of agrarian sector, professional preparation, teaching technology.

Introduction

Современное общество характеризуется быстрыми изменениями во всех сферах жизни, особенно влияет на развитие информационного, в том числе образовательного пространства. Пространство, где сталкиваются новые ценности и технологии, новые стили жизни, требует соответствующих образовательных подходов. Гуманизация образования, его ориентация на раскрытие личностного потенциала, на профессиональную ориентированность практических умений и навыков студентов обусловили тот факт, что национальная стратегия развития образования в Украине на период до 2021 года определила внедрение и совершенствования новых образовательных технологий, как одно из приоритетных направлений государственной политики в сфере образования [1].

Сельское хозяйство в Украине развивается в неразрывном единстве с другими отраслями, поставляющие средства производства и потребляющие продукцию сельского хозяйства как сырье, а также предоставляющие транспортные, торговые и другие услуги [2, 3]. Проблема подготовки высококвалифицированных рабочих кадров, специалистов с высшим образованием и внедрение новейших научных разработок в агропромышленном комплексе сегодня стоит очень остро. Функционирование аграрного образования и науки не в полной мере отвечает социально–экономическим потребностям общества, уровню развития производства, требованиям бизнес–сектора и продовольственной безопасности государства [4, 5].

Качество высшего образования зависит от фундаментальных условий, среди которых можно выделить основные: формирование качественного контингента студентов и кадрового состава университетов, современного контента образования, тесной связи учебных заведений с рынком труда, внутренней и внешней системы финансирования высшего образования, новой модели подготовки специалистов, научной аттестации вузов [1]. В последние годы в силу ряда объективных причин,

среди которых можно выделить экономические условия и сложную демографическую ситуацию, все сложнее решить задачу формирования качественного контингента студентов для аграрных вузов [3, 6, 7].

Специалистами общественной организацией «Центр трансграничного сотрудничества» было опрошено 375 респондентов в 15 областях Украины. 32,4% опрошенных – это субъекты аграрных хозяйств, 32,4% – работники госсектора, 30,7% респондентов представляют сами учебные заведения, остальные – научные учреждения и организации [8]. Согласно исследованию, уровень квалификации выпускников образовательных учреждений аграрного сектора не всецело соответствует потребностям рынка: 28,0% считают такое соответствие должным, 40,4% – относительно достойным, а 30,6% – неподобающим. По мнению респондентов, на рынке труда в аграрном секторе наметились проблемы с поиском квалифицированных работников. Только 11,1% опрошенных считают, что найти такого работника легко, на наличие определенных сложностей в поиске указали 41,3% респондентов. В то же время, почти половина участников опроса (47,6%) назвала поиск квалифицированных работников сложной задачей, а 20,9% из них оценили эту задачу как «очень сложную». Только две трети участников опроса (67,6%), оценивая уровень сотрудничества бизнес-сектора, аграрных учебных заведений и образовательных центров, назвали его приемлемым. А 15,5% респондентов отметили, что такая совместная деятельность вовсе отсутствует и с бизнес практически не сотрудничает с вузами.

Таким образом, развитие высшего образования, в ответ на запросы современности, требует разработки и внедрения новых педагогических технологий в учебный процесс, что позволит в значительной мере преодолеть основной недостаток технологического подхода, который доминирует в высшей школе – ориентация на репродуктивный тип обучения [2, 9]. Закономерности профессиональной деятельности будущего специалиста отрасли накладывают определенные требования на педагогические технологии преподавания и разработки содержания учебных дисциплин, организации творческой учебно-познавательной деятельности студентов в учебных заведениях сельскохозяйственного направления [10].

К новациям, которые характеризуют современный образовательный процесс в аграрных университетах, относятся: многоуровневая система организации высшего образования (что обеспечивает мобильность обучения и выбор профессии); оснащение современными информационными технологиями (развитие дистанционной формы обучения); универсализация высшего образования; объединение университетов с промышленными комплексами; самофинансирование значительной части высших учебных заведений; переход на мировые образовательные стандарты. В документах ЮНЕСКО технология обучения рассматривается как системный метод планирования, применения и оценивания всего процесса обучения и усвоения знаний путем учета человеческих и технологических ресурсов и взаимодействия для достижения большей эффективности [2, 7, 9].

Классификацию технологий обучения можно провести в соответствии с сущностными и инструментальными значимыми свойствами [11]: 1) по уровню применения: общепедагогические, предметные и локальные (модульные) 2) по научной концепции усвоения: ассоциативно-рефлекторные бихевиористические, гештальт-технологии, интериоризаторские и развивающие; 3) по ориентации на личности структуры: информационные (формирование знаний, навыков и умений),

операционные (формирование способов умственных действий), эмоционально–художественные и эмоционально–нравственные, технологии саморазвития, эвристические и прикладные; 4) по организационным формам – классно–урочные и альтернативные, академические и клубные, индивидуальные и групповые, коллективный способ обучения и дифференцированное обучение; 5) по господствующим методом: догматические, разъяснительно–иллюстративные, диалогические, игровые, проблемные, программированное обучение, развивающее обучение, информационные и творческие; 6) по направлению модернизации существующей традиционной системы обучения – по принципу гуманизации и демократизации отношений, на основе активизации и интенсификации деятельности обучающихся на основе эффективности и организации управления, на основе методического и дидактического реконструирования материала, альтернативные, природосообразные, цельные технологии авторских школ; 7) по категории обучающихся: продвинутого образования, компенсирующие, виктимологические, массовая технология, технология работы с трудными и одаренными [12].

В связи с этим возникает проблема формализации обучения прикладным дисциплинам, внедрение технологий обучения, которые позволяют представить образовательный процесс как сконструированную систему последовательных операций, приводящих к успеху в учебе.

Main part

В университетах аграрного профиля, при изложении прикладных учебных дисциплин, в отличие от фундаментальных, есть ряд характерных особенностей. Фундаментальные дисциплины направлены на усиление интеллектуального потенциала студентов путем получения новых знаний и их использования при обучении другим дисциплинам подготовки будущего специалиста. Прикладные дисциплины направлены на интеллектуальное обеспечение инновационного процесса как основы социально–экономического развития аграрной сферы. Знания, полученные при изучении прикладных учебных дисциплин, используются для профессиональной подготовки специалистов и поиска базовых закономерностей. Единство не нарушается различными типами дисциплин, а приобретает новую форму, соответствующую современному этапу социально–экономического развития в обеспечении конкурентного преимущества профессиональной организационной структуры.

При разработке технологии обучения прикладных дисциплин нужно учитывать специфику подготовки специалистов аграриев, обусловленную особенностями самого сельского хозяйства: основным фактором производства является земля, необходимость взаимодействия с живыми организмами (растениями, животными, микроорганизмами), сезонный характер производства; высокий уровень риска; длительный процесс разработки (касается селекционных работ).

Характерной особенностью профессиональной подготовки специалистов аграрной отрасли является расширение перечня направлений подготовки специалистов, обновление номенклатуры специальностей [11, 13]. Так среди новых названий специальностей являются: Производство и переработка продукции животноводства, Биохакерство, Зоотехнологии (Животноводство); Производство и переработка продукции растениеводства, биотехнологии, агроинженерия (Агрономия); Обслуживание оборудования и систем тепло– и энергоснабжения в АПК (Энергетика сельского хозяйства); Экология сельского профиля (Экология) [14];

Эксплуатация и ремонт мелиоративных, строительных машин и оборудования сельскохозяйственного производства (механизация мелиоративных работ сельского хозяйства); Монтаж, обслуживание и ремонт электротехнических установок в АПК (Электрификация и автоматизация сельского хозяйства); Хранение, консервирование и переработка мяса (Производство мясных продуктов); Сохранение, консервирование и переработка молока (Производство молочных продуктов). Перспективными направлениями профессиональной подготовки специалистов являются: использование природных ресурсов и проблемы их восстановления; альтернативные источники энергии; предпринимательская (бизнес–) деятельность; производство продукции и ее первичная обработка; сервисное обслуживание [13]; зеленый туризм.

Каждая из прикладных дисциплин, исходя из особенностей подготовки специалиста для аграрной отрасли, должна использовать технологии обучения на принципах: глобальности, универсальности, системно–комплексности непрерывности, интеграции с наукой и производством, междисциплинарности. Назначение прикладных дисциплин в аграрном образовании в том, что они являются базой для изучения специальных дисциплин определенного профиля, и при их изучении достаточно большое внимание уделяется последовательному доказательству теорем, проведению технических расчетов, решению расчетно–графических задач, логическому обоснованию этапов решения, экономико–математическому моделированию, овладению эффективных методов и средств разработки и внедрения информационных процессов. [5, 15, 16].

Наиболее распространенные в аграрном образовании технологии обучения (рис. 1) применяются и при преподавании прикладных дисциплин. Так технология проблемного обучения, предусматривает создание проблемных ситуаций с целью развития познавательной творческой деятельности студентов. Студенты получают знания, развивают креативное мышление, интерес к познавательной деятельности [10]. Проблемное обучение связано со всеми другими видами, в частности модульным, игровым, дистанционным, развивающим.

Получила широкое применение модульно–рейтинговая технология обучения, которая нацелена на повышение интереса студентов в результатах образования и объективности оценки знаний, усиления ответственности преподавателей за комплексность и взвешенность оценок, а также отбора талантливой и трудолюбивой молодежи для продолжения обучения в магистратуре или аспирантуре.

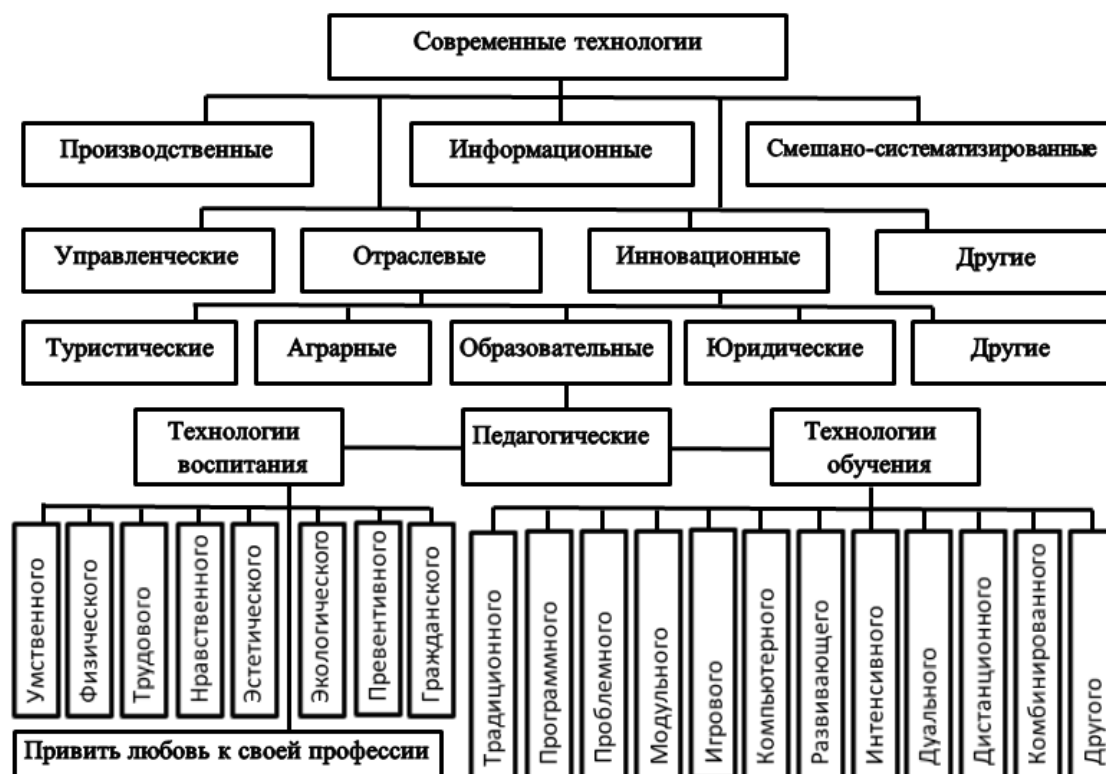


Рис. 1. Классификация современных информационных технологий.

Широко применяется система «инновационной образовательной технологии», состоящая из трех взаимосвязанных составляющих.

- Компетентностный подход, обеспечивающий развитие навыков и умений обучающихся, передаваемый с помощью современных средств коммуникаций.
- Современные методы обучения – активные и интерактивные методы формирования компетенций, суть которых сводится к взаимодействию обучающихся в учебном процессе.
- Современная инфраструктура обучения, основанная на информационной, технологической, организационной и коммуникационной особенностях предоставления информации обучающемуся [17].

Разработка и использование таких технологий обучения, как интерактивные, информационно–коммуникационные технологии (ИКТ), которые требуют применения лекционных мультимедийных, а так же электронных и обучающих средств; установки специализированных программ, компьютерное тестирование, использование ресурсов Интернет, деловые и ролевые игры, проблемные, исследовательские методы, кейс–метод, учебные и личностные тренинги, модульно–рейтинговые технологии организации учебного процесса, метод проектов позволяет продуктивно использовать потенциал проблемного обучения, обучающих диалогов, исследовательских методик и разработки студентами эссе, имитационных игр, информационного поиска и других подходов.

Особый интерес вызывает технология дистанционного обучения, раскрывающая модель образования, в частности управленческого звена, которая основана на методологии развивающего обучения на расстоянии с помощью ИКТ.

Conclusion

Таким образом, в условиях реформирования высшей школы процесс подготовки будущего специалиста–агрария должен быть интегрирован как некоторая стратегия, основой которой выступает более широкое применение инновационных технологий в сочетании с традиционными.

Результаты проведенного исследования позволили сделать вывод, что разработка и внедрение технологий преподавания прикладных дисциплин при подготовке специалиста – агрария способствует организации продуктивного обучения, которое отображается в активизации учебно–познавательной деятельности студента; продвижению студентов по направлению изменения специфики обучения от репродуктивной к продуктивной и далее к творческой. Это приводит к усложнению подготовки студентов, и, вместе с тем, помогает поднять ее на более высокий уровень на достижение цели профессиональной установки будущих специалистов – аграриев.

References

- [1] Альёонов О. Проблеми підготовки фахівців–аграріїв у навчальних закладах вищої та професійної освіти: збірник наукових праць II Міжнар. наук.–метод. конф. 26–27 квітн. 2018 р. (ПДАТУ, м. Кам'янець–Подільський). Тернопіль : Крок, 2018. С.6–10.
- [2] Аграрні вищі навчальні заклади України / За ред. Іщенко Т. Д. К. : Аграрна освіта, 2008. 426 с.
- [3] Лисенко М. В. Інноваційна парадигма вищої освіти України за умов переходу до інформаційного суспільства. Київ, 2013. 16 с.
- [4] Рішення Рахункової палати України від 13 листопада 2018 року No 29–3 «Про розгляд Звіту про результати аудиту ефективності використання коштів державного бюджету, спрямованих Міністерством аграрної політики та продовольства України на дослідження, прикладні наукові та науково–технічні розробки у сфері розвитку агропромислового комплексу» URL: https://rp.gov.ua/Collegium/2018/29–3_2018
- [5] Белова Л. О., Бульба В. Г., Поступна О. В. Стан і проблеми здійснення управління якістю освіти та освітньої діяльності в Україні: експертне оцінювання // Теорія та практика державного управління 2(61)/2018 10 с. URL: http://kbuaara.kharkov.ua/e–book/tpdu/2018–2/doc/1/1_1.pdf
- [6] Іванова Світлана Володимирівна інновації в освіті сучасні проблеми реформування системи вищої освіти в аспекті євроінтеграції України // Вісник Черкаського університету. 2016. No 1. С.43–49 . URL: <http://ped–ejournal.cdu.edu.ua/article/view/982/997>
- [7] Дубина О., Свіцова Я. фундаментальні дисципліни в системі підготовки фахівців–аграріїв у сучасних умовах : збірник наукових праць II Міжнар. наук.–метод. конф. 26–27 квітн. 2018 р. (ПДАТУ, м. Кам'янець–Подільський). Тернопіль : Крок, 2018. С. 33–35.

- [8] Теорія профосвіти не задовольняє аграріїв на практиці. Інфографіка/ URL : <https://agroportal.ua/ua/publishing/infografika/teoriya-profobrazovaniya-ne-ustraivaet-agrariev-na-praktike-infografika/>
- [9] Сіренко Н. М., Бабенко М. Д., Чайка Т. О. Взаємообумовленість інноваційних технологій в аграрній освіті та органічному виробництві // Вісник аграрної науки Причорномор'я. Вип. 1 2012. С 12–19. URL: http://www.mnau.edu.ua/ua/04_04.html
- [10] Олійник П. М. Інноваційні педагогічні технології підготовки фахівців для сфери туризму URL: http://tourlib.net/books_ukr/pedtur32.htm. – 12.06.2014.
- [11] Селевко Г. К. Современные образовательные технологии: учеб. пособие. М., 1998. 256 с.
- [12] Дьоміна В. М. Технології викладання прикладних дисциплін у підготовці фахівця аграрія // Педагогічний альманах : зб. наук. праць. Херсон: КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти» Херсонської обл. ради, 2014. Вип. 23. С. 149–155
- [13] Хоменко, М. П., Ткачук О. М. Стан і прогностичні тенденції розвитку аграрної освіти в умовах модернізації вищої освіти та сучасних вимог ринку праці // Проблеми освіти : наук. зб. – К. : Інститут інноваційних технологій й змісту освіти МОН України, 2007. – Вип. 53. – 132 с.
- [14] Аграрії майбутнього: ТОП–7 професій. URL: <https://landlord.ua/news/agrariyi-maybutnogo-top-7-profesiy/>
- [15] Батышев С. Я., Шапоринский С. А. Основы профессиональной педагогики. М. : Высшая школа, 1977. 504 с.
- [16] Инновационные образовательные технологии как средство оптимизации профессиональной подготовки будущего специалиста // Современные проблемы науки и образования. 2016. № 5. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=25294>
- [17] Черкасова О. А. Инновационные технологии в вузе. URL: https://www.sgu.ru/sites/default/files/conf/files/2018-03/cherkasova_osm_2018.pdf

Socio–functional aspect and pragmatic potential of advertising slogans

Nataliia Dmytrenko, Kyiv National University of Culture and Arts,
natalidmytrenko80@gmail.com

Abstract

The article deals with the socio–functional aspect and features of advertising slogans in the communicative aspect. The article analyzes advertising slogans' pragmatic potential, as well as the principles of their functioning in conversational discourse.

Keywords

advertising slogan, expressiveness, pragmatolinguistics, advertising discourse, socio–functional aspect, semantics.

Introduction

Advertising in general and advertising slogans in particular have repeatedly been the subject of special research by Ukrainian and foreign specialists. Various aspects of these phenomena were investigated by H. Abramova, I. Annina, L. Bereza, S. Bernieva, I. Hrilikhes, N. Hurska, O. Dmytriev, O. Dmytruk, O. Dorofieieva, V. Zirka, S. Kara–Murza, S. Kozlova, Yu. Kornieva, M. Kochkin, M. Kokhtiev, S. Kudis, T. Livshyts, G. Lytvynova, G. Lochmele, L. Maievska, S. Martynova, O. Medvedieva, A. Miller, I. Moiseienko, R. Mokshyntsev, I. Morozova, V. Musykant, M. Mutovina, A. Plokhinova, E. Romat, L. Riumshina, D. Rosental, E. Ryibtseva, S. Semetskyi, M. Starolietov, N. Tonkova, H. Shyller.

Main part

There are many aspects of advertising slogans' study, the area of scientists interest is not limited to the definition of advertising and advertising slogan, but also extends to advertising discourse in general, stylistic and pragmatic aspects of advertising slogans study, to psychological peculiarities of advertising language perception, to the image component of advertising slogans, etc.

Most researchers define the advertising slogan as a special form of text advertising message, which in a very short form should convey the whole essence of the advertising text, contain a specific call to action and should encourage advertising consumer. There is no single definition that takes into account all aspects of its research, but most modern definitions of the advertising slogan focus on the fact that its main feature is a concise form, and the main purpose is drawing attention. «A slogan gives an opportunity to briefly overview the key theme and idea that, in the opinion of the company, should be associated with the product or name, formulated briefly and in such a way to be memorized» [Ogilvi, 64]. «A slogan is a short, independent advertising message that may exist in isolation with other promotional products, representing the condensed content of an advertising campaign» [Morozova, 7]. «A slogan is the constant of the entire advertising campaign, a kind of constant feature that, together with the trademark, serves to distinguish and identify the company» [Livshyts, 63]. The word "slogan" comes from the ancient Gallic language and in translation means "clarion call". According to O. Medvedieva exactly primal meaning most fully reflects the essence of the concept, because it is the slogan that most

attracts the attention of the buyer. For the first time in modern understanding the word was used in the XIX century.

Slogans are built according to certain rules, have their own structure, which determines their efficiency and memorability. Any advertising slogan should be specific to the target audience.

After analyzing a large number of English–language and Ukrainian–language advertising slogans, we tried to classify them by major lexical and syntactic units, to find out which form is most effective for an advertising consumer, affecting its values and interests by activating the pragmatic content of these lexical means.

From the lexical techniques' point of view the following are considered to be the main:

- The use of verbs in the Imperative mood. Activates perception of advertising consumers, encourages the purchase of a particular product. For example, "Don't stop! Grab a Snickers!" ("Snickers" chocolate bar advertising), "Give yourself a Danissimo!", "Feel the taste of legend!" ("Lvivske" beer).
- The use of pronouns. The aim is to establish the illusion of contact and closeness with the consumer. For example, "Take care of yourself!" ("Garnier"), "I'm lovin' it" (McDonald's fast food restaurants).
- Tokens with stable positive meaning. For example, "Beauty is freedom!" ("Nivea" trademark), "True quality. Ukrainian Generosity" (Mayonnaise "Schedro"), "Whiskas" advertising campaign "Every pussy knows – there is nothing tastier" and "Your pussy would buy "Whiskas", where the diminutive vernacular word "pussy" creates a positive connotation and appropriate effect.
- Word play, pun. Aimed at emotional sphere activating, they produce emotional reactions. Such advertising slogans are very well remembered, in terms of socio–functional aspect, they have the greatest effectiveness, since they continue to exist in everyday speech, often even losing the initial connection with the object of advertising. Yes, the slogan mentioned above "Don't stop! Grab a Snickers!" (Ukrainian variant of slogan "Ne halmui–snickersui") began to be used in spoken language as "do something faster." "Shake" advertising campaign slogans "Shake Up, Baby!" And "Live to the Full!" ("Chernihivske" beer) also became a part of conversational discourse.
- The use of antonyms. For example, "We work – you play" ("Indesit" washing machine advertising).
- Neologisms. This category includes both the aforementioned "snickersui" (in Ukrainian variant) and "shake up", as well as "Jacobs" advertising campaign slogan "The Power of Aromoxamite".

Conclusion

The most common syntax constructions are:

- Impersonal sentences with shaping particles (*khai, nekhai* – in Ukrainian language and *let* in English language. For example, "And let the whole world wait!" ("Danissimo" curd dessert). It is worth noting that this advertising slogan has also become one of those actively used in spoken language to refer to situations or objects that are too slow or detain others. Thus, the socio–functional aspect of this advertising slogan is also implemented.

- Imperative sentences, in which the sentence (verb in the sentence) is implemented in the form of a command method. For example, “Dirol arctic fresh! Live with a smile! ”
- Narrative sentences. In the slogan we observe the statement, such slogans are mostly inherent in advertising campaigns for medicines and hygiene products, cosmetics, etc. For example, "Double power against pain" ("Solpadeine").
- Sentences complicated by comparisons or homogeneous parts of the sentence. Sometimes we see a few simple sentences in one slogan (for example, the already mentioned "Real Quality. Ukrainian Generosity" or the slogan of Ukrainian magazine "Vona" ("She") – "Real Beauty. Real Life. Real You").

It is necessary to distinguish a group of slogans, which are based on certain phonetic means – alliteration, rhythmic phrase or rhyming. For example, “Trust Pink. Forget Stains!” (“Vanish” stain remover), “Tide’s in, dirt’s out” (Powder Detergent “Tide”). “Mmmmm ... Danon! (“Danone” yoghurts), “Para-pa-pa-pam...I’m lovin’ it! (McDonald's).

The various analyzed means of creating advertising slogans make it possible to conclude that advertising language is a powerful tool by which the recipient's perception of a product, company or service is formed. It is the speech means that make it possible to control the perception of the advertising campaign by the addressee, since the language of advertising is often implemented in quite extreme and limited conditions due to the lack of direct contact between the communicators. In addition, the factors that affect the quality of received information and its retention are the daily high flow of information, negative attitudes towards advertising in general, distrust of advertised goods, the impact of other advertising messages from competing companies, etc.

The pragmatics of advertising slogans for companies, products and services is usually closely related to the advertised product, but there are many advertising slogans where this connection is partially lost, which allows slogan to exist in everyday life. Advertising slogans such as “Not just clean but impeccably clean” (“Ariel” laundry detergent), “Then we come to you” (“Tide” laundry detergent), “Life is a cool thing, rain or shine.” (“Rich” juices, a phonetic tool is also used (“rich” thing – in Ukrainian, sounds like the name of the brand in English – “Rich”), “sweet couple” to refer to a couple of lovers or close friends (chocolate bars “Twix”) have a high degree of expressiveness that allows them to function in speech without actually losing its semantic connection to the primary source.

An image created by advertisement, which is fixed in the advertising slogan in particular, may reflect a certain cultural, social and psychological type and therefore continue its independent existence in society. The nature of this functioning may be explained by the fact that a certain image, which accumulates a characteristic, is vivid and easily remembered, has an internal reality reproduced in advertising, which then allows it to become a nominee for similar situations or features in everyday life.

Therefore, advertising slogan, as a form of language that has a short, extremely concise form and considerable semantic load, can be considered successful when the form in which it exists allows it to be easily understood and continues to function verbally in society’s communication. The slogan itself becomes the element of an advertising campaign that distinguishes this product or service from others. Advertising language in general and advertising slogan in particular reflect the linguistic trends of a particular society, reflecting changes that occur in spoken language.

References

- [1] GOLMAN I. Advertising activity: Planning. Technologies. Organization. M.: Gella Print, 2002. – 400 p.
- [2] JEFKINS F. Advertising. – K.: Knowledge, 2001. – 456 p.
- [3] DMITRIEV O. Structural–semantic characteristic of a slogan as a special kind of advertising text. – Orel, 2001. – 20 p.
- [4] ZIRKA V. Reflection of advertising text in numerous forms and genres as a presentation of modernity. – K.: Knowledge of Ukraine, 2004. – P. 177–183.
- [5] KEVORKOV V. Slogan: The foundation of the advertising campaign. – M.; 2000. – № 5. – P. 5 – 7.
- [6] KOVALENKO N. Linguistic notation of a slogan in the structure of advertising text. Dnipropetrovsk, 2006. – 20 p.
- [7] LIVSHITS T. Advertising in the Pragmalinguistic Aspect. Taganrog: Taganrog State Pedagogical Institute of Technology, 1999. – 214 p.
- [8] MOROZOVA I. Adding slogans. M.: Rip–Holding, 2005. – 174 p.
- [9] OBRYTKO B. Advertising and advertising activities. K.: MAUP, 2002. – 240 p.
- [10] OGILVY D. Revelations of Advertising Agent. M.: Berator Press, 1998. – 185 p.
- [11] PYROHOVA Yu. Advertising text: semiotics and linguistics. M., 2000. – 270 p.
- [12] ROSENTAL D. Language of advertising texts. M.: High School, 1981. – 125 p.
- [13] ROMAT E. Advertising. K.; Kharkiv: Student Center, 2002. – 480 p.
- [14] FEDOROVA L. Advertising in the social space: a sociological essay /
- [15] FEDOROVA L. – NCW Publisher, 1996. – 106 p.

Academic Course «Advertising and PR in the Art–Industry» in Zaporizhzhia National University: Specifics of Creative Learning

Kateryna Dotsenko, Zaporizhzhia National University, e.dotsenko2017@gmail.com

Abstract

The article is devoted to the specifics of creative learning in the academic course "Advertising and PR in the art industry" at the Journalism Department of Zaporizhzhia National University. Analyzing the research of domestic and foreign scientists, the author tries to understand the practical aspect of the stated problem. The researcher concentrates on the need to introduce creative challenges of this course, using a lot of different cases and exercises, implement project and case–study activities into it. We should look for opportunities for cooperation with various structures and organize advertising companies and make the PR–support of various events in art–industry. Considering the moment that the discipline is relatively new at the all–Ukrainian level, it is necessary to prepare a training manual based on the course with advice on developing the material.

Keywords

advertising, PR–activity, PR–specialist, creative approach, creative teacher (tutor), creative methodology, PR–sphere, advertising–discourse, PR–discourse.

Ключевые слова: реклама, PR–активность, рекламист, PR–специалист, креативный подход, креативный преподаватель, креативная методология, PR–рынок, PR–сфера, PR–дискурс.

Introduction

На сегодня весь мир озабочен проблемами коренного реформирования и трансформации образовательных процессов. Рассмотрим тренды и основные вызовы процесса трансформации системы образования в контексте Украины. Во–первых, современные процессы развития дают широчайшие возможности для получения информации. Это является большим преимуществом для успешного образовательного процесса. Во–вторых, это простота и быстрота, ведь чтобы получить определенные сведения, не нужно ехать в другой регион или даже страну, или долго добиваться разрешения работать в архивах.

В свое время, мне в 2002–2003 гг., для успешного написания диссертации кандидата наук около года было потрачено на поиск архивных документов (биографического характера и художественных произведений украинской писательницы–эмигрантки Наталены Королевой) в Чехии. Это была переписка с архивами г.Пизек, г.Мельник, г.Праги и рядом других, а потом поездка в Прагу и работа в центральном литературном музее чешской столицы. Сейчас же достаточно нескольких минут, чтобы обратиться по официальному адресу в информационный центр учреждения или организации, отправить запрос или попросить о помощи у работников архивов, и вы за считанные дни получите нужную информацию в электронном виде или даже копии документов по обычной почте.

Main part

Огромное количество информации размещено в сети Интернет в свободном доступе, мы можем пользоваться ею совершенно бесплатно и в любое время. С другой

стороны, однако, такое засилье и перегрузка информацией, невозможность в ней детально разобраться, структурировать и должным усвоить, приводит к полному хаосу в мыслях как студентов–потребителей, так и ретрансляторов–медиаторов, которыми являются преподаватели.

Еще один, я бы сказала, главный аспект этого информационного «бума» приводит к процессу обесценивания слова и информации в целом. Становятся не нужными стандартные академические лекции, нет мотивации и желания что–то записывать. С точки зрения студентов, все есть в электронном доступе, соответственно замедляются процессы потребления, а главное – усвоения информации, ведь наши рецепторы меньше работают, мышцы меньше напрягаются, голова меньше думает. Аудиокниги постепенно для большой аудитории почти полностью заменяют обычные книги, когнитивные и имажитивные процессы замедляются, визуализация заступает вербализацию и, к сожалению, постепенно происходит процесс деградации общества.

Нужно отметить, что процесс усвоения информации зависит от особенностей памяти и мышления. Как отмечают многие исследователи, лучше усваивается информация, подаваемая укрупненными блоками. Это происходит за счет того, что такие блоки уменьшают нагрузку на память. Для восприятия и усвоения информации важен также вид мышления (наглядно–действенное, наглядно–образное, словесно–логическое или абстрактное), а также его индивидуальные особенности: самостоятельность, критичность, гибкость, глубина, широта, последовательность, скорость. Как отмечает исследователь А. Беляк, «психологическую основу успешного усвоения информации составляют следующие аспекты: мотивация, поиск информации, понимание информации, запоминание, применение информации и ее содержание» [2, с. 13].

Сегодня очень активно развивается информатизация общества, соответственно возрастает объем информации, в том числе учебной. Студент по сути должен усвоить большой объем информации: воспринять ее, осознать и воссоздать при необходимости. Актуальным является и вопрос о работе с информацией, в том числе ее структурирование, особенно это связано с введением кредитно–модульной системы, когда достаточно большой объем часов отводится на темы и модули для самостоятельной работы. С этой целью вузы должны научить каждого студента правильно обрабатывать и структурировать учебную информацию вне аудитории.

Следует отметить, что в наше время специфика любой профессии обязывает личность быть настоящим аналитиком не только в профессиональном, но и в общефилософском, нравственном, политическом, психологическом аспекте.

Правильную мысль, по нашему мнению, высказал исследователь Е. Коробов, считая «учебный материал сложной системой, которая имеет свою структуру со специфическими элементами и связями между ними. Ученый называет его «сырьем» процесса обучения, которое включает всю информацию, представленную для усвоения и способствует усвоению» [5].

С другой стороны, разделяем мнение М. Коляды о том, что «умение работать с информацией означает, прежде всего, умение правильно ее структурировать» [4, с. 49–54].

Проблемы, связанные с успешным усвоением и воспроизведением информации, изучало большое количество ученых, среди которых Д. Блюменау, С. Владимиров, В. Герасименко, Л. Квиртия, Е. Коробов, В. Орлов, П. Гальперин, Б. Каплан, В. Крутецкий, И. Левина, М. Левина, М. Минский и т.д. Другие исследователи, в

частности Е. Азимов, С. Задворная, А. Мартынюк считают структурирование процессом получения или предоставления чем-либо структурной организации, создание связей и отношений между элементами знаний.

Важно разобраться и в способах структурирования учебной информации, где можно выделить методы опорных конспектов (В. Шаталов), метод проектов (Дж. Дьюи), методы программированного (Б.Ф. Скиннер, Н. Краудер) и модульного обучения (Дж. Рассел), технологию опережающего обучения (С.М. Лысенкова) и обобщения (В. Давыдов, А. Усова). Исследовательница А. Медведева называет такие способы структурирования учебной информации, как свертывание, сжатие, моделирование и визуализация [7].

Для целенаправленного понимания способа формирования креативной компетентности, были проанализированы методы обучения, предложенные такими исследователями как В. Андреев, Ю. Бабанский, Н. Кудряшов, И. Лернер, М. Скаткин) [6, с. 67–70]. Они в основу своей методики взяли степень самостоятельности и активности познавательной и творческой деятельности студентов и, соответственно, определили ведущими такие: эвристический, исследовательский, рефлексивный. Как отмечает *М. Потуенко*, «эвристический метод используется во время проведения педагогических мастер-классов, дебатов, дискуссий, ролевых игр, кейс-обучения, когда необходимо максимально обеспечить генерирование оригинальных идей, и подключить сильный творческий импульс. Например, при создании методики написания сочинения-ассоциации, этюда» [10]. Метод рефлексии считается важным при функционировании нашей методической системы, так как педагогическая рефлексия студентов имеет тройную направленность: на собственную деятельность, на деятельность преподавателя, на студента. Важно также, по нашему мнению, использовать идею решения вариативных творческих задач, предложенную Т. Браже. Это стимулирует креативность студентов, и развивает творческий подход к решению проблем.

Креативный подход к обучению в Украине обусловлен огромным количеством инноваций, взятых из зарубежных методик. Фактически сейчас во всем мире формирование креативности является базовой необходимостью в связи с супербыстрым развитием информационных технологий. Эпоха модерна и постмодерна сейчас сменилась гипермодерном, специфика которого – прежде всего в очень быстрых изменениях окружающего мира, и современный человек должен проявлять недюжинные способности, чтобы быть в нем успешным. Сейчас мало быть начитанным и эрудированным, нужно мыслить нестандартно и предлагать абсолютно новое видение казалось бы обыденных вещей.

Хотя понятие «креативность» было введено в научный обиход американским ученым Джорджем Гилфордом еще в 1950 г., до сих пор не утихают споры по его трактованию.

Так, в текущем 2019 г. украинский преподаватель Бизнес Школы КРОК, руководитель Центра исследований креативности Оксана Седашова провела свой авторский воршкоч на Florida Creativity Conference XVI (University of South Florida, Г. Сарасота, США), став единственной представительницей Европы на конференции. Она называет трендами развития креативности в мире аутентичность, визуальные фреймворки, динамическое обучение и геймификацию [11]. Именно такая методология используется во время обучения на факультете журналистики. Студентам предоставляется возможность анализировать ситуацию в сфере

современного искусства и предлагать свое видение поддержки арт–проектов путем креативных рекламных и PR–стратегий.

Креативность подхода проявляется во многих аспектах взаимодействия студентов и преподавателей, которые предлагаем объединить в форме хронологической последовательности успешного усвоения курса:

- арт–экскурс в историю и анализ ситуации в современном искусстве, определение границ сферы искусства (главная проблема – малое количество часов и отсутствие глубокого изучения сферы искусства на параллельных дисциплинах. С нашей точки зрения это должно быть must have), подготовка небольших эссе на тему видения определенного творца сферы искусства;
- анализ мировых образцов креативных рекламных и PR–стратегий в сфере искусства (взаимодействие видения преподавателя методом лекционного материала и студенческий креатив – методом собственного сбора и систематизации информации на примере любимого вида искусства);
- выработка инновационных креативных методик разработки собственных стратегий путем мониторинга и анализа официальных сайтов музеев, библиотек и архивов, виртуальные экскурсии, анализ персональных страничек деятелей современного искусства в соцсетях и собственное видение промоции их деятельности;
- креативные методики во время планирования кампаний (мозговой штурм, визуальные фреймворки, генератор бредовых идей, метод 6 шляп, задачи с искусственным ограничением, необычная жизнь вещей);
- применение нестандартных видов рекламы и PR во время реализации арт–проектов (использование известных арт–персонажей – литературных героев, героев комиксов, художественных и анимационных фильмов или сериалов, гениев искусства или их продукции, скандалы, эпатажи, провокации и их границы дозволенного),
- встречи с практиками рекламы и PR и обсуждение мировых трендов профессии (разговор о креативе и его границах),
- встречи с деятелями сферы искусства (художниками, писателями, скульпторами, арт–фотографами, представителями сферы hand–made) и обсуждение их видения собственной деятельности и возможностей и необходимостей промоции их продукции и деятельности,
- логическим финалом является защита творческих мини–проектов, демонстрирующих усвоение технологий рекламы и PR и применение их в арт–индустрии.

Важным является учитывание современной специфики восприятия мира. Очень наглядно это представлено материалом А.Нуржинской «10 трендов, которые изменят высшее образование»: 1) Суть образования – в формировании мировоззрения студента. 2) В университетах учат креативности. 3–4) Высшее образование в Украине становится студентоцентрическим... и инклюзивным. 5) Эффективно обучать студентов с дислексией возможно. 6) Формальное и неформальное образование работают в синтезе. 7) Студенты предпочитают видеолекции, даже если занятия по курсу проводят в аудитории. 8) Более 6000000 студентов обучаются дистанционно. 9) Университеты теперь роботизированные. 10) Будущее образования в сфере диджитал [8].

Показательным является тот факт, что приблизительно так видят процес обучения и сами студенты. Так, свое видение Украины на ближайшие 10 лет современная молодежь разработала на Молодежном форуме «Каждое завтра начинается уже сегодня» в Мариуполе (28 октября 2019). Основными постулатами стали: 1) Университет для суперучителей, 2) Профессионально–технический хаб, 3) Университеты – в частную собственность, 4) Предпринимательский акселератор, 5) Эффективная домедицинская подготовка (в контексте обучения) [6].

По нашему мнению, современным и целесообразным является определение 5 основных черт креативного преподавателя, отмечают авторы сайта gohigher.org: 1) они не перестают интересоваться новым, 2) подают одну концепцию разными путями, 3) не забывают о критическое мышление и межпредметные связи, 4) креативные преподаватели не забывают об играх, 5) они креативные даже вне преподаванием [1]. Конечно, эти черты не являются единственными, нужными для преподавания, но, по моему мнению, наличие их свидетельствует об уровне мастерства и умения достучаться до современных студенческих сердец.

Поскольку дисциплина эта – новая, и учебников и учебных пособий на общеукраинском уровне еще не подготовлено, на основе курса необходимо подготовить учебное пособие с советами по креативным подходам и современной концепции развития рекламы и PR в арт–индустрии на материалах курса.

Conclusion

Как видим, современный мир очень быстро меняется, информации становится все больше, она не дозированная и становится все более неуправляемой. По нашему мнению, следует изучать и всячески продвигать современные креативные методологии обучения, в частности методику игр, тренингов и проектной деятельности. Однако, при этом преподавателю стоит самому быть медиаграмотным, креативным и иметь критическое мышление и приучать к этому студентов. С другой стороны, классические составляющие обучения – чтение литературы, посещение выставок и музеев, фестивалей, бьеннале, живое общение и наблюдение за уже созданными артефактами, получение катарсиса от услышанного и увиденного – также должны быть неотъемлемыми факторами в арсенале современного учебного процесса.

References

- [1] 5 звичок креативного викладача. http://gohigher.org/5_zvychok_kreatyvnoho_vykladacha
- [2] БСЛЯК О. Структурування навчальної інформації як складова підготовки студентів немовних спеціальностей. Наука і освіта. № 3. 2014. С. 12–15
- [3] ГРИГОРАШ О. Креативний підхід до навчання: зарубіжні методики. URL: <https://studway.com.ua/kreativniy-pidkhid/>
- [4] КОЛЯДА М. Дидактичні принципи організації навчального процесу підготовки майбутніх фахівців із захисту інформації та управління інформаційною безпекою. Вісник АПН України. 2010. С. 49–54.
- [5] КОРОБОВ Є. Навчальний матеріал та його структура. URL: http://www.rusnauka.com/19_DSN_2010/Pedagogica/69745.doc.htm.

- [6] ЛЯЧИНСЬКА О. Якою має стати українська освіта за десять років? URL: <https://osvitoria.media/experience/yakoyu-maye-staty-ukrayinska-osvita-za-desyat-rokiv/>
- [7] МЕДВЕДСЬКА А. Підготовка майбутніх учителів до структурування навчальної інформації у дидактичному процесі загальноосвітньої школи (на матеріалі математики і фізики): дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Медведєва Анастасія Сергіївна. Одеса, 2003.
- [8] НУРЖИНСЬКА А. 10 трендів, які змінять вищу освіту. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2018/07/8/232005/>
- [9] ПОКАСЬ Л., СІНГАЄВСЬКА В. Креативна технологія навчання формує мислення майбутнього. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/8253/3/pokas.pdf>
- [10] ПОТІЄНКО М. Креативні методи навчання як способи формування особистості майбутніх філологів. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/206>
- [11] СЕДАШОВА О. Креативність як спосіб мислення успішних. Інсайти з Florida Creativity Conference XVI. URL: <https://bs.krok.edu.ua/news-storage/kreativnist-jak-sposib-mislennja-uspishnikh-insaiti-z-florida-creativity-conference-xvi/>

Education 4.0 – Future Education Process: Discussion

Rozmarina Dubovska, Georgian Technical University, rozmarina.dubovska@gmail.com

Abstract

Industry 4.0 emphasizes the growing level of intelligence and connectivity in “intelligent” production systems and reflects the latest technological innovations in a historical context. Quality 4.0 does not replace traditional methods of quality assurance and improvement, but rather builds on them and improves them. Education 4.0 The advent of the fourth industrial revolution introduces cyber intelligent systems into the industry and opens up new opportunities, as well as risks for business and staff, as well as for school systems.

Keywords

Industry 4.0, Quality 4.0, Education 4.0, Industry Parallels 4.0 with Education 4.0.

Introduction

Глобальные возможности подключения, интеллектуальные компьютеры и новые медиа – это основные темы, когда мы думаем о работе в будущем и о том, как она будет работать, как мы будем учиться и развивать свои способности в будущем.

Понятие “100–летняя жизнь” согласно (Fisk, 2011) становится нормой, и большинство людей будут более образованными, чем в настоящее время, что означает, что образование будет гораздо более важным для будущих поколений. У большинства людей будет более разная карьера, требующая базового переобучения, которая обеспечит новые навыки и знания.

Если наша цель – образование студентов, которые могут стать ценными членами будущего общества и независимых решателей проблем, образовательные парадигмы должны быть изменены с каждой новой революцией в обществе.

Main part

Промышленность 4.0

Термин “Промышленность 4.0” был впервые представлен на ярмарке в Ганновере в 2011 году. В нем подчеркивается растущий уровень интеллекта и возможности подключения в “интеллектуальных” производственных системах и в нем отражены новейшие технологические инновации в историческом контексте.

Первая промышленная революция, может быть охарактеризована тремя революционными изменениями: производством машин, паровой энергией и перемещением людей, которые ранее были фермерами, в города. Во время второй промышленной революции производственные линии и массовое производство значительно снизили стоимость потребительских и промышленных товаров. Третья промышленная революция представляет изменение, в котором электроника и системы управления постепенно проникали в производство, что обеспечивало большую гибкость и более сложные продукты, производимые при значительно более низких затратах.

Четвертая промышленная революция происходит прямо сейчас вокруг нас. Расширяет влияние оцифровки проведенной во время третьей революции и

сочетающей ее с естественными закономерностями и явлениями. Это означает прогресс в обработке данных, анализе, подключении, масштабируемости и сотрудничестве. Четвертая революция влияет на все, что мы делаем. Она соединяет людей, машины и данные по-новому. Предоставляет новые технологии, которые ранее были доступны только специалистам. Теперь для всех, которые в ней нуждаются. Особенно широко используется в материаловедении и 3D-печати.

Для качества эти технологии очень важны, поскольку они позволяют преобразовать культуру, лидерство, сотрудничество и сопоставление. Качество 4.0 – это не только новые технологии, но и пользователи этих технологий и процессы, которые они используют, чтобы максимизировать ценность.

Качество 4.0

Включает в себя оцифровку управления качеством и контекст оцифровки технологий, процессов и людей. Согласно (ASQ, 2012), существует 11 “осей качества”, которые могут общества использовать для обучения, планирования, контроля и реализации: 1. Данные, 2. Аналитика, 3. Возможности подключения, 4. Сотрудничество, 5. Разработка приложений, 6. Компетентность, 7. Лидерство, 8. Культура, 9. Масштабируемость, 10. Система менеджмента, 11. Анализы.

Качество 4.0 не заменяет традиционные методы обеспечения качества и улучшения, а скорее основывается на них и улучшает их. Используя эти 11 осей, которые образуют качество 4.0, можно создать традиционный и новый вид качества. Эту структуру могут использовать производители для интерпретации их актуального состояния и определить, какие изменения необходимы, чтобы приблизиться к парадигме качества 4.0, которую мы можем видеть особенно в областях инструментов качества и обработки данных о качестве (DUBOVSKÁ, ZGODAVOVÁ, 2015).

Инструменты обеспечения качества и повышения качества в настоящее время используются в основном для описательного – диагностического анализа проблем как “инструменты качества реакции”. Этот подход позволяет нам ответить на вопрос “что случилось?” а затем “почему это произошло?” В производстве 4.0 говорится, что машины будут подключены, будут использоваться “облачные решения”, а среда “цифровой близнец” будет постоянно оптимизировать процесс.

Инструменты SPC будут представлять детали машин и их “саморегуляцию” и “самооптимизацию”. Основной задачей инструментов качества будет предсказание, которое означает “что будет?” а затем предписывает “что делать?”. Решение качества будет дополнительно рассмотрено “голосом клиента” (VoQ) и определением критических характеристик качества (CTQ), (ISO 9004:2018).

Обработка и совместное использование данных Качества 4.0 создает предпосылки для обеспечения высокого уровня безопасности системы, начиная с самих данных, кончая передачей их обработкой. Проверка функциональности систем обработки данных станет возможной и необходимой при разработке продуктов и процессов „безопасность по дизайну” (MAŘÍK & al, 2016).

Образование 4.0

Приход четвертой промышленной революции, которая после периода мануфактуры, механизации и автоматизации внедряет в промышленность кибернетические интеллектуальные системы и открывает новые возможности, а также риски для бизнеса и персонала, а также для школьных систем (ZGODAVOVÁ, 2010).

Изменения можно ожидать во многих сферах, но проблема, которую волнует широкая общественность – как будет влиять оцифровка и роботизация на рынок труда и занятость? Образование должно быть разработано в соответствии с Промышленностью 4.0 и Качеством 4.0, таблица 1.

Таб.1 Параллы Промышленности 4.0 с Образованием 4.0

Промышленность 4.0		Образование 4.0
Гибкие производственные линии	→	Гибкая учебная программа
Он–лайн управление качеством	→	Формативная оценка
Рабочие контролируют автоматизацию	→	Учителя становятся наставниками
Продукты созданы с учетом требований заказчика	→	Дивергенция и плюрализм
Системная инженерия	→	Целевое обучение
Обучение на протяжении всей жизни	→	Непрерывное обучение учителей

Образование 4.0 согласно (Fisk, 2011) должно:

- реагировать на потребности “ Промышленности 4.0” и “Качество 4.0”– четвертой промышленной революции, где человек и машина создает новые возможности,
- использовать потенциал цифровых технологий, персонализированных данных, с открытым источником и людей в глобальном, технологически поддерживаемом мире,
- создать план будущего обучения – обучение на протяжении всей жизни – от начального школьного образования, через среднее и высшее образование до непрерывного обучения на рабочем месте.

Conclusion

Характеристики особенности образования на будущее:

- Предоставляемые где угодно, в любое время.
- Персонализированные.
- Гибкие.
- Учителя становятся коллегами и наставниками для студентов.
- Соответствующие вопросы.
- Практические.
- Модульные и обеспеченные проектами.
- Собственность студентов.
- 9.Оценено и рассмотрено.

References

- [1] ASQ (2012). History of Quality, on – line: <http://asq.org/learn – about–quality/history–of–quality/overview/overview.html>. 30.802012.

- [2] ISO 9004:2018 Quality management — Quality of an organization — Guidance to achieve sustained success.
- [3] DUBOVSKÁ, R. – ZGODAVOVÁ, K. (2015). Kvalita školy, Hradec Králové. Gaudeamus. ISBN 9788074355172.
- [4] FISK, P. (2011) Creative genius. Capstone. 2011. ISBN 9781841127897.
- [5] MAŘÍK, V. (2016) Průmysl 4.0 Výzva pro Českou republiku. Management Press. 2016. ISBN 9788072614400.
- [6] ZGODAVOVÁ, K. (2000). Totálny manažment kvality pre učiteľov stredných odborných škôl. TU Košice.. ISBN 80-7099-513-0.

The «Literary Chernyhiv» – Arts and Socio–Political Magazine: Mykhas Tkach Editorial Experience

Oksana Garachkovska, Kyiv National University of Culture and Arts,
garachkovskaoksana@gmail.com

Abstract

The article examines the contemporary Ukrainian writer Mykhas Tkach as chief editor of the quarterly art magazine "The Literary Chernyhiv". The highlight stages of the magazine filed description of subject headings, interesting materials, literary competitions and awards. In particular the magazine identifies each laureates launched on the pages of the Literary award named by L. Glebova. This year M. Tkach took the initiative to raise funds for the construction of a new monument to the outstanding poet. There was an expands creative experience Mykhas Tkach to expand the range of thematic magazine.

Keywords

editor, journals, essays, articles, reviews, heading, literary prize.

Introduction

The formulation of the problem. Modern literary process in Ukraine is hard to imagine without books lyrical prose Mykhas Tkach. It is also widely known as a literary critic, social and cultural activist, local historian, artist and finally as chief editor of "The Literary Chernyhiv". Actually the last of the selected faces creativity of the artist also deserves to be at the epicenter of attention of researchers.

Main part

Analysis of recent research and publications in which a solution of this problem. In recent decades creative and educational activities Mykhas Tkach became the object of scientific studies. Famous writers such as Dimarov A., V. Drozd, D. Ivanov, literary critics, art historians as V. Kuzmenko, O. Zabarniy, R. Kuharuk and others dedicated to understanding his artistic heritage of numerous reviews, solid article. There was a literary and critical essay [4] and a collection of materials on the life and work of the author of "The purple thunder", "Heritage", "I want to thunderstorms" and many others [6]. Was published and several individual papers on the role of the magazine "The Literary Chernyhiv" in reviving the literary and artistic life in a Seversky region [1; 2; 3]. However in our publications [1] disclosed only genre specificity of poetic satire and humor in the pages of this magazine and the article A. Zabarniy's [2] and V. Kuzmenko's [3] devoted to the analysis of gains and losses in the publication of the journal under five and ten years. "Contents of the magazine "The Literary Chernyhiv" for the years 1992–2011" [6] drawn up on the occasion of the 20th anniversary of the publication of the first issue of the magazine. To index includes descriptions of all the materials inserted during this period the pages of "The Literary Chernyhiv".

However the authors of the publications mentioned only briefly touch activity M. Tkach as chief editor, stating only his leadership in the publication of the magazine. Hence, the relevance of research primarily caused public outcry creativity Mykhas Tkach urgent need to examine its editorial activities and publications absence of the aforementioned problems.

The purpose of the article is to characterize the editorial activity of modern Ukrainian writer Mykhas Tkach the chairman of the literary union "Chernyhiv" and editor of the quarterly art magazine "The Literary Chernyhiv".

The main material research. Over then 150 years ago fellows from Chernyhiv who's name were Vasily Belozerskiy and Panteleimon Kulish founded the first Ukrainian magazine "Basis". It was printed in St. Petersburg. But in Chernyhiv for more than thousand-year history of the city, a literary magazine (without regard to religious, medical and statistical journals published from time to time in it) appeared only in 1919. It was called "Enlightenment" came out, of course, Russian but was published only eleven numbers. In addition to material educational subjects, it was first published poem written by Alexander Blok "Twelve", widely published works while still young writers Zinoviy Davidov (he was editor), George Slozkin, Alexander Archangel, Alexander Slonimskiy, Mikhail Mohyla and his daughter Lada Mohyla. Unfortunately given the events of the Civil War magazine ceased to go and the authors moved to Moscow and only after that to Kyiv.

In 50 years of the twentieth century. Almanac was "Desna", which published his works Alex Long, Eugen Gutsalo and other writers in Chernyhiv. But later almanac periodically could not go through the ideological of the barriers. Only with the collapse of the Soviet Union when Ukraine became an independent state, another attempt to launch a magazine in Chernyhiv success.

When Ukraine began the democratic process, M. Tkach took an active part in all activities aimed at strengthening our independence it was in the early 90–th century as a member of the Society of Ukrainian language to them. Shevchenko (now "Enlightenment") while working executive secretary of the Society. Thanks to his activity in Chernyhiv was established in August 1992 an independent public organization known as literary association "Chernyhiv" and art magazine "The Literary Chernyhiv".

M. Tkach admitted "The idea to create independent from the official, literary union and establish a magazine I was already in 1992 when I was executive secretary of the regional association "Enlightenment". Then my colleagues supported. Although we had nothing except enthusiasm difficult path from conception to its implementation was overcome.

Today we can say with certainty that "The Literary Chernyhiv" was not accidental, not a fleeting phenomenon but as a spiritual escape the general literary tree that nurtured our predecessors. This is a good sign literary tradition in our region will deepen "[5, 3]. First "Chernyhiv" was published two times in a year and it had a volume of 120 pages. It has present name since 1993.

Since 2002 was issued quarterly. Chernyhiv Regional State Administration has provided financial assistance. Since that magazine start been published four times a year, printed with modern equipment, improved its design.

Circulation increased to 800 copies (now 300 copies). Comes Journal central libraries of Ukraine and many European capitals. The chief editor of "The Literary Chernyhiv" was a writer Mykhas Tkach. The members of the editorial board A. Bobyr, D. Ivanov, A. Zabarniy, V. Kuzmenko (Deputy Editor), V. Savenok (Executive Secretary), V. Sapon and others. The magazine sees its main mission in rallying intellectuals, talented young Seversky region. However the magazine "The Literary Chernyhiv" is not just a regional phenomenon.

For the past quarter century in the pages of this publication are published authors who live and write his works both in Ukraine and abroad. This type of magazine was a real art. It is an attempt to unite artists in the joint national context. Authors a galaxy of talented

representatives of scientific and creative intelligentsia I. Kachurovskiy (Munich), R. Ivanychuk (Lviv), A. Dimarov (Kyiv) Y. Mushketik (Kyiv) Y. Luck (Toronto), V. Kuzmenko (Kyiv), A. Kovalchuk (Nezhin), A. Shkulipa (Nezhin), D. Ivanov (Chernyhiv). And dozens of other currently known and has few known young and not only young writers, journalists, researchers, which preserved their national identity, genuine patriotism, state thinking. This ever expanding number of authors because the magazine is looking for new names wherever possible. "The Literary Chernyhiv" seeks to publish "anyone who writes skillfully and sincerely, and who has not yet found its way into literature. In the field of Ukrainian words enough space for all" [3, 1].

In the magazine there are main categories: "Poetry", "Prose", "Journalism", "Translations", "Literature", "History", "Regional studies", "art", "Jubilee", "writer and Society", "Reviews", "Humor", "Page for children".

Already in the first issue published works of Julia Kotsubinska who was a granddaughter of the classic of the Ukrainian literature and director of its museum Chernyhiv, Lviv prose interview with Roman Ivanchuk a lengthy article of our friend, writer and professor Ukrainian Free University in Munich Igor Kachurovskiy, gave large collections of poems and warm words recalled the extinct advance Samiylenko Alexander and Leonid Terehovych, the first published poetry "Cossack Woman" Chernyhiv modern author who later became popular written a "Passing star." In the following an interesting study of one of the most active authors, Professor Volodymyr Kuzmenko of the original Ichnya poet Vasyl Chumak, whose star flashed brightly, but unfortunately, prematurely extinguished. And a letter Anna Periwinkle, Grisha Chupryny many people of our culture and so on.

"The Literary Chernyhiv" contains works mostly young writers of the organizations called Pridesennya (B. Vozniuk, Hadzinskoho J. etc), Classics (Dimarova A., Y. Mushketik, I. Kachurovskoho, R. Ivanchuk, V. Drozd, M. Slaboshpitskiy, L. Horlatch, D. Ivanov etc.), writers of Bulgaria, Brazil, USA, Russia and Belarus. Prints searching the history, local history, literary and journalistic materials Demcheko T. and V. Onischenko ("Elias Schrage and Ukrainian culture", 1993, number 1), A. Dobritsy ("Forgotten Heritage", 1993, numbers 2 and 3) Alexander Astafevs ("Translation heritage Kachurovsky Igor", 1996, number 9), B. Shkvarchuka ("The sabotage" in the air from the archives of the People's Commissariat of Internal Affairs under", 1997, number 11), B. Sapon ("Last poems Sasha Samilenko" 2010, № 1), B. Jones ("Creative Romance Andriyashyk testament", 2011, number 2) and others.

And in the pages of the magazine are printed continuously humorous and satirical works (both poetry and prose). Ehere are literary parody written by Dzuba S. (2004. – № 4) Kulakovska I. (2007, № 12) and other authors humoresques A. Rudenko "Dialogue husband, the poet and his wife, mistress", "Everything is still ahead", "marital dialogue", etc. (2000, number 4), satirical aphorisms of the Klochko M. (1996, number 8), one stream poems of the O. Pavlenko (1998, number 12), B. Sapona palindromes We atom Ataman!, 2011, № 3) and other works. Mostly these witty, funny poetic miniatures, which are deployed interesting stories outlines subtle flaws of our reality or human characters

Warm humor full of poetry for children written by M. Tkach, V. Strutinskiy, V. Sentsovskiy, M. Kushnirenko, T. Pokalyuk and others. Undoubtedly, the heaviest share of the load in the Union "Chernyhiv" and the issue of the magazine lies on the shoulders of her head Mykhas Tkach. In his addition he had done an active pursuing social work. Organized by the regional literary competitions as jury chairman meets with talented youth, serving in schools, libraries. Mykhas Tkach as editor is constantly working on its new design, the Authors expansion, diversification and strengthening of sections

thematic range, relevance, national focus to the young reader the attitudes based on the traditions of Ukrainian history and culture. And most importantly works, their artistic level.

Magazine became a good tradition contests for the best poetry and prose. The magazine provides its top young writers. It is worth mentioning here that the first was printed by Anatoly Dnistrovyi, Elena Stepanenko, Oksana Kutsenko, Tatiana Vinnik, Sergey and Tatyana Dzuba, Artem Zakharchenko, Elena Marchenko, Jaroslav Hadzinskiy, Olga Rolyak and others. Most of them today are members of the National Union of Writers of Ukraine. For twenty–five years, the magazine has published over two thousand works and prosaic things, and collections of poetry, and literary and ethnographic studies with reviews.

1992 Society magazine and "Chernyhiv" founded the Literary Prize. L. Glebova. Among the winners writer such as Vasily Strutinsky, Volodymyr Sapon, Alex Bryk, Nicholas Lelyuk, Vitaly Leus, Tatyana Dzuba, Nina Tkachenko, M. Kotsyubinskiy museum director Igor Kotsiubynskiy, literary Volodymyr Kuzmenko, a researcher at the Cossack era Sergey Pavlenko and Chernyhiv Academic choir (artistic director Honored Artist Volodymyr Kocur), Bandurist named Ostap Veresai (artistic director Honored Artist of Ukraine Rice Soup), singer Tatiana Oliniyk, the head editors of the newspaper "Pravda Desniyanska" Lyudmila Parkhomenko and other artists.

On the eve of celebration of the 20–y ears anniversary magazine "The Literary Chernyhiv» (№ 1, 2017) of its chief editor Mykhas Tkach turned to the public Chernyhiv, Chernyhiv friendly association members in Kiev and Ukrainian all concerned to join the noble cause to the beginning of the gathering funds for a monument to poet who was also a fabulist Leonid Glebov as a monument to the poet, who is now in his grave beneath the Trinity Cathedral pathetic in its embodiment and abandoned.

Given the approaching anniversary date respectable poet the 200–th anniversary of the birth of this idea at the time.

During its existence "The Literary Chernyhiv" gained popularity among domestic and foreign readers. On its pages contains works of fiction, journalism, regional exploration, literary articles and materials about spiritual revival Chernyhiv region, its history, culture, art, works for children.

The magazine "The Literary Chernyhiv" was valuable to demonstrate regional colors, unique history and beauty of their region. Today without him is hard to imagine the literary life of Chernyhiv region and the whole Ukraine.

Conclusion

The magazine "The Literary Chernyhiv" leaving a quarter century for editing M. Tkach an interesting and serious phenomenon in contemporary cultural and artistic life for reader's nationwide expanse. The aim of the magazine was promoting creative life in Chernyhiv, to help writers, especially the publication of their works. Help writers especially the publication of their works. On the pages of the magazine contains the best examples of fiction writers of different generations, including pupils and students, winners of literary competitions, journalism, regional exploration, literary articles and materials about spiritual revival Chernyhiv region, its history, culture, art, works for children.

Art searches and discoveries of modern writers and poets, literary critics, ethnographers, art critics from different generations that publish their work in the pages of "The Literary Chernyhiv" enriched Ukrainian literature with new forms of genre (poem bizarre, palindrome etc) and stylistic techniques and tools. Content the authors palette magazine

confirms the undeniable artistic development possibilities and problems of various art forms.

The decisive score of the head of the editorial board of the magazine on comprehensive cultivation and development of all literary genres, careful, rational use of collected around the journal talented team will help transform the "The Literary Chernihiv" in the publication, which will continue to stay among the magazines that determine the main ways of Ukrainian literature in our country.

Creative chief editor of experience in times of economic hardship may be useful for publishers, journalists and other Ukrainian periodicals.

References

- [1] Garachkovska O. O. (2013) Virshovana satyra y humor na shpaltakh chasopysu «Literaturnyi Chernihiv». Ukrainskyi informatsiinyi prostir: Naukovyi zhurnal Instytutu zhurnalistyky i mizhnarodnykh vidnosyn Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv [hol. redaktor M. S. Tymoshyk]. Ch. 1. U 2–kh ch. Ch. 1. Kyiv: KNUKiM, 2013. S. 35–41.
- [2] Zabarnyi O. (1997) Shliakhom nespokoju. Slovo i chas. 1997. № 9. S. 76–77.
- [3] Kuzmenko V. (2002) «Literaturnyi Chernihiv» proty vyrodzhennia rodu. Prosvita. 2002. 30 serpnia.
- [4] Kuzmenko V. (2007) Svit pravdy i krasny: Do 70–richchia vid dnia narodzhennia M. Tkacha: literaturno–krytychnyi narys. Kyiv: Vyd–vo KSU, 2007. 96 s.
- [5] Pokazhchuk zmistu chasopysu «Literaturnyi Chernihiv» za 1992–2011 roky» [ckl. K. A. Herasymenko, N. F. Honza, N. V. Romanchuk; red. I. Ya. Kahanova, vidp. za vyp. I. M. Aliferenko]. Chernihiv: Chernihiv. OUNB im. V. H. Korolenka, 2012. 150 s.
- [6] Tvorchyi portret Mykhasia Tkacha. Vid liubovi do boliu: Literaturoznavchi narysy, krytychni statti, retsenzii [uporiad. V. Sapon]. Chernihiv: Desna Polihraf, 2013. 224 s.

Webquest as an Initial Form of Implementation of Smart Education

Natalia Grabar, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture,
grabar-ng@ukr.net

Sergiy Shemaiev, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture,
svkuszakup@gmail.com

Yuliia Shevtsova, Kharkiv State Academy of Culture, yuliya.dan@gmail.com

Abstract

The article covers the importance of smart education in preparing students for knowledge perception. The experience of introducing webquest into the educational process as one of the effective models of using the Internet and mobile technologies has been described.

Keywords

smart environment, smart education, webquest, students, library

Introduction

Modern universities are searching for new methods, tools and techniques to educate and train competent professionals. There are both subjective and objective reasons. The companies need specialists who are able to generate ideas, to think forward and act in a groundbreaking way. Educational and training process is impossible without the use of modern training tools. In Kharkiv, the SMART CITY image project is actively promoting the introduction of the latest technologies for the complex development of a smart city.

Main part

Change towards smart education is caused by the fact that the risk of acquiring fake or false knowledge is quite high in the current conditions of information and communication technologies introduction. Sven–Olof Collin focuses on this aspect and offers to introduce smart technologies into educational processes alongside traditional ones. His statement about student's ability to critically comprehend information obtained from various sources is possible only through direct, personal communication with the teacher should be given special attention to [1]. We fully agree to this statement. Interpersonal communication allows to form critical thinking, to analyze various information and to distinguish useful information from fake. O. Balakireva and R. Levy identify the benefits and opportunities of smart education and argue that this approach will contribute to stability, democracy development, student success and more [2].

The main focus areas of smart education introduction are the combination of the following aspects:

- Development of modular, digital educational environments organized on various online platforms. It allows online education and training of the students and controlling its quality.
- Expanding the use of mass open online courses, which allow to deepen knowledge in a particular direction to any user.
- Use of smart gadgets and smart online achievements in the classroom.

German researchers E. Mittelstaedt and C. Wiepcke define smart education as a combination of different approaches to learning organization. We agree to their statement that individual learning does not happen isolated but in organizations, communities or networks. It is also important to note their original understanding of the smart environment, which they justify in terms of “connectivism” [3]. Connectivism is understood as a combination of a knowledge network and a learning process in education.

According to this and the theory of communication, smart environment in education can be considered additional to virtual communication and traditional one while using interactive methods (presentations, e–resources, smart cards, webquests, etc.), that will improve the quality of training.

Smart devices and gadgets are now a must–have for every student. so the educational environment cannot be limited to classroom and distance learning. The learning process should be constant at any time, anywhere and smart technologies contribute to this [4]. Use of Web 2.0, Facebook, Twitter, blogs, social media in general and data mining technologies can be the basis of smart education. Undoubtedly, the introduction of this concept implies the modernization of all educational processes. Also, in our opinion, introduction of smart boards, smart tutorials, smart projectors, software that is interactive and communicative should be the first step.

Smart boards are being distributed in Kharkiv universities. Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture is among them. However, smart technologies are being introduced gradually.

One of the effective models of using the Internet in the educational process that activates students' innovative and creative activity is a webquest. Using the information resources of the Internet, students have the opportunity to learn, to work and perform challenging tasks individually. Mostly, a webquest has the following structure: theme, tasks, main stages, evaluation and conclusion.

The long–lasting collaboration between Department of Cultural Universals and the Library of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture made it possible to prepare a web–based study quest for students of the first and second year undergraduate courses on the subject "Ukrainian Cossack Baroque" (<https://my.su/dips5>).

The idea behind the web quest is to use the elements of smart education in the process of studying "History of Ukrainian Culture" course with the specific aim: to test and deepen students' knowledge, to prepare for passing the module on "Ukrainian culture during the Cossacks time". It is a short–term (1–3 sessions) webquest designed for both group and individual work, depending on the class and the form of the lesson.

The webquest has a playing area in the form of an ancient map of Ukraine of the 16th–17th centuries with the thematic blocks located on it. They are: Personalities, Architecture, Fine Arts, Literature, Music, Bookshelf. Kaleidoscope of the Ukrainian Cossack Baroque is presented in the form of flash cards for students' self–assessment. It is also important to state that previews allow students to use their mobile devices while doing the tasks and to keep track of webquest status. Discussion of the learned material in process of the webquest is suggested to be held in the form of a virtual web–conference.

Conclusion

In general, the experience of conducting a webquest with using mobile technologies makes it possible to create a comfortable educational environment for students.

References

- [1] COLLIN, S–O. Y. (2019) *Smart education: some opportunities and threats*, Novyi kolehium, 2019, vol. 2, pp. 11–15.
- [2] BALAKIRIEVA, O. (2019) *Ukrainski perspektyvy navchannia vprodovzh zhyttia v epokhu "SMART"* Novyi kolehium, 2019, vol. 2, pp. 21–25.
- [3] MITTELSTAEDT, E., WIEPCKE, (2019) *C. Blended Learnen to Enhange Digital and Entrepreneurial Competencies in Smart Education*, Novyi kolehium, 2019, vol. 2, pp. 30–34.
- [4] DANCHENKO, L. A. (2016) *SMART–obuchenye: osnovnie pryntsypi orhanyzatsyy uchebnoho protsessa*. Otkritoe obrazovanye, 2016 <https://opened.rea.ru>

The Possibilities of Nervousness Overcoming in Connection With Presentations of Students in English Language

Lenka Holečková, Vysoká škola ekonomická v Praze, lenka.holeckova@vse.cz

Abstract

The paper focuses on possibilities of overcoming nervousness that students are often facing when presenting in English language. It is oriented on students' needs connected with such situations. The paper also discusses the potential problems that stressful situations may cause. Last but not least, it brings also selected tips that could be helpful to reduce negative feelings in connection with public speaking.

Keywords

Presentation, English language, nervousness reduction, university.

Introduction

Stresu se čas od času nevyhne nikdo z nás. Současná uspěchaná doba přináší mnoho podnětů, informací, úkolů a požadavků, před kterými není úniku. Přitom množství času a energie, které můžeme každému úkolu a požadavku věnovat, je limitováno. Tento fakt s sebou logicky přináší nutnost jednání pod tlakem v každodenních situacích.

Se zmíněnými současnými trendy se musí každodenně vypořádávat i studenti. Studium jim přináší mnoho výzev. Jednou z nich je i v současné době poměrně častý požadavek prezentovat a veřejně vystupovat před spolužáky, kolegy či širším publikem. Málokdo si přirozeně takový projev užívá. Vystoupení bývá spíše spojováno s obavami a trémou z veřejného vystoupení. Studenti, ač poměrně zvyklí prezentovat v rámci většiny předmětů, vůči trémě a stresu nejsou zcela imunní. Tréma je sice na jedné straně může stimulovat k lepším výkonům, ale pokud se stane ochromujícím prvkem, který brání promyšlenému přednesu, stane se z ní negativní a limitující jev.

Pokud je třeba zvládnout prezentaci v jiném nežli mateřském jazyce, tréma logicky ještě narůstá. Jak tento úkol vnímají studenti a jaké jsou možnosti trému a stres v souvislosti s veřejným projevem překonat? Příspěvek se soustřeďuje právě na trému vyskytující se u studentů v souvislosti s jejich prezentováním, a to se zaměřením na projev v anglickém jazyce. Přináší možnosti prvkem.

Stres a tréma při veřejném vystoupení

Dle Nováka (2014, s. 11) je tréma psychický stav charakterizovaný vyšší mírou vzrušení, napětí a strachu. Souvisí přitom s očekáváním vlastního neúspěchu v náročných a důležitých situacích. Jednou z takto významných situací je bezesporu zvládnutí veřejného projevu před širším publikem. Autor DeVito (2008, s. 303) uvádí, že lidé zažívají nervozitu při všech typech vystoupení, ale tréma při veřejném projevu bývá nejčastější a nejsilnější. Taktéž autor Mikuláščík (2010, s. 163) dodává, že tréma je problémem většiny lidí. Projevuje se přitom různě – například chvěním hlasu, zrychleným tepem či tlakem, pocením dlaní, chvěním prstů. Častým jevem je bohužel i to, že si mluvčí nemůže vzpomenout na to, co chtěl říci, ačkoliv si svůj projev předem promýšlel a připravoval. Tréma tedy může negativně ovlivnit koncentraci na obsah řeči.

Podle Špačkové (2009, s. 15) souvisí téma s naší touhou zvládnout situaci co nejlépe a prezentovat v co nejlepším světle. Čím více pečliví studenti jsou a čím větší požadavky sami na sebe kladou, tím logicky jejich stres při prezentacích narůstá.

Velkou výzvou je bezesporu požadavek zvládnout projev přednést v jiném než mateřském jazyce. Na tuto problematiku prezentování v anglickém jazyce je zaměřen předmět týkající se rétoriky, který je realizován na Vysoké škole ekonomické v Praze a taktéž na soukromé vysoké škole ekonomického zaměření sídlící v Praze (škola si nepřála být pro tyto účely jmenována). Tento předmět je na obou školách volitelný. Navštěvují jej studenti různého zaměření ve věku 20 – 25 let.

Main part

V rámci těchto předmětů byl v akademickém roce 2018/2019 a taktéž v akademickém roce 2019/2020 učiněn prvotní průzkum mezi studenty, kteří měli uvést, který výkon je pro ně nejobtížnější. Otázky jim byly položeny vždy v rámci prvního cvičení z daného předmětu. Na výběr měli následující odpovědi:

- Vystoupit před obecnstvem beze strachu,
- hlasitě a zřetelně mluvit,
- srozumitelně vyjádřit své vlastní myšlenky,
- vést rozhovor ve skupině,
- přečíst před publikem připravený text,
- přečíst před publikem nepřipravený text,
- pozorně poslouchat, když mluví někdo jiný,
- jiný výkon (nutno specifikovat).

Přiklonit se přitom měli za úkol pouze k z jedné odpovědi, kterou u sebe považovali za nejvýznamnější. Otázky se týkaly prezentací v anglickém jazyce.

Celkový výzkumný vzorek z obou škol činil 250 studentů. Z nich v součtu 184 uvedlo jako svůj nejvýznamnější pocit právě obavu z přednesu před obecnstvem a vyjádřili svou potřebu a přání naučit se trému související s prezentací vhodně ovládnout.

Podrobnější struktura studentů, kteří byli dotazováni, a výsledky týkající se odpovědí zaměřených na trému, jsou uvedeny v Tabulce 1.

Tabulka 1: Struktura dotazovaných studentů

	Počet studentů	Tréma – hlavním problémem	Vyjádření v %
VŠE	198	153	77 %
Soukromá VŠ	52	31	60 %
Celkem	250	184	73,6 %

Jak vyplývá z uvedené tabulky, celkem 73,6 % studentů vnímalo jako nejtěžší zvládnutí vystoupení před obecnstvem beze strachu. Jako další nejvýznamnější aspekt následovala již s velkým rozdílem schopnost srozumitelně vyjádřit své myšlenky (necelých 12 % dotazovaných) a přečtení nepřipraveného textu před publikem (5 %).

Schopnost pracovat s trémou a stresem si proto nepochybně zasluhuje hlubší pozornost. Autor DeVito (2008, s. 31) namítá, že tréma neboli strach z projevu na veřejnosti nemusí být nutně škodlivým prvkem, kterému je třeba se bránit. Tréma nabízí i mnoho možností, jak lépe pracovat, a může nás naopak vést ke zdařilejším výkonům, než kdybychom byli vůči dané situaci či publiku lhostejní. Je tedy třeba tento pocit využít pozitivním způsobem.

Možnosti, jak trému překonat

Co se týče umění překonávat trému, neexistuje bohužel univerzální návod, který by účinkoval na každého ze studentů. Nicméně lze nalézt mnoho tipů, které mohou být při ovládnutí trémy a redukci stresu nápomocné. Studenti si je pak mohou vyzkoušet a zvolit si právě takový, který bude vhodný právě pro ně samotné.

Ve shodě s autorem DeVitem (2008, s. 304), obvykle platí, že pro účinné ovládnutí trémy je klíčové zejména získávat zkušenosti. Projevy na veřejnosti jsou pro studenty povětšinou novými a nezvyklými situacemi, a proto je zpočátku vyvádějí z míry. Řešením je proto snaha, aby novými a nezvyklými nebyly. Zkušenost s veřejným projevem tedy změní tyto negativní pocity a počáteční obavy a úzkost ustoupí pocitu kontroly. Lze tedy jen doporučit vystupovat a prezentovat tak často, jak to bude možné, a to právě i v anglickém jazyce. Nebát se hovořit, i když občas s chybami. Právě ty pomáhají řečníkům se postupně zlepšovat.

Také podle Mikuláštika (2009, s. 163) je vhodné si vlastní vystupování nacvičovat. Čím déle něco děláme, tím více získáváme v této činnosti jistotu, a pro přednes na veřejnosti to platí dvojnásob. Negativní pocity při prezentaci v cizím jazyce jsou často spojené s nepostačující slovní zásobou a menší schopností studentů se vyjádřit. Zde může napomoci osvojit si běžné fráze, které se týkají organizace prezentace. Ve chvíli, kdy si je nacvičíme a zautomatizujeme, již nehrozí jejich zapomenutí v náročné situaci, jakou je samotné vystoupení.

Podle Plamínka (2012, s. 38) je velmi důležité pracovat s dechem. Když se zadýcháme, dostaví se panika. Frekvence a hloubka dýchání mají velký vliv na organismus a ve standardních situacích je vědomě ovlivňujeme. Hluboké, důkladné dýchání uklidňuje mysl a usnadňuje koncentraci. Cvičení týkající se dýchání jsou i proto do předmětů zaměřených na rétoriku pravidelně zařazovány. Daníček (2015, s. 60) uvádí, že podstatné je se na vlastní prezentaci vhodně naladit. Pokud se se studenti rozhodnou, že si vlastní vystoupení užijí, nikdo nemá tu moc jim tento pocit překazit. Je dobré se nadchnout pro dané téma nebo pro část tématu, která je studentům blízká. Pokud mají možnost si zvolit téma dle sebe, měli by si zvolit takové, o kterém mnoho ví a pro něž se dokáží nadchnout. Pozitivní myšlení a dokonalá příprava jsou obecně velmi nápomocným krokem. Je třeba o sobě pozitivně přemýšlet, neboť pak sebejistota roste. I z tohoto důvodu je dobré o trémě nemluvit ani příliš nepřemýšlet, místo toho věnovat čas a energii přípravě spolu s pozitivním naladěním na dané téma.

Účelné může být taktéž dopřát si před prezentací krátkou meditaci. Je vhodné se na chvíli odreagovat od prezentovaného tématu. Studentům může napomoci poslech hudby, krátká procházka, nebo i koncentrace na nějaký jiný předmět v místnosti, snaha si jej zapamatovat se všemi detaily. Vhodné je tedy zklidnit myšlenky a naladit se následně na to, že se nám prezentace povede.

Seznámení se s prostředím ještě před projevem taktéž přispívá k redukci stresu. Pro studenty je obvykle prostředí známé, neboť prezentují ve stejné učebně, v níž absolvují cvičení. Může jim být nápomocné i jejich publikum, tedy spolužáci a kolegové. Podle

DeVita (2008, s. 304) je účelné reagovat na mluvčího pozitivně, otázkami mu projevovat podporu a nereagovat na případné chyby.

Conclusion

Příspěvek přinesl zamyšlení se nad trémou jakožto limitujícím prvkem při projevu. Orientoval se přitom na prezentaci v anglickém jazyce. Určitá míra trémy je běžná a pomáhá studentům se koncentrovat na výkon. Pokud studenty ale již limituje a jejich výkon ovlivňuje negativně, je třeba ji redukovat. Článek poukázal na tipy, které mohou napomoci při jejím překonávání. Ačkoli neexistuje univerzální návod, který by pomohl všem studentům, lze si vybrat z množství možností, které stres dokáží zredukovat. Následně je možné podat lepší výkon a prezentaci si více užít.

Acknowledgments

Článek je zpracován s podporou výzkumného projektu Fakulty financí a účetnictví VŠE v Praze, který je realizován v rámci institucionální podpory vědy VŠE IP100040.

References

- [1] DANÍČEK, J. (2015) *Zkroťte trému: Průvodce sebevědomým vystupováním*. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978–80–247–5328–7.
- [2] DEVITO, J. A. (2008) *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978–80–247–2018–0.
- [3] ESPOSITO, J. (2011) *Jak překonat strach z veřejného vystoupení*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978–80–247–3680–8.
- [4] MIKULÁŠTÍK, M. (2010) *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978–80–247–2339–6.
- [5] NOVÁK, T. (2014) *Tréma – jak s ní bojovat*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978–80–247–8973–6.
- [6] PLAMÍNEK, J. (2012) *Komunikace a prezentace*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978–80–247–4484–1.
- [7] ŠPAČKOVÁ, A. (2009) *Moderní rétorika: Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978–80–247–2965–7.

Competency–Based Approach in Education of Legal Journalists: The Ukrainian Experience

Kateryna Horska, Taras Shevchenko National University of Kyiv, pravo–media@ukr.net

Abstract

The article considers changes in the approach to the higher education to competency–based education (CBE), issues, and ways of implementing the approach to training journalists in Ukraine. In this context, the author reviews “Legal Journalism” Master’s program introduced at Taras Shevchenko National University of Kyiv, and the way it implements the approach to acquiring practical competencies by students.

Keywords

Media, legal journalism, master’s degree education, competency–based education (CBE)

Introduction

There is no doubt that the journalism of a new era has undergone the transformation being impacted by many factors of the digital information space: the development of citizen journalism, spread of news aggregators, changes in the audience’s consumer behavior. In these circumstances, it is obvious that the journalism education itself should change dramatically in order to be able training of young professionals, aware of new functions of journalists, and equip with appropriate competencies to work in new changing realities of media industry.

Despite the high competition among journalist schools, courses and training programs, traditional educational institutions, including higher education institutions remain the leaders in the media training, by the number of students. However, their training programs need to be tailored to the needs of regional and global media markets. It is obvious that the problem of the so–called «skills gap», when the skills of employees do not meet market demands due to lack of mobility in competencies or unwillingness to master the skills of the future, is also relevant for the journalism [1]. Writing articles using artificial intelligence (AI), news aggregators, spread of re–writing practices, the involvement of drones, and virtual reality (VR) formats are the challenges of modern journalism that require a revision of traditional approaches to the training and preparation of media professionals. This has been confirmed by the survey of the industry stakeholders in Ukraine [2], which revealed problems in the training of the future journalists. A student prior to completing its education does not possess a set of competencies that allow him/her to engage in the production of industry–related output. First and foremost, it applies to:

- Lack of specific skills (use of video and photo, information search, social media skills) that ensure autonomy in the digital media space;
- Inability to work in a team and effectively interact with the members of the Convergence Editorial Board due to lack of knowledge of functional responsibilities at various stages of media production;
- Lack of «soft skills» – willingness to change quickly and to retrain;
- Lack of time allocation skills and prioritization required to meet editorial deadlines.

This market demand is also consistent with the Ukrainian legislative initiatives in the field of higher education, particularly, the Law on Higher Education [3]. Its key component is a competency-based approach to education, which gives the priority to the acquisition of practical skills and competences that will be required from students at the labor market. Continued legislative reform involved the update of the existing and introduction of new programs for journalist's training, taking into account the principles of competency-based education (CBE). Despite some concerns of journalistic educators as to how CBE can be applied in the journalistic sphere, practice shows that this approach can be successfully implemented here [4]. The DESTIN Project (Developing Standards, Integrity and Professionalism), whose main goal is «to improve and develop Ukrainian journalism education, makes a significant contribution in the reform of journalists' education in Ukraine, i.e. review and reform current B.A. and M.A. programs by raising the quality to the EU standards, improving students' employability and international mobility, and promoting media literacy in the society» [5]. Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Journalism as the project participant is the National DESTIN coordinator in Ukraine.

Main part

In 2018, at the Institute of Journalism of the Taras Shevchenko National University of Kyiv, a master's degree in Legal Journalism was launched. It's a master's program intended to enable future journalists acquiring skills to work with information, obtaining information from open sources, checking and fact-checking, detecting fakes and counteracting manipulations and information propaganda, filling the gap in legal knowledge on the regulation regarding the legitimate use of content, access to information, etc.

The comprehensive nature of the training includes both, academic education and active inclusion in the global media space. In the course of the training process, students have the opportunity to:

- Be trained in line with the global approaches to journalism education
- Be included in the worldwide journalistic community through professional dialogue
- Understand modern issues of journalism and media production in the digital space
- Participate in training sessions, workshops and internships to familiarize with the trends in media sphere
- Actively interact with potential employers
- Purposefully improve their skills in specific areas of media work (media management, social media, interaction with the audience, the creation of high-quality content, media literacy, etc.).

Although currently in Ukraine the approved standard for training journalists has a list of certain competencies that a future journalist should possess, the focus our study is not the discussion of the priority or expediency of them for several reasons. Firstly, so-called Pyramid of Journalism Competence is constantly updated in to follow the development of technologies for the creation, distribution and consumption of information. Its current version, proposed by Roy Peter Clark some time ago, can be already considered as requiring updates. Secondly, the discussion about whether educational programs should focus on training a “universal journalist” or whether a set of basic journalistic competencies can be provided by an entire editorial team has not been completed yet [6].

At the same time, we want to spotlight on how the correct focus of the program impacts the process of introducing the competency–based approach to training journalists. In this context, the question about the role of specialized master’s program in building a successful future media career has often been raised. Undoubtedly, legal knowledge provides for journalist’s better awareness. However, they do not make him/her an expert in law. This raises questions whether journalists should possess the same amount of knowledge in a specific field as experts. Both of them are capable of generating thematic content, but while the theoretical background is important in the education of experts, a journalist should get the basics of surfing, which makes it easy to navigate the area to be covered. This is exactly our starting point for the elaboration of the journalism education program.

Of course, the curriculum in the B.A. in Journalism also includes subjects providing legal background: mandatory (Media Law) and elective courses (Criminal Journalism, Human Rights, etc.). However, this approach only deepens students' knowledge of certain legal problems, it does not allow a comprehensive approach to the training of specialists who are able not only to professionally explore legal topics, and prepare complex analytical materials, but also understand the specifics of work with legal and regulatory documents, have information verification and fact–checking skills, are capable of assessing the risks associated with the publication of resonant materials.

The first thing done for the master's program – was a departure from the classical types of classes (seminars, academic conferences) and standard assignments (reports, summary papers) that do not require a creative intellectual approach to solving problems. Instead, the progress was measured in relation to project implementation, and stages of the media product release, etc.

Hands–on training has been chosen as the main form of presentation of theoretical materials; whereas workshops and work in improvised editorial office were selected for mastering skills and competencies. The latter have been repeatedly proven as effective forms of collaborative activity to provide for teamwork skills in the editorial office [7].

As to the content of the subjects, training is carried out in three directions:

- Basic professional courses that give an idea of trends and practices of the modern media production in different areas (Internet media, social media, television, radio, press) are "Media Studios", "Preparation and launch of media startup", etc. Some subjects retain the theoretical content needed for a journalist to develop together with the industry. In this module, special attention is paid to encouraging students to develop their own media projects that can be implemented in their future professional life. The program also includes a crash test and real proposal pitching with participation of media institutions that have expressed readiness to implement media startups based on competitive selection.
- Specialization courses that develop competencies to prepare materials that involve treatment of different types of information from different sources: "Legal support to media projects", "Use of open data and fact–checking", "Investigative journalism workshop", "Media Hygiene", "Digital Security", etc. Courses also aim to provide students with legal knowledge that help journalists not to violate the rights of others while preparing the materials. Courses provide the formation of useful skills for further work, which will help to protect their rights at the stage of gathering and disseminating information; identify issues of public interest, collect information from open sources using technical means without hindrance; uphold the right to protect information sources and adhere to the journalist's standards of work.

- Optional courses that allow students to be additionally trained in specific aspects of law: "Interaction with government authorities", "European integration processes in the field of law", "Crime", etc. Introduction of the special course "Anti-Corruption Policy" is a complete innovation caused by the increasing popularity of investigative journalism and their real impact on the processes of building democracy in the world. This course aims to deepen the journalists' knowledge about the essence and historical background of corruption, control and forms of its counteraction, in particular by changing society's attitude to anti-corruption activities and increasing critical thinking.

Students present final innovative media project containing a business proposal, a development plan and other elements required to launch the project or present it to potential investors in order to obtain journalist qualification.

How can we measure program's effectiveness and balance? It is obvious that the high level of employment of graduates as journalists and their publishing activity during the training period should be an undeniable proof of effectiveness. For this purpose, the program provides for internships in specialized media, mobility programs, participation in professional events and other steps aimed at providing student's access to future employers.

It is essential to engage practitioners who are industry's stakeholders in teaching, which ensured the efficiency control at all stages of student's training and establishes the optimal balance between academic and practical approaches in education.

Conclusion

Although we are still half-way into changing the approaches to journalism education, we can attest to their successful testing in terms of students' acquisition of competencies required by the media market. The development of journalistic skills and obtaining specific knowledge have allowed the first group of graduates in master's degree in "Legal journalism" to occupy their niche in a professional career by presenting legal television programs and Internet projects. Most of students found jobs in their specialty, some of them developed their own media projects that were initiated during their studies. In addition, according to the survey among of this master's program students, competency-based education, combined with the introduction of new teaching methods and organization of the educational process, proved to be more attractive to them and encouraging their creativity and realization of their own ideas. This experience has also been taken up by several regional training institutions for journalists who intend to launch similar M.A. programs in the field of Legal Journalism.

References

- [1] БУТЕНКО В., ПОЛУНИН К. и др. (2019) Массовая уникальность – глобальный вызов в борьбе за таланты. Отчет VCG. 56 с.
- [2] Журналістська освіта в Україні: чи працює система? (2018) Друге дослідження якості журналістської освіти. Спеціальний звіт. ГО «Детектор медіа». 72 с.
- [3] Law of Ukraine «On Higher Education» of 1 July 2014 №1556–VII as amended on 9 August 2019.
- [4] DAILEY, R. (2014, August) Competency-Based Education: Is it the Future of Journalism? Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Le Centre Sheraton, Montreal, Canada.

[5] Destin. About project. – <http://destin.knu.ua/en/about-the-project>.

[6] CLARK, Roy P. (2012, May) The Pyramid of Journalism Competence: what journalists need to know. Poynter.org.

[7] PARKS, P. (2015). A collaborative approach to experiential learning in university newswriting and editing classes: a case study. *Journal. Mass Commun. Educ.* 70, 125–140.

Communication in the system of social interaction of the media era

Valentyna Ilganayeva, Užgorodský Institut kultury a umění, ilganaeva_v2006@ukr.net

Abstract

The paper study the limitations of the understanding of communication as an exchange of information in the media age. Communication is considered as the highest form of social interaction, which inherits the features of its previous evolutionary forms: contact, interaction, communication. It is proposed to use the method of integral interaction as a necessary element of overcoming contradictions in social interaction.

Keywords

communication, social interaction system, evolutionary forms, media space, adaptation method.

Introduction

Media era has started since the beginning of the development of communicational possibilities of humankind. Why communication? What was there before the communication? Had it been existing before the media era? In the modern world, we have become more connected, we talk more, hear more and see more. All this is due to the existing system of social communications. In fact, the external development of man was completed, as M. McLuhan noted in his famous work (McLuhan, 1964). Since then the communication issues have entered different spheres and basic complexes of scientific knowledge. This gave grounds to another well-known and widely cited sociologist N. Luhman to state that a society that communicates has emerged (Luhman, 2001). Is it so, or is it just a scientific metaphor that reflects the increased possibilities of communication, transmission, exchange and presentation of information. Or else, is it another myth that feeds new directions of research of media phenomena: media ecology, media psychology, media education, media culture, etc. Isn't it a relevant question: Why in our time communication has become the main construct of philosophical, cultural, technological, sociological and media research? Why social interaction with all its importance does not receives social and managerial implementation? Why the communicative competence is understood mainly in a technological and economic–managerial context? What distinguishes communication from other forms of social interaction?

Main part

The multiplicity of approaches to the studied phenomenon does not give a complete picture of the essential importance of communication in its historical and cultural evolution. It should be considered as a necessary and main regulator of the life of the human community, identification of the main features of the similarity of interaction processes as a universal property and principle that have their own characteristics in human space. In this aspect, we have identified several transformational forms of formation of the modern communication subsystem of the media space, which have analogues in other natural systems (Berea, 2018).

The limitations of the perceiving and reproducing apparatus of the human organism have now gained the form of well-developed media system. It has its organizational, functional, technological, and substantive subsystems that support the processes of social interaction

in the new conditions. Nevertheless, it only one of the possible levels of realization of social interaction, which has a possibility to develop at other levels: semiotic, sensory, and cognitive levels. We tend to believe that the current situation in this sphere is rather a preparation for the disclosure of the true meaning of the essence of communication, which is hidden in the web of interdisciplinary studies of communication – the phenomenon that has manifested itself at a new stage in the development of social interaction.

Social interaction construct was first discussed by the wiseman in pre–Aristotel period, as well as by philosophers and scholars of subsequent cultural–historical period as an essential condition for the formation of human civilization. Now we do not discuss the different forms of social consciousness and types of worldview, which were formed during the historical time of the existence of human civilization, worldview differences, which were formed with the development of the scientific worldview. It is known that interaction, as well as information and communication are universal phenomena that take place in the existence of systems of different nature. They all have the same mechanism, but different components and procedural expression, different substantiality, which is inherent in the exchange mechanisms in different system formations of the Universe, determined by the nature of the system (inanimate, plant, animal, human, social, spiritual). The last three appear in a new light, from the point of the evolution of the human community and the socialization of the human being, as well as from the point of the results of the study of their coevolution, subject to the uniform universal laws of the Universe. The media space reflects numerous contradictions of social interaction.

A hard–won result of overcoming the perceptual and reflective limitations of people who have chosen the path of satisfying their growing desires and needs is the reaching the forefront of the regulatory factor by the social development. The term "interaction" is widely used in philosophy, science, and the humanities. The philosophical category "interaction" reflects the processes of influence of objects on each other, their mutual conditionality. Interaction is an objective and universal form of movement, development, determines the existence and structural organization of any material system. The whole system of social interaction has only recently been revealed as a nonlinear formation subject to bifurcation, synergetic disturbances, the nature of which lies in the integrality of the entire system of social interaction, influenced by the universal law of correspondence of systems of different nature.

Our research has shown that in the process of evolution of society, the main forms of human interaction – connection, contact, interaction, communication have gained methods, purpose and technology required to solve the problems of socialization. In the evolutionary unfolding of social interaction, the primary form is connection, which is based on the signal systems of identification of the transmitter and the perceiver. **Connection** is the signal sphere of our interaction.

Wer consider contact as a system of interrelation between people, the essence of which is the formation of purpose\intention to unite. It is a way of forming communities, creating a network of interconnection to achieve desires, identify the vector of problem solving. The main way of contact – verbal. Social system contact can be mediated through printed, electronic media channels. Contact is our reaction to desires and the opportunity to direct people into a new vector of search for the causes of problems and the possibility of solving them. **Interaction** is a level of organization of complementarity, co–communication between people, cultures, countries, etc. People begin to clarify their positions, exchange opinions, information, feelings, and sensations. In addition, they discover contradictions, strive to express themselves, subordinate others to their opinion or influence the opinion of

others. Interaction is characterized by the fact that this form of human co-operation involves the process of exchanging thoughts, feelings, emotions, information using all possible languages of communication (verbal language, speech, body language, sign language, facial expressions). Interaction is a more complex form of communication, with a developed structure of means and types of implementation. *Communication* is an integral basis of social interaction, the development of which has led us to the need to realize its evolutionary potential in the modern human community, which only in our time acquires the features of society as a systemic organization of a unite Humanity. The establishment of new communication relations correspond to the tasks of achieving dynamic balance and harmonic foundations of the development of society and humanity. Communication as the highest form of social interaction includes a mechanism for achieving communication unity as a goal and result of purposeful social activity.

The disunion of the human world, which was the result of the diffusion of root aspects of social interaction, corresponded primarily to the change in the species composition of the links included in the organizational and coordination apparatus of the human population, representing a new bio-social system that emerged in the universe. The human being, having lost connection with the animal program of development, needs a purposeful effort and organization of appropriate upbringing and education, allowing to perceive a new consciousness and form a new worldview. The evolutionary development of the systems of nature and society ended with the maturation of the conditions for the transition of mankind to a new qualitative state of an integral system capable of perceiving the laws of the Universe and developing further in accordance with them.

Conclusion

In order to unite, we must fit into the geometry of the new living space of people, providing their vital needs, including family, upbringing, education, health, politics, economy, art, etc. Withing the horizontal projection of the new space, such a connection must be established, where the differences of the participants of social interaction are felt in the unity of their generic character and species diversity within the population on Earth. This situation corresponds to the world, which has become global, and thanks to media technologies, the system of social communications has made possible our new state of connectivity. In order to move to a new level of social interaction, we need to implement all the conditions necessary to balance social ties, establish appropriate contacts, organize communication, and enter the communication, which will become a new level of social interaction and the formation of new social relations. In order to develop in a vertical projection, science and public consciousness have not even formed a consensus on the integral picture of the world, the causes of the systemic crisis, the target imperative and the ways of further development of society.

How does it solve the problem of achieving communication unity? Only through the development of integral upbringing and education of people, the younger generations, who will continue the ensuring the functioning of society, and adults, the present, who are responsible for the expansion of the systemic crisis of the life world of people. This is a method of achieving communication unity, which is implemented in a variety of social communities, starting with family, village, local-territorial communities, city, region, country. The method includes a system of communication tools and techniques that ensure the achievement of the required level of interaction in various situations of interaction of people in the process of their life. It helps to achieve a resonant state of the participants of social interaction, more precisely, to bring the participants to a state of such interaction, which will be free from the emphasis on differences and diversity. In addition, in

accordance with the level of achievement of communicational unity, this method will allow solving jointly emerging conflict situations, eliminating the causes of deviant actions, and adjusting the goals in accordance with what is vital and necessary for all representatives of communities and society.

References

- [1] MAKLUHAN, M. (1964) *Understanding Media: The Extensions Of Man*. 1st Ed.: McGraw Hill.
- [2] LUHMAN, N. (1998) *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Suhrkamp Verlag.
- [3] BEREĀ, A. (2018) *Computational Social Sciences: Emergence of Communication in Socio–Biological Networks*. Springer [online] 88 p. Dostupné z <http://ccl.northwestern.edu/2018/2018_Book_EmergenceOfCommunicationInSoci.pdf>

PR–Education in the Context of Implementation of the New Profile of the State Educational Program "Journalism and Social Communications"

Tatiana Ivanez, Zaporizhzhia National University, iwanez@meta.ua

Anna Baranetska, Zaporizhzhia National University, anabaranetska@ukr.net

Abstract

The article discusses the actual problem of implementing new educational standards for training specialists for the public relations industry.

Modern educational discourse is based on a competency–based approach. Such an approach assumes the existence of a set of general principles in determining the goals of education, selecting its content, organizing the educational process and evaluating educational results.

The competencies prescribed in the Standard require training that focuses on modern scientific achievements in the field of theoretical research and practical activities in public relations.

The article focuses on the need to give autonomy to public relations in a separate educational standard.

Keywords

training standard, education program, public relations, competencies.

Introduction

В научной литературе уже не раз рассматривались актуальные проблемы PR–образования в современной Украине, среди которых отмечалась необходимость усовершенствования содержания PR–образования путем разработки государственных образовательных стандартов и усовершенствования учебных планов. На сегодняшний день в Украине разработан стандарт образовательной программы, который включает и профиль программной подготовки специалистов в области публичных отношений.

Main part

Имплементационного профиля государственной образовательной программы «Журналистика и социальная коммуникация» («Journalism and Social Communication») по специальности № 061 «Журналистика» – актуальная задача для всех высших учебных заведений Украины, которые осуществляют подготовку специалистов для сферы социальной коммуникации.

Задача нового профиля программы по подготовке бакалавров журналистики – обеспечить подготовку специалистов первого (бакалаврского) уровня высшего образования в области журналистики и социальных коммуникаций, сформировать способность выпускника выполнять сложные специализированные задачи и решать практические проблемы в области журналистики и социальных коммуникаций, которые предусматривают применение положений и методов социально–коммуникационных и других наук и характеризуются неопределенностью условий по обеспечению эффективности коммуникационной деятельности.

Как справедливо отмечает И. Рябец в своей работе «Этапы становления профессиональной подготовки будущих специалистов по связям с общественностью за годы независимости Украины», «процесс определения основных функций специалистов по связям с общественностью становится одним из ведущих аспектов теории социальных коммуникаций» [9, с. 21].

Теоретическая основа рассмотрения данного вопроса была подготовлена исследованиями ведущих украинских специалистов – В. Березенко, Д. Богуша, Е. Доценко, С. Квита, Т. Коржовой, В. Королька, А. Кулиша, А. Курбана, В. Моисеева, Г. Почепцова, В. Резуна, А. Ротовского, И. Рябец, Н. Санакоевой, И. Слисаренко, С. Сысоевой, Е. Тихомировой и др. – которые не раз отмечали актуальность разработки профессиональных стандартов PR–специалистов и программ их освоения в вузах Украины. При этом формулировки задач, поставленных перед высшей школой, были не всегда одинаковы: в одних случаях речь шла о введении программ подготовки специалистов по связям с общественностью (это был начальный этап подготовки кадров, когда в кодификаторе профессий Украины такой специальности не было вообще), в других – о разработке программ профессиональной подготовки будущих специалистов по связям с общественностью, в третьих – об обеспечении надлежащего качества обучения украинских специалистов по связям с общественностью. Особенно интерес к проблеме усилился в последние годы, что связано с рядом внешних и внутренних обстоятельств, так или иначе влияющих на содержательную сторону образования в сфере PR.

Утвержденный осенью 2019 г. Профиль государственной образовательной программы «Журналистика и социальная коммуникация» («Journalism and Social Communication») по специальности № 061 «Журналистика» не дает, на наш взгляд, четких ответов на актуальные вопросы, связанные с подготовкой PR–специалистов. Очевидно, словосочетание «...и социальная коммуникация» подразумевает отражение в данном стандарте процесса подготовки специалистов по связям с общественностью, а также по рекламе, издательскому делу и редактированию, то есть тех профессий, которые, помимо журналистики, входят в группу социально–коммуникативных видов деятельности. Обращая внимание на тот факт, что сферы журналистики и связей с общественностью трудно назвать идентичными, что каждая из сфер имеет свои коммуникативные задачи и способы их решения, что PR имеет свои цели, отличные от других социально–коммуникативных практик (по сути PR – это социально–коммуникативные практики, которые осуществляются социальными субъектами на основании общих представлений или с целью выявления общин интересов и достижения консенсуса), мы еще раз хотим обратить внимание на необходимость дифференциации учебных программ и научных исследований в сфере социальных коммуникаций. Безусловно, мы разделяем мнение, что «PR находятся в точке пересечения многих гуманитарных наук, но ни с одной из них не совпадают полностью. Неоднородный характер публич рилейшнз, заимствования из различных дисциплин позволяют утверждать, что PR является общественной наукой особого свойства [3, с. 12], и добавляем, что PR является и общественной практикой особого свойства.

В течение последних десятилетий и практика PR, и PR как сфера научного знания наряду с другими практиками и науками социально–коммуникационного цикла претендовала на автономность. Как отмечает в своем монографическом исследовании «PR как сфера научного знания» (2015) В. Березенко «если изначально связи с общественностью были объектом экспансии других наук, то на

определенном этапе возникла серьезная проблема, которая связана с решением двуединой задачи: с одной стороны – поддержание или обеспечение научного статуса связей с общественностью, с другой – нахождения возможностей продуктивной ассимиляции элемента другой науки в науку о PR» [2, с. 56]. И далее: «Родовым к исходному термину «связи с общественностью» может быть понятие «общественные связи», что позволяет взглянуть на PR с позиции более широкого социального контекста. В общем система общественных связей является процессом социальной коммуникации и необходимым элементом социального воздействия. Ключевым вопросом для современного общества является стабильность, которая в значительной степени обусловлена регулированием отношений между властью и обществом, бизнесом и обществом, культурой и обществом, а также связями внутри этих процессов. Одной из задач социальных связей (социального взаимодействия) является установление гармоничных общественных связей, то есть системы реализации взаимной потребности частей социального организма» [2, с. 50].

На первый взгляд, объединить две сферы – связи с общественностью и журналистику – может медиареальность или коммуникативная реальность. Как отмечает Л. Синельникова, дискурс в сфере публик рилейшнз и медиадискурс объединены многими технологиями информационной деятельности, такими как: поиск событий и фактов, создание интриги, установка на новизну и сенсационность, применение коммуникативных методов получения и текстовой «обработки» информации и др. [11, с. 10]. Однако, этот факт не может стать основанием для отнесения публик рилейшнз к сфере журналистики. Ведь медиареальность характеризуется и тем, что она, с одной стороны, влияет на содержание публичных дискурсов, создаваемых с помощью связей с общественностью, а с другой – сама может быть сформирована под влиянием самостоятельных, отличных от журналистских, PR–дискурсивных коммуникационных практик.

Нельзя не согласиться и с В. Березенко [1; 2], А Киричок [4], И. Рябец [9;10] или Т.Коржовой [5–8], которые в ряде своих работ, (а Т.Коржова чуть позднее и в диссертационном исследовании «Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью в заведениях высшего образования Украины» (2019)) обращают внимание на тот факт, что для развития PR–образования нужно зафиксировать на нормативно–правовом уровне автономный статус специальности «Связей с общественностью» в рамках отрасли знаний и направления подготовки «Социальные коммуникации», а не «Журналистика», внести коррективы в концепцию организации и управления, заложив тем самым основы для предпринимательского стиля работы и исследовательского формата, без которого PR как научная отрасль не будет развиваться [7].

Но поскольку на сегодняшний день отдельного стандарта подготовки PR–специалистов в Украине не существует, то высшие учебные заведения вынуждены обеспечить их подготовку в рамках специальности «061–Журналистика».

Присутствие образовательных программ по связям с общественностью в рамках действующего стандарта – актуальная задача, которая стоит перед многими специалистами, задействованными в их разработке.

Опираясь на тот факт, что «обеспечить надлежащее качество обучения отечественных специалистов по связям с общественностью можно на основе творческого использования педагогического опыта, накопленного на протяжении истории развития образования Украины и зарубежных стран, а эффективное развитие современной социальной коммуникации невозможно без повышения

качества подготовки специалистов по связям с общественностью в высших учебных заведениях разных типов и форм собственности в Украине» [9, с. 21], образовательный дискурс основывается на компетентностном подходе, который предполагает наявность совокупности общих принципов в определении целей образования, отбора его содержания, организации образовательного процесса и оценки образовательных результатов.

Прописанные в Стандарте интегральная компетентность, которая предполагает способность решать сложные специализированные задачи и практические проблемы в области социальных коммуникаций и предусматривает применение положений и методов социально–коммуникационных и других наук и характеризуется неопределенностью условий, а также ряд предложенных общих и специальных компетентностей призваны обеспечить конкретные программные результаты обучения, среди которых: умение объяснять свои производственные действия и операции на основе полученных знаний; применять знания из сферы предметной специализации для создания информационного продукта или для проведения информационной акции; оценивать свой или чужой информационный продукт, информационную акцию, организованной и проведена самостоятельно или вместе с коллегами; выполнять поиск, обработка и анализ информации из различных источников; использовать современные информационные и коммуникационные технологии и специализированное программное обеспечение для решения профессиональных задач; планировать свою деятельность и деятельность коллектива с учетом целей, ограничений и предполагаемых рисков; координировать выполнение личного задачи с задачами коллег; выделять в производственных ситуациях факты, события, сведения, процессы, о которых не хватает знаний, и раскрывать способы и источники получения тех знаний; предусматривать реакцию аудитории на информационный продукт или на информационные акции, учитывая положения и методы социально–коммуникационных наук; генерировать информационный контент по заданной теме с использованием доступных, а также обязательных источников информации; создавать грамотный медиапродукт на тему, определенного жанра, с учетом канала распространения или платформы опубликования и др.

Conclusion

Достижение программных результатов обучения возможно за счет наполнения учебного плана программами, которые предусматривают динамическое и интерактивное обучение и ориентируется на современные научные достижения в сфере теоретических исследований и практической деятельности по связям с общественностью, позволяют студентам приобрести необходимые навыки в области организации эффективных связей с общественностью, учитывают развитие современных научных тенденций в мировой практике по связям с общественностью, ориентирует студента на определение профессиональной специальности и возможностей в сфере профессиональной и научной карьеры, базируются на общеизвестных научных результатах и теоретических знаниях, которые тесно связаны с практическими навыками.

На наш взгляд, следует учесть тот факт, что в современном обществе уже сформированы крупные сферы практической деятельности, которые требуют осуществления эффективных связей с общественностью. Это бизнес–коммуникация, которая обслуживается связями с общественностью, рекламой или интегрированными маркетинговыми коммуникациями; организационная

коммуникация, связанная с коммуникативным менеджментом; общественно–политическая коммуникация, которую обслуживает политический PR и др. Кроме того, без учета социально–культурного и национально–исторического опыта невозможно выстроить эффективные коммуникативные дискурсы в системе публичных отношений, поскольку именно социальные ценности и социальная память становятся факторами, интегрирующими общество. Подготовка будущих специалистов для работы в этих сферах должна также найти отражение в учебных планах и программах их подготовки.

Приведения образовательных услуг для сферы PR в соответствии с требованиями современного украинского общества, запросам личности, новым потребностям рынка труда – важное задание, которое предстоит выполнить современным высшим учебным заведениям Украины, осуществляющих подготовку специалистов для сферы публичных отношений. А выделение данной специальности в самостоятельную остается актуальной задачей современной системы образования в сфере социальной коммуникации.

Resources

- [1] Березенко В. (2013) Проблеми вдосконалення професійної підготовки за фахом «зв'язки з громадськістю» в Україні. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 17. С. 31–35.
- [2] Березенко В.В. (2015) PR як сфера наукового знання : Монографія / За загал. наук. ред. В. М. Манакіна. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2015. 359 с.
- [3] Герасимова Г. И. (2009) Методология и методы исследования в связях с общественностью: учебное пособие. Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. 104 с.
- [4] Киричок А. (2015) Оцінка стану освіти у сфері зв'язків з громадськістю. Етична освіта як складова процесу. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 10. С. 37–40.
- [5] Коржова Т. В. (2018) Зарубіжний досвід підготовки PR–фахівців: уроки для України. *Образ: науковий журнал*. Суми; Київ, 2018. Вип. 3 (29). С. 84–92.
- [6] Коржова Т. В. (2019) Зв'язки з громадськістю в контексті пострадянського освітнього простору : тенденції та перспективи. *Вісник Книжкової палати: науково–практичний журнал*. Київ, 2019. № 2 (271). С. 11–15.
- [7] Коржова Т. В. (2018) Проблеми нормативно–правового забезпечення підготовки спеціалістів із зв'язків з громадськістю в системі вищої школи України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. Київ, 2018. № 4. С. 110–116.
- [8] Коржова Т. В. (2019) Реалізація компетентнісного підходу в процесі підготовки PR–фахівців у закладах вищої освіти України. *Вісник Книжкової палати: науково–практичний журнал*. Київ, 2019. № 1 (270). С. 14–18.
- [9] Рябець І. В. (2014) Професійна підготовка майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у ВНЗ України: етапи становлення. Наукові записки. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. 2014. Том 162. С. 21–25.

- [10] Рябець І. В. (2014) Етапи становлення професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю за роки незалежності України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Сер.: Педагогіка. Соціальна робота. 2014. Вип. 30. С. 150–153.
- [11] Синельникова Л. Н. (2010) PR–комунікація : вектори системного опису. *Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка*. 2010. № 20 (207). С. 8–16.

Teaching History of Journalism at Journalism University Programmes: Ukrainian Traditions, Curricular Challenges, New Approaches

Tetyana Ivanyukha, Zaporizhzhya National University, starplus1736@gmail.com

Abstract

This contribution provides the survey of contemporary state, problems and perspectives of teaching history of journalism at Ukrainian journalism departments. The problem is outlined in global context of journalism education, current Ukrainian reform of teaching and training future journalists and increasing influence of convergent media technologies.

Keywords

history of journalism, journalism education, teaching methods, competencies.

Introduction

Journalism as a highly complicated phenomenon – creative, historical, cultural, social, political – has become one of the most important spheres of modern civilization due to its long historical development. Regarding to this fact, the study of the history of journalism is one of the most important conditions for the formation of future journalists. Rich historical experience of journalism gives an opportunity to learn about what was created in previous periods, to see the trends and patterns of development of journalism, which gives an opportunity to understand the current state of journalism and its prospects better.

But traditional methods of teaching history of journalism are no longer effective in times of current media transformations, educational reforms and informational explosion. Consideration of problems of journalism education is undermined by international organizations and institutions – UN with its “Model curricula for journalism education for developing countries & emerging democracies” (2007, 2013) Association for Education in Journalism and Mass Communication and the World Journalism Education Congress and many others. In post-soviet countries this problem is of great importance and is analyzed by K. Dotsenko, S. Korkonosenko, P. Krapalek, Y. Lubchenko, P. Miroshnychenko V. Rizun, O. Semenets, K. Sirinyok–Dolgaryova, L. Straka, V. Shulgina, E. Vartanova. Such scientific periodicals as “Journal of Media Practice”, “Journalism, Mass Communication Educator”, “Media 4u Magazine”, Conference “Media and Education” Proceedings, “Scientific Notes of Institute of Journalism at Kyiv National University” and others provide research and discussions, comparative journalism education case studies in this field. One of the first and the most complete textbook on journalism education is survey provided by Philip Gaunt in 1992. In his book, “Making the Newsmakers”, sponsored by UNESCO, Gaunt first assesses the differences in training systems, training needs and structures before proceeding continent by continent, country by country to detail the various nations’ or regions’ efforts in journalism education.

Still the question of approaches to teaching history of journalism is open and needs constant renovation and revision in conditions of globalization, democratization, digitalization of Ukrainian journalism education.

Main Part

Summarizing the main views on journalism education, the problem of teaching history of journalism lays in several planes:

- acquired journalism competencies,
- compatibility with other curriculum courses,
- new teaching methods.

According to UNESCO “Model curricula for journalism education for developing countries & emerging democracies” (2007), journalism schools should provide a wide range of **competencies**: “competencies of general knowledge and intellectual ability; professional techniques of research, writing (and other forms of presentation), editing, design and production; the ability to use the tools of journalism and to adapt to new technologies and innovative practices; professional understandings, including ethics; *knowledge of journalism’s role in society, including journalism’s history*, the organization of the news media, and laws circumscribing journalism practice; and *knowledge of best practices in journalism*” (2).

In modern post–truth society the role of highly erudite journalists is constantly increasing, so *the educational background* is expected from them, which is provided by wide range of courses including the history of journalism.

De Burgh sets the goal to achieve a new *culturally based paradigm* in modern journalism because to him the way “journalism operates in a society [...] is the product of culture” (3). To his point, emphasizing cultural rather than political, legal and economic frameworks for journalism allows to sidestep any questions about the ideological influences on the norms and values passed on in journalism education (3).

So such topics within the History of Journalism: historical models of journalism, J.Milton’s Areopagitic’s role in struggle for free speech in Europe, press as the fourth estate in 19th c., history of radio and television in 20th c. help future journalists to acquire cultural and historical scope, to realize role of media in ancient and modern society, value of its historical achievements and necessity to maintain its stable independent condition.

The problem of **curricula** lays in weighting between skills and knowledge in journalism education, which is peculiar to all countries and may be formulated like “the necessity of imparting skills – and these are defined as interviewing, reporting, researching, sourcing, writing and editing – or reflective learning” (4).

According to journalism department curriculum in Zaporizhzhya National University, historical disciplines are small.

Table 1 : List of components of educational and professional program “Journalism” at Department of Journalism Zaporizhzhya National University

Code and components of curriculum	Amount of credits	Form of control
OC 3.1 Basic scientific research	3	test
OC 3.2 Journalism ethics	4	examination
OC 3.3 Media law	3	examination
OC 3.4 Practical stylistics	4	examination
OC 3.5 Radio journalism	6	examination

OC 3.6 Television journalism	6	examination
OC 3.7 Theory of journalism	3	examination
OC 3.8 Theory and methods of journalism creative work	5	examination
OC 3.9 Theory of mass communication. Communication technologies	6	examination
OC 3.10 Theory of mass information	3	examination
OC 3.11 Photo journalism	3	examination
OC 3.12 Investigative journalism	3	examination
OC 3.13 History of Ukrainian journalism	8	examination
OC 3.15 Ukrainian language in mass media	7	examination
OC 3.16 Mediometrics	3	examination
OC 3.17 Internet journalism	3	examination
OC 3.18 History of world journalism	3	examination

Among 18 obligatory components 2 (History of Ukrainian journalism and History of world journalism) study history, that means from 73 credits 11 are dedicated to study history of journalism. So it is obvious that in this curriculum theoretical, practical and historical disciplines should be balanced more proportionally and be aimed on acquiring rather practical skills.

As for *teaching methods* used in historical–journalism disciplines, here traditional and innovative approaches are combined. *Traditional methods* include lecture, seminar classes, individual work of students (is based on the well–known types of tasks in the didactics: reproductive; reconstructive variants; partly exploratory and exploratory). The last include the following tasks.

During the performance of reproductive tasks, the student's cognitive activity takes the form of simple reproduction of knowledge: the student mentions or finds (searches) in the handbook, additional sources of more complete information needed. These types of tasks are often given to practical classes and aimed at finding additional information such as: "Modern concepts of information society in the work of foreign mediologists", "Types of contemporary foreign journalistic organizations."

The second type includes tasks that require the ability to reconstruct, transform, and apply information to new situations, and the like. As a rule, such tasks are formulated as follows: compile a table "Leading international and national media monopolies", "Main stages of development of foreign broadcasting", "Hot spots" of terrorism and international conflicts in the world in 20th c., "Typological diversity of contemporary foreign press.

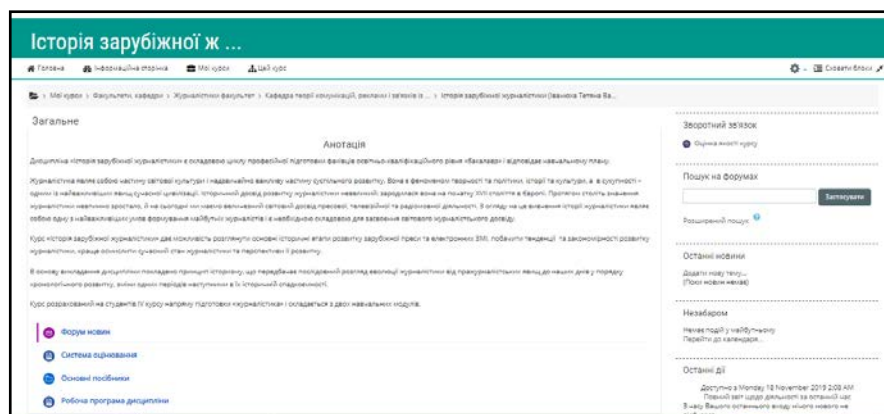
Partially search–oriented tasks include those performed with the involvement of journalistic sources, but at the same time involve the student's analysis of individual nonfiction works or foreign publications. The essence of these tasks is that the teacher either provides a plan of analysis of the publication or work, recommends the relevant literature and directs the creative search of the student. This type of assignment is divided into two types, with the following wording: 1) analyze J. Swift's Political Journalism (Thomas Wharton's Brief Description of ... Short Look at the State of Ireland", D. Defoe's Political Pamphlets ("The Simplest Way ...", "Pure Englishman"), "Problems of National Culture and Language in J. Swift's Nonfiction" ("A Proposal for the Correction, Improvement, and Fixation of English" and D. Defoe "Project Experience", Political satire

by J.Arbertnot (John Bull's Story, 2) analyze one of the editions listed in the Plan (outline) analysis of English, German and French printed media.

Creative training methods include writing essays and journalism portraits about prominent figures of journalism, reporting on current memorial dates (500 years of Reformation and its influence on communication processes, 410 anniversary of the first European newspaper, 30 years of launching CNN etc.).

Innovative technologies stimulated emergence of new educational paradigm, when people actively construct new knowledge as they interact with their environments. That approach is provided by two main methods – of project education and distance study. Project based learning gives a number of merits: it engages students in their own investigation, gives wide opportunities to use ICT in educational projects, can train their collaborative skills, gives motivation with real media needs. In history of journalism students perform the following tasks: to create a special edition of magazine dedicated to current memorial date (Day of journalists' solidarity, Day of radio and television, International day of human rights), to develop and conduct the class for schoolchildren, to create a radio or TV program about outstanding Ukrainian journalists.

One of the most popular technologies of distant education in Ukraine is Moodle. As an innovative “social constructionist pedagogy” it provides the highest level of students' independence and is based on concepts constructivism, constructionism, social constructivism, and connected and separate (5).



Picture 1: Moodle page interface of the course History of World Journalism

Moodle's options (forum, permanent link, search opportunities, calendar etc.) and instructional materials provided by the lecturer (programs, sources, plans, recommendations, presentations, audio– and video materials) optimize learning process, make it interactive, fast and constantly updated.

Conclusion

Considering world standards of journalism education and Ukrainian practice of teaching history of journalism the following conclusions have been made: the course is aimed on achieving knowledge of journalism's role in society and of best practices in journalism; teaching methods include traditional and innovative (project and distance learning); in Ukrainian journalism schools' curricula there is a disbalance between theoretical, training

and history courses. All these problems should be solved in cooperation of journalism departments' faculties with media employers.

References

- [1] Gaunt, P. (1992). *Making the newsmakers*. International handbook on journalism training. Westport, CT: Greenwood Press.
- [2] UNESCO (2007). *Model curricula for journalism education for developing countries & emerging democracies*. Paris: UNESCO. 150 p.
- [3] de Burgh, H. (2005). Introduction: Journalism and the new cultural paradigm. In H. de Burgh (Ed.), *Making journalists* (pp. 1–21). London: Routledge
- [4] Josephi B. (2009) Journalism Education. *The handbook of journalism studies* / [edited] by Karin Wahl–Jorgensen and Thomas Hanitzsch. Routledge. P. 42–58.
- [5] Moodle. Philosophy. (2019). [online]. Available at: <https://docs.moodle.org/27/en/Philosophy>

Digital Media in Teaching English as a Foreign Language at University: the Communicative Approach

Olena Karpenko, Zhukovskyi National aerospace university «Kharkiv aviation Institute»,
o.karpenko@khai.edu

Abstract

This article describes the peculiarities and advantages of using digital media in teaching English as a foreign language at University based on the communicative approach. The concepts of the communicative approach in teaching English as a foreign language and the digital media are considered. The peculiarities of using digital media for enhancing the communicative competence of students in teaching English as a foreign language in the learning process are analyzed, as well as their advantages are defined.

Keywords

digital media, communicative approach, English as a foreign language, communicative competence (EFL), learning process, university.

Introduction

Current trends of globalizing our world in different ranges of human activities promote rapid developing information and communication technologies (ICTs). Digital media have become a part of the modern learning environment in Ukraine as to implementing media education according to one of the main priorities of the educational policy of the European Union (European Parliament Resolution, 2008). A good command of English as a component of global communication is also today's requirement for students to seize professional opportunities in their careers. In Ukraine, since 2013 the English for Universities project initiated by the British Council as to promoting a transformational change in the level of English among university teaching staff and students has been realized so that to achieve their professional aims (Karpenko, 2019). In this context, the issue of using digital media in teaching English as a foreign language (TEFL) based on the communicative approach is of great importance for Ukraine. Enhancing communicative competence in English by using digital media in the learning process ensures students' effective communication in the academic and professional environment. It is a substantial factor in forming creative, intellectual and spiritually mature personalities for their further proper personal orientations in a contemporary society, that it is very important in the context of today's globalization.

The main aim of the article is to introduce the peculiarities of using digital media in teaching English as a foreign language at University based on the communicative approach as a component of improving quality of training highly-qualified specialists in Ukraine to meet a society's needs.

The separate aspects of the issue on using digital media in TEFL based on the communicative approach have been examined within different fields of sciences including linguistics, pedagogy, psychology, etc. M. Canale & M. Swain (1980), S. Huang & H. Liu (2000), V. Larsari (2011), W. Littlewood (1981), J. C. Richards, T. S. Rodgers (2001) considered the essences of the communicative approach or communicative language teaching. The essence of digital media was considered by Thomas Pfeffer (2012), and the

difference between teaching English as a foreign and second languages – by B. Montrose (2015).

Main Part

The essence of concepts “the communicative approach or communicative language teaching” and “digital media” in teaching English as a foreign language

Communicative language teaching which is also referred to the communicative approach is normally considered as developing communicative competence (Richards & Rodgers, 2001). The aim of CLT is communicative competence, which consists of the following dimensions (Canale & Swaine, 1980):

- grammatical or linguistic competence, which refers to ability to produce a structurally accurate sentences that are comprehensible;
- sociolinguistic competence that can be considered as an understanding of the social context of communication (knowledge of rules of speaking);
- discourse competence based on interpreting individual message elements in their interrelationships and representing their meanings in the entire discourse or text;
- strategic competence which refers to participants’ coping strategies as to initiating termination, maintaining, redirection of communication.

This approach is based on student-centered teaching where a teacher is considered as a facilitator, a group process manager, analyst, and counsellor of the learning process. The teacher is responsible for organizing learning activities in such a way as to engage learners in meaningful and authentic language use (Richards & Rogers, 2001). Such kinds of learning activities bring a student into the focus of learning that distinguishes the communicative language teaching from the traditional learning process based on lecturing mostly. In this approach, students are considered as negotiators in the learning process, and if there is a failed negotiation, it is not a fault of a student, but a joint responsibility of the whole group (Richards & Rogers, 2001).

The communication approach elevates students’ learning motivation and independence on learning so that to increase comprehensible language input for learners and expect them to generate more output (Huang & Liu, 2000). Nevertheless, nowadays, teachers find it challenging to realize this kind of approach and maximize the effectiveness of the learning process when teaching English as a foreign language (TEFL). Sometimes the concept of TEFL associate with another concept of TESL (teaching English as a second language). But there is a difference between them, as TEFL is normally used for teaching English to students living in countries where English is not the native language, while TESL – for teaching English to speakers of foreign languages living in a native-English speaking country (Montrose, 2015).

English as a foreign language (EFL) learners usually do not have the need to use the target language outside of the classroom as it is the only chance for them to use it there (Lasari, 2011). According to the Cambridge dictionary the target language (TL) is defined as a language that you are changing spoken or written words into. As a rule, when learning EFL, learners usually have limited time and chance to speak and use the TL in traditional classroom face-to-face interaction. Therefore, it is implementing the digital media in the learning process that can compensate the lack of inside and outside interactions when teaching English as a foreign language.

The concept of digital media is usually defined with the help of its key word «media». According to Wikipedia, digital media is any media that are encoded in machine-readable

formats. Sometimes, this term is used interchangeably with a term of multimedia, but it refers to electronic kind of media based on digital codes mostly. It is also defined as:

- digitized content (text, graphics, audio, and video) that can be transmitted over internet or computer networks (Business dictionary, 2019);
- the use of computer technology to combine various forms of media (*Media, Multimedia & Digital Media*, n. d.);
- a sum of components including computers, programs, code and convergence, Internet (Thomas Pfeffer, 2012).

Thus, it can be concluded that the digital media refers to audio, video, graphics, photo, animation, web design, and other content in a digitally compressed format which can be not only encoded by computers, laptops, smartphones, E-books, smart boards and other digital devices, but also transmitted over computer networks. It is very important for the learning process based on the communicative approach so that to make the learning process to be interactive and student-centered as implementing digital media allows students to use such electronic resources as textbooks, presentations, study films, animations, games, tests, quizzes, journals, newspapers, websites, databases, live conferences/webinars, discussion forums, blogs, mobile applications, etc. Most types of such resources are components of learning management system software (LMS) which provide a free access to information relevant to students (Karpenko, 2016). For example, LMS Moodle enables students to use Internet educational resources and organise effective work with them.

The peculiarities of using digital media for enhancing the communicative competence of students in TEFL in the learning process

CLT classroom activities are based on developing communicative abilities of students in the target language. According to W. Littlewood (1981), there are two types of classroom activities including pre-communicative and communicative activities. The pre-communicative activities is geared toward activating learners' memories to produce vocabulary and grammar structures they learnt by means of using special drills, prompt words, dialogues, etc. When using the pre-communicative activity the focus on linguistic forms will be linked to their meanings. Thus, in this way, it is possible to enhance linguistic and discourse competence of students geared toward developing reading, listening, speaking, and writing skills and abilities of students. Communicative activities considered as functional communication and social interaction activities, which can be developed through identifying pictures, locations, identifying missing information, describing pictures, solving problems, etc. Therefore, it can be stated that it will help to enhance sociolinguistic competence of students and developing their speaking abilities and skills mostly. But both pre-communicative and communicative activities can develop strategic competence of students through using selected authentic texts geared toward enhancing the communicative competence of students.

The use of digital media will enhance reading, speaking, listening and writing skills when TEFL based on CLT because CLT teachers prefer to use oral activities. Such activities include not only unpredicted and creative students' responses when using active conversations, but also collaboration in TL during the following classroom activities: role-play, interviews, group work, information gap, opinion sharing, and scavenger hunt (Littlewood, 1981). There are also other kinds of classroom activities such as simulations, games, problem-solving, open-ended discussion, and so on. When developing electronic

textbook it is necessary to take into account essential features of communication in the target language that is possible to realize by means of using LMS Moodle or special programs.

The experience of TEFL at M. Ye. Zhukovskiy National Aerospace University “Kharkiv Aviation Institute” proves that digital media are the effective means of enhancing the communicative competence of students of the preparatory education. Students coming from different countries (Ecuador, Turkey, Tunis, Egypt, Yemen, etc.) to study at University learn EFL at the preparatory department so that to have English Medium Instruction in their further study. Digital media helps students to enhance their communicative competencies by listening to native speakers and understanding cultural peculiarities of the English language. It is possible by means of using electronic version of the New Total Course with audio and video support, and other textbooks with authentic texts, which are geared toward forming the communication competence. All textbooks are downloaded in students’ smartphones by means of a teacher’s sharing this information via WhatsApp. Videos, audio, as well as presentations are demonstrated on a smart board or computers. One of the ways of improving students’ pronunciation and knowledge of phonetics, as well as their writing, speaking, and listening skills is using online tools. When TEFL M. Ye. Zhukovskiy National Aerospace University “Kharkiv Aviation Institute” the following online tools are used in the learning process:

online tools of the British Council (<https://learnenglish.britishcouncil.org>), BBC (<http://www.bbc.co.uk/worldservicelearningenglish>), Cambridge English (<http://www.cambridgeenglishonline.com>), and Oxford English online (<https://www.oxfordonlineenglish.com/free-english-lessons>) allow students to improve their pronunciation, vocabulary and grammar skills. For example, Phonetic Focus (http://www.cambridgeenglishonline.com/Phonetics_Focus) allows students to record their pronunciations and tracing changes in their progresses;

- English Accent Coach (<https://www.englishaccentcoach.com>) is used for developing students’ English pronunciation skills by means of both recognizing English sounds and acquiring English vocabulary;
- Dictation online (<http://dictationonline.com>) is geared toward improving students’ listening and writing skills;
- Learn English for free (<https://www.conversationexchange.com/smap/learn.php?language=english>) and Language exchange communities – Speaky (<https://www.speaky.com>) and LingoGlobe (<http://www.lingoglobe.com>) allows students to find English–native speakers to improve their speaking skills during their self–education.

There are also other useful online tools (<https://tefltunes.com/category/lessons>, <https://www.youtube.com/user/EnglishCentral/videos>, <http://www.manythings.org>, <http://www.reepworld.org>, etc.), which are always components of the learning process of TEFL at the preparatory education of M. Ye. Zhukovskiy National Aerospace University “Kharkiv Aviation Institute”, geared toward developing students’ communication competences. Such kinds of digital media enrich not only classroom activities, but also their self–education, as they promote students’ motivation of learning English.

It was found out, that students who use recommended sites for their self–education show better results at exams compared with students who do not use them. Besides, during TEFL at M. Ye. Zhukovskiy National Aerospace University “Kharkiv Aviation Institute” students use social networks (WhatsApp, Viber, Telegram, etc.) used for sharing study

information and feedback within a group of students and a teacher, as well as numerous special mobile applications for enhancing their communicative competencies improving students' English communicative skills.

Thus, peculiarities of using digital media for enhancing the communicative competence of students in TEFL in the learning process include not only implementing contemporary digital media into different kinds of classroom activities, but also into students' self-education.

Conclusion

The use of the communicative approach of teaching English as a foreign language by means of implementing digital media into the learning process promotes training highly-qualified specialists thanks to the following advantages:

– interactivity which is based on indirect personal subjects' interactions and students' self-determined paths;

student-centered teaching that is focused on students in the learning process, emphasizing their cognitive abilities and skills;

students' motivation of learning English which is based on their interest in all kinds of classroom activities and self-education.

References

- [1] *Business dictionary* (2019). Retrieved from <http://www.businessdictionary.com/definition/digital-media.html>.
- [2] CANALE, M., & SWAIN, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, 1, 1–47.
- [3] *European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world* (2008). Retrieved from <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN>.
- [4] HUANG, S. J., & LIU, H. F. (2000). Communicative Language Teaching in a Multimedia Language Lab. *Internet TESL Journal*, 6(2). Retrieved from <http://iteslj.org/Techniques/Huang-CompLab.htm>.
- [5] KARPENKO, O. O. (2019). English medium instruction as a component of improving students' professionally oriented foreign language competence in Ukraine. *Актуальные научные исследования в современном мире: сб. науч. трудов*, 4(45), 9–14. Retrieved from <https://iscience.in.ua/arkhyv/26-27-aprelya-2017/politicheskije-nayku-3/4332-information-culture-as-a-component-of-professional-competence-of-graduates-in-university-learning-environment>.
- [6] KARPENKO, O. O. (2016). Contemporary resources of nonlinear learning environment as a means of enhancing quality of the higher education in the context of its globalization. *Media4u Magazine*, 2, 1–5. Retrieved from <http://www.media4u.cz/mm022016.pdf>.
- [7] LARSARI, V. N. (2011). Learners' communicative competence in English as a foreign language (EFL). *Journal of English and literature*, 2(7), 161–165. Retrieved

from <https://pdfs.semanticscholar.org/d478/ea848623da41de554e1d72acbff9.pdf> ded0ee28

- [8] LITTLEWOOD, W. (1981). *Communicative Language Teaching: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [9] *Media, Multimedia & Digital Media* (n. d.). ExplorNet / The Centers for Quality Teaching and Learning. Retrieved from https://www.lee.k12.nc.us/cms/lib/NC01001912/Centricity/domain/651/pshop%20powerpoints/dm_101.01_p_digitalmediaconcepts.pdf.
- [10] MONTROSE, B. (2015). TEFL, TESL, TESOL – What's the Difference? Retrieved from <https://www.goabroad.com/articles/tefl-courses/tefl-tesl-tesol-whats-the-difference>.
- [11] PFEFFER, T. (2012). *Virtualization of Universities: Digital Media and the Organization of Higher Education Institutions*. New York, NY: Springer. ISBN 978–1–4614–2064–4.
- [12] RICHARDS, J. C. & RODGERS, T.S. (2001). *Approaches and Methods in Language Teaching*, United Kingdom: Cambridge University Press.

Amnesty International Promotion Measures as a Tool of Competences Journalism Students

Victoriia Kovpak, Zaporizhzhya national university, kovpak.viki@ukr.net

Abstract

The article deals with the problem of promoting the activities of AMNESTY INTERNATIONAL as a tool for the development of the competencies of students of the Department of Journalism. Therefore, given the relevance of this phenomenon in the human rights, intellectual, information–cognitive, pedagogical contexts of Ukraine, it is important to analyze the instruments of promotion of the main activities of this organization.

Keywords

Amnesty International, promotion, Marathon writing letters, human rights, intellectual, information–cognitive, pedagogical contexts of Ukraine

Introduction

Amnesty International – це Нобелівська премія миру (у 1977 р.), яка має більш ніж сім мільйонів прихильників, активістів та волонтерів, які проводять кампанію за загальні права людини з більш ніж 150 країн світу. Організація розслідує та викриває зловживання, просвіщає та мобілізує громадськість, працює над захистом людей, виступає за справедливість, свободу, правду та гідність. Напрями діяльності репрезентують синергетику методології з підтримки праволюдності: дослідження (збір фактів та документування порушень прав людини з боку уряду, корпорацій та ін. впливових структур), активізм (громадський тиск через петиції, листи, публічні акції для реалізації змін та відновлення справедливості), адвокація (подання досліджень урядам, інституціям, людям, які приймають рішення, задля припинення порушень), освіта (розробка та проведення лекцій, уроків, розробка державних стандартів початкової та базової середньої освіти, що сприяє утвердженню поваги до прав людини, як учасницею робочої групи «Нової української школи (НУШ)», долучення до визначення основоположних принципів громадянської освіти як складника НУШ, реалізація діяльнісного / творчого підходу (сприяє формуванню навичок активних громадян/ок, міждисциплінарний характер правової освіти, інклюзивний підхід (розвиток навичок поваги до «інакшості», включення всіх людей до кола спілкування; долучення до проведення антидискримінаційної експертизи посібника для навчальної програми «Сімейні цінності», розробка методики з проведення антидискримінаційної експертизи шкільних підручників (спільно з інформаційно–аналітичним центром «Крона» з ініціативи МОН України 2016–2018 р.), реалізують юридичний супровід EdCamp Ukraine та є учасниками (Не)конференції для шкільних педагогів EdCamp Ukraine (2017–2018 рр). Отже, із урахуванням актуальності цього феномену в правозахисному, інтелектуальному, інформаційно–когнітивному, педагогічному контекстах України важливо проаналізувати інструменти промоції основних заходів зазначеної організації.

Main part

Потужний сайт <https://www.amnesty.org.ua/> пропонує відразу з головної сторінки перейти на «Марафон написання листів» – щорічну глобальну правозахисну подію, що проводиться напередодні Міжнародного дня прав людини та об'єднує мільйони небайдужих людей у всьому світі, де можна підтримати героїнь та героїв Марафону онлайн, зареєструвати проведення Марафону написання листів у своєму місті як заходу (інформаційний стенд, лекція, кінопоказ, дискусія, музичний концерт, заняття у навчальному закладі тощо), ознайомитися з інформаційними матеріалами «Що таке Марафон», «Як це працює», «Історії», «Мапа подій Марафону» (що дає змогу додати свій населений пункт за допомогою тиснення на кнопку внизу та діям за запропонованим алгоритмом: додавання події на мапу відбувається протягом доби з моменту реєстрації події) (див. рис. 1).

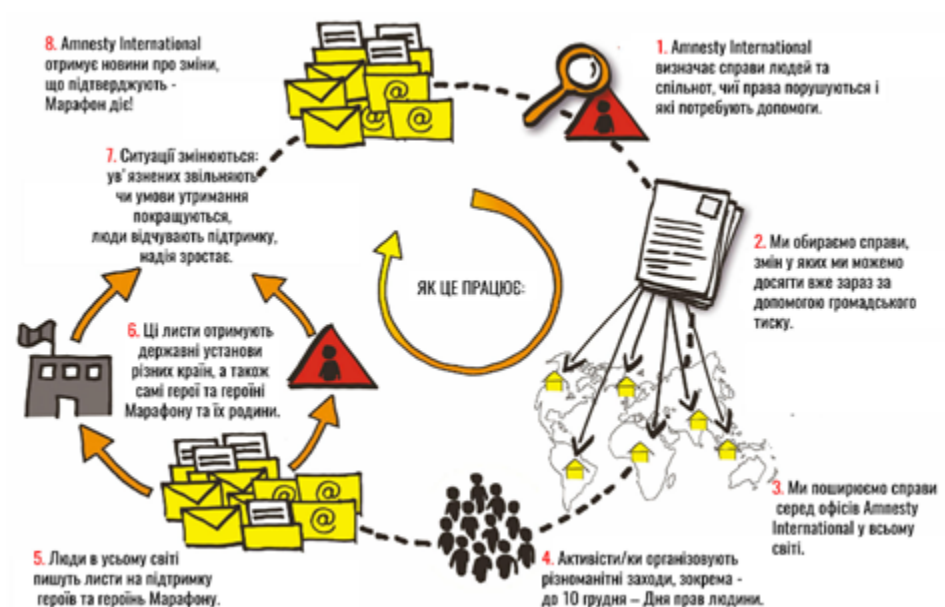


Рис.1. Особливості проведення «Марафону написання листів»
(<https://marathon.amnesty.org.ua/>, 20.11.2019)

Для отримання коментарів та організації інтерв'ю зі спікерками та спікерами Amnesty International варто контактувати з прес-офісом Amnesty International Україна, зокрема з Марією Гур'євою, речницею Amnesty International Україна, адже регіональні координатори не мають права представляти позицію організації у ЗМІ тощо.

Публікуються дослідження про ситуацію з правами людини в різних країнах в однойменній рубриці. Студенти «журналісти», «рекламісти», «піарники», «інформаційники» можуть опрацювати дослідження та заяви, що стосуються України, а щоб дізнатись про дослідження щодо ситуації в інших країнах, пропонується перейти за посиланням (<https://www.amnesty.org.ua/research/>). Освітні матеріали можна завантажити в рубриці «Освіта», серед яких комікси, паспорт прав, посібник для початкового вивчення прав людини, шкільний проектний календар з розвитку громадянських компетентностей тощо (ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні).

Відповідно, популяризація Amnesty International серед молоді є дуже важливою, а Інтернет у цьому випадку є надійним методом, адже молодь є цільовою аудиторією соціальних мереж і найактивнішими користувачами, є важливою цільовою аудиторією громадських організацій.

На даний час Amnesty International здійснила певну послідовність дій, що дозволяє найкращим чином використовувати можливості просування в Інтернет–просторі:

- створення власного сайту (загального сайту та сайту для окремих країн, наприклад, Amnesty International Ukraine – <https://www.amnesty.org.ua/>);
- використання можливостей YouTube (якісне відео про організацію, репортажі з заходів, відео про героїв «Марафон написання листів», мотиваційні відеоролики з закликом до боротьби за права людей у всьому світі – <https://www.youtube.com/user/AmnestyInternational?hl=ru>);
- високу активність на різноманітних тематичних форумах;
- ведення блогів волонтерами Amnesty International;
- розсилка інформації про діяльність організації електронною поштою;
- реєстрація в соцмережах;
- реєстрація в Instagram та Pinterest з метою просування Amnesty International за допомогою фото;
- можливість онлайн–підписання петицій, написання листів.

Яскравим прикладом просування Amnesty International в Інтернеті на регіональному рівні є співпраця з Запорізьким обласним благодійним фондом «ГЕНДЕР ЗЕД», «Barannik» який неодноразово брав активну участь в «Марафоні написання листів, після чого інформація про це висвітлювалась на офіційних сайтах. Наприклад, соціальний працівник «Мережі 100% Життя. Запоріжжя» зазначив, що приходить до фонду й вже 5 років поспіль підписує петиції [1]. Вже п'ятий рік поспіль за підтримки Департаменту освіти і науки, молоді та спорту (до 2019 р.) заклади вищої освіти, Перша дитяча телешкола Запоріжжя об'єднують учнів–старшокласників для реалізації інформаційно–просвітницької події.

Цікаво, що заходи мають потужні інтерактивні складники, адже учні мають змогу висловитися щодо почутих історій, підготувати правозахисні відеоролики, у жанрі сторітеллінгу поділитися своєю історією, історією вого краю, друзів та ін., яка змусила його провести тематичні «паралелі» тощо.

Також варто розглянути просування Amnesty International в YouTube. Серед безлічі соціальних мереж і світових порталів, особливе місце займає відеохостинг YouTube. Завдяки простоті використання, доступності та зручності YouTube дуже швидко набрав популярність і тепер входить в трійку найпопулярніших сайтів у світі. Безумовно, YouTube є одним з найпотужніших інструментів реклами в інтернеті, тому тут можна знайти будь–які відео, як аматорські, так і професійні кліпи, фільми, відеоблоги.

Вже зараз приблизно 70% світового інтернет–трафіку припадає на відеоконтент. З огляду на те, як розвиваються технології, ця цифра буде рости. Так що Amnesty International, безумовно, ще активніше мають освоювати цей комунікаційний канал.

При цьому український сегмент Youtube тільки розвивається, але Amnesty International Ukraine має власний канал на цьому ресурсі:

<https://www.youtube.com/channel/UCWkiQv8w1–WUL77z8Vb3GWQ>. Цей канал було створено у 2014 році й на травень 2019 року мав 263 підписники, станом на листопад 2019 року – 269, динаміка переглядів за ті самі часові проміжки (травень 2019 – листопад 2019) відповідно 2000 – 2020 переглядів, що дуже мало. До того ж інтенсивність додавання відео надто низька: наприклад, у візуальному ряді відео маємо позначки додавання: один рік назад, 5 місяців назад, 4 місяці назад, до тижня назад, свідчать про те, що канал не надто розвивається.

Аналіз «Марафону написання листів» в Запоріжжі і в Україні в цілому показав, що його головним завданням є збір якомога більшої кількості написаних листів й великої кількості підписання петицій. Окрім того, в рамках даного заходу, організують різноманітні цікаві дискусії, круглі столи, тренінги, лекції та кінопокази на тему прав людини. Мешканці міст відвідують марафон у своєму місті й, окрім участі у заходах, мають можливість поставити підписи під вимогами звільнення певної незаконно засудженої людини чи підписи до вимог ухвалити новий закон, який буде спрощувати, полегшувати життя даної особи й загалом суспільства. Вперше в Україні марафон відбувся у 2006 році.

З того часу як в Україні, так і в Запоріжжі, й далі, щороку проводиться. Запоріжжці водночас з мільйонами людей по всьому світу отримують можливість надсилати листи на захист жертв порушень прав людини, вимагати від урядів відповідних держав вжити заходів для виправлення ситуації.

Отже, «Марафон написання листів» виступає демонстрацією міжнародної солідарності та надає потужний і позитивний вплив на життя людей, чиї права перебувають у небезпеці, мають мотиваційне гасло: «Твій підпис має силу рятувати!» Адже влада може не звернути уваги на один лист, але тисячі листів, які закликають дотримуватися прав людини, ігнорувати вже набагато важче.

Таким чином, виявлено, що на даний час Amnesty International здійснила певну послідовність дій, що дозволяє найкращим чином використовувати можливості просування в Інтернет–просторі:

- створення власного сайту (загального сайту та сайту для окремих країн, наприклад, Amnesty International Ukraine – <https://www.amnesty.org.ua/>);
- використання можливостей YouTube (якісне відео про організацію, репортажі з заходів, відео про героїв «Марафон листів», мотиваційні відеоролики з закликом до боротьби за права людей у всьому світі – <https://www.youtube.com/user/AmnestyInternational?hl=ru>);
- високу активність на різноманітних тематичних форумах;
- ведення блогів волонтерами Amnesty International;
- розсилка інформації про діяльність організації електронною поштою;
- реєстрація у соцмережах;
- реєстрація в Instagram та Pinterest з метою просування Amnesty International за допомогою фото;
- можливість онлайн підписання петицій, написання листів.

Проте можна зробити загальний висновок, що аналіз стану просування Amnesty International на регіональному рівні, тобто на рівні м. Запоріжжя, показав середній рівень просування. З метою популяризації Amnesty International використовують: офіційний сайт, соціальні мережі, співпрацю зі ЗМІ, але, наприклад, Youtube використовується недостатньо. Отож, можна рекомендувати координаторам та

волонтерам активно «розкручувати» свій канал на YouTube та ще активніше використовувати соціальні мережі.

Conclusion

Отже, потужна інфографіка, відеоматеріали, листівки, плакати, корпоративні елементи (значки, ручки, блокноти, сумки, наліпки, прапори, парасольки), контент на сайті, у соціальних мережах (Instagram, Pinterest, Facebook), біографічні брошури, календарі, анкети, публічні івенти (акції, марафони, тренінги, презентації) дають змогу під час підготовки студентам факультету журналістики повноцінно використати комунікаційні стратегії організації інформаційної акції, що має фірмовий стиль, кейси прав і обов'язків всіх учасників процесу, суворий корпоративний етикет.

References

- [1] Amnesty International. Доступно з WWW: <<https://www.ukrinform.ru/tag-amnesty-international>>.

Digitalization and the Role of Media Literacy in Contemporary Economic Education

Pavel Krpálek, Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů Praha, o.p.s.,
krpalek@vsmvv.cz

Abstract

The paper presents the current view on the issue of digital competences and media literacy educators in terms of theory and practice in higher education. It is based on the reflection of the European Framework of Digital Competences of Educators, the application of the information literacy curriculum, the generalization of experience and the original results of the author's research.

Keywords

education, competences, information skills, digital literacy, media literacy, European framework for the digital competence, didactics, pedagogical practice.

Introduction

Digitalizace všech oblastí společenského života, Průmysl 4.0, e-business, sdílená ekonomika, „smart“ technologie, udržitelnost, štihlé výrobní systémy, informační společnost a znalostní ekonomika, to jsou fenomény doby, které mají neodmyslitelný dopad také do sféry vzdělávání. Zde je dlouhodobě kritizován didaktický materialismus, encyklopedismus, memorování, převaha frontální výuky monologickými verbálními metodami, podávání hotových vzdělávacích obsahů, pasivita vzdělávaných. Výsledkem jsou neuspokojivé výsledky rozvoje klíčových kompetencí, jejichž význam právě kvůli výše uvedeným kvalitativním změnám ve společnosti kontinuálně roste.

Implementace moderních digitálních technologií pro podporu přímé výuky i domácí přípravu edukantů přitom může uvolnit prostor pro aktivizující metody, pro interaktivní styl vedení výuky, který je sice časově náročnější – a učitelé v návaznosti na to často argumentují předimenzovaností obsahu výuky jako důvodem pro nadužívání výkladu v expoziční fázi výuky – ale podstatně didakticky efektivnější. Programovaná moderní koncepce vyučování na bázi aplikace informačních a komunikačních technologií může být jedním z nositelů pozitivní změny. Nikoliv však sama o sobě. Rozhodujícím faktorem vždy byl a zůstává učitel, jeho pedagogická kreativita a motivace, edukační cíle a vhodně zvolený kompetenční model.

Main part

Kurikulum informační gramotnosti

Systematické řešení digitalizace a mediální gramotnosti bylo v České republice započato v rámci státní informační politiky ve vzdělávání a kampaně Internet do škol. Hovořilo se zde o funkční a informační gramotnosti, přičemž cílem bylo, aby se počítač stal pracovním nástrojem pro práci s informacemi a aby si edukanti osvojili informační dovednosti, zefektivňující práci s informacemi. V kompetenčních modelech se kladl důraz na vyváženou strukturu klíčových a odborných kompetencí. V oblasti didaktické se hledalo vhodné kurikulum informační gramotnosti.

Ve vlastní pedagogické praxi (Krpálek, Kulhánek, 2017 ad.) a zejména v rámci didaktického bádání autor komparoval různé přístupy k osvojování informačních dovedností a nakonec se rozhodl preferovat koncepci „The Big Six“ (Eisenberg, Murray, Bartow, 2016) jako moderní kurikulum informační gramotnosti, které je založeno na systematickém řešení informačního problému v 6 postupových krocích:

- Task Definition: vymezení informační potřeby jako východiska hledání,
- Information Seeking Strategies: vyhledávací strategie a informační zdroje,
- Location and Access: přístup k datům a jejich shromáždění,
- Use of Information: uspořádání dat, výběr relevantních informací,
- Synthesis: organizace a využití dat, prezentace výsledku,
- Evaluation: zpětná vazba, hodnocení procesu a výsledku, trvalé zlepšování.

Digitální gramotnost v kontextu celoživotního vzdělávání

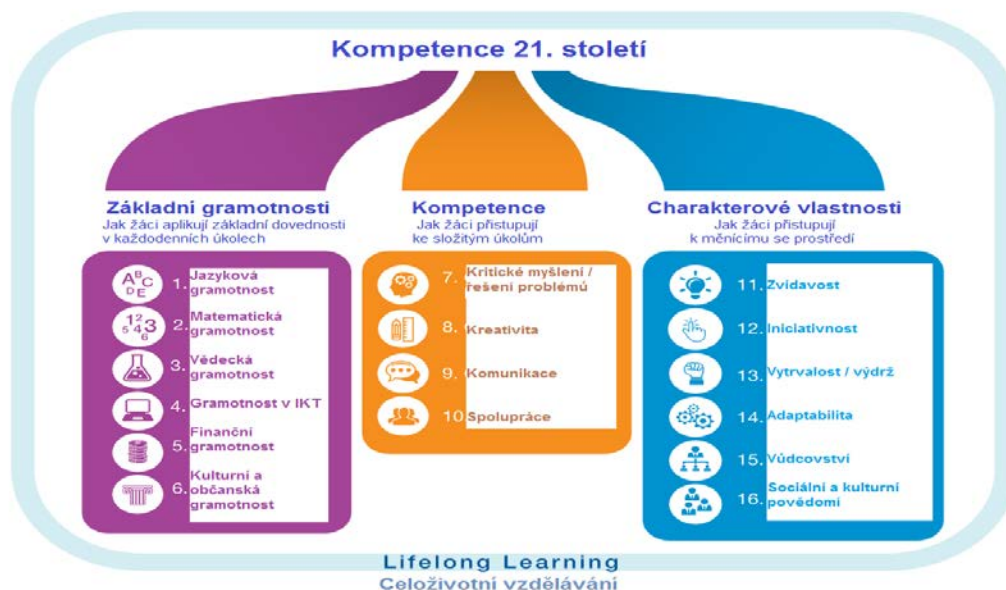
Aktuální koncept digitální gramotnosti v české vzdělávací praxi je chápán jako způsobilost kvalifikovaně využívat informační a komunikační technologie pro efektivní práci s informacemi, tj. pro vyhledání, ověřování, vytváření a předávání informací. V informační společnosti a znalostní ekonomice je – a především pro oblast vzdělávání – zcela zásadní správně didakticky uchopit transfer „data – informace – znalosti“. Jedná se o vklad pro celoživotní vzdělávání. Umožňuje po ukončení formálního vzdělávání v informálním učení kriticky hodnotit informace a převádět je racionálně na znalosti, budovat robustní poznatkový systém a být v myšlení nezávislý, nemanipulovatelný.

Digitální gramotnost je pojata více průřezově a komplexně než tomu bylo dosud, dále se vnitřně člení následujícím způsobem:

- Počítačová gramotnost: uživatelské ovládání digitálních technologií, umožňující s potřebným nadhledem realizovat výukové a učební činnosti (využívat počítač, síť, internet jako pracovní nástroj);
- Informační gramotnost: schopnost hledat, hodnotit, interpretovat a zpracovávat informace;
- Mediální gramotnost: způsobilost kriticky zkoumat, hodnotit a utvářet mediální sdělení;
- Komunikace a spolupráce: aktivní zapojení uživatele digitálních technologií do spolupracujících sítí podporujících poznávání;
- Digitální pracovní prostředí: zapojení výukových, učebních a výzkumných činností do praxe s podporou moderních technologií a sociálních sítí;
- Budování vlastní digitální identity: řízené poskytování online informací o sobě, kontrolovaná digitální stopa;
- Schopnost učit se: mistrovství v ovládání digitálních technologií umožňující realizovat efektivní podporu procesů učení.

Na metodickém semináři MŠMT ČR v lednu 2019 pro nepedagogické fakulty připravující učitele byl představen kompetenční model celoživotního učení pro XXI. století (obr. 1), ze kterého je patrné postavení digitální gramotnosti v centru základních gramotností a v přímé návaznosti na klíčové kompetence směřující ke kreativité, kritickému myšlení, komunikaci

a týmové práci, přičemž stranou pozornosti nezůstává formativní funkce vzdělávání, rozvíjející charakterové vlastnosti a osobnost učících se jedinců.

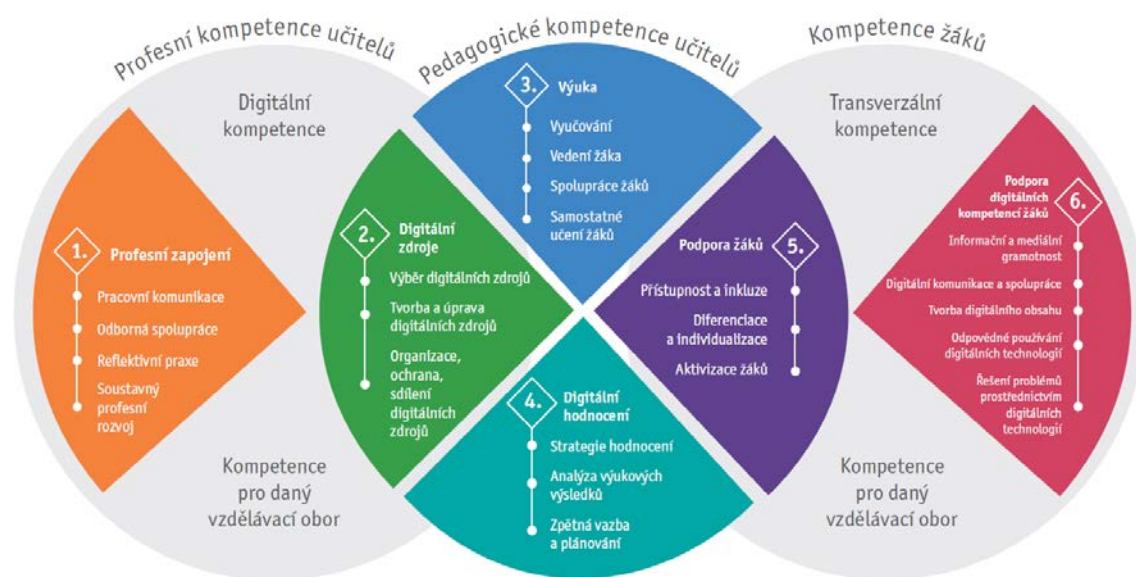


Obrázek 1: Kompetenční model pro XXI. století

Zdroj: Kofroňová, O. Seminář MŠMT pro nepedagogické fakulty připravující učitele

Evropský rámec digitálních kompetencí pedagogů a mediální gramotnost

Shora uvedené pojetí digitální gramotnosti a jeho komponent z hlediska vytváření kompetencí, tedy z pohledu aplikace v pedagogické praxi, vychází z Evropského rámce digitálních kompetencí (DigCompEdu). Rozhodující ovšem nakonec vždy je „modus operandi“, jak dokáží učitelé kompetenční model přenést do reálné pedagogické praxe (obr. 2).



Obrázek 2: Propojení kompetenčních modelů edukátorů a edukantů

Zdroj: Redecker, C. Evropský rámec digitálních kompetencí pedagogů DigCompEdu

Autor ve svých výzkumech a při reflexi pedagogické praxe věnoval pozornost dvěma okruhům předmětné problematiky, a to identifikaci složek digitální kompetence, které vnímají pedagogové v současném vysokoškolském vzdělávání jako nejdůležitější a jak na tom jsou studenti z hlediska utváření struktur digitálních kompetencí. Většina oslovených pedagogů z působišť autora, tzn. z Vysoké školy mezinárodních a veřejných vztahů Praha a z Vysoké školy ekonomické v Praze, v plné shodě se zkušenostmi autora, shledává jako nejdůležitější mediální gramotnost, konkrétně kritické myšlení. Právě u mediální gramotnosti a větší interaktivitě výuky lze podle názoru autora nalézt největší rezervy u ekonomicky zaměřených studijních programů. Dále jsou významné rezervy u těchto entit: způsobilost fundovaného diskurzu při obsahové analýze, kritické přejímání informací pro formování nezávislého názoru, korektní citování vyhledaných zdrojů a způsob odkazování se na ně, rozvinuté pracovní dovednosti, rozvojeschopnost kompetencí na bázi sebereflexe a autoevaluace, schopnost týmové práce a komunikační a prezentační dovednosti.

Conclusion

V rámci přípravy studentů ekonomických studijních programů a v ekonomických předmětech je vhodné věnovat zvýšenou pozornost formování mediální gramotnosti, ve výuce je zapotřebí vytvořit podstatně větší prostor pro aktivizaci studentů, dosáhnout vyšší míry interaktivity a rozvíjet kreativitu a nezávislé kritické myšlení studentů. Mediální gramotnost lze rozvíjet pouze v činnostech.

References

- [1] EISENBERG, M. B., MURRAY, J., BARTOW, C. (2016) *The Big6 Curriculum: Comprehensive Information and Communication Technology (ICT) Literacy for All Students*. Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited, 2016, 159 p., ISBN 978–1440844799.
- [2] KOFROŇOVÁ, O. (2019) *Seminář MŠMT pro nepedagogické fakulty připravující učitele*, Praha: prezentace NÚV, 2019.
- [3] KRPÁLEK, P., KULHÁNEK, A. (2017) *The Cash Flow and its Application in the Business Economy*. Proceedings Media & Education 2017, Praha: Extrasystem. Vol. 33, s. 74 – 77, ISBN 978–80–87570–39–5. [online] [cit. 2019–11–01] dostupné z [www: <http://www.media4u.cz/mav/9788087570395.pdf>](http://www.media4u.cz/mav/9788087570395.pdf).
- [4] REDECKER, C. (2018) *Evropský rámec digitálních kompetencí pedagogů DigiCompEdu*, Praha: NÚV, 2018, 70 s., ISBN 978–80–7481–214–9.

Digitalization in Education

Katarína Krpálková Krelová, Vysoká škola ekonomická v Praze, katarina.krelova@vse.cz

Abstract

The paper discusses the importance of the digitization of education and presents approaches to the digitization of education in developed countries. The results indicate a positive approach to the implementation of digital elements in teaching, as well as a preference for a combination of face-to-face and online learning.

Keywords

education, digitalization, blended-learning, digital technology, ICT

Introduction

Oblasť vyspelých technológií v rozvinutých krajinách sa postupne stáva hlavným zdrojom hospodárskeho rastu, definuje štrukturálne zmeny v ekonomike a prispieva k modernizácii systémov. Priemyselná revolúcia 4.0 sa vyznačuje automatizáciou a digitalizáciou v rôznych odvetviach, nevynímajúc oblasť vzdelávania. V súčasnej dobe je často diskutovanou témou práve využívanie digitálnych technológií v oblasti vzdelávania na všetkých úrovniach vzdelávania. Nejedná sa o otázku, či využívať alebo nevyužívať moderné technológie, ale skôr nás zaujíma do akej miery je ich využívanie vo vzdelávaní prínosom. Zavádzanie moderných technológií do vzdelávania si vyžaduje predovšetkým požadovanú infraštruktúru školy, učiteľov, ktorí disponujú potrebnými digitálnymi kompetenciami a digitálne materiály a koncepty, ktoré budú pri výučbe používané. Autori De Pablos, J.M., Colas, M.P., Gracia, A.L., & Garcia-Lazaro, I. (2019) uvádzajú, že digitalizácia vzdelávania je novou výzvou pre vzdelávacie inštitúcie a spočíva predovšetkým v transformácii klasického modelu vzdelávania na flexibilný model, dokonca aj na zmiešaný model, ktorý kombinuje klasické formy vzdelávania s online vzdelávaním. Poukazujú na pozitívne výsledky implementácie virtuálnych alebo digitálnych platforiem do španielskeho univerzitného systému. Autori Tømte, C.E., Fosslund, T., Aamodt, P.O. & Degn, L. (2019) uskutočnili v roku 2016 (Nórsko) a v roku 2017 (Dánsko) prieskum, ktorého jedným z cieľov bolo zistiť dôležitosť implementácie moderných informačných a komunikačných technológií vo vzdelávaní na vysokých školách. Prieskumu sa zúčastnilo 551 garantov študijných programov z Nórska a 220 z Dánska. Respondenti zohrávajú ústrednú úlohu pri riadení rozvoja kvality študijných programov preto ich perspektívy boli mimoriadne dôležité. Medzi významný výsledok patrí zistenie, že takmer všetci vedúci študijných programov v tomto prieskume uviedli, že IKT sú dôležité pre zvyšovanie kvality vyučovania a učenia sa. V oboch krajinách je význam IKT v vysokoškolskom sektore mimoriadne silný. Dôležitosť IKT sa nijako nelíšil podľa zamerania študijného odboru. Najčastejším druhom implementácie IKT používaných pri výučbe sú videá. V Dánsku uvádzali výrazne väčšie využívanie online výučby a používanie videí na výučbu ako ich nórski kolegovia. Ďalším významným výsledkom bolo zistenie zvýšeného nárastu kombinovaných foriem vzdelávania v oboch severných štátoch. Keďže severné krajiny v mnohých výskumných šetreniach (PISA, TALIS) v oblasti vzdelávania obsadzujú popredné priečky v hodnotení kvality, uvádzame postrehy z výskumu, ktorý realizovala Plotnikova, E. (2019). Cieľom výskumnej štúdie bol

odhad digitalizácie vzdelávania na popredných univerzitách v Petrohrade. Zamerali sa predovšetkým na implementáciu technológií do vzdelávacieho procesu, optimalizácia toku dokumentov, organizácia procesu rekvalifikácie učiteľov a organizácia prístupu k vedeckým prácam univerzít. Výsledkom bolo zistenie, že na digitalizácii sa aktívne podieľajú iba 3 popredné univerzity v meste, t.j. vytvárajú online kurzy, majú vytvorené svoje vlastné elektronické vzdelávacie prostredie, poskytujú prístup k vedeckým štúdiám zamestnancov. Analýza štruktúry výdavkov na týchto univerzitách odhalila nedostatočné financovanie informačných technológií, ktoré sú priamo dostupné pre učiteľov. Autorka upozorňuje, že to v budúcnosti môže viesť k nedostatočnému rozvoju vzdelávania vo výučbe nových technológií a príprave odborníkov s kompetenciami, ktoré sa na trhu práce nevyžadujú.

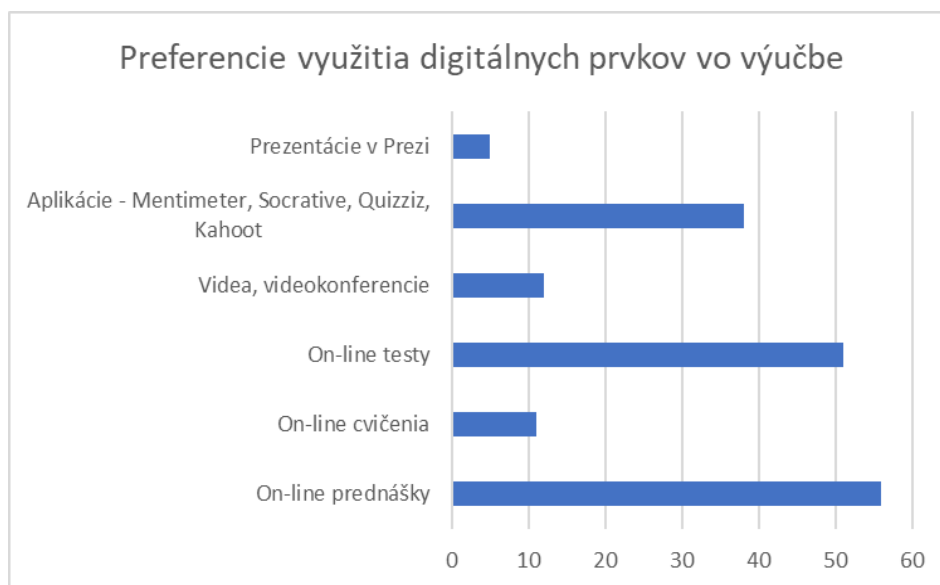
Implementácia digitálnych technológií si vyžaduje odborníkov, ktorí majú úplne nové kompetencie, ktoré spôsobujú reorganizáciu systému vysokoškolského vzdelávania. Učiteľ je kľúčovým činiteľom úspešného zavádzania digitálnych technológií vyučovania a procesu učenia sa. Pokiaľ ide o zavádzanie a používanie digitálnych technológií, kladú sa na učiteľov mnohé očakávania. V tejto súvislosti vznikol Európsky rámec digitálnej gramotnosti pedagógov, ktorého primárnym cieľom je reflektovať existujúce programy či nástroje a syntetizovať ich do koherentného modelu, ktorý umožní učiteľom na všetkých úrovniach zrozumiteľne hodnotiť a rozvíjať svoje pedagogické digitálne kompetenčne (Redecker, 2018). Proces digitalizácie vo vysokoškolskom systéme sa uskutočňuje v priebehu posledných rokov aj v Českej republike. Týmto procesom v súčasnej dobe prechádza aj Vysoká škola ekonomická v Prahe, ktorá zisťovala postoje študentov k novým metódam pričom bolo preukázané, že študenti majú veľký záujem o elektronické formy vzdelávania (Vysoká škola ekonomická v Praze, 2019). Keďže študijné programy na VŠE sa realizujú predovšetkým prezenčnou formou, škola zahájila prostredníctvom riešenia projektu OPVVV diskusiu o implementácii blended – learningu, t.j. kombinácia prezenčnej výuky s on–line výučbou (kombinovaná výučba). Je nesporné, že elektronické vzdelávanie má svoje výhody napr. študent študuje v čase, ktorý mu vyhovuje, študent nemusí dochádzať do školy a môže študovať u inštitúcie takmer kdekoľvek na svete, výučba prebieha pre mnohých v modernom a atraktívnom výukovom prostredí, študujete svojim tempom, štúdium môže začať kdekoľvek a pod. To si samozrejme vyžaduje, aby študenti boli značne motivovaní. Medzi zjavné nevýhody patrí napr. závislosť na počítačových technológiách a prípadných problémoch s nimi, študenti musia byť značne motivovaní, aby štúdium zvládali, náročná tvorba výukových kurzov a pod. Takže z tohto pohľadu považujeme výber blended – learningu za optimálny spôsob digitalizácie vzdelávania na VŠE.

V ďalšej časti príspevku budeme prezentovať výsledky diagnostického výskumu, ktorý sme realizovali na Katedre didaktiky ekonomických predmetov VŠE v Prahe vo voliteľnom kurze Prezentačné a komunikačné technológie v moderných koncepciách vzdelávania v akademickom roku 2016/2017, 2017/2018 a 2018/2019. Naším primárnym zámerom bolo zefektívniť výučbu daného kurzu. Cieľom realizovaného diagnostického výskumu bolo okrem iného zistiť preferencie využívania digitálnych prvkov výučby pre zvýšenie kvality vyššie uvedeného kurzu. Položili sme si nasledujúcu otázku: „*Aké moderné prostriedky a technológie by prispeli z zlepšeniu kvality kurzu?*“

Main part

Metodológia výskumu

Diagnostického výskumu sa celkovo zúčastnilo 60 študentov magisterského štúdia (2016/2017 n=23, 2017/2018 n=23 a 2018/2019 n=14). Výskumnou metódou bolo dotazníkové šetrenie. Nasledujúci graf č. 1 prezentuje preferencie využitia digitálnych prvkov vo výučbe voliteľného predmetu Prezentácie a komunikačné technológie v moderných koncepciách vzdelávania.



Graf 1: Preferencie využitia digitálnych prvkov vo výučbe

Výsledky jasne naznačujú, že študenti by privítali presun rutinného výkladu, ktorý je typický pre prednášky do on–line podoby, radi by využívali možnosť on–line testov a pre spiestenie výučby aplikácie, ktorých primárnym cieľom je zábavnou on–line formou realizovať spätnú väzbu, kvízy, súťaže a pod. Naopak väčšina študentov odporúča využívať on–line nástroje na cvičeniach, kde sa kladie dôraz na rozvoj komunikačných a sociálnych kompetencií, ktoré považujú pre ich uplatnenie na trhu práce mimoriadne dôležité. Potvrzuje to aj výskum Chromého (2017), ktorý zistil, že za najdôležitejšie kompetencie považujú manažéri organizačné a komunikačné zručnosti, správne stanovovanie cieľov a riešenie rôznych problémov. V súčasnej dobe sa v kurze využívajú predovšetkým prezentácie, videa a súčasťou študentských projektov je využitie vybranej aplikácie (Kahoot, Mentimeter a pod.). Výsledky naznačujú pozitívny prístup k implementácii digitálnych prvkov a tiež preferenciu kombinácie prezenčnej výučby (face to face) a on–line výučby. V tomto smere je namieste, že vysoká škola dáva prednosť blended – learningu.

Otázkou samozrejme zostáva pripravenosť učiteľov na transformáciu systému vzdelávania. Musíme klásť otázky typu: Aký obsah môžeme previesť do on–line podoby? Je pre mňa komfortné tvoriť on–line materiály a prezentácie? Som digitálne gramotný? Je asi zřejmé, že bez prípravy učiteľov to asi nepôjde.

Naším primárnym cieľom by malo byť využívať potenciál moderných digitálnych technológií a to predovšetkým na rozvíjanie samostatnejších a flexibilnejších procesov, a zabezpečiť podporu aktívnejších a zodpovednejších prístupov k učniu. Digitálne

technológie nám umožňujú vnímanie poznatkov viacerými zmyslami a tým, v porovnaní s tradičnými formami vzdelávania, umožňujú dosiahnuť vyšší efekt vo vzdelávaní.

Conclusion

Problematika digitalizácie vzdelávania je mimoriadne aktuálnou oblasťou, ktorou sa zaoberajú mnohé vzdelávacie inštitúcie v Českej republike aj v zahraničí. Pojem digitálna gramotnosť sa skloňuje vo všetkých pádoch. Učiteľ 21. storočia by mal byť schopný efektívne využívať moderné digitálne prostriedky a technológie a tým zefektívniť pedagogický proces. Výuka by mala mať činnostný charakter a mala by predovšetkým reflektovať potreby a záujmy novej generácie. Výsledky nášho výskumu naznačujú smer, ktorý je potrebný reflektovať. Je zrejmé, že študenti pociťujú potrebu byť zaangažovaný v riadení vlastného procesu učenia.

Acknowledgments

Tento článok vznikol v rámci inštitucionálnej podpory VŠE IP 100040 a s podporou projektu IGS VŠE F1/7/2018.

References

- [1] De Pablos, J.M, Colas, M.P., Gracia, A.L., & Garcia–Lazaro, I. (2019). Uses of digital platforms in Higher Education from the perspectives of the educational research. *REDU–REVISTA DE DOCENCIA UNIVERSITARIA*, 17 (1), 59–72, [online]. [cit. 2019–11–12]. DOI: 10.4995/redu.2019.11177.
- [2] Chromý, J. (2017). Zahraniční zkušenosti pro výuku manažerů. *Media4u Magazine*. 2017, 14(3), 34–36. [online]. [cit. 2019–11–14]. ISSN 1214–9187. Dostupné na: <http://www.media4u.cz/mm032017.pdf>
- [3] Plotnikova, E. (2019). Digitalization of education in the leading universities of Saint Petersburg. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 497(1), [online]. [cit. 2019–11–12]. DOI: 10.1088/1757–899X/497/1/012047.
- [4] Redecker, Ch. (2018) *Evropský rámec digitálních kompetencí pedagogů (DigCompEdu)*. Praha. Národní ústav pro vzdělávání. [online]. [cit. 2019–11–10]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/cz-evropsky_ramec_digitalnich_kompetenci_pedagogu_digcompedu-2018-11.pdf
- [5] Tømte, C.E., Fosslund, T., Aamodt, P.O. & Degn, L. (2019). Digitalisation in higher education: mapping institutional approaches for teaching and learning, *Quality in Higher Education*, 25(1), 98–114, [online]. [cit. 2019–11–12]. DOI: 10.1080/13538322.2019.1603611.
- [6] VŠE V PRAZE. Postoj studentů VŠE v Praze k novým metodám výuky. Výstup z projektu OPVVV reg. č. CZ.02.2.69/0.0/0.0/16_015/0002342.

Notes on the Role of Electronic Media in Secondary and University Education

Radka Löwenhöfferová, Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, s.r.o.,
lowenhofferova.radka@ujak.cz

Abstract

The wider availability of higher education at present triggers different debates on the issue of teaching quality within this link of education. The article is based on the assumption that university education should follow secondary education in many areas. The electronization of teaching where both levels of education use digital didactic technologies to a different extent is a particularly sensitive area. Within the pilot verification of the academic grant, the author of the article has explored the situation at secondary vocational schools that “supply” their graduates for the study at the Jan Amos Komensky University. This investigation needs to be considered as a first step, a first feedback, a certain starting point for drafting didactical resources at the university. In this context, both theory and practise make a legitimate requirement for the university education to further develop in a creative way the didactic component of the teaching due to the set goals and graduates’ profiles.

Keywords

Classical University; Secondary education; University education; Elektronization of teaching, Digital didactic technologies; Teachers’ didactic competencies

Introduction

V akademické sféře se dnes vedou diskuze o charakteru univerzitního vzdělávání zvláště o situaci, kdy se postupně ve veřejném prostoru ztrácí původní „ideál“ klasické univerzity. Univerzita (universitas magistorium et scholarium), tj. celek učitelů a žáků představuje v historickém pohledu vyšší vědeckou a vzdělávací instituci. Tato instituce je v mnohém ohledu největším úspěchem evropské kultury a civilizace. První univerzity byly založeny v XI a XII století v Boloni a Paříži. Univerzity získávaly postupně stále více na své univerzálnosti, obecné dostupnosti a budovaly vnitřní autonomii charakterizovanou vědeckou a tvůrčí svobodou. Univerzity v historii poměrně rychle získaly globální, celosvětový charakter. Byly také symbolem zvláštní „intelektuální vznešenosti“ a lidské důstojnosti, vážnosti a volnosti ve znamení vědecké kreativity a didaktického umění. Byly nositeli vědeckých úspěchů a kulturního pokroku, odvážného získávání vědecké pravdy a jejího hlásání slovem i písmem. Byly současně symbolem pravdy a objektivitu, učitelské autonomie a nezávislosti, čestnosti a poctivosti. Byly také protknuty duchem demokracie a samosprávy, služeb společnosti i celému lidstvu.

Main part

Na příkladu názorů německých myslitelů Humboldta a Schleiermachera si můžeme přiblížit pedagogické paradigma klasické univerzity. Humboldt (2000) hlásal „program vzdělávání prostřednictvím vědy“. Tento koncept předpokládal, že na univerzitu vstupuje student s potřebnou vyspělostí, připraven se podílet na výzkumu, neboť již „učení se učení“ se již naučil ve školní výuce. Prostředí vzdělávání tvoří společný výzkum učitele a studentů. Jednota výzkumu a výuky je základním momentem univerzitního vzdělávání a

představuje jeho výrazný sociální rozměr. Schleiermacher (2012, s. 10) hovoří o tom, že vysokoškolští učitelé mají do výuky přenášet „život a nadšení, morálku a ctnost“ a cílem výuky by měla být „pravda ne hra“. Co se týče podoby výuky tak Schleiermacher na rozdíl od Humboldta staví silně na přednáškách. Přednáška na katedře je podle něho „svátostí“ univerzity. Přednáška by měla v sobě spojovat „populární“ a „produktivní“ momenty a měla by přivést myšlenky do vědomí studentů. Oproti Humboldtovi Schleiermacher „učení se učení“ počítá k základním úkolům univerzity.

V rámci diskuze o charakteru vysokoškolského vzdělávání v současnosti se objevují názory, že „univerzitní realita“ stále více odráží politické a sociální vztahy v rámci jednotlivých zemí. Výstupy tohoto vzdělávání jsou stále více „podřízeny“ požadavkům trhu práce a univerzity se stávají stále vlivnějším faktorem globální hospodářské soutěže a prvkem konkurenční schopnosti států. Na druhé straně slábne původní smysl univerzit reflektovat obecný stav kultury a duchovna (náboženství, filozofie, umění, zvyky apod.) různých komunit obyvatelstva nebo celých geografických oblastí. Ve světle těchto názorů lze konstatovat, že přes všechny změny v současné době dosud žijí některé prvky klasické univerzity. Jeden velmi důležitý koncept zůstává a tím je didaktický model výuky. I současné univerzity se opírají o přednášky, na které navazují semináře (společenské a humanitní vědy) a cvičení (technické, přírodní, zdravotní a zemědělské vědy). V čem se jednotlivé školy liší je míra elektronizace, resp. digitalizace výuky. Ve vysokoškolském vzdělávání jsme dnes svědky tzv. kybernetické revoluce, kdy tradiční metody a formy jsou doplňovány nebo i částečně nahrazovány on–line i off–line komunikačními nástroji.

Schlüter a Strohschneider (2009, s. 45) poukazují na skutečnost, že dnešní širší dostupnost vysokoškolského vzdělávání by měla co v nejjednodušší formě vést k vytvoření možnosti volby pro studenty co se týká způsobů učení. Výsledek vysokoškolského vzdělávání by měl vést podle těchto autorů k tomu co „Klafki nazývá schopnost k rozumnému sebeurčení, schopnost k autonomii, ke svobodě vlastního určování a vlastních morálních rozhodnutí“, což představuje důležitou kompetenci pro odpovědné zacházení učitelů se studenty. K dosažení cílů vysokoškolského vzdělávání by měly vysoké školy zacházet stejně s přenosem jak odborných, tak technických znalostí, tak i s formováním osobních a sociálních kompetencí studentů. V tomto kontextu autoři mluví o tom, že tato praxe, kdy student spoluurčuje průběh výuky je dokonce určitým prohloubením fungování prvků klasické univerzity v dnešní době.

Buda (2017, s. 17) je toho názoru, že univerzitní vzdělávání musí ve stylu výuky navazovat na sekundární vzdělávání. Uvádí v tomto kontextu výsledky výzkumů, které prováděla Univerzita v Debrecenu na středních školách, které nejvíce „dodávají“ její studenty. Výsledky těchto výzkumů ukazují, že střední školy v daném regionu svoji výukovou činnost realizují z 80 % prostřednictvím „klasických“ didaktických prostředků jako je tabule, křída a učebnice. Prostředky informačních technologií se ve středním školství uplatňují jen velice „epizodicky“ v závislosti na nedostatečně rozvíjející se materiální základně těchto škol. Je zajímavé, že velká většina studentů (přes 93 %) uvedlo, že ve svém učení digitální technologie využívá pravidelně.

Autorka této statě v rámci svého projektu provedla pilotní empirické šetření zaměřené na zjištění míry využívání elektronických prostředků v učení studentů středních odborných škol zaměřených na obory andragogika a personální management. Šlo jen o orientační sondu, která měla ukázat styl učení budoucích potenciálních studentů Univerzity Jana Amose Komenského. Výsledek šetření, kterého se zúčastnilo 114 studentů ukázal, že „klasické“ elektronické prostředky (PC a internet) využívá 89,32 %, chytré telefony a různé mobilní aplikace využívá 28,16 %, zatímco tablety či Ipady využívá jen 16,5 %

zkoumaných. Daný výsledek šetření zapadá do obecně známé skutečnosti, že v našem středním školství není jasně stanoven a metodicky sjednocen systém využívání didaktických prostředků, zejména těch současných, elektronických. V řadě případů závisí na typu konkrétní školy a na přístupu vedení, resp. jednotlivých učitelů v jaké míře využijí a celkově aplikují moderní informační komunikační technologie. Nicméně je jasné, že ve společnosti tzv. e-komunikace tvoří důležitou součást profesního i mimopracovního života lidí. Podle názoru autorky tohoto textu se pro vysokou školu vyplatí sledovat způsoby výuky v předchozím stupni sekundárního vzdělávání. Vlastní didaktický proces na vysoké škole by na tuto praxi měl navázat a postupně ji rozvíjet. Univerzita by měla být polem pro velmi širokou diverzifikaci didaktických prostředků, polem pro širokou individualizaci učení studentů.

Při hledání souvislostí s didaktickými otázkami sekundárního vzdělávání nelze, než nevzpomenout dnes již legendární konferenci v americkém Woods Hole na Cape Codu, kterou svolala Národní akademie věd v USA v roce 1959. Celkem 35 vědců z přírodovědných, společenských oborů a pedagogiky více než 10 dní diskutovalo o zlepšování výuky na školách. Cílem konference bylo prozkoumat vzdělávací procesy z různých hledisek. Jednalo se celkem v pěti pracovních skupinách, jejichž tématem bylo učební osnovy, učební pomůcky, motivace učení, úloha názorů studentů při učení a myšlení a poznávací procesy při vzdělávání. Bruner (1965, s. 24–27) zdůrazňuje, že závěry konference přinesly do sekundárního vzdělávání tři důležité aspekty. Na výsledky výuky má vliv strukturované učení studentů, jejich připravenost k učení a jejich intuitivní a analytické myšlení. V závěrech konference bylo též doporučení podpořit výuku didaktickými prostředky tehdejší doby jako byly film, rozhlas, televize, vyučovací stroje apod. Tyto audiovizuální přístroje byly označeny jako „hlavní hybnou silou vyučování“. Nicméně se tehdy velmi různily názory na to, v jaké míře mají pomáhat učitelé. V diskuzi se objevilo stanovisko, že „učitel musí být jediný a konečný rozhodčí o tom, jak vykládat daný předmět a jakých užít prostředků“.

V oblasti univerzitního vzdělávání k tomuto aspektu přistupují i další didaktické souvislosti. Velmi adresně se v tomto smyslu vyslovil Suchodolski (2003, s. 121), který požaduje, aby vysokoškolské vzdělávání „neposkytovalo jen odborný diplom a osvědčení, které by umožňovalo povýšení v práci, ale takové, které bude mít charakter uspokojování osobních a intelektuálních a neprofesionálních potřeb nebo které nebylo spojeno jen s budoucím povoláním“. V tomto kontextu Miklošiková (2013) upozorňuje na důležitost tvořivosti v didaktickém procesu, která podporuje různé nápady, nová řešení, inovace ve vysokoškolské výuce. Vztah vysokoškolského učitele a studentů by měl mít výrazné sociální aspekty zahrnující empatii, porozumění a srdečnost.

Conclusion

Problematika vysokoškolské didaktiky zejména ve vztahu k elektronizaci výuky je velmi široká. Předložený příspěvek se zabývá kompatibilitou sekundárního a univerzitního vzdělávání v této oblasti. Empirické šetření v podobě sondy do středních odborných škol profilově odpovídající zaměření jednoho studijního programu Andragogika ukázalo, že studenti sekundárního vzdělávání nejvíce využívají ve svém učení PC a internet (téměř 90 %) při souběžném použití mobilních aplikací (téměř 30 % studentů). Tato zjištění jsou do značné míry signifikantní pro jejich další vzdělávání na vysoké škole. Obecně je nutno elektronickou oblast výuky dále rozvíjet, modifikovat a posilovat možnost nyní již vysokoškolských studentů volby použití digitálních prostředků učení. Autorka této stati bude v další části svého vědeckého grantu tuto problematiku dále upřesňovat a rozpracovávat.

References

- [1] BUDA, A. (2017) *IKT és oktatás: együtt vagy egymás mellett?*. Szeged: Belvedere Meridionale, 2017. ISBN 978–615–5372–68–1.
- [2] BRUNER, J. S. (1965) *Vzdělávací proces*. Praha: SPN, 1965 (bez ISBN)
- [3] HUMBOLDT, A. (2000) *Ansichten der Natur und Kosmos*. Berlin: Euroasia Institut, 2000 (interní materiál bez ISBN)
- [4] MIKLOŠÍKOVÁ, M. (2013) *Didaktika pro tvůrčí vysokoškolské učitele technických předmětů*. Žatec: Ohře Media, 2013. ISBN 978–80–905122–4–5.
- [5] SCHLEIERMACHER, F. (2012) *O náboženství: promluvy ke vzdělavcům mezi jeho utrhači*. Praha: Vyšehrad, 2012. Reflexe. ISBN 978–80–7021–849–5.
- [6] SCHLÜTER, A., STROHSCHNEIDER, P. (2009) *Bildung? Bildung!: 26 Thesen zur Bildung als Herausforderung im 21. Jahrhundert*. Berlin: Berlin Verlag, c2009. ISBN 978–3–8270–0849–7.
- [7] SUCHODOLSKI, B. (2003) *Theuses of social science*. New York: Routledge, 2003. ISBN 0–415–26496–0

Factchecking In The Formation Of Media Literacy 2019

Viktorija Markova, Kharkiv State Academy of Culture, vicmark777@gmail.com

Abstract

The article substantiates the role of fact checking in the formation of media literacy. The activity of fact-checking projects in Ukraine is analyzed. The main directions are identified.

Keywords

factchecking, media literacy,

Introduction

Медиаграмотность представляет собой результат медиаобразования. Следует отметить, что хотя термин «медиаобразование» достаточно новый, впервые он был использован в 1973 году на совместном заседании сектора информации ЮНЕСКО и международного совета по кино, телевидению и аудиовизуальной коммуникации, размышления об амбивалентности функционирования медиа в обществе и необходимость защиты от их негативного влияния начались еще в теоретических работах исследователей коммуникации с 20–30-х гг. XX в. [1] В полной же мере это было достигнуто с распространением, говоря в терминологии М. Маклюэна «электрических» средств коммуникации, их диверсификации, а затем и с массовым распространением электронной коммуникации. Именно М. Маклюэну принадлежит мысль о необходимости изучения влияния медиа для эффективного ответа на те вызовы, которые несут изменения конфигурации в коммуникационной сфере общества: «Просвещение — идеальное средство гражданской защиты от побочных последствий средств коммуникации» [2, с. 220].

Большинство специалистов сходятся во мнении, что медиаграмотность представлена двумя основными направлениями. Во-первых, умениями и навыками, связанными с восприятием, анализом и оценкой медиатекстов, во-вторых, с созданием и передачей собственных медиатекстов. И первое, и второе непосредственно связаны с развитием критического мышления, поскольку и при восприятии, и при репрезентации, мы сталкиваемся с тем, что имеем дело с определенным количеством фактов, на которых базируются наши оценочные суждения. И одной из важнейших процедур, обеспечивающих понимание и интерпретацию, является необходимость убедиться в их достоверности. В этой связи особую актуальность в формировании медиаграмотности приобретает процедура фактчекинга.

Следует отметить, что фактчекинг несмотря на свою популярность как вид практической деятельности, еще не стал полноправным объектом теоретических исследований в Украине. На сегодняшний день ему посвящено только ряд научных публикаций (В. Иванов, Г. Почепцов, Ю. Полтавец, В. Шевченко). В тоже время в отечественном медиа-пространстве функционирует целый ряд фактчекинговых ресурсов, некоторые медиа имеют фактчекинговые рубрики, эта деятельность активно освещается и поддерживается различными общественными организациями в области медиа. Роль фактчекинга в формировании медиаграмотности еще не нашла своего теоретического обоснования, чем обусловлена актуальность данной работы.

Main part

Фактчекинг — это процесс исследования данных для выяснения их достоверности. Он является производным от термина «фактчек» (от англ. Fact checking – проверка фактов, данных, сведений), представляющий собою формат журналистики расследований. Следует отметить, что за последние годы он превратился в отдельный медиа–тренд, который имеет свои оригинальные особенности, структуру, методологию. Направленность тренда / концепта на проверку тех или иных данных, дает основания классифицировать его как направление журналистики контроля. Свидетельством популярности и распространенности этого направления является то, что в мире сейчас функционирует более 130 медиа, позиционирующих себя исключительно в формате фактчек–ресурсов, около 20 из которых находятся на постсоветском пространстве. Консолидацией фактчек–ресурсов занимается Международная сеть фактчекеров института ROYNTER (international fact-checking network@roynter), которая оказывает консультационную, методическую, правовую, финансовую помощь фактчекерским ресурсам, а также разрабатывает стандарты этого вида деятельности [3].

Трудно не согласится с тезисом Н. Лумана, которым он начинает свою книгу «Реальность медиа»: «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа» [4, с. 8]. Именно массмедиа формируют нашу реальность, давая нам информацию о том, о чем мы никогда не можем узнать непосредственно. Поэтому от того, насколько достоверной будет эта информация, зависит и наша картина мира, и наши последующие действия в этом мире, и те решения, которые мы принимаем. В тоже время особенностью массмедиа является акцентирование внимания на текущих событиях, которые постоянно сменяют друг друга. Современные информационные потоки характеризуются повышенными объемом и скоростью, практически не оставляющие шанса для проверки их на достоверность. А появление конвергентных медиа привело к тому, что эта скорость постоянно возрастает, а объемы увеличиваются буквально в геометрической прогрессии. Реальность искажается как на стадии создания и передачи информационного сообщения, то есть сотрудниками медиа–сферы, так и на стадии генерирования сообщения источником информации (публичными лицами). В конечном итоге это приводит к тому, что медиа–сообщения перестают вызывать доверие, что негативно сказывается на коммуникативной сфере общества в целом.

Такая ситуация вызвала к жизни появление фактчекинга. Считается, что первым фактчекинговым ресурсом стал PolitiFact ([Http://www.politifact.com/](http://www.politifact.com/)) в 2007 г. (США). Он занимается проверкой фактов в заявлениях политиков. Каждому выражению присваивается рейтинг «Truth–O–Meter» [5].

Первым фактчекинговым ресурсом в Украине стал аналитический портал «Слово і діло», возникший в 2008 г. и специализирующийся на проверке обещаний политиков. С целью опровержения фейков российской пропаганды с марта 2014 г. функционирует ресурс «StopFake». Летом 2014 г. появилась независимая аналитическая платформа VoxUkraine, в рамках которого функционирует и фактчекинговый проект VoxCheck, выявляющий ложь и манипуляции в заявлениях политиков. В феврале 2016 г. активистами общественной организации «Украинская команда реформаторов» был основан проект «FactCheck–Ukraine» (с 2018 г. первый межрегиональный фактчек–проект «Без брехні»). Наряду с вышеперечисленными в Украине работает еще несколько проектов, занимающихся фактчекингом («Чесно»,

«Гра слів», «Дослівно», «По той бік новин»). Все проекты работают с использованием грантовой поддержки.

Роль подобных медиа–ресурсов в обществе заключается в том, что они самим своим существованием показывают, что факты можно и нужно проверять. Но в тоже время анализ количества подписчиков на эти ресурсы в фейсбуке свидетельствуют об их незначительной популярности: «Слово і діло» — 93861; «StopFake» — 64686; VoxUkraine — 21684; «Без брехні» — 1383. В других социальных сетях популярность еще более низкая.

Причем фактчек–проект «Без брехні», имеющий наименьшее количество подписчиков, занимается наиболее многогранной и всесторонней просветительской работой в данном направлении. Именно он основал сеть региональных фактчек–медиа, издал первый в Украине учебник по фактчеку, создал первый в Украине рейтинг «Брехні/Правди» политиков, провел более 70 тренингов по авторским программам. Данный медиа–ресурс публикует фактчекинговые расследования и статьи, посвященные фактчекингу. На протяжении своего существования он реализовывал себя в различных форматах: в сети, в режиме телетрансляции. Наибольшее количество проверок заявлений политиков в рамках проекта — 520 — приходится на 2017 г. [6]. В дальнейшем проект становится межрегиональным, и сотрудники сосредотачивают свою работу на создании и развитии региональной сети, а также начинают очень активно заниматься тренерской работой. Он становится обязательной составляющей в подготовке тренеров по медиаграмотности по программам «Не довіряй — перевіряй» от IREX и Академией DW. Кроме того, проводятся многочисленные тренинги для журналистов, преподавателей и студентов журналистских факультетов во многих регионах страны. Важным в этой деятельности является «сетевой» подход, поскольку подготовленные тренеры по медиаграмотности будут нести полученные знания своим аудиториям, а преподаватели — интегрировать их в свои курсы. Поэтому в данном случае можно сделать вывод о том, что наряду с непосредственной фактчекинговой деятельностью большую роль в повышении медиаграмотности занимает образовательная, дающая возможность каждому желающему овладеть методикой фактчека.

Если вышеперечисленные фактчек–ресурсы сосредотачивают свое внимание на фактчеке либо заявлений политиков («Слово і діло», «VoxUkraine», «Без брехні»), либо на информационных сообщениях российских СМИ («StopFake»), то появившийся совсем недавно проект Института развития региональной прессы «По той бік новин: я не вірю на слова» отличается более широким тематическим охватом. Своим читателям он адресует инфографики, тесты, статьи с экспертами по медиаграмотности, пошаговые инструкции и инструменты противодействия манипуляциям и фейкам. В рамках проекта подробно разбираются кейсы для того, чтобы показать как манипулятивные технологии реализуются в социальных сетях и СМИ. Сотрудники оперативно выносят вердикты по текстам, циркулирующим в СМИ, самой разнообразной тематики. Об успешности данного проекта свидетельствует то, что начав свою работу в виде фейсбук–паблика с августа 2018 г. он уже имеет в фейсбуке 23 508 подписчиков. Во многом это можно объяснить тем, что проект откликается на просьбы читателей о проверке той или иной информации, наглядно показывая, как именно они это делают. Тем самым проект способен убедить любого адресанта медиа–сообщений, что средства, которыми осуществляется проверка, действительно работают. Возникновение подобного ресурса заполняет лауну в таком виде фактчека как фактчек СМИ, до недавнего времени отсутствующего в украинском медийном пространстве, но который

достаточно распространен на Западе. Фактчек СМИ дает возможность, в том числе, делать и экспертные заключения, касающиеся соблюдения журналистских стандартов. Их последствием может быть то, что определенные медиа–ресурсы, злоупотребляющие фейками, вызовут соответствующее отношение у своих потребителей.

Анализ деятельности существующих фактчек–проектов показывает, что они уделяют не достаточное внимание своему продвижению: не используют всего многообразия каналов коммуникации; в ограниченных масштабах используют аудиовизуальный контент; не достаточно представлены в социальных сетях. Очевидно, что фактчекинг в Украине полностью не заполнил нишу в медиа–пространстве.

Conclusion

Безусловно, фактчекинговые расследования физически не могут охватить все заявления публичных персон, а тем более все сообщения, которые циркулируют в медиа, да и не у такой большой части населения появляется желание читать подобные исследования, но все же фактчек–ресурсы демонстрируют нам возможности этой деятельности, задавая тем самым высокую планку медиаграмотности, показывая, что отнюдь не любой факт можно принимать на веру. Кроме того, фактчекинговые ресурсы могут проводить образовательную деятельность, обучая обычных людей навыкам фактчекинга, что может реализовываться в виде тренингов, издании методических пособий. Перспективными в этой связи могут быть вебинары, более активный охват социальных сетей, создание контента для распространения в You tube.

References

- [1] Пітерс Д.Д. (2004) Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Д.Д. Пітерс; Пер. с англ. А. Іщенко.— К.: Вид. дім “КМ Академія”, 2004.— 302 с.
- [2] Маклюэн Г. М. (2007) Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. — М. : Гиперборей; Куликово поле, 2007. — 464 с.
- [3] Гороховський О. Фактчек: Практичний посібник
- [4] Луман Н. (2005) Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2005. 256 с.
- [5] Шевченко В. (2018) Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі / В. Шевченко // Образ. — 2018. — № 1. — С. 140–153.
- [6] Без брехні: факт чек політичної риторики Режим доступу: <https://www.bez-brehni.com/>

The Social Role of Contemporary Media Criticism: Problems of Public Trust in the Media

Alla Mykolaienko, Kyiv National University of Culture and Arts, alla-mykolaenko@ukr.net

Abstract

The purpose of the article was to highlight the social role of media criticism due to issues of public trust in media. Four types of media reputation were considered. Their essence and impact on the image of a particular edition are compared. Emphasis is placed on the fact that not necessarily the various types of media reputation (social, political, commercial, professional) are combined in the practice of the media. The impact of the media on the moral and mental health of the audience is analyzed, in particular because of the current phobia. The concept of information immunity and the importance of media studies for its development are considered. The concept of information immunity and the importance of media studies for its development are considered. The focus is on the realities of Ukraine. The article deals with professional media critical publications (“Mediacritica”, “Telecritica”, “Media Sapiens”, “Detector Media”, “Media Lab”, “Media Business Reports”) that do not have wide audience coverage because their readers are mostly journalists.

Keywords

media criticism, media reputation, public trust, public opinion, information space.

Introduction

Public trust in the media is an important fundamental value for the development of a society in a democratic society. Trust should not be instilled in the audience: it needs to have a strong rational basis, based on knowledge and understanding of the mechanisms and specifics of media activity, people's ability to independently analyze, interpret and evaluate media content. Therefore, the social role of media criticism is particularly relevant today.

Nowadays, media-critical publications develop and work in the world, they comprehensively investigate the activities of the media. It is about analyzing the areas of criticism of the press, radio, television and online media. Media criticism has emerged as a field of contemporary journalism within which critical knowledge and evaluation of aspects of the functioning of the media is carried out, including creative, professional, ethical, legal, economic and technological.

Main part

The issue of media criticism and its role in society has attracted the attention of scientists. It's about J. Holodnikova [1], A. Dovzhenko, [2] A. Korochensko [3], B. Potyatynnyk, [4] A. Sulim [5] works. However, issues of public trust in the media have not been comprehensively addressed by researchers.

In a democracy, journalism contributes, together with other social institutions, to a broad social consensus, that is a coherent position of different social groups on the most important issues of social development.

In practice, social consensus can be the result of democratic interaction, dialogue between different social strata and the authorities, as well as fabricated political and economic elites. The manipulation of the consciousness of the media audience leads to the distortion of public opinion, imposing mythology on the society, illusory ideological schemes, ideas, assessments and moods.

Media criticism can be a real expression of the numerous positions and interests of different social groups in the media, playing the role of one of the channels of civic influence on their activities. After all, media criticism acquaints the public with the generalized results of scientific research on the content of the media and their social functioning, and discusses problems of mass communications outside the narrow circle of specialists.

In order to analyze the criteria of public trust in the media, there are four types of media organizations' reputation: public, political, commercial and professional.

Media reputation is created by the media, meeting the demands and expectations, the cultural level and moral values of the audience. Political reputation forms when a media organization acquires the image of a powerful, authoritative source of information independent of the government. Accordingly, the loss of the image leads to the erosion of the political reputation. A commercial reputation in a positive media outlet is created when advertisers, investors, and shareholders of the display enterprise, other commercial partners see it as an effective advertising tool, a reliable commercial structure that ensures reliable investment and stable profit. Professional reputation is ensured by the observance of high professional standards.

In the perception of the public of one or another media, some types of reputation are not always combined with others in practice. Yes, a favorable commercial reputation may not be accompanied by a high professional or political reputation of the media (for example, the yellow press).

Therefore, it is the responsibility of media critics to constantly monitor and verify the public, political, commercial and professional reputation of the media through the correlation of their image with real activity.

An objective vision of the critics of the media space is important. Materials aimed at undermining the commercial reputation of some media outlets and promoting others are ethically unacceptable, as journalistic ethics are violated.

Constructive rational and critical treatment of the media in view of the naive credibility of the audience need to come today. The lack of critical analysis of media activity transforms the audience into potential victims of manipulative influence.

J. Golodnikova points out rightly: “Postmodern criticism of the consumer society is tantamount to criticism of the mass media because the improvement of communication channels and means of communication inevitably leads to the expansion or segmentation of the consumer audience” [1].

One of the actual tasks of media criticism is to protect the information environment, which contributes to the public well-being, preservation of the mental and moral health of people. The media reveal to portray dramatically intense events and stories (conflicts, dangers and threats, scandals, crimes, epidemics, catastrophes, etc.) that are perceived by the public as a sharp departure from the normal course of life in the competition for audience attention.

News amenable to selection on the basis of drama and taught mainly in the form of dramatic stories built on conflict, confrontation, struggle, leading to dominance in the media content information material negative.

The constant media attention to the conflict and display abnormal behavior, disasters and crime, violence and its victims, with detailed reproduction of detail violent acts of violence provokes deterioration of general psychological climate in society, the emergence of stress and neurotic conditions in consumer information.

It should agree with the researcher A. Sulima words: “In today's world of information technology is characterized by increase in the flow of information, the rapid development of information and communication technologies and the media system, which urgently requires the purposeful preparation of the individual for the competent and safe use of them” [5, p. 4].

The likelihood of losing an adequate orientation actually increases. The level of anxiety in society is increasing, there are all kinds of phobias. Let's look at the main ones that are primarily related to technological development:

Nomophobia is a fear of being left out. Today, 99% of people carry a mobile phone in their hands. The phone not only keeps you connected whenever you need it, but also lets you have fun and socialize with your friends without leaving your core business.

Neophobia is a fear of everything new. The modern world is developing very dynamically. Therefore, many are quick to perceive all the changes, but there are also people who not only find it difficult to adapt to new conditions, but even feel afraid about it. Such people are not convinced that change can lead to a dramatic improvement in their lives. Changing their place of life or work is a stress for them that they can't handle on their own.

Loginphobia is a fear of not leaving the social network on someone else's computer. Due to such negligence, it is possible to leave personal information to outsiders without protection. Fear that anyone can use a profile on a social network or read a personal correspondence, deprives a person of peace. Usually, such people only use their gadgets.

Phantom Call Syndrome – a person has auditory and motor hallucinations, it seems that the phone in his pocket is ringing or vibrating, although nothing really happens. Formation of a disorder is related to the use of a mobile phone. Any tingling or slight itching we begin to associate with the ring.

The Google effect. A person with such a disease is convinced that he do not need the knowledge any information because it is available on a constantly accessible network. However, even if someone thinks otherwise, it does not give him the immunity from the “Google effect”. The brain simply refuses to remember information, regardless of our will, knowing that it will be much easier to find data than to store it.

The Facebook Depression. The point is that people get depressed by social networking contacts or missing them. It is proved that the more time young people spent on Facebook, the worse their mood and attitude towards their lives. The point here is that people tend to only post pictures and news of themselves that expose them in a favorable light. As a result, it seems that friends and acquaintances have a better, brighter, and more fulfilling life than you do.

Considering the emergence of new mental disorders related to the media and the development of the internet space, it is an important task for media critics to systematically review media content, analyze and publish their results in order to form an adequate public opinion, mobilize citizens against destructive media influence.

Not only extreme events (catastrophes, killings, acts of terrorism, etc.), but also their media display can cause serious mental traumas. Mental trauma means an experience that goes beyond normal habitual experience and is conditioned by an event that causes fear, horror, and helplessness in most people.

Information immunity (common sense censorship) is capable to destroy the distorted media perception and acquisition of the above syndromes. At the same time, media critics are important in this regard.

Media criticism cannot be a panacea for the cynicism and moral unreadability of some media outlets. However, media critics should not refuse to educate a mass audience, although it is a difficult and time-consuming task, as the desire to fulfill it often diverges from commercial media orientations.

It is worth noting that media criticism materials are published mainly on the pages of professional publications (“Mediacritica”, “Telecritica”, “Media Sapiens”, “Detector Media”, “Media Lab”, “Media Business Reports”) and are intended mainly for the audience of media in the realities of Ukraine. As O. Dovzhenko notes: “Media criticism plays the role of one of the main mechanisms of self-regulation of the media space ideally, apart from the standard features inherent in it as a kind of journalism. For Ukrainian media realities based on the pathologies of an unhealthy post-Soviet economy, the gap between this ideal and reality is especially painful, in which media criticism is not yet sufficiently widespread and influential to fulfill this role” [2].

Works of mass media criticism, intended for the general public, are presented by single and rare columns, blogs or posts of interested readers. Materials of this magnitude, as well as the resources mentioned above, cannot reach a large audience. Moreover, rubrics and blogs (Andriy Rachinsky, Andriy Rushkovsky, Oleksandr Piddubny) provide non-systematic, emotional coverage of particular problems of media space.

The materials of the author's mass media criticism include personal observations, thoughts, reflections, assessments, attitudes to the phenomena and problems under consideration. The immediacy of judgments can be combined with superficial, shallow coverage of complex issues, and often tend to entertaining scale, so there is a likelihood of duplication of erroneous and unjustified estimates that are not actually confirmed. Therefore, while mass media criticism can perform a mission similar to that of a professional, it still cannot claim a sufficiently high level of objectivity.

It should be noted that media criticism can be a regulator of issues of public trust in the media, balancing the perception of the information space as a whole and its individual segments. The social role of media criticism makes it possible to critically evaluate and adequately perceive the place of particular media in public life. However, the formation of information immunity in the individual can not be guaranteed only by media critical materials, which play an important but not crucial role in the general perception of the activity of the media and their influence on public opinion.

Conclusions

Nowadays media criticism stands out as a field of contemporary journalism, within which critical knowledge and appreciation of aspects of the functioning of the media, in particular creative, professional, ethical, legal, economic and technological.

The level of public trust to the media depends on four types of media reputation: social, commercial, political and professional. Media critics are directly involved in their creation, because they are constantly monitoring the correlation of the image of different media with their real activity.

The influence of the media on the audience has led to the emergence of mental disorders and phobias, so the important task of media critics can be systematic examination of the media content, analysis and publication of their results in order to form an adequate public opinion, mobilize citizens against destructive media influence.

Among the Ukrainian editions publication of specialized media criticism are deserve attention first of all. Journalists of these resources monitor changes in the information field and in the perspective of media critics present their interpretation to the readers. However, specialized media criticism is popular mainly in professional circles and does not affect the level of understanding and acceptance of media space by a wide audience.

References

- [1] Голоднікова Ю. Парадокси української медіакритики. In: Медіакритика. № 16. URL: <https://www.mediakrytyka.info/drukovani/paradoksy-ukrayinskoyi-mediakrytyky.html>.
- [2] Довженко О. Медіакритика в Україні: недоросла й недооцінена. In: Медіакритика. URL: <http://www.mediakrytyka.info/media-filosofiya/mediakrytyka-v-ukrayini-nedorosla-y-nedootsinena.html> (дата звернення: 27.05.2019).
- [3] Короченский А. (2002) «Пятая власть?» Феномен медіакритики в контексте інформаційного ринка : монограф. Ростов: Международный институт журналистики и филологии, 2002. 272 с.
- [4] Потятиник Б. (2017) Медіакритика в системі журналістської освіти України: Львів – Київ – транзит. In: Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2017. Вип. 42. С. 54–61.
- [5] Сулім А. А. (2015) Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Дніпропетровськ, 2015. 242 с.

Using Of IoT for Educational Process Needs

Ľuboslav Straka, Technical University of Košice, luboslav.straka@tuke.sk

Abstract

In the last decade we have seen rapid development and application of modern technologies in all areas. The rapid development of modern technologies and their application in practice is undoubtedly related to the advent of a new industrial revolution, also called Industry 4.0. It is mostly oriented towards digitization not only of information but also of technical devices. Under her influence, not only the classic character of industrial production is changing, but also private life in households. At the same time, it seems that this is not just a current fashion hit. This is a serious trend that introduces broad-spectrum digitization into all areas. Therefore, it is also necessary in this context to change the forms of the educational process hitherto used and to adapt them to the modern trend. This article is focused on describing the possibility of using IoT for the needs of the educational process as one of the forms of digital didactic aids.

Keywords

Information and Communication Technologies (ICT), Internet of Things (IoT), digital teaching aids (DTA), education process.

Introduction

The rapid development and deployment of modern digital technologies in all areas of our lives brings many benefits (Berková, 2015). The most important advantage is the elimination of physically strenuous, potentially dangerous or routine work of people. Modern digital technologies aim to facilitate production processes in industrial production, as well as everyday life. Broad-spectrum communication between modern technological devices and their users has become a standard but also by users and technologies. Broad-spectrum communication between modern technological devices and their users has become a standard. In addition to the higher form of communication between technological equipment (Chromý, 2018), this area also includes common communication between state or private institutions, businesses, etc. Supply systems chain management (SCM) or using product life management (PLM) are also being put into practice. This significant shift in the technical field, which applies modern technologies in industry and in everyday life of people, is characterized as the fourth industrial revolution. It also referred to as Industry 4.0. In general, the application of Industry 4.0 principles in industrial production achieves an advanced development stage CIM. At this stage of development, modern technologies will dominate in the near future which include eg. IoT (Internet of Things). On the other hand, it should be pointed out that the application of modern digital technologies in industrial practice in accordance with Industry 4.0 principles places increased demands on the digital competencies of their users. And it is in this area that educational institutions find their application. As part of the educational process, their role is to enhancing students' expertise in their respective fields and to strengthen their digital skills.

Main part

Educational process in the context of Industry 4.0 principles

The initiation of the Fourth Industrial Revolution, also called Industry 4.0, was due to a significant decline in industrial production in recent years. Many world-renowned European companies have moved their production from their mother countries to countries with cheap labour. And it is these companies who feel the need to return production back to their home countries. However, this is hampered by low interest in manual labour and low-paid work. On the contrary, these countries have a relatively large number of top workers with high digital skills. The main idea of Industry 4.0 is to use these people. The whole concept is based on automation and data exchange within the technological groupings grouped in the production plant. The primary focus in this concept is on the integration of information technology (Chromý, 2017) and related data processing. Our country will have to gradually adapt to this modern trend of the introduction of modern information and communication technologies in common practice. If companies established in Slovakia want to remain competitive in the near future, they must adapt to this modern trend. Their main priority must be the automation of production, the digitization of control systems (Chromý, 2012), the use of communication networks to ensure both internal and external processes. At the same time, these changes must be oriented towards a closer interconnection of subcontracting, distribution and customer channels in accordance with the basic principles of Industry 4.0.

The basic principles of Industry 4.0 can be summarized as follows:

- digital interconnection of all systems and technologies;
- comprehensive interconnection of supply and customer chains;
- integration and interconnection of engineering processes from planning, development, production, testing, service and maintenance to the end of life of technical device;
- putting the modern technologies into practice in order to increase the flexibility and economic efficiency of the processes performed.



Figure 1: Scheme of basic principles of Industry 4.0 in modern society (source: internet)

As mentioned at the outset with support for the application of Industry 4.0 principles in common technical practice, but also in private life, educational institutions should also be helpful. Indeed, it can be strongly argued that any technically oriented educational institution will be forced to identify itself with Industry 4.0 principles in the near future. In this context, it is the application of educational methods in the form of e-learning with the application of highly sophisticated digital didactic aids (Chromý, 2011). Priority will be given to the educational process with the support of the modern digital Technologies (Krelová, 2007). This new approach in education places increased demands not only on

digital devices (Malega, 2011), but also the digital competences of teachers. However, the benefits will be greater efficiency of the education process, but also an obtained wealth of relevant information.

Basic characteristics of IoT

We had the opportunity to meet the term “Internet of Things” (IoT) for the first time in 1999, when it was defined by Kevin Ashton, founder of the Auto-ID Center. However, there is still no exactly definition of this term. In a simplified way, however, the term IoT can be defined as a system that allows communication between people and devices through the Internet. However, this communication does not only have to take place between highly sophisticated technical devices used for specific purposes, but also between devices commonly used in households. Their common feature, however, is mutual communication through wireless data transfer technologies (Straka, 2017) and the Internet.



Figure 2: Interconnection of technical devices and people in the digital world of IoT (source: internet)

A typical example of a common IoT application in homes is the intelligent control of lighting, heating system, security system and the like. Occasionally, the user does not even realize the presence of IoT in his normal life. For example, when email accounts or an exercise bracelet synchronize with your smartphone. In the future it will be possible to interconnect almost every technical device, which will not only be able to share data and communicate with each other, but also communicate with central applications, monitor trends, warn of deviations and provide the user with valuable information or initiate specific activities. For example, a robotic vacuum cleaner will send us information that it has been vacuuming, the refrigerator turn send information list to the supplier with the missing food. IoT also finds its application in the transport sector. Several companies are currently working intensively on developing systems to interconnect all devices of transport through the Internet. Through these systems and IoT using the devices of transport will communicate with each other in the near future. In practice, the driver will never be surprised by the obstruction behind a blind curve, a slippery road, or a traffic jam, etc., because receives this information on the display a few seconds in advance. The sensors on the parking spaces, connected by the IoT system, will in turn guide the driver to the nearest free space, respectively park the car automatically. This solution significantly will save time and fuel in finding a free parking space.

However, IoT technology has its primary application in the manufacturing sector. Its aim is to help increase production efficiency and productivity. By using IoT devices, for example, it will be possible to reduce business processes that are currently performed exclusively manually. They also have the advantage of reducing the number of human interventions,

which in turn should help to reduce errors due to human influence. However, the implementation of modern technologies in industrial production requires top experts. This forces employers to invest considerable financial in the training of their digital skills employees. At the same time, they require from educational institutions of the highest standard. However, this can only be achieved using the latest didactic devices. With the advent of fast Internet through 5G networks with data rates of up to 10 Gbps and support for Cyber–physical Systems (CPS), the real assumption is that the use of IoT will gradually become a common reality in the manufacturing sector. With CPS support, these are basically physical devices, with built–in digital data collection, processing and distribution tools which are most often connected to each other by wireless technologies. Combined with these wireless technologies, they form the basis for IoT applications. The combination of CPS, high–performance software and special user interfaces that are integrated into digital networks creates a whole new world of system functionality. These systems can currently operate on three levels. The first, lowest level is represented by the so–called identification technologies, such as RFID sensors (Radio Frequency Identification), which allow unambiguous identification of technical device. A higher level is represented by CPS technologies equipped with sensors and actuators. However, they have a limited range of functionalities. At present, the highest form is represented by CPS technologies that can store, analyse and process data with large capacity. They are equipped with several sensors and actuators.

Implementation of IoT in the education process

As mentioned above, the development and practical application of modern technologies in industrial production with the support of IoT requires top experts. However, this increases the demands placed on educational institutions. Their role is to lay a solid foundation for the future development of personal digital competences (Berková, 2016). Therefore, it will be necessary to apply the latest IoT oriented technologies in the education process with their constant updating. At the same time, it will be necessary to innovate existing or to build new laboratories oriented to the IoT application. The benefit will be a better, more efficient and smoother education process. In addition, these technologies make it possible to achieve perfect synergy between physical and virtual reality. They also allow students to absorb information from their environment (Opršal, 2018) and create opportunities for smooth transitions between different approaches to education. However, the primary condition for providing an intelligent learning environment is the material and technical provision of the classrooms (Pasiar, 2018). One of the basic building elements of these classrooms is eg. smart whiteboard. The application of classic blackboards no longer has a place here. The principle of intelligent whiteboards is based on the principle of interactive whiteboards used in the present. They can project images, texts and videos, but they cannot modify them or link them to reality. Smart whiteboard takes the interactive whiteboard application up a level. Through it, the teacher and the student can communicate with each other, making the exchange of information more efficient and simple (Náhlík, 2018). Information provided through this technology is thus less time consuming for both the educator and the student.



Figure 3: Practical application of smart board in the teaching process (source: internet)

Through the practical application of a smart board within the education process, students have the opportunity to look at the various processes taking place in the real practice and not just the data provided by the textbooks. At the same time, they have the possibility to monitor various sensor data or visualization by means of video cameras located at the factory. For example, the teacher can use the smartboard to learn the various processes taking place on the assembly line, for example in the field of automotive production, during the education of a professional subject. They can also observe the production process of the individual components or the test drive of the car just manufactured. These smart boards with IoT support can educate through direct involvement of students in the production process. Students thus feel directly interested, which positively influences their high motivation in education. At the same time, this new approach in education and retrieval of new information completely eliminates the use of classical textbooks. They are expensive and a few years old. The learning content provided on IoT devices is always up to date and can be tailored effectively to suit the specific needs of students. In addition, students do not routinely rewrite notes from the blackboard. Instead, they can watch and actively participate in the education process. They can download notes from the smart board later through the app. At the same time, absent students have access to these remarks. This substantially narrows the gap between off-line information obtained during active participation in the classroom and information obtained through the on-line user interface.

This modern approach in learning vocational subjects basically can fundamentally change the traditional way of education (Straka, 2016). This is a substantial change on the part of both the teacher and the student. At the same time what is presented on the digital board can, at the teacher's discretion, to be displayed simultaneously on the students' smartphones or tablets. The teacher can also send the necessary information to their e-mail and at the same time receive feedback from the students' personal educational facilities connected to the cloud. This ensuring perfect connectivity through which the educator can analysed the results of the educational process. Based on these facts, it can be unequivocally argued that the application of IoT in the education process is truly a unique tool (Šedivý, 2007), which allows educators to increase the effectiveness of their teaching while improving their learning outcomes. The future of IoT in education seems to have great potential. However, it will take some time to put IoT into the normal practice of the education process. The most important factor for its early implementation in the education process will be the ease of accessibility and ease of application of digital didactic aids. At the same time, teachers' minds will need to be changed in order to be willing to adapt to these new possibilities. Of course, this can only be achieved with the full support of the policy of educational institutions.

Conclusion

Education with using the digital technology now opens up unprecedented opportunities in many ways. IoT is one of these advanced applications that are gradually being implemented in the educational process. However, it will take some time for IoT to become a normal part of the education process. Therefore, the aim of the paper was to highlight the possibilities of applying IoT in the educational process and thus to motivate educators with the full support of the educational institutions policy to be willing to introduce these innovative digital didactic aids into the educational process. The aim of the paper it was also to highlight the benefits of its application not only in the educational process or in everyday life, but also in the production sphere. To point out that the application of IoT in the educational process can make a significant contribution to improving the quality and effectiveness of education. At the same time, IoT can be a relatively effective tool to bring together academia around the world. It will enable students to better acquire knowledge, broaden experience and make closer contact with technical practice. Employers now blame educational institutions for the lack of closer contact of students with technical practice. And it is IoT that can significantly help students to apply theory in practice. At the same time, this form of education can increase the motivation of students, because the student will no longer be motivated not only by the personality of the teacher, but also by the environment itself and the technical provision of the educational process. In this context, however, the important position of the teacher should not be forgotten. Teachers will be required to take an even more professional approach than hitherto. Recently, the first positive signs of the integration of IoT into the education process have been seen, especially in universities, where the results of the education process meet with positive reaction from all stakeholders. Perhaps these pilot projects will become a common standard in the near future, so that more and more students can use these advanced technologies to streamline knowledge acquisition.

Acknowledgments

This work was supported by the project VEGA 1/0205/19 of Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, science, research and sport of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences.

References

- [1] BERKOVÁ, K. – KRÁLOVÁ, A. (2015) Analysis of Teaching Styles of Teachers of Economic Subjects, with the Emphasis on Teaching Accounting in Secondary Schools' Education in the Czech Republic. 2nd International Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2015, STEF92, Sofie, 2015, p. 37–44.
- [2] BERKOVÁ, K. – KREJČOVÁ, K. (2016) Effect of Teachers' Abilities on Students' Motivation with Varying Levels of Intellectual Abilities in the Economics. Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science, 2016, 9 (3), p. 81–87.
- [3] CHROMÝ, J. – TURNEROVÁ, L. – ROHLÍKOVÁ, M. (2017) Czech Radio Broadcasting and his Target Audience Listeners. Média a vzdělávání 2017, Extrasystem Praha, 2017, p. 26–30, ISBN 978–80–87570–39–5.
- [4] CHROMÝ, J. – DVORAK, D. – ŠEDIVÝ, J. (2012) Business Intelligence approach as communication tool of tutors and teachers in technical education. WSEAS, 11, 2012, 183–187.

- [5] CHROMÝ, J. (2018) Transmission speed of communication between people – Important factor of apercpece. Media & Education 2018, 2018, p. 56–63, ISBN 978–80–87570–41–8.
- [6] CHROMÝ, J. (2011) Materiální didaktické prostředky v informační společnosti. Verbum Praha, 2011, ISBN 978–80–904415–5–2.
- [7] KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K. (2007) Využitie informačných a komunikačných technológií vo vyučovacom procese. Modernizace vysokoškolské výuky technických předmětů, Hradec Králové, 2007, p. 87–92, ISBN 978–80–7041–752–2.
- [8] MALEGA, P. – MALEGOVÁ, J. Systém hodnotenia vysokoškolského vzdelávania v Slovenskej republike. Trendy a inovatívne prístupy v podnikových procesoch. 14. medzinárodná vedecká konferencia, Košice TU, SjF, 2011, p. 1–8.
- [9] NÁHLÍK, T. – OPRŠAL, I. (2018) Using of experiments during the lecture of Physics on university. Proc. 10th annual International Conference on Education and New Learning Technologies, Palma de Mallorca, 2018, 10 pp., ISBN 978–84–09027095.
- [10] OPRŠAL, I. (2018) Using live camera, capture and recording in frontal instruction of physics experiments. Media & Education 2018, p. 170–173, ISBN 9788087570418.
- [11] PASIAR, L. (2018) Using of Mobile Learning. In Schola nova, quo vadis?, Extrasystem Praha, 2018, p. 127–136, ISBN 978–80–87570–40–1
- [12] STRAKA, L. – HAŠOVÁ, S. (2016) Implementation of modern technologies into the educational process. Média a vzdelávání 2016, Extrasystem Praha, 2016, p. 114–117, ISBN 978–80–87570–35–7.
- [13] STRAKA, L. (2017) Usage of augmented reality in education process. Média a vzdelávání 2017, Extrasystem Praha, 2017, p. 102–107, ISBN 978–80–87570–39–5.
- [14] STRAKA, L. – DITTRICH, G. (2017) Validation of the measurable indicators of the learning process quality in the MOODLE learning environment. Schola nova, quo vadis? Extrasystem Praha, 2017, p. 121–124, ISBN 978–80–87570–38–8.
- [15] ŠEDIVÝ, J. (2007) Podmínky úspěšné integrace informačních technologií do procesu vzdelávání. Média a vzdelávání, 2007, p. 48–50, ISBN 978–80–87570–03–6.
- [16] <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2019/02/04/5-internet-of-things-trends-everyone-should-know-about/#7f1c84524b1f> [cit. 2019–11–11]
- [17] <https://editmicro.co.za/product/smart-board-800-series-interactive-whiteboard/> [cit. 2019–11–11]
- [18] <https://www.cnintech.com/intech-interactive-flat-panel-h6.html> [cit. 2019–11–11]
- [19] <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/09/02/what-is-industry-4-0-heres-a-super-easy-explanation-for-anyone/#2a6609869788> [cit. 2019–11–11]

Advanced Technologies in the Educational Process

Luboslav Straka, Technical University of Košice, luboslav.straka@tuke.sk

Abstract

The continuous development of modern technical devices also affects our daily lives. These modern technical devices find their application not only in the everyday or professional life of each of us, but of course they also interfere in the field of education. At present, it can be said with certainty that they are becoming an integral part of the modern education process. With the help of modern technology, the traditional learning process becomes more engaging for students. At the same time, it is becoming more and more close to normal real life conditions. Of course, with the application of these advanced technologies in the teaching process, the demands on the technical and material provision of the education process increase substantially. In this approach, classical didactic tools lose their dominant position. The aim of the paper is to describe one of the possibilities of application of advanced technologies in the educational process of technical subjects focused on the automotive industry with the support of virtual space.

Keywords

information & Communication Technologies, modern didactic devices, innovation of educational process, advanced technologies.

Introduction

The application of classical didactic devices within the current education process is gradually losing its dominance. It is not desirable to obtain information from classical sources which are in paper form. These sources of information are gradually disappearing from the educational process and are replaced by information sources in digital form (Bajtoš, 2013). It is certain that the speed of searching for partial information, as well as its availability and timeliness, is much faster and more efficient compared to conventional paper-based sources. The same as for the digitization of study materials (Berková, 2017) applies to material didactic devices, such as various models of elements, devices, schemes, structures, etc. These are already being effectively replaced by models in the virtual space. Through them, the current educational process takes on a new dimension (Berková, 2018). This allows, among other things, to introduce new elements into the educational process (Chromý, 2017) thus opening up new opportunities for both teachers and students.

Main part

Application of advanced technologies in the educational process

It would be advisable that any benefit in the field of innovation of technical devices should be automatically reflected in the educational process as well. However, this is not so easy in real pedagogical practice. It is necessary, in accordance with the possibilities of these modern technical devices (Straka, 2016) to constantly adapt the established teaching methods. Also, in many cases their application requires updating curricula (Drábek, 2008). At the same time, in this process of implementing advanced technologies, the willingness of educators to adapt to these new trends (Blaško, 2013) enters the educational process (Krelová, 2018). Last but not least, this process also entails the skills and expertise of

teachers (Králová, 2018), as well as their ability to navigate in these highly sophisticated technical devices. It is not uncommon for real-life students to encounter these new technologies and modern technical devices (Pasiar, 2018) before their teachers. In fact, this should be just the opposite. Consequently, emphasis should be placed on the continuous implementation of advanced technologies (Drtina, 2011) and modern technical devices (Šedivý, 2007) in the education process.

Application of passive virtual space in the educational process

As the development of modern technologies is currently oriented on virtual area, the learning process should not be lagging behind in any way (Pšenáková, 2017). As part of the educational process, it is advisable if the virtual space is combined with information systems in the form Managed Learning Environment. At the same time, it is appropriate that in a given virtual area curriculum study should be aligned with the orientation, rules, but also the requirements of the given educational institution.

The application of virtual space in the educational process can now be applied in several forms (Marcinčin, 2005). The most common form of application of virtual space in the current educational process, not only in developed countries of the world, but also in Slovakia, is the passive form. This involves a form that is realized on the basis of a pre-selected program. This involves a form that is realized on the basis of a pre-selected program. The virtual space in this case is perceived by the basic human senses by default. However, its major disadvantage is that it cannot be modified in any way by ordinary users. It cannot be adapted to the needs of the teaching process, nor to the skills and individual abilities of students. Therefore, both sides are forced to become only passive observers. This brings a certain stereotype into the teaching process itself, which may become uninteresting or even boring, over time.



Figure 1: Application of the passive form of virtual space in the educational process (source: www.youtube.com)

A more suitable form of virtual space application is an active, but especially interactive form. These forms represent a higher and more sophisticated level of virtual space application. It is therefore necessary to focus mainly on these two forms in the near future. To their real application in common pedagogical practice the massive development of highly sophisticated technical devices and equipment can help in the near future (Náhlík, 2018). Especially the most modern technical devices which, in addition to the simulated visual and acoustic effect, will allow the simulation of smell and touch will find use. The development of these technical devices (Chromý, 2012) will clearly enable the relatively

fast implementation of higher forms of virtual space, not only in the educational process, but also in real life.

Application of higher levels of virtual space in the educational process

The application of higher forms of virtual space in the educational process brings with it a number of advantages, while eliminating the vast majority of the disadvantages encountered in the simple passive form of virtual space. Higher virtual space platforms allow both the teacher and the student to move freely in space and time during the learning process according to individual needs and interests (Straka, 2018). Currently, the highest platform allows you to modify the virtual environment while adapting to your skills, knowledge and skills. Feedback is essential to reach the highest level. This is to ensure perfect communication between the student and the learning environment (Chromý, 2018). Student is not restricted to selecting answers from the main menu or the option offered, but becomes an active participant in the learning process. It is also advantageous if the interactive form of virtual space also bears features of adaptability. With the application of this extension, the virtual environment can be automatically adapted to the user's needs. This will allow both the educator and the student in addition to the user to become a co-creator of the modified version of the virtual space in addition to the user. This will allow both the educator and the student to co-create the modified version of the virtual space. At the same time, it opens up many unprecedented opportunities for increasing the efficiency of the educational process (Tóblová, 2008). Students will be able to use hands-on approach to learning on virtual objects instead of standardly demanding search in professional textbooks. If feedback forms of virtual space are applied, students will be able to verify the correctness of their actions. If necessary, the system will warn them in a timely manner of incorrect procedure. All this is possible by the system without the risk of damage to the model device or user injury. At the same time, this way of teaching does not impose any limits on the number of teaching objects (Chromý, 2011) of their size, location, price, complexity, etc. In many cases, the school cannot afford to buy these facilities for financial reasons or space constraints (Jehlička, 2018). It is often the case that students meet these facilities for the first time when they start work, eventually during an excursion, internship or dual education. However, in line with the requirements of current technical practice, it is expected that students will not only to familiarize themselves with the existence of the given technical device assignments during their studies, but also be able to control them, carry out maintenance, repairs and possibly propose various innovations.

Application of higher levels of virtual space in the teaching of automotive subjects

The application of higher levels of virtual space in the teaching of specialized subjects focused on the field of automotive production brings with it a number of advantages. The most important advantage is the possibility of transferring the complex and spatially extensive technology of automotive production in virtual form to the school campus. Through virtual space, students have the opportunity to better understand the principle and become more familiar with various particles of technical objects within the automotive industry (Straka, 2018). Most educational institutions will never be able to afford them because of their high cost and space requirements.



Figure 2: Application of a higher level of virtual space in teaching subjects in the field of automotive (source: www.youtube.com)

In addition to the fact that the application of higher levels of virtual space on the one hand brings with it a number of advantages within the teaching process, on the other, it poses relatively high requirements for achieving it. In terms of requirements for the virtual technical system, these are mainly requirements for the integration of real operating states of technical objects into digital form (Straka, 2017). Through it, students have the opportunity to investigate technical objects in digital form in detail. There is no risk of damaging them. In addition, students have the opportunity to experience how the technical device will behave in different situations. They also have the ability to make various changes in their operating mode to find ideal solutions to optimize their operation. At the same time, they may vary their mechanical, physical or chemical properties within the permitted limits. They can also change their design, reliability of individual parts and so on. An important advantage of the application of these didactic aids is that there is no risk of permanent damage or destruction, as is the case with physical (physical) models. In addition, students are given the opportunity to test whether they are able to respond appropriately to unstable situations in the event of a critical situation without real danger of injury or permanent damage to the technical devices.

Another possibility of real application of higher levels of virtual space in teaching professional subjects in the field of automotive production is in addition to modelling production technologies also the possibility of modelling the production products themselves. This gives students the opportunity to get to know different types of cars, change their settings, and then watch how they behave during real traffic. At the same time, they can make various structural modifications to their individual parts or even design completely new systems. These modern didactic aids will find their application also in the area of diagnostics and design of suitable maintenance of individual car components. This will be demanded in the near future because car manufacturers abandon paper-based manuals and service instructions. Instead of a lengthy search and relatively demanding study of classical materials they prefer digital form. E.g. through the tablet, the user is guided in visual and acoustic form to what to do. It is therefore necessary to innovate the learning process in accordance with the requirements of real technical practice (Opršal, 2018). To teach students, as future designers or standard users these modern technologies to understand.



Figure 3: Teaching the subject of car diagnostics with the support of virtual space (source: www.youtube.com)

Last but not least, the advantage of the application of virtual space in the teaching of vocational subjects is the possibility to record the entire course of the lesson, which can be subsequently played. Each learning unit can then be individually evaluated to determine the causes, for example inappropriate behaviour, respectively responses in certain specific situations. It is also possible to point out mistakes made by the student during practical training. A test can also be performed in this way. The teacher then evaluates this from the record.

In addition to the many advantages that the application of virtual space brings in teaching vocational subjects, it is also necessary to point out its disadvantages in terms. In addition to the increased technical security requirements, the major disadvantage is the increased demands and requirements for its users. These highly sophisticated digital didactic aids place relatively high demands on the digital competencies (Krpálková Krellová, 2018) of both teachers and students. Basic digital skills will not be sufficient for their application. Therefore, it will be necessary in the near future to pay particular attention to the development of these competences and skills (Tóblová, 2017) not only at teachers and also at students. Those at the same time, they can significantly contribute to the development of their autonomy in solving specific technical problems.

Conclusion

The development of modern digital technologies and their application in technical practice should also be automatically reflected in the innovation of technical devices to support the educational process. One of the innovative technical devices to support the educational process is also virtual space. As mentioned in the paper, there are several levels of application of virtual space. Of these, active and interactive virtual space can be considered as progressively developing levels. Both forms of virtual space include essential requirements on modernizing the educational process. With supporting virtual space has opened up unprecedented opportunities for both students and educators. At the same time it brings many advantages. The most important advantage of its application is to increase the clarity and attractiveness in the teaching of vocational subjects. At the same time, it is realistic to assume that the implementation of interactive virtual space in the educational process can achieve even the most demanding requirements and goals that the technical practice currently places on the teaching process. It requires students to be more closely tied to practice and so better prepared for the conditions that await them with their future employer.

Acknowledgments

This work was supported by the project VEGA 1/0205/19 of Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, science, research and sport of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences.

References

- [1] BAJTOŠ, J. (2013) *Didaktika vysokej školy*. Bratislava, Iura Edition, 2013, ISBN 978–80–8078–652–6.
- [2] BERKOVÁ, K. – KRÁLOVÁ, A. (2017) *Using Videos in Training of Future Teachers of Economic Subjects*. Media & Education 2017, Extrasystem Praha, 2017, p. 15–18, ISBN 978–80–87570–39–5.
- [3] BERKOVÁ, K. (2018) *Formative Assessment for Effective Learning with Application to Economic Education*. In *Schola nova, quo vadis?*, Extrasystem Praha, 2018, p. 23–30, ISBN 978–80–87570–40–1.
- [4] BLAŠKO, M. (2013) *Kvalita v systéme modernej výučby*. Technická univerzita v Košiciach, 2013, ISBN 978–80–553–1281–1.
- [5] DRÁBEK, J. – POTKÁNY, M. – GEJDOŠ, P. (2008) *Využitie e-learningu v procese vzdelávania na vysokých školách*, Zvolen, 2008, ISBN 978–80–228–1859–9.
- [6] DRTINA, R. – CHROMÝ, J. (2011) *Možnosti standardizace v oblasti elektronického vzdelávání*. In *Media4u Magazine*, 8 (X2), s. 1–7.
- [7] CHROMÝ, J. – TURNEROVÁ, L. – ROHLÍKOVÁ, M. (2017) *Czech Radio Broadcasting and his Target Audience Listeners*. Média a vzdelávaní 2017, Extrasystem Praha, 26–30, ISBN 978–80–87570–39–5.
- [8] CHROMÝ, J. – DVORAK, D. – ŠEDIVÝ, J. (2012) *Business Intelligence approach as communication tool of tutors and teachers in technical education*. WSEAS, 11, 2012, 183–187.
- [9] CHROMÝ, J. (2018) *Transmission speed of communication between people Important factor of apearance*. Media & Education 2018, p. 56–63, ISBN 978–80–87570–41–8.
- [10] CHROMÝ, J. (2011) *Materiální didaktické prostředky v informační společnosti*. Verbum Praha, 2011, ISBN 978–80–904415–5–2.
- [11] JEHLIČKA, V. (2018) *Student preferences in the selection of study materials*. In *Media & Education 2018*, p. 82–85, ISBN 978–80–87570–41–8.
- [12] KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K. (2007) *Využitie informačných a komunikačných technológií vo vyučovacom procese*. Modernizace vysokoškolské výuky technických predmetů, Hradec Králové, 2007, p. 87–92, ISBN 978–80–7041–752–2.
- [13] KRÁLOVÁ, A. a kol. (2018) *Vybrané kapitoly z pedagogicko-psychologickej a didaktickej prípravy vysokoškolských učiteľů*. Vysoká škola ekonomická, Nakladatelství Oeconomica, 2018, 114 p., ISBN 978–80–245–2268–5.

- [14] KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K. – NÝČOVÁ, M. (2018) *Professional Competencies of Training Teachers*. Schola nova, quo vadis?, Extrasystem Praha, 2018, p. 105–112, ISBN 978–80–87570–40–1.
- [15] MARCINČIN, J. N. (2005) *Virtuálnou realitou podporované vzdelávanie*. Zborník CA Systems and Technologies, ŽU Žilina, 2005, p. 98–101, ISBN 3–901509–51–8.
- [16] NÁHLÍK, T. – OPRŠAL, I. (2018) *Using of experiments during the lecture of Physics on university*. Proc. 10th annual International Conference on Education and New Learning Technologies, Palma de Mallorca (Spain), 2018, 10 pp., ISBN 978–84–09–02709–5.
- [17] OPRŠAL, I. (2018) *Using live camera, capture and recording in frontal instruction of physics experiments*. Media & Education 2018, 2018. p. 170–173, ISBN 978–80–87570–41–8.
- [18] PASIAR, L. (2018) *Using of Mobile Learning*. In Schola nova, quo vadis?, Extrasystem Praha, 2018, p. 127–136, ISBN 978–80–87570–40–1
- [19] PŠENÁKOVÁ, I. – BAGANJ, I. (2017) *Možnosti využitia prostriedkov virtuálneho sveta vo vzdelávaní*. Edukacja Technika Informatyka, 2017, p. 218–218, ISSN 2080–9069.
- [20] STRAKA, L. – HAŠOVÁ, S. (2016) *Implementation of modern technologies into the educational process*. Média a vzdelávaní 2016, Extrasystem Praha, 2016, p. 114–117, ISBN 978–80–87570–35–7.
- [21] STRAKA, L. (2018) *Application of special didactic devices in the educational process*. Media & Education 2018, 2018, p. 220–224, ISBN 978–80–87570–41–8.
- [22] STRAKA, L. (2017) *Výučba odborných predmetov s využitím progresívnych didaktických prostriedkov*. Schola nova, quo vadis? Praha, Extrasystem, 2017, p. 117–120, ISBN 978–80–87570–38–8.
- [23] ŠEDIVÝ, J. (2007) *Podmienky úspešné integrace informačních technologií do procesu vzdelávání*. Média a vzdelávaní, 2007, p. 48–50, ISBN 978–80–87570–03–6.
- [24] TÓBLOVÁ, E. (2008) *Informačno-komunikačné technológie vo vzdelávaní*. XXI. Didmattech, Eger, Maďarsko, 2008, p. 23–27, ISBN 978–963–9894–18–1.
- [25] TÓBLOVÁ, E. – NAGYOVÁ, A. – ZÁHOREC, J. (2017) *Inovácia pregraduálnej prípravy učiteľov v oblasti didakticko-technologických kompetencií. Autoevaluační kultura a kvalita vzdelávaní*. Sborník recenzovaných príspevků mezinárodní vědecké conference, Extrasystem Praha, 2017, ISBN 978–80–87570–36–4.
- [26] <https://www.youtube.com/watch?v=P9KPJIA5yds> [cit. 2019–10–10]
- [27] <https://www.youtube.com/watch?v=-YAf6hq2WDA>. [cit. 2019–10–10]
- [28] <https://www.youtube.com/watch?v=G0ZruX-1JWM>. [cit. 2019–10–10]

Impact of Using New Technologies at the Lecture

Eva Isabelle Števík, University of Economics in Prague, eva.stevik@vse.cz

Abstract

The aim of this paper is to determine, whether new technologies such as smartphones or tablets may have significant impact at the lecture pursuing students' motivation leading to the efficiency regarding students' potential in aimed knowledge and information gained during the ongoing lecture. Furthermore, I propose to conclude, if there might play role other aspects in accordance with motivation of the students, that may influence their increasing potential in learning progress.

Keywords

smartphones, Lecturer, Personality, Motivation

Introduction

Presently, our society faces to increasing need of using new technologies in every day life. Indeed, it might be very advantageous at the lecturing process to use smartphones or tablets during the lecturing and being focused on students' interaction in response to their motivation and aiming useful information due to the lecturing. With developing innovations in mobile applications, videos and other e-learning possibilities, while being adopted during the lecturing, I intend to resolve, if they play such an important aspect in present lecturing process, moreover, if there occur also other important attitudes, such as the motivation of students according to lecturer's experience, skills, social empathy and psychology.

Main part

New technologies

Using new technologies is one of the key element nowadays. Mobile phones, tablets and other devices offering not only calling but also regard to education a wide range of innovative applications, which specifically, during the lecturing might increase the demand for the fast information gaining process of being advantageous in the educational field, or simply used as an interactive source for a fun, might be in my opinion very significant for the rising quality of the lecture. The students using smartphones may better work in groups on projects and share information, it is comfortable and there are, in fact, some options of fast audio and video capabilities attracting students' attention through video, music or connection with students from other Universities. Supposedly, the new technologies, smartphones, tablets and other multimedia programs can advance skills such as speaking, reading, writing of listening [5].

Currently, there are many possibilities to use youtube or for instance TEDtalks, which are sections of 20 or 30 minutes videos of public lectures spreading interesting issues in many different fields. According to De Vito (2008) there is higher efficiency in using several devices, if followed by rules such as already practised speech or learning tools, likewise the information which learning tools are necessary to be used, how and when.

Personality of the Lecturer

Obviously, the pedagogical theory after R.Štěpanovič (2002) proves that the driving force regarding education is clearly the personality of the lecturer and his or her methods being used while lecturing. In fact, the students may recognize lecturer's experience, preparedness and interactive approach, which can attract their attention, motivation and involve them more precisely to the positive or negative perception during the lecturing. In my opinion, one of the key issue is the motivation of the students, especially according to Kim and Regh (2018) it is fundamental element of the tertiary education. Anyway, with the developing innovations, the students can easily get more information in the case of using smartphones or tablets and e-learning study materials. Certainly, there is crucial, if the lecturer is inclined to use new technologies and also, if he or she is willing to learn new things and include them into the lecturing so that students are motivated, as it is further essential to work with the latest information. Evidently, due to Dytrtova and Krhutova (2009) and Mikšík (2007) there are important aspects in accordance with the lecturer's environment:

- psychic resistance,
- adaptability and adjustability,
- ability to acquire new knowledge,
- social empathy and communicativeness.

As it is demonstrated above, we can see more aspects of the lecturer's personality, which are highly relevant to a positive influence of the student's motivation. In this case, for the lecturer it is appropriate to excel in the reliability of substitute situation solutions, creativity, intelligence level, ability to aim, etc. Generally, motivation of the students might further depend on some types of knowledge having connection with a practical focus, and employment in the labor market. Regarding Becker (1993) „*Physicians receive apprenticeship training as interns and residents after several years of concentrated instruction in medical schools. Or, to take an example closer to home, a research economist spends not only many years in school but also a rather extensive apprenticeship in mastering the „art“ of empirical and theoretical research*“. Incontestably, students are also motivated considering future earnings and job market possibilities, as they are demanding more lucrative type of employment.

Conclusion

Eventually, due to the importance of developing technologies at the lecture, in my opinion there is a significant impact on increasing level of the lecturing regarding the lecturer's preparedness, former experience, social empathy, skills and psychology. Indeed, I believe that students' motivation might be achieved, when combined lecturing with the new technologies, such as smartphones, tablets or other multimedia programs. Especially, with aspect on developing mobile applications, which might ease the work in groups and presentations, or interactive sources for the entertaining, also important to aim students' motivation in learning process, discovering new options related to new interesting videos, such as TEDTalks, youtube or many other. In this context, I would like to emphasize, that it is crucial for the lecturer to find the new approaches to the ongoing lecturing as well.

Furthermore, if the lecturing enables such new approaches as included new technologies, e-learning, etc. and there is no lack of lecturer's personality fundamental characters, essential for this profession, I would like to admit, that there is a strong evidence to achieve

students' motivation in maximizing the advantages of the lecturing and aiming high level of new focused information or knowledge.

References

- [1] BECKER G. (1993) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* ISBN:0–223–04120–4. The University of Chicago Press, Chicago 51–52.
- [2] DYTRTOVA R., KRHUTOVA M. (2009). *Učitel příprava na profesi* ISBN:978–80–247–2863–6. Grada Publishing, a.s., Praha, 15–16.
- [3] DEVITO, J. A (2008) *Základy mezilidské komunikace*, ISBN 978–80–247–2018–0, Grada Publishing, Praha, 399.
- [4] KIM, H., REHG, M. (2018). Faculty Performance and Morale in Higher Education: A Systems Approach. *Systems Research and Behavioral Science*, 35 (3), 308–323. doi:10.1002/sres.2495
- [5] *The Benefits and Disadvantages of Using the Smartphone as an Educational Tool* [online] [2019–11–15], available on <<http://teachingwithadifference.blogspot.com>>

Use of Educational Games in the Teaching Process at Elementary School

Eva Tóblová, Univerzita Komenského, Pedagogická fakulta, Bratislava.
toblova@fedu.uniba.sk

Abstract

The paper deals with the application of didactic games in the teaching process at elementary school. The main part of the paper is a research in which we tried to find out how didactic games are used in the teaching process.

Keywords

didactic games, game, application of didactic game, teacher, pupil

Introduction

Hra ako taká, nás sprevádza po celý život. Hra nám zabezpečuje zábavu ale aj poznanie. Postupom času bol objavený výchovný aj vzdelávací zmysel hry, preto sa z klasickej hry stala didaktická hra, ktorú zaraďujeme do vyučovacieho procesu na splnenie výchovno–vzdelávacích cieľov. Dnešné deti je veľmi náročné zaujať na vyučovacej hodine, práve didaktická hra nám pomáha vzbudiť záujem u žiaka.

Didaktickú hru zaraďujeme medzi aktivizujúce vyučovacie metódy. Prostredníctvom didaktickej hry aktívne zapájame žiakov do vyučovacieho procesu a aktívne udržiavame ich pozornosť. Žiaci by si prostredníctvom didaktickej hry mali jednoduchšie osvojiť nové poznatky. Nemali by mať pocit práce a povinnej účasti na hodine ale pocit zábavy a oddychu. Dôležité je správne zaradenie didaktickej hry do fázy vyučovacieho procesu.

Main part

Uplatnenie didaktických hier

Hra vždy bola a aj bude dôležitá činnosť pre človeka. Hrou sa dá veľa ukázať, prejavíť emócie, uspokojujeme dušu a prináša nám radosť. Učí nás prehrávať a tak zvládať negatívne emócie. S hrou sa človek stretáva od narodenia až do konca života, ide o určitú formu relaxu kedy človek odíde na moment mimo reality.

Didaktická hra je vhodným prostriedkom k tomu, aby žiaci dobre zvládli učivo, aby sa tešili na výučbu a získavali nové vedomosti zaujímavejšou a prirodzenejšou cestou. Didaktická hra v žiakoch podporuje sebavedomie, sebaovládanie a zmysel pre spravodlivosť. K naplneniu edukačných cieľov, vďaka ktorým dochádza prostredníctvom didaktických hier sa deti učia taktiež riešiť aj konkrétne problémy, adaptujú sa na nové podmienky. Sú dobrým pomocníkom pri rozvíjaní sociálnych vzťahov medzi žiakmi, deti sa učia spolupracovať, komunikovať jeden s druhým (Santlerová, 1993).

Využitie didaktických hier vo výučbe prináša svoje výhody ale aj nevýhody, vymenujme si niektoré z nich, ktoré uvádzajú aj Pecina, Zormanová (2009) :

Výhody

- motivujú žiakov
- vedú žiakov k dodržiavaniu pravidiel
- umožňujú predvídať učenie

- zábavnou formou
- ovplyvňujú pocity a postoje žiakov
- navodzujú pozitívny vzťah ku škole,
- učiteľom, k učeníu
- podporujú tvorivosť
- učia deti samostatnosti a spolupráce
- posilňuje zdravé sebavedomie žiakov
- žiaci si viac zapamätajú ako pri tradičnom vyučovaní

Nevýhody

- náročné na čas a prípravu
- žiaci nie sú zvyknutí na podobné
- činnosti a hra im môže prísť príliš
- komplikovaná
- nedostatok materiálov, podkladov
- žiaci si osvoja menej poznatkov
- použijeme negatívne hodnotenie
- žiaci vyžadujú odmenu za víťazstvo
- žiaci kritizujú didaktickú hru
- žiaci sa príliš snažia o výhru a nevedia prijať prehru.

Najmä pre začínajúcich učiteľov, ktorý ešte nemajú toľko praxe za sebou je dôležité, aby vedeli a mali prehľad o tom aké hry existujú, keďže s tým ešte nemajú skúsenosti. Je veľmi dôležité si uvedomiť, prečo chceme hru využiť a vybrať vhodný typ hry z dôvodu aby sa naplnili výchovno–vzdelávacie ciele. Nie všetky didaktické hry sú vhodné pre každé učivo ktoré sa preberá.

Cieľom nášho výskumu bolo zistiť uplatnenie didaktických hier vo vyučovacom procese na základnej škole a to, ktoré didaktické hry sa využívajú na druhom stupni základných škôl.

Na dosiahnutie uvedeného cieľa sme si stanovili **čiastkové ciele**:

- Zistiť, či učitelia zaraďujú na hodinách didaktické hry.
- Zistiť, v ktorej fáze vyučovacej hodiny zaraďujú učitelia didaktické hry najčastejšie.
- Zistiť, odkiaľ získavajú učitelia inšpiráciu na prípravu didaktických hier.
- Zistiť, ktoré konkrétne hry zaraďujú učitelia na svojich hodinách.
- Zistiť, čo si žiaci predstavujú pod pojmom didaktická hra.
- Zistiť, či využívajú žiaci na hodinách didaktické hry a na ktorých konkrétne predmetoch.
- Zistiť, aký spôsob práce v didaktických hrách sa žiakom najviac páči.

Výskumu sa zúčastnili učitelia a žiaci druhého stupňa základných škôl. Vzorku učiteľov tvorilo 50 respondentov z toho 78% žien a 22 % mužov. Žiakov sa výskumu zúčastnilo 80

a z toho 52% dievčat a 48% chlapcov. Ako výskumnú metódu sme zvolili dotazníky pre učiteľov a pre žiakov.

Predpokladali sme, že najviac využívajú učitelia didaktické hry v motivačnej fáze, z toho dôvodu, že je veľmi náročné dnešné deti motivovať a hneď od začiatku hodiny aktívne zapojiť do vyučovacej hodiny a vzbudiť v nich záujem o vyučovaciu hodinu. Myslíme si, že v motivačnej fáze by mala byť vždy použitá didaktická hra, ktorá by naštartovala žiakov na hodinu a najmä namotivovala na učivo ktoré budú na hodine preberať a celkovo vzbudiť záujem o danú hodinu. A nielen kvôli učivu ktoré budú preberať ale aj navodiť atmosféru a vytvoriť dobrú klímu v triede, čo nám zabezpečujú didaktické hry. Potvrdilo sa, že **učitelia využívajú didaktické hry hlavne vo fixačnej fáze** vyučovacieho procesu. Využívajú hry najmä na upevnenie a fixovanie nového učiva. Čo nás teší je, že učitelia využívajú didaktické hry aj v motivačnej fáze, len s veľmi malým rozdielom od fixačnej fázy.

Internet v dnešnej dobe má na ľudí veľký vplyv po každej stránke. A väčšina ľudí vyhľadá informácie viac prostredníctvom internetu ako keby si mali niečo vyhľadať v knihách alebo v odbornej literatúre, je to jednoduchšie a pohodlnejšie. Rovnako aj učitelia, keď sa pripravujú na vyučovaciu hodinu, tak väčšina z nich si informácie a inšpirácie vyhľadávajú na internete, keďže internet ponúka neskutočne veľa inšpirácií aj na vytvorenie didaktických hier. Potvrdilo sa nám, po vyhodnotení dotazníka, že viac ako **76% respondentov využíva internet ako inšpiráciu didaktických hier**. Respondenti mali možnosť označiť viacero odpovedí. Druhým najviac využívaným zdrojom inšpirácií didaktických hier bola vlastná tvorba, ktorú označilo až 73,5% respondentov. Odbornú literatúru využíva menej ako polovica respondentov.

Učitelia najviac využívajú internet ako zdroj inšpirácie. Aj napriek tomu, že internet ponúka širokú škálu možností, učitelia vo veľkej miere využívajú najmä aj vlastnú kreativitu, tvorivosť, predstavivosť a vytvárajú didaktické hry sami, vymýšľajú svoje hry. Myslíme si, že práve mladí učitelia v dnešnej dobe sú kreatívny a prichádzajú s novými nápadmi a práve oni môžu byť inšpiráciou starším učiteľom, ktorý poväčšine podľa našich skúseností praktizujú najmä tradičné vyučovanie.

Učitelia uvádzali veľa rôznych konkrétnych hier s ktorými sa stretávajú na vyučovacích hodinách. Najčastejšie aj žiaci aj učitelia uvádzali **krížovky, a rôzne doplňovania** či už slov, čísel, písmen. Môžeme teda konštatovať, že na základe týchto výsledkov stále na Slovensku prevládajú učitelia, ktorí prevažne využívajú tradičné osvedčené formy didaktických hier. Samozrejme učitelia uviedli aj rôzne menej známe hry, priradené ku konkrétnym vyučovacím predmetom, napr.: chemické človeče, rímske číslice so zápalkami, didaktická hra fizz buzz, vyučovacie monopoly a iné.

Zamerali sme sa aj na to, **na ktorých vyučovacích hodinách sa najviac využívajú didaktické hry**. Najčastejšie sú využívané didaktické hry na hodinách anglického jazyka. Práve hodiny anglického jazyka sú z pohľadu žiakov najviac zábavné a využívajú tu najviac didaktických hier. V dnešnej dobe je veľmi dôležitý cudzí jazyk a je potrebné aby mal žiak dobré základy zo školy a využitím hry v tomto predmete je veľkým plusom aj pre deti ktorým ide učenie cudzieho jazyka ľahšie. Ako predmet, kde najmenej žiaci využívajú didaktické hry uviedli Dejepis. Myslíme si, že na dejepise sa dá veľa zaujímavých vecí vymyslieť ako doslova oživiť tento predmet, aby sa žiaci vedeli presunúť do histórie a tak bol pre nich predmet zábavnejší. Z odpovedí konštatujeme, že je potrebné aby sa didaktické hry využívali častejšie.

Všetky metódy vyučovacieho procesu majú svoje negatíva aj pozitíva. Tak isto ich majú aj didaktické hry. Preto sme sa učiteľov pýtali aby vybrali čo oni pokladajú za negatíva a

pozitíva využitia didaktických hier vo vyučovacom procese. Za **najväčšie negatívum didaktických hier** považujú učitelia samotnú prípravu a čas ktorý musia tomu obetovať. Príprava samotnej didaktickej hry zaberá veľa času. Veľa faktorov vplyva na správny výber didaktickej hry, či už do akej fázy vyučovacieho procesu zaradíme hru, zamerať sa na vhodnosť výberu didaktickej hry k téme, podľa náročnosti pre žiakov, spraviť si plán priebehu hry a veľa iných vecí ktoré sú dôležité už pri samotnej realizácii didaktickej hry. Druhým najviac označeným negatívom je nízka dotácia predmetu. Samotná hodina 45 minút prejde veľmi rýchlo, a je ťažké naplánovať si takú hru ktorá by dobre zapasovala na jednu vyučovaciu hodinu, prevažne sa dá hra využiť iba v jednej fáze vyučovacieho procesu aby sa všetko stihlo. **Najväčším pozitívom didaktických hier** podľa učiteľov, čo označilo až 91,20% respondentov, je tvorivosť a kreativita čo umožňujú didaktické hry rozvíjať u žiaka. Ďalším dôležitým pozitívom, ktoré zvolili učitelia je motivácia a aktivizácia žiakov, ktorú zabezpečujú didaktické hry. Najmenej označenou odpoveďou bolo, že žiaci si neuvedomujú že sa učia. Podľa nás je to jeden z najdôležitejších cieľov a princípov didaktickej hry, aby si žiaci neuvedomovali, že sa pri hre zároveň aj učia. Žiaci si neuvedomujú, ale prostredníctvom hry si zapamätajú veľa nových poznatkov a informácií a nevedome si ich osvoja.

Conclusion

Na základe nášho výskumu a získaných výsledkov ku ktorým sme prišli našimi dotazníkmi určenými pre učiteľov a žiakov, môžeme konštatovať, že odpovede a zhrnutie výskumu môžu dnešných učiteľov nasmerovať tým správnym smerom, aby sa vybrali hlavne novým smerom vyučovania so žiakmi a tak zmenili svoje stereotypy učenia. Učiteľské povolanie je povolanie ktoré stále napreduje a učí učiteľa novým veciam. Z našich výsledkov by sme odporučili, aby boli učitelia čo najviac kreatívny a snažili sa vždy pre svojich žiakov vymyslieť niečo nové. Učitelia by mali začať využívať didaktické hry aj v inej fáze vyučovacieho procesu, ako len vo fixačnej. Žiaci, by mali na hodiny chodiť so záujmom, dobrým pocitom a tešiť sa, že sa opäť niečo nové naučia. Aj takéto pocity môžu začať prevládať u žiakov, keď začneme častejšie zapájať didaktické hry do vyučovacieho procesu. Nebude u žiakov prevládať na hodinách stres, nuda a potreba vytiahnuť mobilný telefón počas vyučovacej hodiny.

References

- [1] KOTRBA, T., LACINA, L. 2007. *Praktické využití aktivizačních metod ve výuce*. 1. vydanie. Společnost pro odbornou literaturu, Brno. 2007, 186 s. ISBN 978–80–87029–12–1
- [2] MUSTAFA P., ZAMZAM A., 2014 *Using Games in Primary Aschool for Effective Grammar Teaching: a Case Study from Sebha*. International Journal of English Language a Translation Studies 2. 2014. 211–227.
- [3] PECINA, P., ZORMANOVÁ L. 2009 *Metody a formy aktivní práce žáků v teorii a praxi*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2009, 147 s. ISBN 978–802–1048–348
- [4] SANTLEROVÁ, K. 1993, *100 didaktických her ve vyučování čtení a psaní*. Brno: Datis, 1993, 49 s.
- [5] SOCHOROVÁ, L. 2011. Didaktická hra a její význam ve vyučování. Dostupné na internete: <https://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/13271/DIDAKTICKA-HRA-A-JEJI-VYZNAM-VE-VYUCOVANI.html/>

Jan Chromý

Reviewed Papers of the International Scientific Conference

Média a vzdělávání 2019 – Media & Education 2019

Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference

Média a vzdělávání 2019 – Media & Education 2019

Vydal Extrasystem Praha

Myslíkova 27

110 00 Praha 1

Czech Republic

Elektronická publikace

Vydání první

142 stran 10,01 AA

ISBN 978–80–87570–45–6

Praha, 2019

