

Média a vzdělávání 2016 – Media & Education 2016
ISBN 978–80–87570–35–7

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 2016



Media & Education 2016

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

Editor

Jan Chromý

Praha - 2016

CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE
ORGANIZAČNÍ VÝBOR KONFERENCE

Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ

prof. Valentina Ilganayeva, doktor nauk – UA

Ing. Kateřina Berková, Ph.D. – CZ

EDITOR OF ELECTRONIC EDITION
EDITOR ELEKTRONICKÉHO VYDÁNÍ

Ing. Jan Chromý, Ph.D. - CZ

All papers not undergone formal and language proofreading, which is a matter for the authors. Two independent reviewers evaluated only professional quality.

Všechny články neprošly formální a jazykovou korekturou, která je záležitostí autorů. Dva nezávislí recenzenti hodnotili pouze odbornou kvalitu článků.

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, DrSc. – UA
prof. PhDr. Libor Pavera, CSc. – CZ
prof. Vladimír Petrušov, DrSc. – UA
prof. Sergej Zavietny, DrSc. – 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
Ing. Kateřina Berková, Ph.D. – CZ
Donna Dvorak, M.A. – USA
Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Ing. Alena Králová, Ph.D. – CZ
Ing. Lucia Krištofiaková, Ph.D. – SK
Ing. Katarína Krpálková-Krellová, Ph.D. – SK
Ing. Eva Tóbllová, Ph.D. – SK
Ing. et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. – CZ
PhDr. Jan Závodný Pospíšil, Ph.D. – CZ

INDEPENDENT REVIEWS OF ARTICLES NEZÁVISLÍ RECENZENTI ČLÁNKŮ

Organizing committee of international scientific conference Média a vzdělávání 2016 – Media & Education 2016 take this opportunity to thank all the independent reviewers for their willingness and the time for elaboration of review reports.

Organizační výbor mezinárodní vědecké konference Média a vzdělávání 2016 – Media & Education 2016 touto cestou děkuje všem recenzentům za ochotu a čas, který věnovali zpracování recenzních posudků.

Major reviewer - Hlavní recenzent

Assoc. Prof. PaedDr. René Drtina, Ph.D.

Independent reviewers of articles - Nezávislí recenzenti článků

prof. G. G. Aseyev - UA

prof. Vita Berezenko, Ph.D.- UA

prof. O. A. Garachkovskaya, Ph.D. - UA

prof. Sergej Ivanovič Gorevalov, Ph.D. - UA

prof. Alexander Kholod, Ph.D. – UA

prof. Vladimir Manakin, Ph.D. - UA

prof. Viktoriia Markova, Ph.D. - UA

prof. RNDr. František Petrovič, Ph.D. – SK

prof. Dr. N. Ya. Rokhmanov - UA

prof. A. A. Ručka, Ph.D. - UA

prof. Anna Shemaeva, Ph.D. - UA

prof. V. I. Shulgina, Ph.D. - UA

prof. Olena Semenets, Ph.D. - UA

prof. V. V. Tacher, Ph.D. - UA

Assoc. prof. Anna Pavlovna Čmil, Ph.D. - UA

Assoc. prof. PaedDr. René Drtina, Ph.D. - CZ

Assoc. prof. Ing. Melánia Feszterová, Ph.D. - SK

Assoc. prof. Petr Hájek, Ph.D. - CZ

Assoc. prof. RNDr. Luděk Jančář, CSc. - CZ

Assoc. prof. Anna Kholod, Ph.D. - UA

Assoc. prof. Alexej Kobelev, Ph.D. -UA

Assoc. prof. Oleksii Kobieliev, Ph.D. - UA

Assoc. prof. A. Polisučenko, CSc. - UA

Assoc. prof. Mgr. Václav Richtr, CSc. - CZ

Assoc. prof. Ing. Juraj Ružbarský, PhD. - SK

Assoc. prof. Vladimir Selevko, Ph.D. - UA

Assoc. prof. Anna Shelestova, Ph.D. - UA

Assoc. prof. PaedDr. Janka Schlarmannová, PhD. - SK

Assoc. prof. Ing. Jan Stejskal, Ph.D. - CZ

Assoc. prof. Mgr. Martin Vala, Ph.D. - CZ

Ing. Kateřina Berková, Ph.D. - CZ

Ing. Ivan Čorný, PhD. - SK

Ing, Marie Fišerová, Ph. D. - CZ

Ing. Alena Králová, Ph.D. – CZ

Ing. Lucia Krištofiaková, PhD. - CZ

Ing. Katarína Krpáľková Krellová, Ph.D. - SK

Yuliya Lyubchenko, Ph.D. - UA

Natalya Sanakoyeva, Ph.D. - UA

Mgr. Ing. Josef Šedivý, Ph.D. - CZ

Ing. Eva Tóblová, PhD. - CZ

PaedDr. Tomáš Turzák, PhD. - SK

TABLE OF CONTENTS OBSAH

Vita BEREZENKO, Natalya SANAKOYEVA	9
The role of media education in perception of PR communication	
<i>Vita БЕРЕЗЕНКО, Наталья САНАКОЕВА</i>	
<i>Роль медиаобразования в восприятии PR-коммуникации</i>	
Kateřina BERKOVÁ	14
Importance of information technology in the subject fictional firm	
<i>Катерина БЕРКОВА</i>	
<i>Úloha informačních technologií v cvičné firmě</i>	
Oleksandr Victorovich BEZRUCHKO.....	18
Specific of educating of students to ability to “think a frame”	
<i>Александр Викторович БЕЗРУЧКО</i>	
<i>Специфика обучения студентов умению “мыслить кадром”</i>	
Iryna BONDARENKO	23
The role of media education in the understanding of the concept of hybrid warfare	
<i>Ирина БОНДАРЕНКО</i>	
<i>Роль медиаобразования в осмыслении концепции гибридной войны</i>	
Hana CÍDLOVÁ - Michaela PETRŮ.....	28
On-line games for motivation in Chemistry are they used?	
<i>Гана ЦИДЛОВА - Михаела ПЕТРУ</i>	
<i>On-line hry pro motivaci v chemii – využívají se?</i>	
Yevgeniia DMYTRENKO	32
Media literacy: educational project and teaching practice	
<i>Евгения ДМИТРЕНКО</i>	
<i>Медиаграмотность: образовательный проект и практика обучения</i>	
Angelika DOSENKO	37
Social and pedagogical bases of formation of the media influence on the development of society social activity	
<i>Ангелика ДОСЕНКО</i>	
<i>Социальные и педагогические основы формирования медиавливания на развитие социальной активности общества</i>	
V. M. DYOMINA - I. A. POBIZHENKO - T. G. BELOVA.....	41
Modelling of spreading information in the social and cultural environment with the use of media-communications	
<i>В. М. ДЁМИНА – И. А. ПОБИЖЕНКО – Т. Г. БЕЛОВА</i>	
<i>Моделирование распространения информации в социо-культурной среде с использованием медиа-коммуникаций</i>	
Jan CHROMÝ - Lenka TURNEROVÁ - Radka BALAKOVSKÁ.....	46
Didactic rules and TV News	
<i>Ян ХРОМЫ - Ленка ТУРНЕРОВА - Радка БАЛАКОВСКА</i>	
<i>Didaktická pravidla a televizní zpravodajství</i>	
Zita Jenisová - Attila Dósa - Jana Braniša	54
Modern school from teacher’s perspective	
<i>Зита ЙЕНИСОВА – Аттила ДОСА – Яна БРАНИША</i>	
<i>Moderná škola z pohľadu učiteľa</i>	

Olena KARPENKO	59
Information culture as a means of enhancing professionally oriented foreign language competence in higher education 2016	
<i>Olena KARPENKO</i> <i>Informační kultura jako prostředek ke zlepšení profesionálně orientovaných jazykových znalostí ve vysokoškolském vzdělávání 2016</i>	
Alexej KOBELEV	64
Informational and analytical support of educational domain of human society 2016	
<i>Алексей КОБЕЛЕВ</i> <i>Информационно-аналитическое обеспечение библиотеками системы образования 2016</i>	
Tetiana KOMINA	68
The problem of formation of citizens's social activity in the modern scientific discourse	
<i>Татьяна КОМИНА</i> <i>Проблема формирования социальной активности граждан в современном научном дискурсе</i>	
Alena KRÁLOVÁ	72
Information technology in enterprice workshop	
<i>Алена КРАЛОВА</i> <i>Informační technologie v podnikovém praktiku</i>	
Pavel KRPÁLEK	76
Learning by doing, media and information skills in higher education	
<i>Павел КРПАЛЕК</i> <i>Činnostní učení, média a informační dovednosti ve vysokoškolském vzdělávání</i>	
Katarína KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ	80
Development of communication and presentation skills with using modern didactics tools	
<i>Катарина КРПАЛКОВА КРЕЛОВА</i> <i>Rozvoj komunikačných a prezentačných kompetencií s využitím moderných didaktických prostriedkov</i>	
Renáta MÁCHOVÁ	84
The role of education in the global benchmarking of e government development	
<i>Рената МАХОВА</i> <i>Role vzdělávání v globálním hodnocení rozvoje e governmentu</i>	
Viktoria MARKOVA – Alexandr SUKHOVEY	88
Book in social-communication process 2016	
<i>Виктория МАРКОВА - Александр СУХОВЕЙ</i> <i>Книга в социально-коммуникативном процессе 2016</i>	
Pavlo MIROSHNYCHENKO	93
Radio of post-totalitarian countries as a channel of national identity: experience of Ukraine and Belarus	
<i>Павло МИРОШНИЧЕНКО</i> <i>Радио посттоталитарных стран как канал национальной идентификации: опыт Украины и Беларуси</i>	
Petr PTAČEK - Hana CÍDLOVÁ	101
Problems related to the creation of multimedia study materials for teaching Chemistry in english language	
<i>Петр ПТАЧЕК - Гана ЦИДЛОВА</i>	

Problémy související s tvorbou multimediálních studijních materiálů pro výuku chemie v anglickém jazyce

Olena SEMENETS..... 105

Project-based learning in students' media education

Олена СЕМЕХЕТЦЬ

Projektové vyučování v mediálním vzdělávání studentů

Ľuboslav STRAKA 110

Verification of the results of the educational process within e-learning in Moodle

Лубослав СТРАКА

Verifikácia výsledkov vzdelávacieho procesu v rámci e-learningu v prostredí Moodle

Ľuboslav STRAKA - Slavomíra HAŠOVÁ 114

Implementation of modern technologies into the educational process

Лубослав СТРАКА – Славомира ГАШОВА

Implementácia moderných technológií do edukačného procesu

Inna SHEVEL 118

The concept global conflict - E. Toffler

Инна ШЕВЕЛЬ

Концепция глобального конфликта Е. Тоффлера

Valentina SHULGINA..... 126

The features of the communicative culture of future journalists

Валентина Ивановна ШУЛЬГИНА

Особенности развития коммуникативной культуры будущего журналиста

Ján ŠTUBŇA 133

Utilization of the film in the teaching of natural science at primary and high schools

Ян ШТУБНЬА

Využívanie filmu vo vyučovaní prírodovedných predmetov na základnej a strednej škole

Eva TÓBLOVÁ 138

Analysis preparation and development of electronic dictionaries

Ева ТОБЛОВА

Analýza prípravy a tvorby elektronického slovníka

Lenka TURNEROVÁ – Jan CHROMÝ - Zuzana NÁCALOVÁ..... 142

Knowledge of the franchising concepts, which we know from media - area fast-food restaurants

Ленка ТУРНЕРОВА - Ян ХРОМЫ - Зузана НАЦАЛОВА

Poznatky z mediálně známých franchisingových konceptů – oblast fastfoodů

THE ROLE OF MEDIA EDUCATION IN PERCEPTION OF PR-COMMUNICATION

РОЛЬ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ВОСПРИЯТИИ PR-КОММУНИКАЦИИ

Vita BEREZENKO, Natalya SANAKOYEVA

Вита БЕРЕЗЕНКО, Наталья САНАКОЕВА

Abstract:

The article is devoted to problems of media education, which are the most relevant in the era of origin, establishment and functioning of the information society. This article discusses the ethical aspects of PR-activity. Attention to this approach is enhanced by professional associations in order to comply ethical principles in the PR-activities. Culture in the use of PR-communications concerns the properties of information that comes from the initiator of PR-communications. Public relations is defined as bilateral contacts between people and organizations, which aim at achieving social consensus. The public should receive accurate and complete information. But information in PR-practice can change knowledge and not the thoughts and attitudes. Therefore it is necessary to form a competent attitude to message in the field of public relations.

Аннотация:

Статья посвящена проблемам медиаобразования, которые являются наиболее актуальными в эпоху зарождения, становления и функционирования информационного общества. Современный потребитель информации сталкивается с серьезными трудностями. Они связаны с обработкой огромных информационных потоков. В данной статье рассматриваются этические аспекты PR-деятельности. Внимание к этому подходу усиливается профессиональными ассоциациями в целях соблюдения этических принципов в PR-деятельности.

Keywords:

Media education, information, communication, public relations, ethics of PR

Ключевые слова:

Медиаобразование, информация, коммуникация, общественные отношения, этика PR

Вступление

Проблемы, связанные с ключевыми постулатами медиаобразования, стали наиболее актуальны в эпоху зарождения, формирования и функционирования информационного общества, Современный потребитель информации сталкивается с серьезными вызовами, связанными с обработкой ее громадных потоков, с определением степени ее правдивости и актуальности.

Рассматривая вопрос культуры потребления медийного контента, к которым мы относим и контент практик PR-коммуникации, считаем нужным сфокусировать внимание на понимании сущности самого феномена публичных отношений. Ф. Буари метафорически отмечает: "Public relations <...> Эти слова использовались для описания стольких вещей, на них потратили так много чернил и они вызвали

такое количество споров, что можно легко понять, почему так трудно составить о них четкое представление и почему они вызывают столько вопросов <...>." [2, с. 35].

Проблема восприятия и потребления PR-коммуникации в современном научном дискурсе остается дискуссионной и требует дальнейшего поиска путей ее решения. Первым шагом к решению этой проблемы мы считаем выделение подхода, который должен быть положен в основу понимания как самих PR-коммуникаций, так и адекватного их восприятия реципиентами. Уровень и степень понимания того, что кодируют PR-сообщения в современных СМИ, во многом коррелируется с качеством медиаобразования личности.

Анализ разработок многих современных ученых, среди которых Г. Авенариус (H. Avenarius), Е. Бернейз (E. Bernays), Л. Ноутл (L. Nolte) и Д. Уилкоккс (D. Wilcox), Н. О'Коннор (N. O'Connor), Дж. Пимлотт (J. Pimlott), А. Роалмен (A. Roalman), В. Королько, А. Отченко, посвященных истории и практике PR, позволяет нам сделать вывод о наличии прочной тенденции апелляции к этическим принципам при восприятии и использовании паблик рилейшнз. Этический подход позволяет представлять PR как процесс, целью которого является лишь общественное благо, отделять практику пропаганды и другие манипулятивные методы от прогрессивных методов PR, а также к применению, с опорой на демократические позиции, оценочных подходов относительно характеристик методов и принципов связей с общественностью [1].

Исторически PR зародился в США, где воспринимался как одно из весомых достижений американской демократии. Об этом неоднократно напоминали его основатели - Э. Бернейз, А. Ли и др. Английский исследователь Д. Пимлотт, который больше года потратил на изучение PR-активности в США, так охарактеризовал американский PR в своей книге "Паблик рилейшнз и американская демократия" (Public Relations and American Democracy, 1972): «PR – это один из методов, с помощью которых общество приспосабливается к меняющимся обстоятельствам и улаживает конфликты отношений, идей, институтов и персоналий. Люди, практикующие PR, помогают "наводить мосты" в тех критических местах, которые, несмотря на развитие образования и коммуникаций, существующих между миллионами простых мужчин и женщин с одной стороны и тысячами бизнесменов, чиновников, управленцев, руководителей профсоюзов, университетов, церкви и всех тех, кто составляет понятие "правлящий класс" – с другой стороны "[7, р. 16]. Основатели американской школы паблик рилейшнз считают, что PR – весомое завоевание американской демократии и оно не должно включать в себя негативные составляющие. Но, как справедливо отмечает российский исследователь С.Пономарев, PR-практика часто не соответствует теоретическим, основанным на соблюдении этических норм представлениям о данном феномене. Ученый также отмечает, что PR-специалистов иногда воспринимают как "паразитов на теле прессы", а некоторые представители журналистского сообщества дают свое понимание PR: "существует правда, и существует паблик рилейшнз - не стоит путать эти понятия", к специалисту по PR могут использовать слово "флэк" - "профессиональный лжец". А в "Словаре американского сленга" Р. Спирса подано несколько отрицательных значений этого слова, в том числе, PR-агент или PR-чиновник [4].

Сегодня перед профессиональным сообществом встал вопрос о спасении имиджа как самого явления, так и профессии. Соответственно, актуальным стало широкое обсуждение этического аспекта PR-деятельности, усиление внимания профессиональных ассоциаций к этическим принципам профессиональной деятельности. Национальные и международные Хартии, например, Римская, Хельсинкская и др., фиксируют стандарты и этические нормы профессии.

За рубежом стремление привлечь внимание профессионального сообщества к необходимости четкого соблюдения норм профессиональной этики и определения последствий неэтичной PR-деятельности представлены во многих теоретических концепциях и научных разработках 80-х гг. В Украине работы на эту тему появляются значительно позже, в подавляющем большинстве носят фрагментарный характер, а этический аспект практики PR в Украине давно требует системного исследования. Успешная реализация социальной функции PR-деятельности – образование положительного климата в социуме – должно быть неразрывно связано с этическими нормами этой профессии, а именно: стремлением не оскорблять чувства человека, заботиться о его позитивном настрое, поддерживать человеческое достоинство и доказывать значимость в этом обществе. В итоге имеется в виду, что становление положительного климата в социальной среде – неотъемлемая составляющая PR, основа этой коммуникации, поэтому, например, при вербализации концепта PR в процессе социального диалога, эта интенция воплощается в использовании таких способов выражения мысли, которые не могут задеть чувства и достоинство человека, ущемить его права бестактностью или прямолинейностью в отношении его пола, возраста, национальной или расовой принадлежности, социального статуса, состояния здоровья. Идея проявления хорошего отношения к человеку лежит в основе тенденции политкорректности, некоторые исследователи (Д. Мосс и Д. Версик; Н. О'Коннор, Т. Фалкони) даже указывают на то, что развитию этой культурно-поведенческой тенденции способствовало само возникновение PR.

Однако, перед специалистами PR стоит актуальный вопрос, который требует немедленного решения: стоит ли акцентировать внимание на этической стороне PR-деятельности и отражать тезис о "служении общественному благу" собственно в определениях этого феномена? Полемизируя с Г. Харлоу, Дж. Грюниг настаивал на том, что PR – это совокупность коммуникационных тактик и методов, то есть инструментов, которые можно использовать по-разному. "И если кто-нибудь использует эти инструменты не на пользу обществу, означает ли это, что он практикует НЕ публик рилейшнз? Не только в сфере публик рилейшнз есть профессионалы, которых трудно назвать "социально ответственными", такие люди в любых профессиях – журналисты, медики, адвокаты могут быть высоко профессиональными, но, при этом, совсем не думать об общественном благе" [3, с. 92].

Еще один из аспектов определения культуры осуществления и использования PR-коммуникации касается свойств той информации, которая транслируется со стороны инициатора PR-действия. В том случае, когда связи с общественностью возникают как коммуникация, общественности должна предоставляться достоверная и полная информация со стороны субъекта PR. Предполагается, что человек, который получает эту информацию, способен самостоятельно определить свое отношение к PR-контенту и принять то или иное решение. Сообщение адресату не носит рекламного характера, объект воздействия PR

свободен в своем выборе, а информация, которую он получает, может являться нейтральной.

В случае же, если публик рилейшнз трактуется как профессиональная деятельность, то отправитель сообщения может быть не ориентирован на открытый диалог. Субъекты публик рилейшнз налаживают свои отношения с общественностью, исходя из своих интересов. Поэтому информация, которую получает адресат может и не быть нейтральной, поскольку она исходит от заинтересованного субъекта.

Из всего сказанного выше следует, что и функции PR будут пониматься по-разному. В первом случае в основе определения публик рилейшнз – установление доброжелательных открытых отношений между организацией и общественностью, служащий, в свою очередь, гарантом стабильности социума в целом. Во втором случае в основе понимания PR – решение проблемы субъекта или заказчика. Целью публик рилейшнз в этом случае является формирование у людей выгодной для организации поведения, и здесь включается момент грамотного отношения реципиента к полученной информации, его умение ставить так называемые фильтры при её восприятии.

Существует подход, в рамках которого общая цель публик рилейшнз – устанавливать и поддерживать атмосферу понимания и доверия, которые, в свою очередь, являются базовыми константами достижения согласованности в действиях. Такой подход к пониманию сущности публик рилейшнз наиболее распространенный в сфере бизнеса, а во время избирательных процессов – и в сфере политической, ведь сам по себе репутационный капитал, который создается также и с помощью связей с общественностью, является важной составляющей общего капитала базисного субъекта PR и имеет определенную стоимость.

В основу понимания PR многими исследователями положена потребность в создании доверительных отношений, взаимопонимания между субъектами PR-коммуникации: "создание климата доверия в среде, с которым субъектам PR придется взаимодействовать, и обычно в обществе как таковом" [5, р. 13]. Это мнение также подтверждает Ф. Буари [2], который в PR видит диалоговую модель нахождения общественного консенсуса и предлагает рассматривать их как менеджмент в сфере коммуникаций социума. Именно благодаря диалоговому характеру PR, как утверждает другой французский специалист Л. Матра (L. Matra), "достигается восприятие общественностью" изложенных "и" посланных информационных потоков" [6, с. 9].

Указанный аспект восприятия и потребления PR-коммуникации доминирует и в официальном заявлении от 6 ноября 1982 PRSA (Public Relations Society of America), где подчеркивается, что PR способствуют установлению в современном сложном плюралистическом обществе взаимопонимания между отдельными группами и организациями, обеспечивая гармонизацию частной и общественной деятельности. Они действительно обслуживают такие социальные институты, как предпринимательство, профсоюзы, фонды, правительственные учреждения, благотворительные ассоциации, образовательные и религиозные организации, помогают их руководителям принимать эффективные решения и действовать более целенаправленно. Таким образом, создание климата доверия между указанными субъектами будет способствовать поиску консенсуса при принятии важных для обеих сторон решений.

На наш взгляд, потребителям PR-контента важно осознать тот факт, что информация – это лишь часть коммуникаций, а коммуникации – это лишь часть PR. Следовательно, определение публичных релейнгов, описывающие их как организованные двусторонние контакты между аудиториями, направленные только на достижение взаимного понимания, могут презентовать информационный характер PR-деятельности, а не саму их сущность, ведь информация может изменить знания, но не обязательно мысли и отношение. Это свидетельствует о необходимости формирования обдуманного отношения ко всякого рода коммуникационным сообщениям.

References - Литература

- (1) Березенко В.В. PR в Україні : наукове осмислення феномену: монографія [за заг. ред. В.М.Владимирова] / В.В.Березенко — К.: Академія Української преси, Центр Вільної Преси, 2013. — 360 с.
- (2) Буари Ф.А. Паблик релейнгов или стратегия доверия / Ф. А. Буари. — М.: ИМИДЖ-Контакт: ИНФРА-М, 2001. — 178 с.
- (3) Грюниг Д. Теория публичных релейнгов / Джеймс Е. Грюниг. — М.: Городец, 2000. — 237 с.
- (4) Пономарев С. Теория публичных релейнгов и системный подход / С. Пономарев [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://www.createbrand.ru/biblio/pr/podhod.html>
- (5) Center A. H. Public relations Practices: Case Studies / A. H. Center, F. Walsh. — Englewood Cliffs (N.J.): Prentice Hall, 1981. — 363 p.
- (6) Matrat L. Relations publiques et management. Texte de la conférence a l'Institut de Sociologie / L. Matra. — Bruxelles: C.E.R.P., 1971. — P. 9.
- (7) Pimlott J. A. R Public Relations and American Democracy (New edition) / John Alfred Ralph Pimlott. — Kennikat: Kennikat Press. — 1972. — 265 p.

Contact address – Kontaktní adresa

Berezenko Vita, Professor, Doctor of Sciences in Social Communications,
Department of Journalism

Zaporizhzhya national university
Zhykovsky street 66, Zaporizhzhya, Ukraine

E-mail: berezenko_2007@mail.ru

Tel.: +380972766419

Natalya Sanakoyeva, Associate Professor, PhD
Department of Journalism

Zaporizhzhya national university
Zhykovsky street 66, Zaporizhzhya, Ukraine

E-mail: n_sanakoyeva@ukr.net

Tel.: +380631751958

IMPORTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE SUBJECT FICTIONAL FIRM

ÚLOHA INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ V CVIČNÉ FIRMĚ

Kateřina BERKOVÁ

Катерина БЕРКОВА

Abstract:

The paper is focused on a definition of an importance of information technology in the subject Fictional firm at University of Economics, Prague. The students simulate the business activities with the use of an economic and graphics software and other communication media.

Abstrakt:

Příspěvek je zaměřen na vymezení úlohy informačních technologií v předmětu Cvičná firma na Vysoké škole ekonomické v Praze. Studenti simulují podnikové činnosti s využitím ekonomického a grafického programu a jiných komunikačních médií.

Keywords:

Fictional Firm, Communication Media, Economic Software.

Klíčová slova:

cvičná firma, komunikační média, ekonomický program.

Úvod

V dnešní turbulentní době jsou informační technologie považovány za samozřejmý prostředek, bez něhož nelze efektivně realizovat jakoukoliv svoji činnost. Pro vzdělávání jsou informační technologie vysoce významné, protože umožňují posouvat řízení výuky do modernější formy, dovolím si podotknout, takové podoby, která mnohdy umožňuje efektivněji dosáhnout vzdělávacích cílů a vytvořit u studentů požadované výsledky učení. Svoji důležitou úlohu zastávají IT v prakticky orientovaných předmětech na vysokých školách, kde je možné pracovat s využitím různých programů pro zpracování dat a vytvoření výstupů, prostřednictvím médií podporujících efektivní komunikaci studentů, bez jejichž pomoci jen s těžkostmi lze předměty tohoto charakteru zvládnout. Autorka příspěvku si klade za cíl na informační bázi, v deskriptivní formě vymežit úlohu IT v prakticky orientovaném volitelném předmětu Cvičná firma na Vysoké škole ekonomické v Praze, který je určen studentům bakalářského studia. V příspěvku jsou pomocí SWOT analýzy uvedeny silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti předmětu a nástin jeho dalšího směřování.

Konceptuální pojetí předmětu Cvičná firma

Vytvořit u studentů vysokých škol praktické činnosti orientované na realizaci a řízení ekonomických činností je nesnadný úkol, byť v současné době velice žádaný. Popularita předmětu Cvičná firma, který byl zaveden na VŠE v Praze jako volitelný předmět v bakalářském studijním programu Finance a účetnictví s platností od letního semestru 2014/2015, u studentů Fakulty financí a účetnictví stoupá. Optikou studentů je totiž předmět praktický čili smysluplný a zajímavý (Berková, 2016).

Pojetí předmětu je interdisciplinární. Jeho vzdělávací obsah je komplexní, je v něm vnořena problematika několika různých oborů na úrovni předmětů, z nichž jsou nejvíce zastoupeny podniková ekonomika, účetnictví, finanční analýza, finanční řízení a plánování, marketing, řízení lidských zdrojů. Předmět je určen pro studenty vyšších semestrů – doporučen pro 5. nebo 6. semestr – kdy už jsou studenti vybaveni požadovanou odborností a mohou realizovat a řídit fiktivní podnikovou činnost (insis.vse.cz). Studenti v pěti až šestičlenných týmech zpracují komplexní podnikatelský záměr včetně finančního plánu a rozpočtu, následně realizují a řídí svoji činnost na bázi vzájemného obchodování s ostatními cvičnými firmami při VŠE. Učitel do jejich činnosti zasahuje a mění vývoj trhu, na který musí cvičné firmy reagovat. Celá jejich činnost je vedena v ekonomickém software Pohoda. Marketingovou strategii se zaměřením na PR a propagaci převážná většina studentů řeší za podpory grafických programů, které jim umožňují vytvářet firemní loga, propagační inzerce aj. Ti nejzdatnější studenti v oblasti IT vytvářejí webové stránky své cvičné firmy. Ze sociálních sítí využívají studenti nejvíce Facebook určený ke sdílení dat a zpětné vazbě.

Předmět vede studenty ke kritickému myšlení, přijetí kritiky od ostatních a sebereflexi. Tyto schopnosti jsou rozvíjeny v okamžiku prezentace podnikatelského záměru jednotlivými týmy, kdy každý student musí ihned vyhodnotit prezentaci svého týmu a ostatních týmů. Studenti přidělují předem stanoveným kritériím body, přičemž maximálně lze dosáhnout 10 bodů. Studenti mají většinou tendenci se přeceňovat, ale vždy se vyskytují i skupiny, které naopak svoje schopnosti hodnotí více kriticky. Největší problémy se vyskytují v oblasti správného sestavení rozpočtu a finančního plánu a vytvoření marketingové strategie. Naopak dnešní generace dokáže „prodat“ svůj nápad. Hodnocení je studentům zveřejněno. Výsledky hodnocení vlastní prezentace a prezentace ostatních týmů u vybraných cvičných firem dokládá tabulka 1.

Tabulka 1: Hodnocení podnikatelského záměru cvičných firem ZS 2016/2017

	Event Production	Bohemica Spirit	UnesMě
Sebereflexe studentů v týmu	98%	84%	77%
Studenti ze všech ostatních týmů	87%	83%	86%

Zdroj: vlastní výpočty

Z výše uvedené charakteristiky vyplývá, že předmět velice dobře a snadno rozvíjí odbornou profilaci, kritické myšlení, sociální a personální kompetence absolventů VŠE, schopnost zpracovávat informace a pracovat s nimi a využívat IT, které v ekonomické praxi zúročí. Důležitost rozvoje těchto kompetencí dokládá výzkum Kouckého, Zelenky (2009). Autoři zjistili, že mezi nejvíce preferované schopnosti absolventů vysokých škol se řadí profesní odbornost, funkční flexibilita, inovativnost a řízení znalostí, mobilizace lidských zdrojů. Tyto požadavky přetrvávají i dnes.

Výstupy cvičných firem cestou IT a komunikačních médií

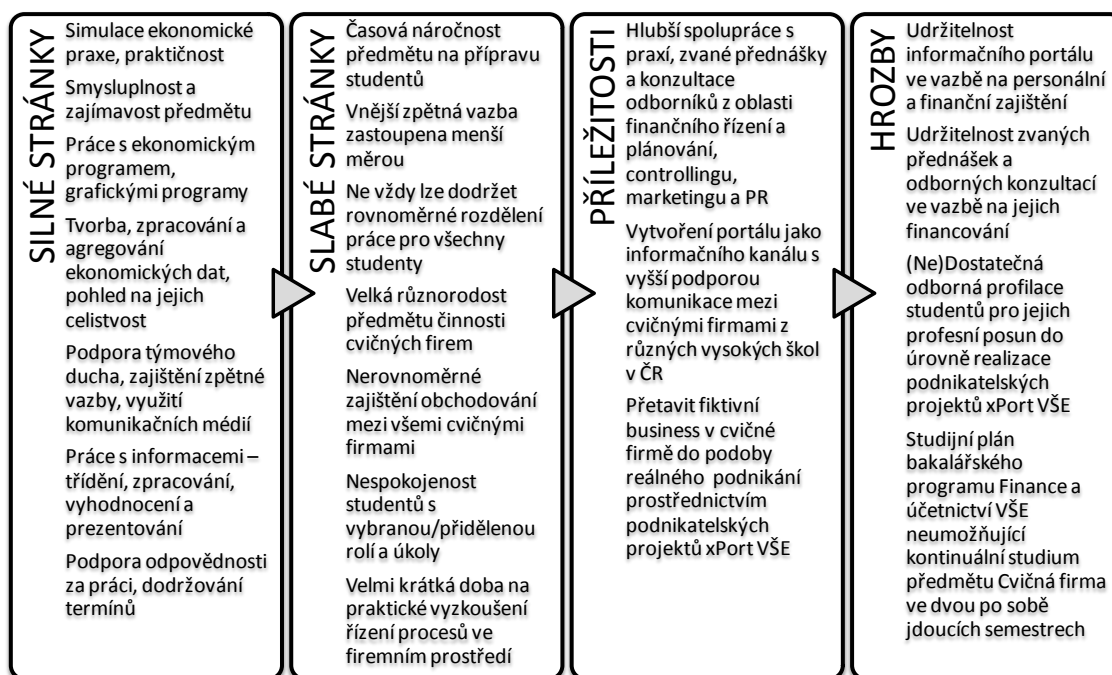
Za ekonomické a účetní výstupy cvičných firem lze považovat zpracované účetní doklady, operativní evidenci jako jsou nejčastěji skladní karty, inventární karty, pokladní kniha, mzdové listy, a v neposlední řadě je nejdůležitějším výstupem účetní závěrka cvičných firem. Tyto výstupy studenti zpracovávají zejména v ekonomickém programu Pohoda, v němž mají vytvořenou vlastní účetní jednotku. Program je dostupný ze školní sítě, ale lze si jej nainstalovat i do vlastního počítače a pracovat i z domova. Nejedná se o ostrou verzi software, ale o školní demo verzi. Předností této školní verze je, že umožňuje zadávat neomezený počet transakcí (stormware.cz). Studenti zpracovávají účetní doklady přímo v programu ve svém účetnictví. Program

umožňuje automaticky přenášet zadané údaje přímo do účetních knih a agreguje je do úrovně účetních výkazů, s kterými studenti pracují v závěru předmětu a prezentují vývoj své činnosti. Studenti si však musí osvojit vazby mezi jednotlivými agendami a přenosy dat mezi nimi. Program vytváří elementární podklady pro vyhodnocení finančních ukazatelů a ziskovosti na měsíční bázi. Tyto informace studenti rozvíjí pro hodnocení finanční situace a výkonnosti cvičné firmy a prognózování jejího vývoje.

Studenti se technicky také angažují v grafické oblasti propagace své činnosti. Například prostřednictvím bezplatné verze bitmapového grafického editoru *Gimp 2.8* (alternativa Photoshopu) vytváří grafické ilustrace pro zviditelnění své firmy. Zakládají Facebook cvičné firmy, který jim umožňuje navázat kontakty a obchody s ostatními firmami a prostřednictvím vlastní facebookové skupiny komunikují a sdílí veškerou dokumentaci. Například pomocí bezplatného programu *webnode* mohou ihned vytvářet doménu vlastního firemního webu.

SWOT analýza předmětu Cvičná firma a budoucí směřování

Pro naplánování budoucího směřování předmětu Cvičná firma je důležité se zamyslet nad silnými a slabými stránkami, hrozbami a příležitostmi, které ovlivňují vývoj předmětu a je nutné je minimálně brát na zřetel. Obrázek 1 ilustruje současnou pozici, stabilitu a zároveň nové výzvy a s nimi spojená rizika pro předmět Cvičná firma na VŠE se zřetelem na rozvoj praktických dovedností absolventů VŠE a uplatnění těchto schopností v ekonomické praxi.



Obrázek 1: SWOT analýza předmětu Cvičná firma

Zdroj: *Studentská anketa předmětu Cvičná firma* [online]. 2016 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z WWW: <<https://insis.vse.cz>>, vlastní zpracování

Z analýzy vyplývá, že je nutné se vydat cestou navázání spolupráce s praxí a více ji zařadit do výuky předmětu. Zefektivní se vnější zpětná vazba, která je pro studenty mnohem více důležitá než tradiční školní hodnocení předmětu. Cílem bude také zefektivnit komunikaci mezi cvičnými firmami v rámci jedné školy, ale také v rámci i jiných vysokých škol v ČR prostřednictvím informačního portálu. V každém případě je

realizace těchto cílů odvislá od získaných finančních zdrojů, které tyto výzvy mohou zhmotnit a umožnit je vyvíjet.

Závěr

Úloha IT v poměrně mladém prakticky orientovaném předmětu Cvičná firma na VŠE v Praze je nezbytná. Informační technologie posouvají studenty v jejich odborném zaměření na úrovni práce s informacemi, jejich třídění, zpracování, sdílení a předávání dat ostatním týmovým hráčům. Oblast využití IT v tomto předmětu bude diskutována cestou hledání nových výzev a projektů, které by zkvalitnění předmětu tímto směrem podpořily.

References - Literatura

- (1) BERKOVÁ, K. Předmět Cvičná firma jako prostředek podpory konkurenceschopnosti absolventů vysokých škol. In *Sborník příspěvků z 8. ročníku mezinárodní vědecké konference KONKURENCE*. ROJÍK, S., ZÁVODNÝ POSPÍŠIL, J. Jihlava: VŠPJ. 2016. s. 31-41. ISBN 978-80-88064-25-1.
- (2) KOUCKÝ, J., ZELENKA, M. Uplatnění absolventů vysokých škol na trhu práce. Expertizní studie. [online]. 2009 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.strediskovzdelavacipolitiky.info/download/Absolventi%20Expertiza%20Oct09.pdf>>.
- (3) *Studentská anketa předmětu Cvičná firma* [online]. 2016 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z WWW: <<https://insis.vse.cz>>.
- (4) *Sylabus předmětu Cvičná firma* [online]. 2016 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z WWW: <<https://insis.vse.cz>>.
- (5) *Účetní program POHODA* [online]. 2016 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.stormware.cz>>.

Příspěvek vznikl za podpory Interní grantové agentury Vysoké školy Ekonomické v Praze prostřednictvím projektu VŠE IGS F1/31/2015 a projektu Fakulty financí a účetnictví VŠE v Praze prostřednictvím institucionální podpory VŠE IP100040.

Contact address - Kontaktní adresa

Ing. Kateřina Berková, Ph.D.
Katedra didaktiky ekonomických předmětů
Fakulta financí a účetnictví Vysoké školy ekonomické v Praze
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3
Česká republika
E-mail: katerina.berkova@vse.cz
Tel.: 00420 224 095 134

SPECIFIC OF EDUCATING OF STUDENTS TO ABILITY TO “THINK A FRAME”

СПЕЦИФИКА ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ УМЕНИЮ “МЫСЛИТЬ КАДРОМ”

Oleksandr Victorovich BEZRUCHKO

Александр Викторович БЕЗРУЧКО

Abstract:

A frame is less component part of any work of the CRT arts. But importance of shot doesn't diminish from it. Higher praise of any film of the famous stage-director or operator can be a postulate, that “every his frame can be hung up on a wall as work of arts”. Coming from principle “educating from simple to difficult”, mediapedagogics is begun with the comprehensive study of frame, that helps students to find the so-called cinematographic thinking that is sometimes determined, as ability to “think a frame”.

For development for the students of these skills the artistic leaders of creative master (courses) stage-directors of the cinema and television, operators of the cinema and television, speakers and leading telecasts and other creative specialities of workers of the CRT arts, sometimes give the first creative task, that consists in creation of the photofilm, which was consisted from two (or a few) photos.

In the article examined methodology of educating of students to the incorporated creative workshop (stage-directors of the cinema and television, operators of the cinema and television, speakers and anchorwomen of telecasts) to understanding of importance of frame as important part of works of the CRT arts. There are brought the fragments from the first student scenarios for a creative task “Two frames”. It's told how these student's stories illustrate the thought of by them fotofilm, consisting of two frames.

Through these photofilms students told about that worries them, learned to be not afraid to dream up and take away the creative ideas on public. And, most important, importance of every frame in works of the CRT arts and not only possibility but also necessity of co-operation of alongside standing frames saw, when it is possible to think of only from two frames, tell and screen whole history.

Keywords:

specific, ability, educating, think a frame

Вступление

В целях развития у студентов умения «мыслить кадром» художественные руководители творческих мастерских (курсов) режиссеров кино и телевидения, операторов кино и телевидения, дикторов и ведущих телепрограмм и др., иногда дают первое творческое задание, которое заключается в создании фотофильма, составленного из двух (или нескольких) фотографий.

Занятия по фотографированию можно проводить как в специально оборудованных фото-, теле-, и киностудиях или же на так называемой натуре – улицах городов, в парках, лесу, полях и т.д.

Исходя из вышеизложенного, одним из первых творческих заданий для первокурсников моей мастерской было придумать, записать и прочитать перед всеми историю из двух кадров, которые автор выбирал самостоятельно.

Предварительно со студентами была проведена лекция о кадре, его значении в экранных искусствах, взаимодействии с другими кадрами и т.д. После этого состоялось практическое занятие, во время которого мы вышли прогуляться в парк с озером неподалеку от университета.

Необходимо отметить, что так называемый выход на природу часто дает очень неплохой педагогический эффект. Так, например, некоторые лекции по режиссуре или истории кино в первые полтора месяца учебного года (пока позволяла погода) иногда переносились из аудиторий непосредственно в центр города. В этом случае студенты не просто слушали, а видели «здесь и сейчас» те места и здания нашей столицы, о которых рассказывал лектор, что позволяло влиять на студентов не только вербально, но и образно. Конечно, аудиторные лекции можно подкреплять фотографиями или слайдами, но студенты не всегда потом идентифицируют эти места при самостоятельном посещении.

Так, в частности, во время лекций о Всеукраинском фотокиноуправлении (ВУФКУ) и Киевском государственном институте кинематографии (КГИК), мы не просто проходили мимо музея Тараса Шевченко, в котором эти учреждения когда-то располагались, а заходили внутрь.

Для молодых людей двадцать первого столетия было чрезвычайно интересно пройти музеем, послушать и представить себя студентами тридцатых годов двадцатого столетия, или, например, Александром Довженко, который даже некоторое время жил в этом доме (в 1929–1930 годах в этом здании располагались ВУФКУ и квартиры некоторых кинематографистов, в том числе и Довженко), а потом приходил на лекции к студентам КГИКа и работал в методической комиссии по режиссерскому делу (в 1930–1933 годах в этом здании располагался Киевский киноинститут).

Мои эксперименты основывались на лекциях А. Довженко, который иногда проводил их во время прогулок по Киеву, а также некоторых лекциях моих учителей на кинофакультете Киевского государственного института театрального искусства (КГИТИ) им. И. К. Карпенко-Карого (теперь – Институт экранных искусств Киевского национального университета театра, кино и телевидения (ИЭИ КНУТКиТ) им. И. К. Карпенко-Карого), в частности, Ю.Г. Ильенко, Б.В. Вержбицкого, Л.Ф. Ефименко, Д.Е. Горбачова и др., которые переносили часть из своих аудиторных занятий на живописную природу Софийского собора (Собора Святой Софии) или Киево-Печерской Лавры, где на тот момент располагалось наше учебное заведение.

Также автору запомнились восхищенные глаза итальянских школьников, которым учитель рассказывал об истории их страны непосредственно в Колизее или же группы мексиканских студентов-художников, делавших зарисовки Теотиуакана непосредственно под Пирамидой Солнца.

Именно поэтому теплым сентябрьским днем было проведено занятие со студентами-первокурсниками моей творческой мастерской в парке у озера. Были взяты фотоаппараты с разными объективами: обычным («китовым»), широкоугольным (так называемым «рыбьим глазом») и длиннофокусным (телеобъективом). Во время прогулки-занятия студентам напомнил относительно технических и творческих возможностей вышеупомянутой оптики с показом фотографий, сделанных разными объективами.

После этого было предложено ученикам на штативе и «с рук» (т.е. без штатива) самим попробовать сделать фотографии с помощью различных объективов. Такая

форма обучения очень понравилась студентам, вызвав у них бурю позитивных эмоций. Не менее интересным и оживленным был дальнейший показ фотографий с их обсуждением, даже несмотря на то, что смотрели их на маленьких мониторах цифровых фотоаппаратов.

Во время обратной дороги к университету были показаны варианты создания истории из двух кадров. Когда мы проходили мимо недостроенной многоэтажки, около которой прогуливалась молодая женщина с ребенком в коляске. Сфотографировав грустную мать с ребенком на крупном плане (с помощью телеобъектива) и ту же мать с ребенком на дальнем плане на фоне недостроенного дома (широкоугольным объективом), показал студентам. После этого экспромтом придумал историю по этим двум кадрами. И предложил студентам по этим же кадрам придумать свои истории. Получилось не у всех, но сама идея увлекла их. Студентам понравился такой вид творчества поскольку, во-первых, акт творчества происходил непосредственно у них на глазах, и, во-вторых, они сами принимали в нём непосредственное участие.

После этого ученики моей мастерской сами начали придумывать истории из двух кадров, сфотографированных ими или, если сфотографировать не представлялось возможным (например, затруднительно киевскому студенту самому сфотографировать Анды или Антарктиду, не побывав там), найденных в Интернете.

Нужно было показать творческой мастерской две фотографии на экране огромного телевизора в нашей аудитории. После этого автор представлял написанную им историю, которую для соответствующего кинематографического антуража называли литературным сценарием.

Для того, чтобы студенты увидели, что из тех же предоставленных ими двух фотографий можно придумать самые разные по форме и жанрами истории (сценарии), было предложено условие, которое помогло студентам усвоить простую истину, что одни и те же кадры могут вызывать у различных людей не всегда похожие ассоциации и, соответственно, истории.

Для этого сначала показывались две фотографии. Потом автор замолкал, а другие студенты рассказывали историю, которая у них возникла после просмотра увиденного. Мной незаметно выделялись и акцентировались истории, которые были кардинально разными. И только после этого уже сам автор зачитывал собственный литературный сценарий. Не всегда придуманная автором история совпадала с версиями однокурсников.

Некоторые сделали по одному варианту «Двух кадров», старательные и творческие – по два и более. Так, например, Виктория Блажевская подготовила два этюда «Оставить след на земле, написав книгу» и «Поскользнуться, не заметив банановую кожуру».

Быкова Марина придумала историю «Надежда» о беспризорной собачке, которая получила добрых хозяев; Харченко Олеся – историю «Дитя» о встрече пингвинов и маленькой нерпы; Семченко Ольга – «Беспокойство» о маленьком котенке и щенке.

Анастасия Гордиевич придумала две истории. На первой фотографии первой истории «Решай» была изображенная машина с лесорубами, которые ехали по лесной дороге, а на второй – животное, сидящее на дереве.

Во второй истории «Собака друг человеку даже по Интернету»! была показана немецкая овчарка, смотрящая на экран ноутбука, а на второй фотографии этой истории – девушка с удивлением общается по Интернету с собакой через монитор своего компьютера.

Владислав Буйвол представил две фотографии под названием «Для наркоманов есть лишь одно будущее». На первой фотографии был показан молодой парень, который вводит в вену наркотик, на второй – над гробом в окружении людей на кладбище рыдает мать.

Инна Дубилина представила две фотографии под названием «Первый зачет». На первом фото была изображена студентка, которая в библиотеке заснула над учебником, на втором – зачётная книжка, в которой стоит «отлично». Принимая во внимание то, что студенты учатся в частном вузе, а потому отличная оценка давала возможность на скидку в оплате обучения, а плохая нуждалась в платной обработке – зачётная книжка была положена на монеты.

Андрей Змушко представил две фотографии с названием «Мечта». На первой было фото сборной Украины по футболу, на второй – счет на табло «5:0».

Марина Кобылинская, которая имела плохую привычку опаздывать, придумала фото историю на эту тему с красноречивым названием «Опоздание». На первой её фотографии на переднем плане стоял будильник с цифрами 11.10, а на заднем мирно спал парень. На второй – через город летел мужчина в костюме с непропорционально большими ногами.

Артур Колотило представил сначала историю «Безрассудство». На первой фотографии изображен молодой человек, прыгающий с высоты без парашюта, на второй дедушка закрывает глаза руками. Впоследствии А. Колотило были предложены ещё два фотофильма. На первом кадре второго фотофильма была изображенная красавица, на второй фотографии – парень, который спал. Название было тривиально «Как дела, красавчик?»

Третий фотофильм был наиболее интересен. На первом кадре был запечатлён пингвин, который пытается взлететь, на втором – пингвин в полёте. Эта история имела название «Главное верить».

Спортсмен Александр Мужейко представил две фото истории на одну тему: спортивные травмы. Возможно из-за того, что он сам перед поступлением в институт получил травмы, которые до сих пор долечивал. На первом кадре первой истории «Перелом» был показан парень с поломанной рукой, на втором кадре первой истории – турник, зачеркнутый крест-накрест красными линиями.

На первой фотографии второй истории «Грыжа» А. Мужейко представил сам себя с грыжей, на второй фотографии он же, только без грыжи поднимает штангу в спортивном зале.

Дарья Пилипенко представила две фотоистории. Первую историю Дарья интригующе назвала «Я так люблю тещу!». На первой фотографии истории «Я так люблю тещу!» были изображены футболисты во время пробития «стенки», на второй – человек в больнице с гипсом на сломанной ноге.

Вторая история «Не уезжай» была вполне прогнозируемой для девушки, семнадцать лет прожившей в небольшом городе и лишь месяц назад переехавшей на учебу в столицу: расставание влюбленных людей на перроне железнодорожного вокзала. На первом кадре задумчивая девушка положила свою

голову на плечо парню, на втором – люди на перроне Киевского железнодорожного вокзала.

Салеомон Андрей представил мистически-романтическую историю «Пылкий дьявол». На первой фотографии была представленная пара, которая целуется. Основные цвета – черный и красный. На втором – разлетающийся на куски бокал, в который наливается красное вино.

Стасюк Наталия представила грустную историю «Оставленный на родной земле». На первой фотографии Стасюк представила самолет в небе, на второй – одинокий крест, на котором сидят черные вороны.

Виктория Куртяник придумала «Историю любви», где на первой фотографии были показаны молодые влюблённые, которые на аллее целовались под зонтиком. На второй фото стояла счастливая пара пожилых людей с зонтиком и осенними листьями в руках; Цурика Анна – чрезвычайно эмоциональную историю «Чувства», характерную для мечтательной девушки её возраста.

Наталия Кудрик представила не только фотофильм из двух фотографий, но и написала интересную историю (внутренний монолог персонажа) под названием «Розовые очки». На первой фотографии Кудрик был показан ветеран в вагоне метро, а на второй – дети с подарками.

Благодаря этим фотофильмам студенты рассказали про то, что их волнует, научились не бояться фантазировать и выносить свои творческие идеи на публику. И, самое главное, увидели важность каждого кадра в произведениях экранных искусств и не только возможность, но и необходимость взаимодействия рядом стоящих кадров, когда всего из двух кадров можно придумать, рассказать и показать на экране целую историю.

Не менее важной составляющей этого задания для студентов было возможность понять, что восприятие и трактовка экранных произведений у разных индивидуумов может существенно отличаться.

References - Литература

Contact address - Kontaktní adresa

Bezruchko Oleksandr Victorovich

Doctor of Science (Doctor of Study of Art) on specialty Theory and History of Culture;

Doctor of Philosophy on specialty Cinema Arts, Television;

Professor of Department of Cinema and Television Arts

Institute of Television, Cinema and Theatre

Kyiv International University;

Professor of Department of direction of television

Institute of Cinema and Television

Kyiv National University of Culture and Arts;

Professor of Department of Cinema and Television Arts

Institute of Journalism

Kyiv National University the named of Taras Shevchenko;

Corresponding member of the International Academy of Sciences

Pedagogical Education

THE ROLE OF MEDIA EDUCATION IN THE UNDERSTANDING OF THE CONCEPT OF HYBRID WARFARE

РОЛЬ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ОСМЫСЛЕНИИ КОНЦЕПЦИИ ГИБРИДНОЙ ВОЙНЫ

Iryna BONDARENKO

Ирина БОНДАРЕНКО

Abstract:

The article explores the problems of Russia Ukraine conflict and the main forms and directions of Russian aggression against Ukraine. It also analyses the basic scientific approaches to the comprehension of the phenomenon of “hybrid war” along with specifics of information and psychological confrontation in the context of the Ukraine conflict. Besides, the attention is also given to the analysis of the main social and communication methods of Russian communication and psychological warfare against Ukraine.

Keywords:

Fourth generation warfare, hybrid war, disinformation, psychic infection, information war, propaganda, buzz.

Вступление

Проблема российско-украинского конфликта – вопрос острый и болезненный не только в контексте социально-политических реалий Украины, но и в измерениях науки. Представители различных научных сфер пытаются раскрыть модель новой формы геополитического противоборства, предложить оптимальные пути решения ситуации. Медиаобразование, как особая учебно-воспитательная система, способна сформировать в условиях ведения гибридной войны соответствующую культуру общения аудитории с медиа, спродуцировать ее критическое мышление, расставить смысловые акценты во всем потоке неоднозначной информации. Предлагаем авторскую медиаобразовательную стратегию осмысления концепции гибридной войны.

Российская вооруженная агрессия против Украины в измерениях военных экспертов и журналистов номинируется по-разному: «информационная война», «война четвертого поколения» (4GW), «асимметричная война», «нелинейная война», «гибридная война». Все эти термины указывают на многоаспектность и сложность нового феномена противоборства, объективно оценить который специалисты смогут лишь со временем. Украинцы же воспринимают эту войну субъективно или через интерпретации политиков и журналистов. При таких условиях важно объяснить сущность, формы и стратегии войн нового поколения.

Проанализируем семантику ключевых терминов исследования, которые в итоге указывают на хронологию профессионального постижения войн нового типа. В СМИ довольно часто встречается конструкция «война четвертого поколения» – Fourth generation warfare (4GW). К примеру, «6 декабря в Украине отмечать День Вооруженных сил. Готова ли наша армия реагировать на агрессию четвертого поколения?» (День, 3 декабря 2015). К истории понятия: в 1989 году американские военные эксперты В. Линд (William S. Lind), К. Найтингейл (Keith Nightengale), Дж. Шмитт (John F. Schmitt) опубликовали исследование «The

Changing Face of War: Into the Fourth Generation» [1], в котором определили историю развития мировых войн четырьмя периодами или поколениями. Первое поколение характеризуется линейной тактикой ведения боя и применением холодного оружия, второе поколение – внедрением тактики «огня и маневра» и использованием гладкоствольного оружия. Третье поколение обозначилось тактикой широких маневров, окружений противника и прорыва его линий обороны большими танковыми соединениями и авиацией (Первая и Вторая мировые войны).

Война четвертого поколения – это стратегическая война, в которой комплексно применяется сверхсовременное оружие. Цель войны – уничтожение вооруженных сил противника, разрушения его экономического и культурно-духовного потенциала, свержение политического строя.

Сегодня военные стратеги говорят о войнах пятого и шестого поколений, сценарий и технологии которых разворачиваются на территории Украины. М. Требин считает: наличие «современных воздушно-космических сил, высокоточного ударного и оборонительного оружия, оружия на новых физических принципах, информационного оружия, сил и средств радиоэлектронной борьбы являются неперенными атрибутами войны шестого поколения. Их отсутствие или слабое развитие делают страну неспособной к защите своих национальных интересов и государственного суверенитета» [2, с. 248]. К войнам шестого поколения украинские ученые относят войну в Персидском заливе (1991) и войну НАТО против Югославии. В войнах четвертого, пятого и шестого поколений активно используется арсенал информационно-психологического оружия.

Термин «информационная война» (Information War) появляется в базовых документах блока НАТО и Министерства обороны США в начале 90-х годов XX века. Исследователи часто вспоминают Полевой устав FM 33-1 МО США, в котором впервые дано определение информационных операций как «спланированных психологических действий в мирное и военное время, направленных против враждебной, дружественной или нейтральной аудитории путем воздействия на установки и поведение с целью достижения политических или военных преимуществ. Они включают в себя психологические действия со стратегическими целями, психологические консолидирующие действия и психологические действия с непосредственной поддержки боевых действий».

Впервые тактики информационных войн были реализованы армиями США и их союзников в ходе проведения спецоперации «Буря в пустыне» в Ираке в 1991 году. Во время нее военной авиацией была повреждена вся информационно-телекоммуникационная система Ирака. Страна оказалась в состоянии информационной блокады, что привело к ее поражению. Кроме того, периодические издания «The New York Times», «Washington Post», «The Daily Telegraph», «Time», телеканалы CNN, NBC, BBC и ABC осуществляли мощное информационно-психологическое воздействие на общественное мнение в мировом масштабе. Телекомпания CNN в январе 1991 года ввела беспрецедентный новостной формат – военные действия, происходившие в Персидском заливе, демонстрировались в прямом эфире.

Сегодня военные эксперты определяют два аспекта ведения информационной войны как особой разновидности политического насилия – информационно-технический и информационно-психологический. Главными объектами

воздействия и защиты информационно-технической борьбы являются системы телекоммуникаций и связи, радиоэлектронные средства и др. Информационно-психологическая война направлена на сознание и психику населения и личного состава вооруженных сил, спецслужб противника, систему формирования общественного мнения и принятия концептуальных решений.

Украинские исследователи В. Остроухов и В. Петрик определяют целый спектр задач информационно-психологической войны: осуществление деструктивного идеологического воздействия; создание атмосферы бездуховности, негативного отношения к культуре и историческому наследию в обществе конкурента, манипулирование общественным мнением и политической ориентацией населения для создания политической напряженности [3, с. 27-28].

Термин «гибридная война» является наиболее активной номинацией среди ученых, журналистов и политиков: «Президент Петр Порошенко заявил, что Россия еще не закончила войну против нашего государства и только усиливает гибридную войну» (Корреспондент.net, 7 октября 2015 г.); «Россия ведет гибридную войну не только против Украины, но и против Турции и ЕС – Турчинов» (ТСН, 2016, 13 января, 16:43); в 2015 году выходит в свет книга украинского исследователя И. Руценка под названием «Российско-украинский гибридная война: взгляд социолога».

Этот термин также позаимствовано из словаря американских военных теоретиков. В 2007 году Фрэнк Хоффман в работе «Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars» отмечает, что войны современной эпохи являются гибридным явлением, что разворачиваются в рамках летальности (нерешенности) определенного межгосударственного конфликта и фанатизма партизанской войны. В таких условиях государства, или поддерживаемые ими боевики и террористы, применяют современное вооружение, используют телекоммуникационные сети, прибегают к киберпреступности, ведут информационную пропаганду и массовое психологическое насилие против мирных жителей [4].

Эксперты прогнозируемо называют гибридную войну распространенным типом политического насилия XXI века. Определим ее характерные признаки: *гибридная война начинается с «мирных» антиправительственных акций, заканчивается жестокой гражданской войной и внешней интервенцией.* Украинский сценарий гибридной войны начался с аннексии Крыма. С 1 марта по 21 марта 2014 года был оккупирован полуостров, блокированы украинские военные части и сигналы украинских телеканалов, проведен псевдореферендум. В марте 2014 возникли массовые беспорядки в Донецкой и Луганской областях, в апреле были захвачены административные здания региона, вооруженные формирования захватили Славянск, Краматорск, Артемовск, а уже 7 апреля были объявлены так называемые «ДНР» и «ЛНР».

Жертвами конфликта становятся мирные жители, прежде всего старики, женщины и дети. Представители именно этой уязвимой категории населения стали своеобразными «иконами» страданий большинства пропагандистских материалов конфликтующих сторон.

Обычно гибридные войны является необъявленными войнами. Мы называем российскую агрессию против Украины необъявленной войной. В 2015 году Национальной телекомпанией Украины был создан документальный цикл «Необъявленная война. Записки документалиста» (режиссер Снежана Потапчук).

Хотя, заметим, человечество потеряло практику официального объявления войны уже в конце XVIII века. Военные эксперты считают основными тактиками необъявленных войн дипломатическую изоляцию, политическую конфронтацию, провокации на границе, демонстрацию силы из-за наращивания военного присутствия, поддержку сепаратистских и националистических движений и, наконец, официальные возражения причастности к таким действиям. Весь этот тактический арсенал активно используется Россией против Украины.

Деморализация личного состава войск, диверсификация общественного мнения через средства массовой коммуникации. Именно этот критерий является ключевым в ходе ведения гибридных войн. Информационно-психологическое воздействие Российской Федерации на население Украины, в том числе на личный состав военных формирований, с целью ослабления их готовности к обороне государства и ухудшения имиджа военной службы длился десятилетиями. Это повлекло тяжкие последствия для защиты интересов Украины в начале 2014 года.

«Поле боя» гибридных войн переносится на информационное пространство. Мы отмечали, что основой ведения гибридных войн является информационно-психологическая составляющая, а объектом ее воздействия – общественное сознание. Информационное оружие способно «точечно» поражать в самое сердце социальной проблемы, держать на прицеле весь общественный организм. По мнению военных экспертов, информационно-психологическое воздействие на противника осуществляется средствами дезинформации, пропаганды, диверсификации общественного мнения, слухами.

Дезинформация – распространение искаженной, недостоверной информации (ложь, обман) с целью психологического воздействия на сознание человека / общества. Разработка дезинформационных тактик – компетенция специальных разведывательных служб, а не новостных редакторов или журналистов. СМИ – это лишь каналы распространения дезинформированных сообщений. Дезинформация осуществляется по единой идеологической стратегии, с тщательным согласованием пропорций правды и лжи (достоверная информация используется максимально). Такая тактика направлена на сокрытие истинных намерений, целей и задач одной из конфликтующих сторон. Техника искажения картины мира с помощью целенаправленного отбора сообщений предусматривает смещение реальных оценочных акцентов: заостряется внимание на незначительных фактах и оттесняются действительно важные факты.

Все методы информационно-психологического воздействия направлены на формирование выгодного общественного мнения и соответствующего общественного сознания. Именно они становятся настоящим стратегическим капиталом в проведении масштабных информационно-психологических операций. Кроме традиционных технологических приемов манипуляции (конструирование образа врага, поддержка социальных страхов, трансляция дезинформации, корреляция исторической памяти), используются специальные техники воздействия: локальная блокада информационного пространства, масштабность информационной активности, сигнальность информации. Стратегии медиаобразования способны активизировать способности аудитории к адекватной перцепции, интерпретации, правильного анализа и оценки медиатекстов.

References - Література

- (1) Lind, William S., Nightengale K., Schmitt, John F., Sutton, Joseph W., Wilson, Gary I., “The Changing Face of War: Into the Fourth Generation”, *Marine Corps Gazette*, (October 1989), pp. 22-26.
- (2) Trebin, M.P. (2014), “Ukraine to the military challenges of our time”, *Proceedings of the National University "Law Academy of Ukraine named after Yaroslav the Wise."* Series: *philosophy, philosophy of law, political science, sociology*, no.4, Kharkiv, pp. 246-251.
- (3) Skulysh, Ye. D (Ed.) (2012), “Background information-psychological confrontation: textbook”, Scientific Publishing Department at the Security Service of A.N. Service of Ukraine, Kyiv, 212 p.
- (4) Hoffman, F.G. (2007), “Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars Potomac Institute for Policy Studies”, Arlington, Virginia, 67 p.

Contact address - Kontaktní adresa

Bondarenko Irina, Ph.D., principal lecturer
Zaporizhzhya National University,
Department of Journalism
Zhukovsky str., 66
69600 Zaporizhzhya
Ukraine
E-mail: lystopad.iryana@gmail.com
Tel.: 095 821 50 55

ON-LINE GAMES FOR MOTIVATION IN CHEMISTRY ARE THEY USED?

ON-LINE HRY PRO MOTIVACI V CHEMII – VYUŽÍVAJÍ SE?

Hana CÍDLOVÁ - Michaela PETRŮ

Гана ЦИДЛОВА - Михаела ПЕТРУ

Abstract:

The authors published through Elportál MU two collections of interdisciplinary motivational tasks (chemistry-geography, chemistry-biology) primarily designed for occasional use in teaching chemistry at lower secondary school. Because electronic the number of motivational teaching materials, including chemicals, is constantly rising, one would expect a gradual unfolding of interest between all of them and the consequent gradual long-term downward trend of interest in each specific motivational material, including the collections published at Elportál. Therefore, the authors in this article monitor and analyse the frequency of use of their collections published at Elportál.

Abstrakt:

Autorky publikovaly prostřednictvím Elportálu Masarykovy univerzity 2 sbírky motivačních mezioborových úloh (chemie-zeměpis, chemie-přírodopis), určené především pro příležitostné využívání ve výuce chemie na druhém stupni základní školy. Protože elektronických motivačních materiálů pro výuku, včetně chemie, neustále přibývá, dalo by se očekávat postupné rozkládání zájmu mezi ně a z toho plynoucí postupná dlouhodobě klesající tendence zájmu o jednotlivé konkrétní motivační materiály, včetně uvedených sbírek. Autorky proto v tomto článku sledují a rozebírají frekvenci využití svých sbírek na Elportále.

Keywords:

Motivation; chemistry; biology, geography, interdisciplinarity, use.

Klíčová slova:

Motivace, chemie, přírodopis, zeměpis, interdisciplinarita, využití.

Úvod

Využití výukových her ve výuce je proces velmi složitý a ovlivněný širokou škálou různých faktorů (1). Zásady pro tvorbu výukových her uvádí např. Gredler (2) a s odvoláním na tuto práci i chemicky zaměřená práce autorů Antunes et al. (3). Myšlenka využití her ve výuce má jak své zastánce, tak i odpůrce. Relativně podrobnou rešerši názorů na využití her ve výuce (se zaměřením na chemii) uvádí např. práce Cídlové a Petrů (4). Odpůrci využití her ve výuce upozorňují na to, že by hry mohly svádět pozornost žáků i jiným než požadovaným směrem a že jejich využití je časově příliš náročné. Autoři obhajující myšlenku využití her ve výuce apelují na názor, že při využití herních prvků ve výuce žáci či studenti více zapojují smyslové vnímání, což následně lépe podporuje rozvoj různých dimenzí inteligence (1,5).

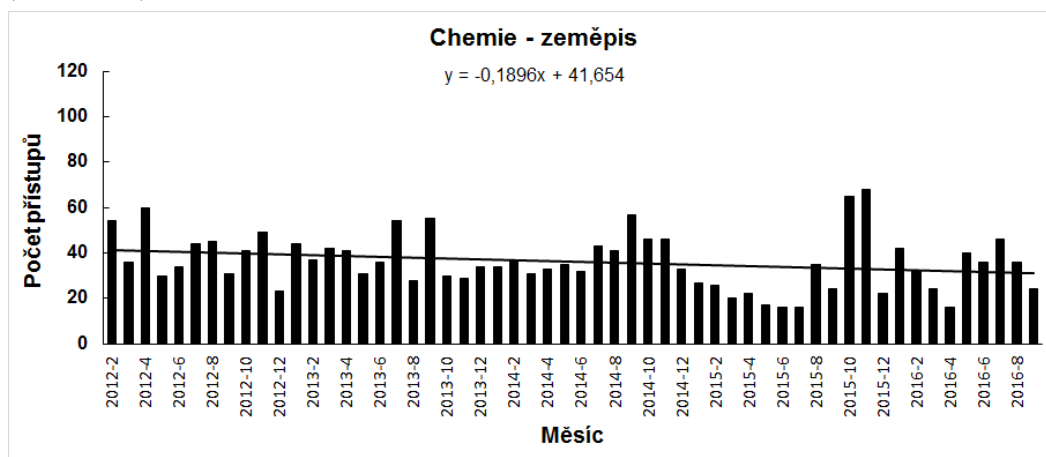
Na našem pracovišti byla vytvořena databáze interdisciplinárních motivačních úloh (zebrý, roháčky, doplňovačky, apod., procvičujících učivo chemie základní školy v kombinaci s učivem přírodopisu (6) nebo zeměpisu (7). Tyto sbírky, určené

především pro motivaci ve výuce chemie na druhém stupni základní školy, byly publikovány prostřednictvím Elportálu Masarykovy univerzity (8). Protože motivačních materiálů pro výuku, včetně chemie, neustále přibývá, dalo by se předpokládat postupné rozkládání zájmu mezi ně a v důsledku toho postupný pokles zájmu o jednotlivé konkrétní materiály, včetně sbírek umístěných na Elportál Masarykovy univerzity. Autorky tohoto článku se proto pokusily sledovat frekvenci využití svých sbírek a zjistit, zda skutečně postupně klesá.

Přístupy k oběma databázím jsou kontrolovány a zaznamenávány elektronicky, takže je poměrně snadné zjistit, jak se s časem vyvíjí množství přístupů ke každé z obou sbírek (9,10). Na téma sledovanosti stránek s databázemi již v roce 2015 byla vydána publikace (11). Autorky nyní statistické údaje o využití sbírek aktualizovaly.

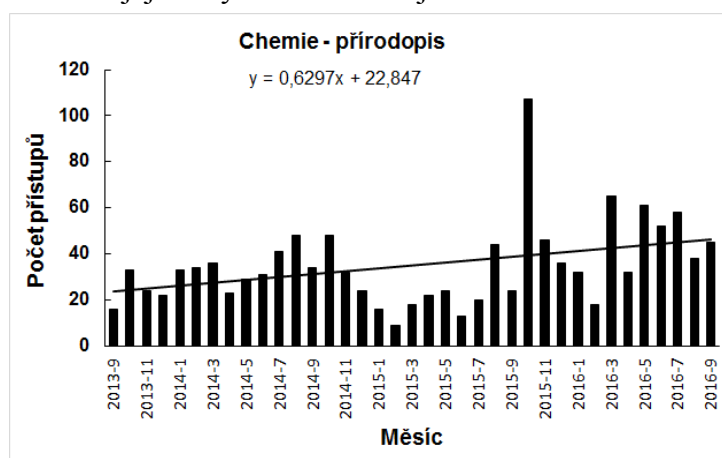
Přehled využití sbírek

Dříve byla vydána práce *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis*, a to v únoru 2012. Měsíční počet přístupů podle dříve uvedeného očekávání opravdu postupně klesá (obrázek 1).



Obrázek 1: Měsíční počet přístupů ke sbírce *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis*.

Práce *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis* byla vydána později, a to v září 2013. Měsíční frekvenci jejího využití znázorňuje obrázek 2.



Obrázek 2: Měsíční počet přístupů ke sbírce *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis*.

Z obou obrázků je vidět, že frekvence využití obou databází (přesněji řečeno přístupů k databázím) kolísá, přičemž maxima dosahuje začátkem školních roků (přibližně září nebo říjen). Zatímco celkové měsíční množství přístupů k databázi *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis* průběžně mírně klesá, měsíční frekvence přístupů k databázi *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis* mírně roste. O příčinách by se dalo diskutovat. Mohla by existovat souvislost s druhým aprobačním předmětem učitelů, kteří v databázích vyhledávají úlohy pro své žáky. Vzhledem k tomu, že učitelé byli na databáze upozorněni v rámci Veletrhu nápadů učitelů chemie na podzim 2014, mohlo by jít i o souvislost s aprobační kombinací konkrétně těch vyučujících, kteří byli přítomni na zmíněném Veletrhu nápadů. O sbírce bylo též před učiteli chemie referováno na 11. Mezinárodním semináři studentů doktorského studia oboru Didaktika chemie koncem roku 2015. Zvýšený zájem o sbírky, který se projevuje zejména u práce *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis*, by tedy mohl souviset i s tímto předáním informace o sbírkách.

Zjištěné údaje se nepatrně liší od údajů o návštěvnosti stránek zjištěných na jaře 2015, kde bylo konstatováno, že návštěvnost sbírky *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis* je přibližně konstantní, zatímco frekvence návštěv sbírky druhé, tj. *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis*, postupně klesá (11). Důležité však je, že průměrný počet přístupů k oběma databázím se pohybuje přibližně kolem 30-40 přístupů měsíčně, tj. cca 1-2 přístupy denně, přičemž klesající tendence v případě sbírky *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis* není příliš výrazná.

Závěr

Obě databáze (*Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis* i *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis*) jsou pravidelně navštěvovány s frekvencí přibližně 1-2 přístupy denně. Zatímco zájem o databázi kombinující učivo chemie s učivem zeměpisu se nyní jeví jako mírně klesající, počet přístupů k druhé databázi (kombinující učivo chemie s učivem přírodopisu) mírně roste. V tomto smyslu je situace nepatrně jiná, než bylo vysledováno v práci (11) publikované na jaře 2015.

References - Literatura

- (1) Rastegarpour, H. and P. Marashi. The effect of card games and computer games on learning of chemistry concepts. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2012, vol. 31, pp. 597-601.
- (2) Gredler, M. E. Games and Simulations and Their Relationships to Learning. In *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*. Mahwah, 2004, pp. 571-581.
- (3) Antunes M. et al. Design and Implementation of an Educational Game for Teaching Chemistry in Higher Education. *Journal of Chemical Education*. 2012, vol. 89, no. 4, pp. 517-521.
- (4) Petřů, M. a H. Cídlová. Vliv využití kvízů, rébusů, hádanek apod. na výsledky výchovně-vzdělávacího procesu v chemii. In *11. Mezinárodní seminář studentů doktorského studia oboru Didaktika chemie. Sborník příspěvků*. Praha: Nakladatelství P3K s.r.o., 2016. s. 99-104. ISBN 978-80-87343-59-3. Dostupné také z: <https://www.natur.cuni.cz/chemie/educhem/aktuality/11-mezinarodni-seminar-studentu-doktorskeho-studia-oboru-didaktika-chemie.pdf>

- (5) Boot, W. R. et al. The effects of video game playing on attention, memory, and executive control. *Acta Psychologica*. 2008, vol. 129, no. 3, pp 387-398.
- (6) Cídllová, H., E. Musilová a M. Petrů. *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis* [online]. 1 vyd. Brno: Masarykova univerzita 2013 [cit. 2015-06-10]. Elportál. Dostupné z: <http://is.muni.cz/elportal/?id=1123293>. ISBN 978-80-210-6356-3. ISSN 1802-128X.
- (7) Cídllová, H., E. Musilová a M. Petrů. *Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis* [online]. 1 vyd. Brno: Masarykova univerzita 2012 [cit. 2015-06-10]. Elportál. Dostupné z: <http://is.muni.cz/elportal/?id=970739>. ISBN 978-80-210-5785-2. ISSN 1802-128X.
- (8) *Elportál: E-learning na Masarykově univerzitě*. ISSN 1802-128X. Dostupné z: <http://is.muni.cz/elportal/>
- (9) *Elportál: Statistika přístupů pro Ve dvou se to lépe táhne: chemie – zeměpis*. Dostupné z: http://is.muni.cz/elportal/statistiky_pristupu?fakulta=1423;id=970739.
- (10) *Elportál: Statistika přístupů pro Ve dvou se to lépe táhne: chemie – přírodopis*. Dostupné z: http://is.muni.cz/elportal/statistiky_pristupu?id=1123293.
- (11) Cídllová, H. a M. Petrů. Využití motivačních mezioborových úloh na Elportále Masarykovy univerzity. In *9. didaktická konference s mezinárodní účastí. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. s. 54-59. ISBN 978-80-210-8143-7.

Contact Address – Contacts Adress

doc. Mgr. Hana Cídllová, Dr.
Katedra fyziky, chemie a odborného vzdělávání,
Pedagogická fakulta, Masarykova univerzita
Poříčí 7, 603 00 Brno
e-mail: 761@mail.muni.cz
telefon: 00420 549 493 407

MEDIA LITERACY: EDUCATIONAL PROJECT AND TEACHING PRACTICE

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ И ПРАКТИКА ОБУЧЕНИЯ

Yevgeniia DMYTRENKO

Евгения ДМИТРЕНКО

Abstract:

The possibility of raising the professional skills of professionals who work with media content. In particular, the project examines the " Media sapiens " in terms of the principles and methods of selection of educational material.

Аннотация:

В статье рассматривается возможность повышения профессиональных навыков специалистов, которые работают с медиаконтентом. В частности анализируется проект «Media sapiens» с точки зрения принципов подбора и методик предоставления образовательного материала.

Keywords:

Media education, training, media content, open sources, consumers of media content.

Ключевые слова:

Медиаобразование, обучение, медиаконтент, открытые источники, потребители медиаконтента.

Вступление

Каждый из нас невольно становится носителем и представителем постмодерной информационной культуры.

Педагоги-практики уже давно обратили внимание на возможность и перспективность использования разнообразных интернет-ресурсов в качестве образовательного инструмента. В частности, еще несколько лет назад был проанализирован опыт предоставления образовательных услуг через социальные сети и другие социальные медиа отечественными и зарубежными учебными заведениями [7]. С другой стороны, сегодняшняя глобальная погруженность в средства массовой коммуникации порождает и серьезные проблемы. С этой точки зрения чрезвычайно интересным представляется сборник «Новые медиа в гуманитарном образовании» (2013) [4].

Так или иначе, образование посредством средств массовой коммуникации стало вполне распространенным явлением в развитых странах, в Украине дистантный способ предоставления обучающих программ еще только набирает обороты.

В свою очередь, действительность диктует крайнюю необходимость формировать и постоянно поддерживать пользовательскую компетентность относительно медиапространства в целом и Интернета в частности. То есть речь идет о создании специализированных образовательных проектов, призванных научить грамотно собирать и использовать информацию, предоставляемую открытыми источниками. Одним из таких, на наш взгляд, показательных примеров может

статья образовательный проект «Media sapiens. Медіапросвіта», разработанный общественной организацией «Детектор медиа» [3].

Поскольку этот проект уже привнес определенный опыт, представляется полезным детально проанализировать его контент для расширения возможностей применения медиа в области формирования различных компетенций, как профессиональных, так и общекультурных.

Концепт «медиа»: проблема современных интерпретаций

С точки зрения лингвистической, концептуальное в постмодерной глобальной культуре понятие «медиа» и его производные требуют семантического уточнения. Заметно, что используются эти лексемы в весьма свободных интерпретациях. Причина тому – совсем недавнее заимствование (ни в академическом словаре украинского языка [6], ни в наиболее авторитетном словаре современного русского языка С. Ожегова [5] такой единицы нет).

В самом быстром доступе – словаре Google – ... Первая часть сложных слов со знач. “относящийся к средствам массовой информации”» [2].

Другие новейшие словари дают несколько определений «медиа». На наш взгляд, достаточно полное и вполне приемлемое определение дает он-лайн словарь русского языка, со ссылкой на экономический словарь: «Медиа – средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории. Многочисленны и включают в себя средства массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кинематограф), отдельные носители информации и данных (письма, аудио- и видеозаписи на любых носителях, компакт-диски), а также коммуникационные системы общества (телеграф, телефон, почта, компьютерные сети)» [1].

В исследованиях отдельных аспектов медиа заметны некоторые семантические неточности. К примеру, не вполне корректно, на наш взгляд, сочетание «социальные медиа». Разве они могут быть не социальными? Кроме того, не следует ли разграничить, а не использовать как синонимы понятия «средства массовой информации» (куда традиционно относятся газеты, журналы, радио, телевидение, их интернет-аналоги) и средства массовой коммуникации (и именно сюда, кроме всего прочего, логичнее относить социальные сети)?

Вопрос этот останется открытым, очевидно, еще долгое время. Цель же нашей статьи – не лингвистические студии. Для нас лишь представляется важным и необходимым указать на терминологическую неопределенность и уточнить то значение, в котором мы сами используем понятие «медиа»: средства передачи информации, предназначенной для той или иной аудитории (как широкой, так и узкой). В этом смысле к медиа логично относятся интернет-порталы определенных изданий, один из которых и является объектом нашего внимания.

О проекте «Media sapiens»: цели, содержание, специфика.

Проект MediaSapiens был основан в 2010 году общественной организацией журналистов «Телекритика» (сейчас – «Детектор медиа») при поддержке Интерьюз-Нетворк (США).

Цель сами основатели определили как «повышение медиаграмотности аудитории», что означает помощь потребителю медийного контента в следующем: лучше понять суть медиа, ориентироваться в информационном

пространстве, научиться критически относиться к СМИ, отличать качественную и правдивую информацию, обнаруживать манипуляционные попытки влиять на общественное мнение и не поддаваться им, узнать об информационном праве и возможности его использования.

Проект рассчитан на топ-менеджеров СМИ, редакторов, журналистов, медиаэкспертов, общественные организации, государственные органы, донорские организации, медиапотребителей.

Нужно отметить достаточно широкий спектр направлений, предлагаемых пользователям данного сайта. Информация представлена в виде хронологически размещаемых заметок в соответствии с тематикой той или иной страницы (по принципу ленты), а полный текст статей открывается, по стандартной схеме, через гиперссылки по заголовкам.

Наиболее значимыми с точки зрения развития профессиональных компетенций (то есть функционально именно образовательными) являются, на наш взгляд, следующие рубрики.

Рубрика «Мастер-класс» – позволяет журналистам непосредственно делиться опытом работы с информацией различной тематики и назначения.

«How to» – рубрика «технических» советов для всех, кто работает с текстовым наполнением в медиа.

«Журналистское образование» – страница, содержащая аналитические заметки, так или иначе связанные с вопросами образования для журналистов. Специфика же проекта прежде всего в том, что через открытые источники происходит обучение, по сути, пользованию теми же открытыми источниками.

Интересно заметить, что цель сайта, заявленная самими редакторами, - образовательная, обучающая, и реализуют эту образовательную практику, прежде всего, специалисты и эксперты в области информационной деятельности, журналисты-практики. Процесс обучения для пользователей сайта вообще не построен по классической модели «преподаватель – реципиент». Интернет-портал прежде всего предоставляет информацию достаточно разнонаправленную, из которой реципиент избирает приоритетную, и, анализируя ее, сам способен сделать выводы и применить их в своей практике.

Процесс обучения в классическом представлении реализуется через систему тренингов, о проведении которых также информирует соответствующая страница портала. Здесь же содержится и краткий анализ этих событий, что представляется важным для обобщения опыта, с одной стороны, а с другой – для мотивации к участию в таких мероприятиях тех, кто работает с информацией из открытых источников.

Значимость формирования медиаграмотности для украинского общества

Украинское общество сейчас переживает многостороннюю информационную агрессию. Понятие «информационная война» - чуть ли не наиболее приемлемое определение украинского информационного пространства. Несомненно, проекты, подобные анализируемому, просто необходимы. Правда, сопутствующим условием должна стать и активная пропаганда таких корректирующих инструментов как среди профессионалов в информационной сфере, так и среди населения.

Важно то, что портал «Media sapiens» не принадлежит какому-либо конкретному учебному заведению, а значит, не ограничен его спецификой, традицией и общей направленностью. Он находится в свободном доступе и не контролируется министерскими инстанциями, то есть свободен от стандартных рамок и ограничений.

С точки зрения образовательной практики, проект представляется весьма значимым, поскольку продолжение профессионального образования, повышение общего информационно-культурного уровня важно для любого представителя развитого общества, а тем более для людей, работающих в масс-медиа.

Медиальное образование в целом является весьма продуктивной и полезной практикой в виду постоянного уплотнения информационного пространства и малой степени защищенности и самих источников, и пользователей от некорректного информирования и манипулирования.

Заклучение

«Media sapiens» - нетрадиционный, своеобразный проект, созданный для приобретения не только полезных, но необходимых знаний и практических навыков для работы с медийным контентом. Формирование же корректных представлений о событиях, людях и явлениях – задача не только стандартных образовательных институтов, но и СМИ.

Медиальное образование в целом является весьма продуктивной и полезной практикой в виду постоянного уплотнения информационного пространства и малой степени защищенности и самих источников, и пользователей от некорректного информирования и манипулирования.

References - Литература

- (1) В словаре.ру. Медиа. Значение слова [online]. Режим доступа: <<http://vslovar.ru/slovo/media>>
- (2) Google.ru. Медиа. Значение слова [online]. Режим доступа: <<https://www.google.ru/#newwindow=1&q=медиа+значение+слова>>.
- (3) Media sapiens. Портал ОО «Детектор Медиа». [online]. Режим доступа: <<http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/>>
- (4) НОВЫЕ МЕДИА В ГУМАНИТАРНОМ ОБРАЗОВАНИИ (2013, April 13). Под ред. М. С. Корнева. – М. РГГУ. ISBN 978-5-9904535-1-7. Режим доступа: <<http://www.slideshare.net/mkornev/ss-22943587>>
- (5) ОЖЕГОВ, С. И. Словарь русского языка (1987). М. Русский язык. ISBN 5-89285-003-Х.
- (6) СЛОВНИК УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ. Академічний тлумачний словник (1970–1980) [online]. Режим доступа: <<http://sum.in.ua/>>
- (7) ФЕЩЕНКО, А. В. (2011). Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития. Открытое дистанционное образование. №3 (43). pp 44-49. ISSN 1800-5944

Contact Address - Kontaktní adresa

Assoc. Prof. Yevgeniia Dmytrenko, PhD.
National Aerospace University “Kharkiv Aviation Institute”,
Humanitarian Faculty,
Department of Documentation Science and the Ukrainian Language

Chkalov str., № 17,
61000 Kharkiv,
Ukraine
e-mail: dm.yevgenia@gmail.com
Tel.: +380950073702
Assoc. Prof. Yevgeniia Dmytrenko, PhD.
Národní leteckokosmická univerzita Charkovská vysoká letecká škola
Humanitární fakulta
Katedra dokumentace vědy a ukrajinského jazyka
Chkalova, 17
61000 Charkiv
Ukrajina

**SOCIAL AND PEDAGOGICAL BASES OF FORMATION OF THE
MEDIA INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF SOCIETY
SOCIAL ACTIVITY**

**СОЦИАЛЬНЫЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ
МЕДИАВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ
ОБЩЕСТВА**

Angelika DOSENKO

Ангелика ДОСЕНКО

Abstract:

The article deals with the researching of media influence at the audience. We consider the point that media users are more confidently and rapidly makes its own adjustments about common network information and independently, mostly through open Internet access, the system changes the current media reality.

The aim of the article is to determine the specific of the media influence at the formation of social activity of citizens.

Keywords:

Bases of formation, media, development, social activity,

Вступление

The media in the modern world has social and educational function.

Social activity can be determined by the following main features such as strength which has the desire to influence on the social processes and effective participation in public affairs, the desire to change. Also transform or conversely to preserve and strengthen the existing social system its forms and elements.

The social activity of the individual begins to develop since childhood. This process contributes to a number of different factors. Among them we consider education and socialization process of the child and education. The impact of environmental information such as communication subjects, books, radio, TV, internet and etc. They create the consciousness of the person at a certain angle at which one looks at the world, heroes, whom one wants to follow and a line of distinction between "us" and "them", separating its space from the chaos around the society.

Clearly was formed the personality and values about social activity dependence. The term "value" worth a special emphasis because they are strongly influencing the development of the individuality under the influence of external factors over time can undergo certain changes and transformations. Moreover because of their impact on media personality and its social activity as a consequence. The results of this process are both negative and positive.

The impact of media on the social activity of a citizen is seen on the example of young people who have not full development of their personality and value system yet. Because of these two factors in this population group media influence is particularly strong.

Proper education of the children is the key to success in the future because as in his writings repeatedly emphasized the father of psychoanalysis Sigmund Freud. All adult psychological problems takes beginning from the childhood. Among them anxiety,

phobias, complexes etc. According to numerous sociological studies on the child's upbringing influence we can show next statistic family - 50%, media - 30% of school - 10% -10% Street.

As for media it creates social influence on the younger generation by changing one's mind, values, needs and interests, traditions and morals.

Moreover schools and media interaction occurs teaching strategies. Arguably the school virtually ignores the problem of media influence on youth, few take into account in the training and educational work that the most significant changes taking place today in the information field. Almost all students now have access to TV, Internet and media. In general, the problem of media influence on identity formation of the younger generation today is open and relevant to the educational environment.

In the research of this area we must not forget that young people are social group that uses the maximum media traffic drawing from them information of different content. This is because young people are very curious and want to be aware of all the events taking place not only in their city, but around the world. To better understanding the problem, we consider the media in the way of psychological and educational impact on young people.

From one hand the effect on the younger generation is television, which is the most popular and most accessible means of information. It is being intense socialization channel occupies a leading position on the strength of educational influence on the family and the school.

The example of television might be designate a set of problems that are particularly acute. Among them we can note this line.

- The strength of the impact of advertising on the education of the person is cigarettes advertising on television. It banned alcohol advertising until after midnight but left other advertising, which has a negative impact on the younger generation. Children and teenagers under 15 years fills this very negative impact advertising unhealthy foods, including chips, crackers and etc. Advertising of Energy and soft drinks has more negative impact minors aged 14-17 years because at this time the desire of adolescents to adulthood increases. Because of this they begin to follow previously selected images of adult life which is not always positive.
- -The list could go on but it should be noted about problem's affects of the indirect social activity. That the effects will become apparent only over the coming years. Patients with gastritis person will exhibit more social activity in hospitals and clinics than in communicating with friends or at events.
- Adult Displacement according to children's subculture. It is reduce the quantity and quality programs for teenagers. The problem describe the general dissemination of information focused on the adult population. Thus no domestic channel has no programs for adolescents and those who qualify such kind of role theoretically. It is not always appropriate quality served no current (outdated) information. According to manifest of the social activity of young people. Because of the problem teenagers are try live longer adulthood.
- Domination of negative samples of mass culture is the main problem of our information space. Because of the younger generation is growing in Ukraine or series of criminal or police with relevant content. The ICTV channel is series broadcast that promote police work aggressor country "Prokurorska proverka",

"Opera", "Streets " and etc. NTN TV channel shows broadcast by Russian British detective serial film with a higher intellectual level "Colombo", "Purely English murder."

But the greatest damage in the process of setting priorities and values has a second type of series the so-called "humorous." The New Channel (Noviy kanal) for many years broadcasting such series as "Voronin" different distorted vision of the structure of the family, as well as "Bukin," which in addition to this reason added promote unhealthy lifestyles, uninhibited sexual behavior, alcohol and etc.

- Reduction of artistic and intellectual level of a number of programs for young people the British «BBC» annually takes documentaries that are interesting for most age groups of people. Unfortunately the directors decided to adopt the view documentaries. The result is a product that can hardly be called a documentary, but rather a film that is close to the documentary.

At the first sight an interesting project "The truth searching," (U poshukah pravdy) has a theatrical frame and speculation. It was broadcasting on "Mega"TV channel. The next subject of the problem is the proliferation of Ukrainian documentaries. The actively of promoted propaganda theory and therefore distorted the facts. So a young person loses quality background information to enhance their scholarship who eventually affects the level of social activity.

Press. Interest in newspapers and magazines designed specifically not only for children but also for adults are usually begins to appear with adolescence. And here the important quantity and quality of information that is posted on the pages of periodicals and which should take into account the growing needs of the individual, helping to shape human values, morality and the basic components of culture.

Nowadays among the publications there are numerous youth magazines that are in great demand among teenagers.

Subjects of these magazines are usually not very interesting and diversity. Among the main categories: music, fashion, news, show business, sex, horoscope, tests, jokes.

Internet. Today along with video games is a popular pastime in the Network

Internet. Video games is a popular pastime Internet. According to experts, dynamic web interface a comfortable space for the child. Children of 8-12 years are the most active online. At this age they often give birth to their personal web page some blogs. Children do not see the threat posed by the network. Statistics indicates 9 out of 10 children aged 8 to 15 years faced online pornovideo 17% regularly look to for illicit References of approximately 5.5% seen ready to put it into practice.

In the fact Internet network offers educational and rewarding experience proper use of whom can improve their school performance to be carried or institute.

But there are some drawbacks. Control of online child can be a challenge not so much technological as psychological, educational and social.

The child cannot be forbid to the Internet access. But to prevent negative consequences fool the illiterate and actually use it and one need to teach her to behave on the network. At least the Virtual space can seriously affect the child's development and the formation of his worldview. And most pose a threat to health and even life. Therefore any valuable efforts in making the internet safer for children

The media play the important role in shaping society. Civil society is the creative environment initiatives. The media always forms the part form and continue to shape

society. Society is the creative environment initiatives of citizens in the social, economic and cultural problems.

The value of the media for society and state functioning overemphasized. The main task of the media is to inform people about various aspects of life of state and society. The due to the needs to ensure sustainability of the government. Is the invaluable role of the media as a mediator in the dialogue between the different social and political forces, the authorities and society.

Researching the role of media in society especially their functioning is not new to domestic science. Many works of Ukrainian researchers are examines various aspects of the media in society. Media serve both channels of expression of civil society and the way of its formation and monitoring tool for public authorities. It should be noted that modern media have a very important social force, they actively influence public opinion and the mass consciousness of the population.

References - Literature

- (1) Гінзбург Е. Коли комп'ютер приносить біду / Елеонора Гінзбург // Навчання в Росії. - 2006. - № 11, с. 5
- (2) Досенко А. К. Медійність як теоретичне поняття інтернет-середовища / А. Досенко // Науково-практичні дослідження розвитку творчого процесу в різних видах мистецтва (кінематограф, телебачення, театр, медиа) . – [за ред.: О. В. Безручко]. – К.: КиМУ, 2014. – Т.2. – С. 110-138.
- (3) Досенко А. К. Дигитальные жанры интернет-журналистики: тенденции функционирования / А. Досенко. // Вестник современной науки. – Волгоград. – № 2. – 2016. – С.27-31.
- (4) Кара-Мурза Г. С. Маніпуляція свідомістю: навчальний посібник // Г. Кара-Мурза. – К.: Оріяни, -2006. – 508 с.
- (5) Кузина, С. В. (РАЦС). Роль ЗМІ у формуванні культурних пріоритетів молоді / С. В. Кузіна // Влада. - 2007. - N 8, с. 53

Contact Address - Kontaktní adresa

Angelika Dosenko
The journalistic and international relationship department
Kiev national university of culture and art
Kiev
Ukraine

MODELLING OF SPREADING INFORMATION IN THE SOCIAL AND CULTURAL ENVIRONMENT WITH THE USE OF MEDIA-COMMUNICATIONS

МОДЕЛИРОВАНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕДИА-КОММУНИКАЦИЙ

V. M. DYOMINA - I. A. POBIZHENKO - T. G. BELOVA

В. М. ДЁМИНА – И. А. ПОБИЖЕНКО – Т. Г. БЕЛОВА

Abstract:

The methods of the impacting the information on the recipients during in the period of the integration of information and media and communication technologies are examined. A numerical information model of dissemination in the socio-cultural environment with using media communications is offered. It received one of the stationary solutions of the system - the so-called recipient less condition that is characterized by the absence of the individuals in the system, to hear the information.

Аннотация:

Рассматриваются методы воздействия информации на реципиентов в период интеграции информационных и медиа-коммуникативных технологий. Предложена числовая модель распространения информации в социо-культурной среде с использованием медиа-коммуникаций. Получено одно из стационарных решений данной системы – так называемое безреципиентное состояние, характеризующее отсутствием в системе индивидов, воспринявших информацию.

Keywords:

Media communication, modeling, information dissemination, social and cultural environment.

Ключевые слова:

Медиа-коммуникации, моделирование, распространение информации, социо-культурная среда.

Введение

Современные технологии коммуникации и распространения информации стремительно изменяются. Развитие Интернета создает новое пространство и новые возможности для использования и распространения информационного продукта. Проблемы исследования процессов распространения информации в социо-культурной среде, как в сложной информационной системе, возникают из-за многозначности термина информация. Существует множество определений данного понятия с различных точек зрения.

Компьютерное моделирование – это один из основных методов теоретического исследования процессов в различных разделах физики, химии и других естественных наук, где формальное описание исследуемой системы возможно и законы принимают математическую формулировку. Социология как наука, с одной стороны, основывается на статистике, т. е. позволяет формировать математическую базу, но, с другой стороны, законы не всегда возможно записать

математически, что затрудняет моделирование соответствующих процессов. Возможным выходом из этой ситуации является привлечение аналогий из естественных наук и использование соответствующей модели [1, 2]. Так, Н. Рашевским был сформулирован известный принцип оптимальной конструкции организма (нейрологическая схема Рашевского). Этот принцип применяется не только в биологии – это и конструирование, и проектирование технических устройств, технологии. В том числе его можно применить и к моделированию иерархической структуры восприятия информации индивидуумом в социо-культурной среде [3].

Постановка задачи

Целью данной работы является численное моделирование процессов распространения информации в социо-культурной среде с использованием медиа-коммуникаций.

Результаты исследования

Бурно развивающиеся медиа-коммуникативные системы ведут к созданию глобального информационного пространства. Массовое применение медиа-коммуникативных технологий, составляющих основу информационного общества, стирает геополитические, национальные, религиозные, социальные и возрастные границы, изменяет образ жизни и мышления миллионов людей: расстояние теряет свое значение. Связь и взаимодействие субъектов и объектов в виртуальном мире происходят практически мгновенно. Особые требования в таких условиях предъявляются к информации как части социального бытия. Социо-культурная среда, в которой распространяется информация, является сложной системой, и реакция данной системы на полученную информацию может быть подвергнута детальному анализу. Знание объективных сторон процесса воздействия информации на всю социо-культурную систему позволяет управлять данным аспектом с помощью метода моделирования.

Воздействие информации на реципиентов базируется на способности их воспринимать основные виды информации, общие для всех каналов медиа-коммуникации: графическую, аудио, текстовую, числовую, видеоинформацию. Следует учесть, что такие виды информации, как тактильная информация, передаваемая ощущениями и органолептическая, передаваемая запахами и вкусами, для которых не изобретено способов кодирования и хранения, можно передавать опосредовано, воздействуя на реципиентов с помощью определенных ассоциаций. На современном этапе любая единица содержания медиа-пространства, подвергается дигитализации, то есть переносится в цифровое пространство. А цифровой формат позволяет получать информацию в любое время и в любом месте, используя новые медиа-коммуникационные технологии и мобильные платформы. Таким образом, происходит процесс слияния, интеграции информационных и медиа-коммуникативных технологий в единый информационный ресурс [4, 5]. Переход к созданию конвергированного информационного продукта становится неизбежным, а идея интегрированного распространения информации – единственным способом сохранения и приобретения аудитории реципиентов. Итак, на смену мономедийной среде, приходит среда мультимедийная, причем с важной интерактивной характеристикой [6,7]. Инфраструктурой современного общества является новая «интеллектуальная», а не «механическая»

техника, наблюдается симбиоз социо-культурной организации и информационных технологий [8].

Вин Кросби в работе «Что такое новые медиа?» выделяет три типа коммуникаций в медиа: межперсональные медиа – это тип «один – одному», масс-медиа – это «один – многим», и, наконец, «новые медиа» – это тип «многие – многим», что полностью отражает концепцию такого нового информационного поля, как Интернет-пространства. [9, 10].

Базовая модель распространения информации [11, 12] предполагает однородность социума и имеет вид задачи Коши для нелинейного дифференциального уравнения [13]. В целях построения модели для сложной системы распространения информации в социо-культурной среде следует ввести математическое описание ряда параметров:

- неполный охват среды средствами медиа-коммуникаций описан путем выделения в обществе трех групп, одна из которых получает информацию лишь через тип коммуникаций в медиа «один к одному», другая – через тип «один – многим» и третья – многие – многим»;
- готовность индивида принять информацию лишь тогда, когда определенное количество других членов группы уже прияли ее, описана путем введения для каждого индивида соответствующего порогового значения количества членов группы, усвоивших информацию (так называемых реципиентов);
- усвоение информации лишь после двукратного ее получения введена переменная, имеющая смысл количества индивидов, получивших ее ровно один раз (пререципиентов) [14];
- забывание информации – в уравнение для численности реципиентов вводится отрицательное слагаемое, описывающее переход некоторой доли реципиентов в пререципиенты, а в уравнение для численности пререципиентов – слагаемое, описывающее переход некоторой их доли в число индивидов, не знакомых с информацией.

Математическая модель распространения информации в социо-культурной среде, учитывающая перечисленные факторы, имеет вид:

$$\begin{aligned} \frac{d\omega_1}{dt} &= \left[f_1(\omega_1 + \omega_2 + \omega_3) \frac{\Psi_1 + \omega_1}{N_1} - \omega_1 \right] (\lambda_1 + \lambda_2 [\omega_1 + \omega_2] + \lambda_3 [\omega_1 + \omega_2 + \omega_3]) - \mu\omega_1; \\ \frac{d\omega_2}{dt} &= \left[f_2(\omega_1 + \omega_2 + \omega_3) \frac{\Psi_2 + \omega_2}{N_2} - \omega_2 \right] (\lambda_2 [\omega_1 + \omega_2] + \lambda_3 [\omega_1 + \omega_2 + \omega_3]) - \mu\omega_2; \\ \frac{d\omega_3}{dt} &= \left[f_3(\omega_1 + \omega_2 + \omega_3) \frac{\Psi_3 + \omega_3}{N_3} - \omega_3 \right] (\lambda_3 [\omega_1 + \omega_2 + \omega_3]) - \mu\omega_3; \\ \frac{d\Psi_1}{dt} &= (\lambda_1 + \lambda_2 [\omega_1 + \omega_2] + \lambda_3 [\omega_1 + \omega_2 + \omega_3]) \left[N_1 + \Psi_1 - f_1(\omega_1 + \omega_2 + \omega_3) \frac{\Psi_1 + \omega_1}{N_1} \right] - \\ &\quad - \xi\Psi_1 + \mu\omega_1; \\ \frac{d\Psi_2}{dt} &= (\lambda_2 [\omega_1 + \omega_2] + \lambda_3 [\omega_1 + \omega_2 + \omega_3]) \left[N_2 + \Psi_2 - f_2(\omega_1 + \omega_2 + \omega_3) \frac{\Psi_2 + \omega_2}{N_2} \right] - \\ &\quad - \xi\Psi_2 + \mu\omega_2; \\ &\quad ; \end{aligned}$$

$$\frac{d\psi_3}{dt} = (\lambda_3 [\omega_1 + \omega_2 + \omega_3]) \left[N_3 + \psi_3 - f_3(\omega_1 + \omega_2 + \omega_3) \frac{\psi_3 + \omega_3}{N_3} \right] - \xi \psi_3 + \mu \omega_3,$$
$$\psi_i(0) = \omega_i(0) = 0; \quad i = 1, 2, 3.$$

Здесь индекс $i=1$ указывает на группу, члены которой получают информацию через тип коммуникаций в медиа «один – одному», индекс $i=2$ – к группе индивидов, получающих информацию через тип «один – многим» и $i=3$ через тип «многие – многим». Через $\omega_1 + \omega_2 + \omega_3$ обозначены численности реципиентов в этих группах, через $\psi_1 + \psi_2 + \psi_3$ – численности пререципиентов. Общее количество индивидов в первой группе составляет N_1 , во второй – N_2 , в третьей – N_3 . Параметр ξ описывает забывание информации пререципиентами, параметр μ – забывание информации адептами (при этом предполагается, что они забывают ее «не полностью», и переходят в разряд пререципиентов). Функции $f_i(\omega_1 + \omega_2 + \omega_3)$, $i = 1, 2, 3$ заданы экзогенно и описывают готовность индивида принять информацию лишь тогда, когда определенное количество других членов социума уже приняли ее. Коэффициенты λ_i , $i = 1, 2, 3$ указывают интенсивность распространения информации в зависимости от типа коммуникаций в медиа.

Аналитически можно получить одно из стационарных решений данной системы – так называемое безреципиентное состояние, характеризуемое отсутствием в системе индивидов, воспринявших информацию. Методом исследования устойчивости по первому приближению устойчивость этого состояния можно изменить. Оно является асимптотически устойчивым при достаточно высокой интенсивности забывания информации индивидами.

Выводы

Модель распространения информации, учитывающая указанные факторы, представляет собой систему шести дифференциальных уравнений для переменных, имеющих смысл численности реципиентов и пререципиентов, получающих информацию от трех типов медиа-коммуникаций. Описано безреципиентное состояние. С помощью данной модели с использованием медиа-коммуникаций, можно определять связи и отношения в социо-культурной среде; что дает не только способ освоения смыслового пространства социума, но и средство его конструирования.

References - Литература

- (1) VAGA, T. The Coherent Market Hypothesis // Financial Analysts Journal. 1991. December/January. 26. Wiener N. Differential space. J. Math. And Phys. 2 (1923), p. 131–174.
- (2) ЧЕРНАВСКИЙ, Д. С. Синергетика и информация. М.: Знание, 1990. 48 с.
- (3) Мелик-Гайказян, И. В. Концептуальная модель диагностики технологий информационного общества // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2010. Вып. 5. С. 42–51.
- (4) АСЕЕВ, Г. Г. Нейросетевой анализ непрерывных потоков данных из электронных хранилищ: Ст. Системи обробки інформації. 2013. Вип. 4(111). – С. 52–56.

- (5) ГНАП, А. К., КОВАЛЕНКО, Н. Й., РОХМАНОВ, Н. Я., КЛИМЕНКО, М. И., ВЛАСОВ, А. В. Погрешности измерений при использовании системы глобального позиционирования // Системы обработки информации (СОИ). Харьковский военный университет, 2003. Вып. 6. С. 186-192.
- (6) АСЕЕВ, Г. Г. Методы интеллектуальной обработки потоков Интернет – документов // Системы обработки информации. 2014. Вып. 8(124). – С. 59-64.
- (7) DNetwork: [online]. Доступно с WWW:< <http://defense-network.com>>.
- (8) КАСТЕЛЬС, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. М.:ГУ-ВШЭ, 2000. 348 с.
- (9) ЯКОВЛЕВ, И. И. Управление социальной информацией и коммуникацией в современном обществе Научные проблемы гуманитарных исследований. Вып. 5. 2012. С. 261-266
- (10) ТОФФЛЕР, Э. Третья волна: пер. с англ. М., 1999. 184 с.
- (11) САМАРСКИЙ, А.А., МИХАЙЛОВ, А.П. Математическое моделирование: Идеи. Методы. Примеры. М.: Физматлит. 2006. 320 с.
- (12) МИХАЙЛОВ, А. П., КЛЮСОВ, Н. В. О свойствах простейшей математической модели распространения информационной угрозы // Математическое моделирование социальных процессов. Вып. 4. М.: МАКС Пресс, 2002. С. 115-123.
- (13) МИХАЙЛОВ, А. П., ПЕТРОВ, А. П., МАРЕВЦЕВА, Н. А., ТРЕТЬЯКОВА, И. В. Развитие модели распространения информации // Математическое моделирование, 2014. Т. 26. №3. С. 65-74
- (14) МАРЕВЦЕВА, Н. А., МИХАЙЛОВ, А. П., ПЕТРОВ, А. П. Моделирование распространения информации и информационного противоборства в структурированном социуме // Международная научно-практическая конференция «Теория активных систем» (ТАС-2014); Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН. М., 2014. С. 209-210

Kontaktní adresy - Contact address

Prof. of PHD V.M.Dyomina,
Department of Economic Cybernetics
Docuchaev National Agrarian University, Kharkov, Ukraine
E-mail: vvdemina@mail.ru
Tel.: +380967422797

Prof. of PHD I. A. Pobizhenko
Department of Information Technology
Kharkiv state academy of culture, Ukraine
E-mail: irina_pob@ukr.net
Tel.: +380577313282

Prof. of PHD T. G. Belova
Department of Information Technology
Kharkiv state academy of culture, Ukraine
E-mail: belovatat@bk.rut
Tel.: +380577313282

DIDACTIC RULES AND TV NEWS
DIDAKTICKÁ PRAVIDLA A TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Jan CHROMÝ - Lenka TURNEROVÁ - Radka BALAKOVSKÁ

Ян ХРОМЫ - Ленка ТУРНЕРОВА - Радка БАЛАКОВСКА

Abstract:

Television news informs the audience about events and their planning. TV news teaches their audience. Transfer of informations and knowledges educates the audience at the same time. TV news is shifting from "mere" transmission medium (through action by Shannon - Weaver model of communication) into the role of sender of information. TV news from a educational point of view used didactic material and immaterial References, and there should use didactic principles. The article analyzes really 3 TV channels and assesses fulfillment of principles.

Abstrakt:

Televizní zpravodajství informuje publikum. Současně ho poučuje a předanými informacemi a znalostmi vzdělává. Zpravodajství se posouvá z pozice "pouhého" přenosového média, kterým televize svým působením podle Shannon - Weaverova modelu komunikace je, do role odesílatele informací. V televizním zpravodajství jsou tedy z pedagogického hlediska využívány didaktické prostředky materiální a nemateriální a měly by zde platit didaktické zásady. Článek se analyzuje 3 skutečné TV a posuzuje splnění předpokladů.

Keywords:

TV news, didactic resources, didactic principles

Klíčová slova:

TV zpravodajství, didaktické prostředky, didaktické zásady

Úvod

Televizní zpravodajství poskytuje publiku informace o událostech a podmínkách ve společnosti, naznačuje mocenské vztahy ve světě, podporuje inovace a pokrok, usnadňuje adaptaci, vysvětluje, vykládá a komentuje významy událostí a informací, mělo by prosazovat a udržovat přijatelnost všeobecně vnímaných hodnot. (McQuail, 2009, s. 103). Dá se očekávat, že televizní zpravodajství má nejen informovat publikum, ale současně ho poučit, a svým způsobem ho poskytnutými informacemi vzdělat. Tím se zpravodajství posouvá z pozice "pouhého" přenosového média, kterým televize svým působením podle přenosového (Shannon - Weaverova) modelu komunikace je, do role odesílatele informací. Podle tohoto modelu odesílatel kóduje obsah přenášeného sdělení. Dodává mu tedy specifickou formu tak, aby publikum mělo usnadněné dekódování přijatého sdělení, a tím beze zbytku pochopilo jeho obsah. V televizním zpravodajství jsou tedy z pedagogického hlediska využívány didaktické prostředky jak materiální (TV studio, vybavení, didaktická technika, pomůcky), tak nemateriální (forma podávání informací, zprostředkovaný obsah sdělení) a měly by zde platit didaktické zásady.

1 Didaktické zásady

Didaktické zásady jsou obecná pravidla, doporučení a zákonitosti celého didaktického procesu – výuky, sdělování, poučování, které vznikly na základě zkušeností a jejich užití činí proces vyučování či sdělování účinnější. Učitel by kromě dodržování didaktických zásad měl mít určité kompetence - vzdělání v oboru, osobní vlastnosti (organizační a komunikační). Organizuje nejen vlastní práci, ale vytváří podmínky pro práci žáků. Funguje zde jako vzor chování a různých vlastností pro samotné žáky.

Malach (2002) uvádí tyto didaktické zásady:

- Zásada uvědomělosti a aktivity – klade si za cíl, probudit a zvýšit zájem o učivo. Lze realizovat snažením o zajímavost tématu, způsobem výuky, používáním pomůcek.
- Zásada komplexního rozvoje žáka – rozvoj v oblasti poznávací, afektivní i psychomotorické, rozumové, mravní, estetické, pracovní či tělesné.
- Zásada vědeckosti – neustálé vyrovnávání se s novými poznatky a přizpůsobování výuky těmto nejnovějším poznatkům.
- Zásada spojení teorie s praxí – při výuce jsou používány příklady z praxe, aplikují se poznatky, znalosti jednoho předmětu se prolínají s ostatními.
- Zásada přiměřenosti – používání didaktických prostředků přiměřeně věku, vyspělosti, časovým možnostem.
- Zásada individuálního přístupu – vyvážený přístup ke studentům podle jejich psychologických vlastností.
- Zásada emocionálnosti – předpokládá, že učení je účinnější, když probíhá v pozitivní atmosféře, nebo učinit z učení neopakovatelný zážitek a tím docílit hlubšího zapamatování učební látky. V TV vysílání je využíván infotainment - propojení informací a zábavy za účelem vybudování emocí (překvapení, potěšení, nadšení, úžas, zděšení).
- Zásada trvalosti – opakování pomáhá zapamatovat si novou látku.
- Zásada názornosti – umožnit vnímání skutečnosti v přirozených podmínkách skutečných nebo uměle připravených.
- Zásada soustavnosti/systematickosti – soustavné působení, navazující na již osvojené znalosti apod.
- Zásada zpětné vazby – využívat informace o výsledcích učení, např. prostřednictvím testů, zkoušení apod.

Televizní studia jsou různě vybavená pro různé pořady. Hlavní zásadou je kvalita technických prostředků, které zajišťují přenos vysílání k divákovi. Pomineme-li možnost komunikačního šumu na straně příjemce/diváka, ať už z hlediska percepce/vnímání, tak z hlediska technického (nevhodný, zastaralý přijímač, např. s jiným poměrem stran - 4 : 3, 16 : 9), je nutné si položit první dvě zásadní otázky (Dršina, 2015):

- *Uvidí všichni, to co jim chceme ukázat?*
- *Uslyší všichni, to co jim budeme říkat?*

Příprava na vysílání zpravodajství je stejně důležitá, jako příprava vyučujícího na výuku. Správné osvětlení a ozvučení je dnes již samozřejmostí. Skladba“ studia (postavení nábytku - pult, projekční obrazovka apod.), použité barvy, osobnost

moderátora i zajímavost tématu hrají svou významnou roli. Méně je někdy více – to platí zejména pro umístění nábytku v televizním studiu. Nepotřebný, dekorační nábytek, či jiné prostředky mohou působit rušivě či nadbytečně. Osobnost moderátora lze charakterizovat jako souhrn jeho specifických vlastností, organizačních a komunikačních dovedností a vzdělání v oboru (min základy žurnalistiky). Studium základů televizního i rozhlasového moderování nabízí hned několik českých vysokých a vyšších odborných škol. Lze si zde vyzkoušet čtecí zařízení, naučit se správně vyslovovat nebo si natrénovat projev před kamerou, součástí bývá i pohybová výchova. Moderátoři jsou pro publikum identifikátory programů. Kamera zachytí každé hnutí tváře, gesto a leccos prozradí. Tím dává prostor pro doprovodné výpovědi, které s tématem nemají mnoho společného, zejména u zpravodajských relací s rychlými změnami témat (Bakičová 2005).

Důležité je také vhodné použití barev z hlediska jejich působení na člověka - color marketing, nebo také psychologie barev. Určité kombinace barev, vyvolávají určité pocity. Úlohu zde hraje výběr barev a jejich vzájemné vztahy, sytost či velikost barevných ploch atd. Pokud barvy spolu subjektivně neladí, vyvolávají napětí a negativní emoce, jsou vzájemně neslučitelné a neexistuje mezi nimi žádný vzájemný vztah anebo vzbuzují neklid, nevyváženost a disharmonii, pak mluvíme o nesouladu barev, nebo také barevném neklidu.

To, co se může zdát při práci s jednotlivými barvami v pořádku, může v celkovém dojmu působit nevyváženě a může vyvolávat negativní emoce (Dannhoferová, 2012).

Kromě mluveného slova a doprovodných obrázků či videí jsou ve zpravodajství používány různé znaky. Znak nás nutí vidět obsah skrze jeho význam (Monaco, 2004). Znaky musí být založeny na jednotném pojmovém aparátu, mají mít všeobecně uznávané významy (denotace) (Chromý, 2011).

Můžeme si tedy položit dvě další otázky (Drtina, 2015):

- *Porozumí všichni tomu, co jim sdělujeme?*
- *Udržíme pozornost všech diváků?*

2 Analýza didaktické úrovně vybraných zpravodajských pořadů

2.1 Česká televize - Události

Vybavení

Studio ČT 1 je vybaveno velkoplošnou projekční stěnou, kterou moderátoři ovládají pomocí tabletu. Barevně se mění podle toho, která část zpravodajské relace se vysílá – hlavní Události jsou v červenomodré barvě, počasí podtrhuje světlomodrá linka, Události ze sportu mají zelenou linku. Dalším viditelným vybavením studia je vyobrazení zeměkoule na podlaze.

Poslední vybavení z pohledu diváka je pult, který funguje jako moderátorova „kotva“. Může si na něj v průběhu vysílání odkládat tzv. „taháky“. Veškeré další vybavení, které je potřebné pro vysílání, zůstává skryto a pro oko diváka neviditelné.

Dodržování didaktických zásad

Zásada uvědomělosti a aktivity

Vybavení studia je moderní, barvy jsou vcelku přiměřeně rozdělené – modrá barva, která je „rozbitá“ bílou působí vcelku klidně, vyrovnaně. Studio je dobře osvětlené. Vybavení – dvě velkoplošné obrazovky, „stolek“ a tablet v ruce moderátora se zdají být

dostačující pro vysílání zpráv. Moderátoři jsou vzdělaní v oboru, případně mají dlouholetou praxi. Česká televize se snaží využívat moderních prostředků vcelku přiměřeně. Moderátoři působí „seriozně“, někdy se může zdát, že až škrobeně. Mírná gestikulace je dle mého názoru přiměřená, divák aspoň zčásti nemá pocit, že Události moderují roboti. Další částí této zásady – zvýšit zájem o sdělované informace trošku pokulhává, Událostem ubývají diváci (dle měření sledovanosti), takže tato zásada je splněna pouze zčásti.

Zásada komplexního rozvoje

Výběr zpráv, tak aby nás poučil, se může zdát problematický. Výběr zpráv, způsob zpracování informací a předložení divákovi lze označit za poučení i rozvíjení intelektu, ale někdy se jeví jako poplatné mainstreamu.

Zásada přiměřenosti

Moderátoři jsou vzdělaní v oboru, dá se předpokládat, že své práci rozumí. Problém někdy nastává při užívání odborných výrazů, kterým nemusí většina diváků rozumět. Problémy někdy činí i rychlost řeči, jakou moderátoři mluví. Někdy se zdá, že mluví jako o závod, tak, aby stačili sdělit co nejvíce informací. Zejména v případě, že mají doprovodný obrazový materiál, tak divák nestihne některé informace zaznamenat.

Zásada emocionálnosti

Tuto zásadu ČT využívá minimálně. Na jednu stranu je dobře, že Události nejsou prvoplánovou emocionální show, ale mírné vyjadřování emocí by mělo být na obličejích moderátorů znát, tak aby i divák získal doprovodný pocit, že se jedná případně o závažnou informaci.

Zásada trvalosti

Tuto zásadu Události naplňují. Pokud navazují na nějaké sdělení, které bylo řečeno v předchozích dnech, připomínají informace, na které navazují informacemi novými.

Zásada systematičnosti

Události nemají jasný směr – ucelené bloky zpravodajství ze zahraničí, domácí, politika, kultura apod. Dnes je spíše módou přeskakovat z tématu na téma. Události alespoň dodržují následnost souvisejících témat.

Zásada zpětné vazby

Zpětná vazba od diváků je časově posunutá (je-li nějaká využívána), ale také by měla být využívána samotnými tvůrci i moderátory Událostí. Slouží k vyvarování se chyb, které někdy v minulosti nastaly a jejich nápravě.

2.2 TV Nova - Televizní noviny

Vybavení

Studio se skládá z multimediálního pultu, který se otáčí kolem své osy, zakřivené projekční stěny, interaktivní obrazovky. Pult má na přední straně také projekční pole, kde se zobrazují doplňující informace – redaktoři mohou skrze aplikaci posílat informace přímo do studia. Další novinkou je interaktivní dotyková obrazovka. Studiu dominují tmavě modrá a červená barva. Moderátoři mají k dispozici na stole každý „svůj“ notebook.

Dodržování didaktických zásad

Zásada uvědomělosti a aktivity

Vybavení studia je velmi moderní. Barevně je studio laděno do tmavší modré a červené a působí poněkud temně. Gestikulace moderátorů je přiměřená, nicméně oproti Událostem uváděným Českou televizí působí moderátoři „živějším“ dojmem. Osobnosti jsou to výrazné – stylem oblékání, líčením, výrazovými prostředky (v jednom případě možná až přehnanými "koulením očí"). Tato zásada je splněna.

Zásada komplexního rozvoje

Převážná negativita zpráv – ve zpravodajství převažují zprávy kriminálního charakteru (nehody, zhářství, násilí, vraždy...), je pravděpodobně spojena s katarzí, tedy citovým uvolněním při prezentaci reklam. Zprávy kriminálního charakteru by měly být méně frekventované a měly by být doprovázeny vhodným poučným doprovodným materiálem, pak by se dalo mluvit alespoň o rozvoji v oblasti mravní (poučení ve smyslu, že za trestný čin následuje řádné odsouzení). Zpravodajstvím z místa činu nezřídka dochází k sekundární viktimizaci, kdy oběti trestných činů jsou ještě navíc "pronásledováni" dotazy a jejich smutný příběh je následně veřejně propírán. Zpravodajství může vést k znečitlivění, trivializaci apod. Tuto zásadu lze považovat za nesplněnou.

Zásada přiměřenosti

Mluva moderátorů i sdělované informace jsou přizpůsobené jednoduchému sdělování srozumitelnému průměrnému divákovi. Z hlediska didaktiky je tato zásada splněna.

Zásada emocionálnosti

Emocemi je zpravodajství doslova nabitě. Tato zásada je beze zbytku splněna – nejlépe ze všech televizních stanic. Otázka je, zda to není až nadbytečné a nevede diváka k určitému znečitlivění.

Zásada trvalosti

Tato zásada zdá se být naplněna. Televizní noviny navazují na předešlé události a stále doplňují novými informacemi. Z hlediska didaktiky je to v pořádku.

Zásada systematickosti

větší systematickosti pozvolna mizí. Následnost témat je zde dodržena alespoň např. reportáží ohledně vhodného dodržování bezpečnostních zásad po „sdělení“ nějakého kriminálního činu.

Zásada zpětné vazby

I zde je tato zásada využívána minimálně a s časovým posunutím.

2.3 FTV Prima - Zprávy FTV Prima

Vybavení

Pro studio, kde se vysílají zprávy, jako první zaujme zvláštní kombinace modré a oranžové s příměsí bílé, lesk a barevné světelné pruhy. Další dominantou je pult, za kterým moderátoři – zdá se – sedí. Ve studiu jsou dále čtyři projekční obrazovky a světelné panely. Za zády moderátorů je průhledné „okno“, kterým je vidět do zpravodajského zázemí.

Dodržování didaktických zásad

Zásada uvědomělosti a aktivity

Moderní vybavení s kombinací barev, světel a celkového uspořádání působí poněkud „přepřelacným“ dojmem. Divák může získat pocit, že se zprávy odehrávají kdesi v baru či na diskotéce. Vše se blýská, osvětlení je roztržštěné do několika míst. Také viditelnost stropní konstrukce při vysílání je nevhodná, studio budí dojem, že je nedostavěné. Moderátoři jsou často zabíráni zdálky – i když zrovna „čtou“ zprávy. Působí to naprostou nezúčastněností, nezájmem. I pohybující se zaměstnanci redakce za zády moderátorů při záběru zblízka působí rušivě. Tato zásada zde není naplněna.

Zásada komplexního rozvoje

Ze všech tří televizních stanic má FTV Prima zpravodajství nejkratší. Výběr zpráv v některých dnech připomíná souboj o nejnegativnější zpravodajství. Někteří moderátoři by se měli naučit, že při sdělování „špatných“ zpráv není dobré se usmívat, divák je zmatený a zažívá rozpor mezi sdělovanou informací a výrazem moderátorky. Při využití reportáží, které doplňují informaci předešlou, nebo jí i rozvíjí ve smyslu „jak se správně zachovat“, lze mluvit o naplnění zásady komplexního rozvoje.

Zásada přiměřenosti

Prima vsadila na různorodost moderátorů (sportovec, modelka, reportér) a vzhledem k tomu, že se někteří učili práci před kamerou a se čtecím zařízením za pochodu, lze říci, že se přiblížila „obyčejnému divákovi“. Nicméně přiměřenost znamená i připravenost. Pro přečtení komentářů je možná jejich průprava dostačující, ale je vidět jasný rozdíl v tom, když zrovna moderuje bývalý reportér, dlouholetý „zprávař“ či sportovec. Zásada je nesplněna.

Zásada emocionálnosti

Pokud budeme brát v úvahu, že to, co vybočuje z „normálu“ si člověk spíše zapamatuje, pak i zpravodajství na Primě splňuje zásadu emocionálnosti. Nablýskanost studia, gestikulace moderátorů, mimika, to vše v nás vyvolává emoce – ať už kladné či záporné. Divák začne hodnotit moderátory, reportéry, témata.... a díky tomu si dokáže spíše zapamatovat, to, co nám ve studiu říkají. Zásada splněna částečně, protože díky rozptýlenosti divák nepochytí všechny zprávy.

Zásada trvalosti

Tato zásada zdá se být splněna. I zde jsou připomínány události předešlé, na které navazují současné reportáže.

Zásada systematičnosti

Přeskakování z tématu na téma se schéma určování pořadí zpráv podobá konkurenčnímu televiznímu zpravodajství na Nově.

Zásada zpětné vazby

Zdá se, že i zde zásada zpětné vazby pokulhává. Poměrná stálost ve sledovanosti zřejmě nenutí nikoho zpětně ohodnotit a zlepšit „svou práci“. Zpětná vazba neslouží jen ke kritice, ale diváci mohou sdělit i to co se jim naopak líbí. Pokud se však ohlasy shodují s cílovou skupinou, na kterou je stanice zaměřena, pak je vše pořádku.

3 Závěr

3.1 Vybavení a uspořádání TV studií

Vybavení a uspořádání studií by mělo být na první pohled jednoduché. Zbytečné množství doplňkových materiálních prostředků působí rušivě. Méně je prostě někdy více.

Každá televizní stanice má „své“ barvy, do kterých je laděno i studio. Všechna tři studia jsou shodně laděna do různých odstínů modré s doplňující barvou jiného odstínu.

Všechna studia jsou moderní, vybavena moderními obrazovkami. ČT1 i NOVA mají shodně dvě velké projekční obrazovky, na kterých jsou promítány doprovodné obrázky či reportáže. Prima má obrazovky tři, ovšem menší. Zvláště u studia Primy lze doporučit snížení odlesků okolního dění na pultu, světelnosti (doplňující bílá světla) a kamerově do vysílání nezabírat horní část studia. Také minimálně o jednu projekční obrazovku méně by bylo plně dostačující. Protože oranžová je základní barvou Primy, lze doporučit o odstín tmavší modrou barvu a zvážit, zda je nutné mít za sebou prosklenou stěnu, kde jsou vidět ostatní pracovníci redakce.

U TV NOVA lze naopak doporučit zesvětlení večerního temného ladění barev.

Jako jediná stanice má ve svém vysílání (předpověď počasí) bezdotykové ovládání pomocí konzole Kinect umístěné nad kamerou. Takto ovládané prezentace s grafickým znázorněním se jeví jako zbytečně složité. Je náročné na gestikulaci a přesnost a přesto se zdá, že některé informace „vplují“ na obrazovku diváků i bez jasné gestikulace moderátorem.

3.2 Dodržování didaktických zásad

Všechny didaktické zásady uvedené v této práci nelze posuzovat jen jednotlivě. Teprve jako souhrn didaktických zásad a jejich vzájemný soulad může ovlivňovat kvalitu předávaných sdělení. Uvedeme tedy pouze celková doporučení.

Vedení České televize lze doporučit, aby zvážilo možnost zkrácení Událostí. Některé zprávy lze hlouběji probrat v jiném pořadu (např. Události, komentáře) s tím, že moderátor na takový fakt upozorní přímo ve vysílání. Také u Počasí by mohlo jít o částečné zkrácení množství informací. Takto získané cenné minuty by mohly ovlivnit posunutí začátku vysílání. Tomu by měl samozřejmě předcházet řádný a hloubkový průzkum. Někteří moderátoři by měli občas shlédnout zpětně své zpravodajství a naučit se vyvarovat mimoslovních jazykových projevů.

Televizi NOVA lze doporučit, aby do svého zpravodajství zařazovala méně emotivně laděných kriminálních zpráv. Také nadužívání červené (výstražné) barvy umocňuje emotivnost zpravodajství (i v doprovodné infografice). Zpravodajství na NOVĚ si již u některých diváků vysloužilo přezdívku „krvavé zprávy“. Tímto nikterak nesnižujeme závažnost ani hloubku zoufalství postižených zločiny, ale zpravodajství by mělo být vyvážené, ze všech oblastí. Bohužel v některých dnech jsou Televizní noviny z 90 % tvořeny

právě zločiny všeho druhu. S tím je také spojená až bulvárnost zpravodajství, ke které zpravodajství na NOVĚ dost často sklouzává. Svě zpravodajství nevyšlejší ani častým používáním slovních spojení ... „víme jako první, jako jediní“ apod. U moderátorů lze doporučit snížení frekvence odklonu hlavy od diváka k moderujícímu kolegovi. Také výrazně znělý hlas jedné z moderátorek oproti kolegovi působí jako křik. Snad by pomohlo vyvážení hlasitosti mikrofonů.

Televize Prima by kromě barevného ladění a uspořádání studia měla zapracovat také na slovním i mimoslovním vyjadřování jak moderátorů, tak i reportérů z terénu. (To ostatně platí pro moderátory všech TV stanic, nejvíce však právě pro NOVU a Primu). Jedné z moderátorek by měl někdo vysvětlit, že dobře artikulovat a vyslovovat se dá i bez nadměrného otvírání úst (mimika). Reportéři v terénu by si neměli „pomáhat“ gestikulací, zvláště když v ruce drží mikrofon a ústy automaticky míří za mikrofonem. Dalším možným krokem ke zlepšení by mohlo být mírné zvětšení titulků doprovázejících reportáží.

Pro všechny televizní stanice platí doporučení, že méně je někdy více. Nadužívání pomůcek, barev, superlativních vyjádření, emotivního ladění i gestikulace a mimiky může při posuzování celkové kvality zpravodajství hrát významnou roli.

Z hlediska zpětné vazby by bylo dobré nechat zhodnotit zpravodajství v delším časovém horizontu někomu zvenčí. Může zde totiž hrát roli i tzv. „provozní slepota“, což je stav, kdy kvůli automatickému plnění pracovních povinností nevidí pracovník chybu, kterou neustále opakuje dokola.

References - Literatura

- (1) BALAKOVSKÁ, R. (2016) *Vybavení TV studia z hlediska didaktických zásad*. Praha, 2016. Diplomová práce. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
- (2) BALAKOVSKÁ R. (2016) *Předpovědi počasí na různých TV stanicích z hlediska předpokládaného vnímání divákem*, Praha, 2014. Bakalářská práce. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
- (3) DANHOFFEROVÁ J. (2012) *Velká kniha barev - kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer press, 2012, 352 s. ISBN 978-80251-3785
- (4) DRTINA R. a kol. (2015) *Auditorologie učeben nejen pro učitele*. Praha: Extrasystem Praha, 2015. 346 s., ISBN 978-80-87870-29-6.
- (5) MALACH J. (2002) *Obecná didaktika – Studijní opora pro distanční studium oboru Informační technologie ve vzdělávání*, Ostrava 2002, ISBN 978-80-704-2235-9.
- (6) McQUAIL D. (2009) *Mass Communication Theory*, London: Sage Publications of London, 2009; fifth edition; ISBN 978-1-84920-291-6.

Contact Adress - Kontaktní adresa

Ing. Jan Chromý, Ph.D.
doc. Ing. Lenka Turnerová, Ph.D.
Ing. Radka Balakovská
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
Svídnická 1
181 00 Praha 8
chromy@vsh.cz
turnerova@vsh.cz
balakovska@vsh.cz

MODERN SCHOOL FROM TEACHER'S PERSPECTIVE
MODERNÁ ŠKOLA Z POHĽADU UČITEĽA

Zita Jenisová - Attila Dósa - Jana Braniša

Зита ЙЕНИСОВА – Аттіла ДОСА – Яна БРАНИША

Abstract:

The paper provides an insight at the modern school of the 21st century from teacher's perspective. It presents the empirical results based on the research conducted at selected elementary schools in the form of a questionnaire. The results are divided into several examined areas: elementary school facilities, teacher's preparedness, activities related to the implementation of digital technologies, etc. Many of the obtained results in this paper confirm the existing data and evaluations listed in specialized publications.

Abstrakt:

Príspevok približuje pohľad na modernú školu 21. storočia z pozície učiteľa. Prezentujeme v ňom empirické výsledky spracované na základe výskumu realizovaného na vybraných základných školách formou dotazníka. Výsledky sú rozčlenené do niekoľkých skúmaných oblastí: vybavenosť škôl, pripravenosť učiteľa, aktivity spojené s implementáciou digitálnych technológií a pod. Mnohé získané výsledky v príspevku potvrdzujú doterajšie údaje a hodnotenia v odborných publikáciách.

Keywords:

Digital technology, teacher, school facilities, modern school.

Klíčová slova:

Digitálne technológie, učiteľ, vybavenosť škôl, moderná škola.

Úvod

Vývoj školstva, a teda aj našej spoločnosti, počas jej histórie prechádzal cez výrazné zmeny, ktoré boli sprevádzané objavom nových technológií. Spoločnosť sa postupne nástupom informačných technológií na informačnú spoločnosť. Sprievodným javom uvedenej skutočnosti sú výrazné zmeny aj smerom do školstva. Postupná integrácia nových moderných technológií do vyučovacieho procesu mala za následok premenu prístupu k vyučovaniu a zavádzaniu nových vyučovacích metód a postupov (Brestenská a kol., 2014). História nás učí, že s každou novou technológiou sa spájajú aj veľké očakávania týkajúce sa reformy obsahových, organizačných a účinnostných stránok vzdelávacieho procesu (Hašková a kol., 2011). Využívanie moderných prostriedkov patrí v školách v súčasnosti už k samozrejmosti, i keď s rôznou mierou uplatnenia v závislosti od vyučovacieho predmetu, vybavenia školy a samozrejme osobnosti učiteľa. Práve učiteľ je katalyzátorom implementácie technológie do danej oblasti. V príspevku sa zameriavame práve na pedagógov základných škôl a ich pohľad na nástup modernej školy 21. storočia.

Východiská a organizácia výskumu

Kvalita vzdelávania poskytovaného inštitúciami je výsledkom mnohých faktorov ovplyvňujúcich nimi realizované výchovno-vzdelávacie procesy, pričom tieto faktory

nepôsobia izolovane, ale vo vzájomnej integrite. Digitálne technológie, moderné vyučovacie metódy a pripravenosť učiteľov sú nesporne súčasťou týchto faktorov.

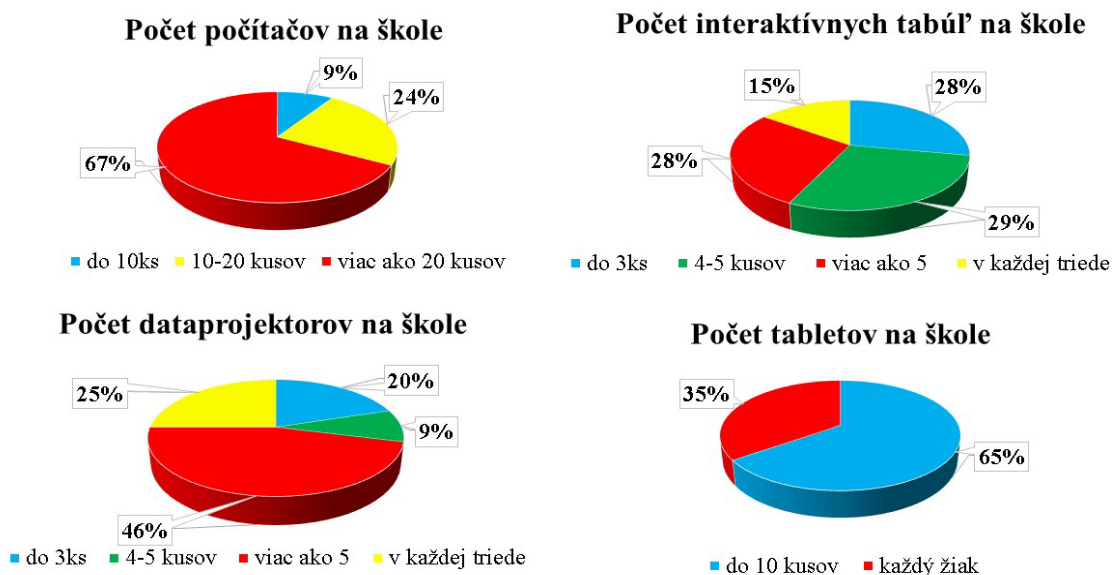
Cieľom výskumu bolo zmonitorovanie v prvom rade vybavenia škôl modernou technikou, ako aj získanie prehľadu jej efektívneho využívania vo vyučovacom procese. Zaujímalo nás, ako a v akej miere sú učitelia ochotní a schopní implementovať technológie do vyučovania na základných školách.

Výskum sa uskutočnil v rokoch 2015 – 2016 na vybraných základných školách v Nitrianskom kraji. Výskumnú vzorku tvorilo 156 učiteľov (11% mužov a 89% žien), ktorí boli ochotní participovať na výskume. Dotazník bol dostupný online na www.iankety.sk a tvorilo ho 18 položiek. Obsahoval otázky s možnosťou výberu odpovede, dichotomické, polouzavreté s viacnásobným výberom a otvorené.

Mnohé prieskumy, uvádzame výsledky štúdie OECD TALIS 2013, zistili, že v školstve na Slovensku pracuje 82% žien a priemerný vek je 43 rokov. Na úvod nás preto zaujímal počet rokov praxe našich respondentov – učiteľov. Vyšlo nám, že až 27% opýtaných má viac ako 20 rokov a len 12% (čiže desatina) menej ako 3 roky praxe. V odbornej literatúre sa aj vysoký vek učiteľov uvádza ako jeden z faktorov nízkej frekvencie implementácie digitálnych technológií do vyučovacieho procesu.

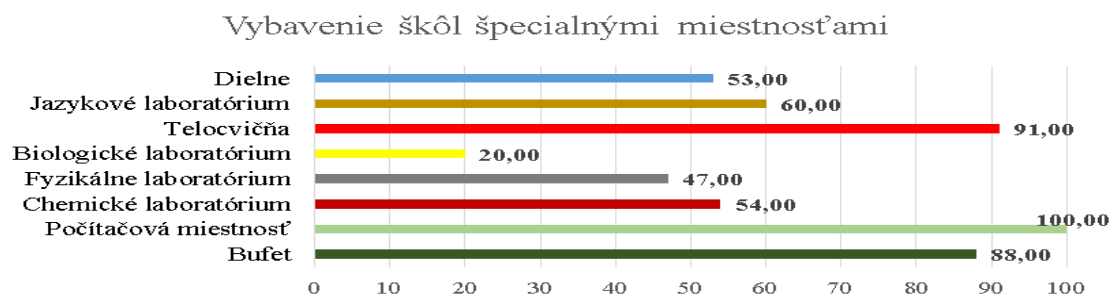
Vybavenosť škôl

Táto časť dotazníka bola venovaná monitorovaniu vybavenosti škôl digitálnymi technológiami (Obrázok 1). Z výsledkov je zjavné, že napriek množstvu projektov zameraných na zvyšovanie počtu modernej didaktickej techniky, sú na našich školách značné rozdiely. Ak si vyberieme počítače, tak vidíme, že 9% škôl má len 10-20 kusov počítačov na škole. Napriek tomu, že 67% škôl disponuje počtom väčším ako je 20 kusov, ich technická úroveň nemusí byť primeraná. Na obrázku je znázornené aj vybavenie škôl interaktívnymi tabuľami, dataprojektormi a tabletmi. Zistili sme, že 15% škôl má interaktívne tabule a 25% dataprojektory v každej triede. Potešiteľný je aj výsledok, že na 35% škôl má tablet k dispozícii každý žiak.



Obr.: 1 Grafy početnosti vybraných moderných didaktických prostriedkov na školách v percentách

Každá škola by mala mať tzv. špecializované učebne, či telocvičňu. Naším zámerom bolo zistiť, či školy disponujú týmito miestnosťami. Výsledky porovnávania sme zaznamenali v grafe 1. Aj tu vidno rozdiely v jednotlivých školách, je však evidentné, že všetky školy majú počítačovú miestnosť, ale napríklad chemické laboratórium len 54% z opýtaných a telocvičňu len 91% škôl. V nadväznosti uvedeného je zaujímavá položka týkajúca sa názoru učiteľov na úroveň vybavenosti ich školy. Z výsledkov môžeme konštatovať, že viac ako 30% opýtaných učiteľov uvádzalo, že jeho škola je výborne až veľmi dobre vybavená a 50% uviedlo priemernú úroveň. Tých, ktorí hodnotili vybavenosť ako nedostatočnú, bolo len 8%. Zvyšných 12% uvádzalo, že nevie korektne posúdiť vybavenosť svojej školy.



Graf 1: Percentuálne vyjadrenie početnosti špecializovaných miestností na školách

Implementácia technológií do vyučovacieho procesu

V ďalšej časti dotazníka sme zamerali položky na konkrétnu implementáciu digitálnych technológií vo vzdelávaní. Zaujímala nás frekvencia ich využívania, časti vyučovacej hodiny, v rámci ktorej učiteľ po nej siahne a iné. Z nasledovných položiek vyberáme niektoré zaujímavé zistenia:

- Takmer polovica 41% opýtaných učiteľov využíva moderné didaktické prostriedky často, z toho 6% na každej hodine. Potešujúce je, že len 10% opýtaných ich nevyužíva vôbec. Frekvencia využívania môže byť negatívne ovplyvnená počtom počítačových miestností, kde sa učitelia musia striedať. Výhodu majú školy, ktoré majú v každej učebni aspoň dataprojektor alebo interaktívnu tabuľu.
- Najčastejšie učitelia implementujú digitálne technológie na predmetoch (vylúčili sme informatiku): biológia (18%), fyzika (18%), dejepis (15%), chémia (15%), slovenský jazyk (10%). Toto zistenie je však ovplyvnené hodinovými dotáciami vyučovacích predmetov na základných školách, ako aj aprobačnou kombináciou zúčastnených učiteľov.
- Z pohľadu aktivít, pri ktorých najčastejšie respondenti integrujú technológie, bola na prvom mieste práca s informáciami 72%, nasledovaná prezentáciou nového učiva 50%, prezeraním videí 47%, ukážkami žiackych prác 26% a na poslednom mieste bolo hodnotenie hodiny (2%). Elektronické materiály si učitelia získavajú hlavne z internetu (82%), zhotovujú sami (68%) alebo v spolupráci s kolegami (25%).

Pripravenosť učiteľov

Práca s technológiami si vyžaduje dostatočne pripravených učiteľov. Zaujímala nás spôsob a frekvencia absolvovaných školení z danej problematiky. Zistili sme, že až 38% opýtaných sa zúčastnilo viac ako troch školení a len 15% neabsolvovalo žiadne školenie, ani kurz práce s modernými didaktickými prostriedkami. Obsahovo bolo 67% absolvovaných školení len s teoretickým charakterom. Svoje vlastné schopnosti hodnotí

až 28% opýtaných za výborné a 65% za priemerné, len 7% uvádza, že ich počítačová gramotnosť je slabá.

Negatíva a pozitíva implementácie digitálnych technológií z pohľadu učiteľa

Posledná časť empirického výskumu bola zameraná na prínosy a nedostatky spojené s implementáciou digitálnych technológií do vyučovacieho procesu na základných školách. Zistili sme nasledovné skutočnosti:

- Ako hlavný dôvod ich nepoužívania uvádzajú respondenti časovú náročnosť prípravy (65%), únavu očí (32%), nedostatok dostupných materiálov (18%). Pomerne nízke percento opýtaných (10%) si myslí, že niet dôvodu, prečo by ich nemali využívať.
- Vzhľadom na kooperáciu so žiakmi pozitívne hodnotí svoju prácu s technológiami až 73% respondentov, ale súčasne 23% uvádza, že je to rušivý element pri klasickom vyučovaní.
- Medzi najväčšie pozitíva implementácie uvádzali učitelia názornosť, zvýšenú efektívnosť, motiváciu, aktivitu a záujem žiakov na vyučovacej hodine.
- Za najväčšie negatíva boli uvádzané najmä nesústreďenosť žiakov, časová náročnosť prípravy, výpadok internetu, technické problémy, zastaraná technika a pod.

Záver

Odkazujúc sa na citát Willarda R Daggetta: „Dobrá správa je – veľa škôl sa dnes mení k lepšiemu, zlá správa je, že svet sa mení rýchlejšie ako naše školy“ a vzhľadom na výsledky nášho empirického výskumu, si dovoľíme konštatovať, že učitelia sa usilujú v čoraz väčšej miere implementovať digitálne technológie do vyučovacieho procesu a teda meniť školu na modernú školu 21. storočia. Využívanie moderných technológií oceňujú a spájajú s pojmami ako efektívnosť práce, tvorba atraktívneho a inšpiratívneho prostredia pre žiakov v procese učenia sa.

Podakovanie: Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-15-0368

References - Literatúra

- (1) BRESTENSKÁ, B. a kol. *Inovácie a trendy v prírodovednom vzdelávaní*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2014. 258 s. ISBN 978-80-223-3718-2.
- (2) HAŠKOVÁ, A. a kol. *Didaktické prostriedky ako optimalizačný faktor procesu vzdelávania*. Hradec Králové : GAUDEAMUS, 2011. 275 s. ISBN 978-80-7435-160-0.
- (3) *OECD TALIS 2013* [online]. 2013 [cit. 2016-11-10]. Dostupný z WWW: <<https://www.minedu.sk/data/att/6463.pdf>>.

Contact Adress - Kontaktní adresa

doc. PaedDr. Zita Jenisová, PhD.
Mgr. Jana Braniša, PhD.
Mgr. Attila Dósa
Katedra chémie
Fakulta prírodných vied UKF v Nitre
Trieda A. Hlinku 1

949 75 Nitra
Slovenská republika
E-mail: zjenisova@ukf.sk
jbranisa@ukf.sk
Tel.: 00421 37 6408 661

**INFORMATION CULTURE AS A MEANS OF ENHANCING
PROFESSIONALLY ORIENTED FOREIGN LANGUAGE
COMPETENCE IN HIGHER EDUCATION 2016**

**INFORMAČNÍ KULTURA JAKO PROSTŘEDEK KE ZLEPŠENÍ
PROFESIONÁLNĚ ORIENTOVANÝCH JAZYKOVÝCH ZNALOSTÍ VE
VYSOKOŠKOLSKÉM VZDĚLÁVÁNÍ 2016**

Olena KARPENKO

Олена КАРПЕНКО

Abstract:

This article presents the peculiarities of the information culture as a means of enhancing the professionally oriented foreign language competence at universities. The essences of concepts of the information culture and the professionally oriented foreign language competence are considered.

Abstrakt:

Tento článek představuje charakteristické rysy informační kultury jako prostředku ke zlepšení profesionálně orientovaných jazykových znalostí na vysokých školách. V úvahu se berou esence koncepcí informační kultury a profesionálně orientovaných jazykových znalostí.

Keywords:

Information culture, professionally oriented foreign language competence, higher education, university, information literacy.

Klíčová slova:

Informační kultura, profesionálně orientovaných jazykových znalostí, vysokoškolské vzdělávání, vysoká škola, informační gramotnost.

Introduction

The information culture is a component of the information society aimed for providing an access to the information which is relevant to customers in all fields of activities including an educational one. According to UNESCO's statement about priorities in the education of the XXI century the forming of the information culture and the enhancing of the foreign language competency are among the main ones which are perspectives of improving the quality of education [4]. The opportunities of future specialists' realization in their professional careers worldwide depend on the quality of their training at universities which require implementing new means of improving the professionally oriented foreign language competency in the information society. It is the information culture that can be considered as a means of enhancing the professionally oriented foreign language competence in the higher education.

The purpose of the article is to study peculiarities of the information culture as a means of enhancing the professionally oriented foreign language competence in the higher education of Ukraine while integrating it into the European Union.

Some aspects concerning the information culture and the professionally oriented foreign language competence were considered in the fields of pedagogy, library and information science, information management, linguistics, etc. The concept of the information

culture was examined by C. W. Choo, A. Curry, N.I. Gendina, V. Kravets, V. Kuharenko, C. Moore, G. Oliver, and etc. [2]. N.I. Gendina concentrated her attention on similarities and differences between the concepts of the information culture and the information literacy. W. D. Hawley, D. Hymes, L. Valli [3] considered the issues of forming foreign professional communicative competence. However, the problem of considering the information culture as a means of enhancing the professionally oriented foreign language competence has not been considered yet.

The essence of the concept of the information culture

To understand the essence of the concept of the information culture it is necessary to analyze definitions of its components.

The main components of the information culture are the information literacy, computer literacy, media literacy, digital literacy, information competence. The information culture is often identified with the term of the information literacy which is much more used in the world scientific community as for recognizing, searching, evaluating, locating the information needed for customers. But taking into consideration the essences of terms “culture” and “literacy” it is possible to conclude that the literacy is a part of the culture as literacy is traditionally considered as people’s abilities to read, write, and count only [4] nevertheless there is also a modern concept considering it as abilities to use language, numbers, images, computers, and other basic means to understand, communicate, gain useful knowledge and use the dominant symbol systems of a culture. Sometimes the information literacy is defined as metaliteracy including media literacy, digital literacy, ICT literacy, and visual literacy as for preparing individuals to produce and share information through social media and online communities. There are also different approaches to considering the information culture such as values, norms, and practices; as a part of the organizational culture of any organization with information management activities; as a set of principles and the mechanisms providing an interaction of ethnic and national cultures, in a wide sense of its definition, and as optimum ways of giving information to customers for solving their tasks as well as developing a system of teaching people for an effective utilization of the information thanks to improving mechanisms of technical means of creating, storing and transmitting it, in its narrow definition.

Besides, the concept of the information culture is also often identified with the concept of the computer literacy which can be a component of the information culture only as it is defined as abilities for using computers and related technologies efficiently for solving problems. But it is possible to state that the efficiency of the computer literacy depends on a person’s information competence that can be considered as an ability to identify, find, and use efficiently and ethically information which is relevant to customers’ needs with the help of using information technology skills. The media literacy as the critical thinking in assessing information gained from the mass media (television, radio, newspapers and magazines, and the Internet) is also can be only a component of the information culture as well as the digital literacy which concentrates its attention on the information in the network.

Thus, taking into account various concepts of the term “information culture” it is possible to define the information culture as a set of knowledge, abilities, behaviours, outlooks, and values of people of the global information society as to giving the information which is relevant to customers’ needs by using information and communication technologies [2].

The essence of the concept of the professionally oriented foreign language competence

There is not any generally accepted definition of the professionally oriented foreign language competence which is also often identified with such concepts as professional foreign language competence, foreign language professional competence, or professional foreign language communicative competence in a scientific community. The understanding of the concept of the professionally oriented foreign language competence is possible thanks to analyzing its components.

The competence is traditionally defined as the sum of knowledge, skills and characteristics allowing a person to perform actions in a wide variety of situations. A professional competence is often referred to a communicative competence as a linguistic competence with its sociolinguistic using in various situations in a real life. The professional communicative competence is considered as using a foreign language as a tool for professional, sociolinguistic, and cultural competences in a foreign language community according to individuals' abilities and knowledge for realizing special tasks thanks to behavioural strategies chosen by individuals.

Taking into consideration the components of the foreign language communicative competence which were defined in the conception of the common European framework of reference for languages, the foreign language competence of a professional field of activity consists of linguistic, sociolinguistic, and pragmatic competences. Linguistic competences are defined as lexical, phonological, syntactical knowledge and skills and other dimensions of language as system, sociolinguistic ones include the social and cultural conditions of language use, and pragmatic competences are associated with the functional use of linguistic References, drawing on scenarios or scripts of interactional exchanges [1]. Besides, a foreign language communicative competence includes also such competencies as discursive, social, strategic and other ones. That is why the professionally oriented foreign language competence is often defined as a set of competences which allows using a foreign language in a professional field of activity as well as the integration of professional and foreign language activities.

Taking into account the above-mentioned information it is possible to conclude that the professionally oriented foreign language competence is a set of competences including linguistic, professional, social and cultural, and personally-motivated ones which allow using professional knowledge and skills in a foreign language environment of specialists in specific fields of professional activities [3].

The peculiarities of the information culture into a higher education as a means of enhancing of the professionally oriented foreign language competence

The information culture can be considered as a means of enhancing of the professionally oriented foreign language competence in case of adapting requirements to students' and teachers' knowledge and skills as for the information culture to components of the professionally oriented foreign language competence. The information culture as an obligatory component of a learning process for both students and teachers can be considered as a set of knowledge and requirements as to forming it combined into appropriate units including social and cultural, professional, personal-oriented, and functional ones. To understand the importance of using of the information culture as a means of enhancing the professionally oriented foreign language competence it is necessary to consider the essences of linguistic, professional, social and cultural, and personally-motivated units of the professionally oriented foreign language competence.

A linguistic unit is based on the level of knowing a language code including grammar, phonetics, vocabulary, graphology. It only concerns the learning of a foreign language as to abilities of its speaking, listening, reading, and writing according to an appropriate standard level. A professional unit is responsible for both teaching students a foreign language for specific purposes and special subjects of students' future profession in a foreign language. It also provides the forming of qualities of a professional interpersonal communication including teambuilding, teamwork, leadership, records management, different speech strategies. A sociocultural unit includes understanding values, norms, outlooks, and culture of behaviour in sociocultural environment of using a foreign language. A personally-motivated competence is aimed for awareness of professional significance and demand worldwide thanks to self-organization, lifelong education for achieving successes in a professional career. This competence is integrated into linguistic, professional, and sociocultural one.

Taking into account the above-mentioned facts it is possible to state that adapting requirements to students' and teachers' knowledge and skills as for the information culture to components of the professionally oriented foreign language competence allows concluding the following:

1. A social and cultural unit of knowledge and requirements provides the understanding values, norms, ideology, outlooks, and culture of behaviour in the information society that is very important for enhancing the social and cultural component of the professionally oriented foreign language competence which enables to understand the context in which a foreign language is used by native speakers and choose language forms for achieving an expected communicative effect in a professional field of activity. This unit is also responsible for forming qualities of critical thinking and expressing ideas in a logic and argumentative way;
2. Three other units of knowledge and requirements as to the information culture are universal to all components of the professionally oriented foreign language competence as an effective means of its enhancing. Adapting the professional unit of the information culture implies that it provides abilities to analyze, compare, systemize, generalize, and identify the information which is a relevant to students' and teachers' needs from different sources as well as to search, process, keep, organize, evaluate and use it. This professional unit also includes forming abilities of choosing an optimal way of finding ways of creative solving problems in non-standard situations. It concerns all components of the professionally oriented foreign language competence as all units are aimed for using a foreign language in a professional field of activity. A personal oriented unit is focused on the self-development in learning including self- and lifelong education as well as forming qualities of a purpose-oriented personality for using the professional information efficiently and ethically. It is an important part of the professionally oriented foreign language competence. Adapting the functional unit of knowledge and skills aimed to using computers and related innovative information and communication technologies and adapting to changes in using them means that for increasing the professionally oriented foreign language competence it is necessary to use appropriate information and communication technologies efficiently for solving problems and controlling the availability of the feedback in a professional communication in a foreign language. It is possible thanks to implementing to a learning process of such web technologies as computer-based programs, broadcasting, multimedia software, electronic dictionaries, the Internet, etc.

Conclusion

The use of the information culture as a means of enhancing of the professionally oriented foreign language competence allows increasing the quality level of teaching professional disciplines in a foreign language for realizing students' future career possibilities in the age of globalization. They are the peculiarities of the information culture as a set of knowledge and requirements as to forming it combined into appropriate units including social and cultural, professional, personal-oriented, and functional ones that optimize the quality of the professionally oriented foreign language competence by implementing not only appropriate information and communication technologies but also special skills of processing the information in a professional field of knowledge in a foreign language that is also important for increasing competitiveness of modern universities in a global information society.

References - Literatura

- (1) *Common European framework of reference for languages: learning, teaching, assessment* (2002). Cambridge: Cambridge University Press. 260 p. http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/source/framework_en.pdf.
- (2) KARPENKO O. O. (2016). Information culture as a component of modern learning environment in higher education. *Безпекове інноваційне суспільство: взаємодія у сфері правової освіти та правового виховання : матеріали міжнар. Інтернет-конференції, 25 травня 2016, Харків.* pp. 69–74. <http://conf.nlu.edu.ua/bis-2016/paper/view/3937>.
- (3) KARPENKO O. O. (2016). Strategies of enhancing professionally oriented foreign language competence in higher education *International Scientific Journal*. № 5. Vol. 1. pp. 68–70. <http://www.inter-nauka.com/issues/2016/5/1177>.
- (4) *Understandings for literacy* (2006). Education for all: a global monitoring report UNESCO. Chapter 6. pp. 147–159. http://www.unesco.org/education/GMR2006/full/chapt6_eng.pdf.

Contact Adress - Kontaktní adresa

Associate Professor Olena Karpenko, Ph.D.
Department of Documentation Science and the Ukrainian Language
National aerospace university “Kharkiv aviation Institute”
Chkalova, 17
61000 Kharkiv
Ukraine
E-mail: karelen2012@gmail.com
Tel.: +380682501129

**INFORMATIONAL AND ANALYTICAL SUPPORT OF
EDUCATIONAL DOMAIN OF HUMAN SOCIETY 2016**

**ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
БИБЛИОТЕКАМИ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ 2016**

Alexej KOBELÉV

Алексей КОБЕЛЕВ

Abstract:

The essence and features of libraries' informational and analytical activity in the system of the education are considered. It is stated that the problem of accumulating and introducing the scientific knowledge base into an educational system can be solved with the help of the information and analytical activity of libraries which have invaluable experience of managing the information they store for a thousand-year history of their existence.

Аннотация:

Рассматриваются сущность и особенности информационно-аналитической деятельности библиотек в системе образования. Отмечается, что современные тенденции развития общества выдвигают новые требования к содержанию образования как составляющей становления личности. Констатируется, что проблему накопления и введения в образовательную систему научной базы знаний можно решить с помощью информационно-аналитической деятельности библиотек, которые имеют бесценный опыт организации информации, которую сохраняют, в течение тысячелетней истории своего существования.

Keywords:

Information and analytical support , information and analytical activity of libraries, educational domain of human society.conference, proceedings, contribution, Media and Education.

Ключевые слова:

Информационно-аналитическое обеспечение, информационно-аналитическая деятельность библиотек, система образования.

Введение

Духовно-интеллектуальный и экономический потенциал современного общества формируется прежде всего в сфере образования. В развитых странах именно в эту сферу направляется значительная часть инвестиций, потому что умение создавать, использовать, обрабатывать, хранить и распространять информацию становится условием прогрессивного развития национальных сообществ, их конкурентоспособности на мировом рынке. Исходя из этого, общество должно быть подготовленным к эффективному использованию новых технологий коммуникации, информационных ресурсов и знаний (1; 2; 4; 7). Важное место в этом процессе принадлежит библиотекам как одной из древнейших составляющих системы социальных коммуникаций. Речь идет, в частности, о том, что информационно-аналитическое обеспечение библиотеками образовательной деятельности должно ориентироваться на запросы новой ноосферной

цивилизации и опережающими темпами эффективно использовать информацию и ее высокоорганизованную форму – научно-интеллектуальное знание (3).

При этом уровень развития общества определяется также соотношением объемов генерируемого знания с уровнем эффективности его использования во всех сферах деятельности, и в научно-образовательной прежде всего. В свою очередь, это приводит к активизации в последние годы разработок методик управления не столько информационными потоками, сколько их содержательной составляющей. Речь идет об аналитической переработке неструктурированной информации (знаний), на основе которой, в частности, создается синтезированная, обзорно-аналитическая, прогнозная, экспертная информация и т.п (6).

Возможности информационно-аналитической деятельности библиотек

Как показывает исторический опыт научно-технического прогресса, любые технические новшества являются эффективными в социальном смысле лишь в том случае, когда они вводятся в культурную среду общества и становятся неотъемлемой составляющей его культуры. Поэтому процесс обучения должен организовываться таким образом, чтобы школьники и студенты получали не только необходимые знания и приобретали навыки для практического использования современных средств информатики, но также узнавали о динамике развития и возможности этих средств как нового инструмента для освоения информационного ресурса общества (2).

В обществе, основанном на знаниях, их объем не является задачей обучения. Сейчас цель образования – научить людей создавать новые знания и овладевать технологиями и приемами, которые предоставляют возможности это осуществлять. Интенсивное развитие новых информационных и телекоммуникационных технологий создает принципиально новое качество трансграничного информационного обмена и становится движущей силой экономических, социальных изменений в мире (4).

В системе образования развитие подобных новейших технологий становится базой для создания электронных учебников, разработки автоматизированных систем обучения, организации виртуальных университетов и т. п. Однако из-за очевидной сложности формализации процессов обучения и новизны указанных технологий эти проблемы находятся во многих странах, в том числе в Украине, на начальной стадии своего решения, возможности современных информационных технологий в обучении используются недостаточно.

Использование потенциальных возможностей библиотек, для организации работы с информацией и знанием, может стать способом решения этих и других проблем оптимизации процессов обучения (3). Так, в концепции открытого образования важным элементом является возможность выбора учащимся, средств, места и времени обучения, соответствующих его запросам (4). Это предполагает наличие альтернативных учебных программ и прикладного программного обеспечения, причем они должны быть согласованными по терминологии, систем обозначений, интерфейсов для создания нужных комбинаций учебных средств. Библиотеками, в свою очередь, накоплен значительный опыт организации дистанционного обслуживания пользователей, их доступа к информации и знаниям, что обретает особую значимость в условиях, когда изменение идей, знаний, технологий происходит быстрее, чем изменение человеческого поколения. Постоянно

возникают новые знания, без использования которых деятельность специалистов не будет эффективной.

Последнее, в свою очередь, требует качественно нового уровня информационно-аналитической деятельности библиотек. Современная библиотечная аналитика должна осуществлять экстракцию знаний из собственных и удаленных информационных ресурсов в динамической и меняющейся сетевой среде и предоставлять информационно-аналитические продукты и услуги в комфортном для пользователей формате. Именно поэтому проблему накопления и введения в общий оборот научных баз знаний лучше всего можно решить на базе библиотек, за тысячелетнюю историю своего существования не только накопили значительный объем информации, но и получили бесценный опыт ее организации.

Учитывая современные тенденции развития информационно-аналитической инфраструктуры, можно утверждать, что уровень развития библиотечной деятельности как одного из важных ее элементов определяется не столько формированием значительных объемов интеллектуально-информационных ресурсов и обеспечением удобного доступа к ним средствами информационно-телекоммуникационных технологий, сколько интенсивностью их использования в соответствии с потребностями общества. То есть особого внимания требует переработка в информационно-аналитические продукты и услуги не любой информации, а, прежде всего, той ее части, что обеспечивает осуществление эффективной деятельности пользователями библиотек. В связи с этим приоритетными являются вопросы анализа и оценки стремительно растущих потоков информации (знаний), их качественного отбора и организации в соответствии с потребностями определенной категории пользователей, в данном случае учеников, студентов, преподавателей, руководителей в сфере образования.

Эти задачи относятся к комплексу работ информационно-аналитических служб (подразделений), создаваемых в том числе и в библиотеках, в соответствии с современными потребностями на аналитическую продукцию и становятся важными элементами информационной инфраструктуры. Более того, информационно-аналитические подразделения библиотек могут изучать актуальные проблемы политического и социально-экономического развития общества, давать рекомендации по предотвращению нежелательных ситуаций как для государства в целом, так и для сферы образования или учебного заведения, способствует адекватному реагированию на динамические изменения во всех сферах через систему информационной инфраструктуры (3).

Выводы

В целом, главными факторами институционализации информационно-аналитической деятельности в структуре социально-коммуникационной деятельности является информатизация, глобализация и интеллектуализация общественных отношений как основа развития современной информационной цивилизации и становления общества знаний. Эти процессы обусловили не только увеличение объемов информации и обеспечение удаленного доступа к массивам структурированных знаний, но и переосмысление значения информации (знаний) в системе стратегических ресурсов, средств их обработки, предоставления и использования. Применение технологий информационно-аналитической деятельности позволяет структурировать имеющиеся информационные ресурсы библиотек и использовать их как модели

консолидированной информации, которые частично или полностью отражают контент социоинфосферы, универсум знаний, полученных обществом.

References - Литература

- (1) Гидденс Э. Социология / Э. Гидденс. — М. : Эдиториал УРСС. 1999. — 704 с.
- (2) Дьюи Дж. Демократия и образование / Дж. Дьюи. — М. : Педагогика-Пресс, 2000, — 384 с.
- (3) Кобелев О. М. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні / О. М. Кобелев ; М-во культури України, Харк. держ. акад. культури. — Харків : ХДАК, 2012. — 245 с.
- (4) Открытое образование – стратегия XXI века для России / под общ. ред. В. М. Филиппова и В. П. Тихомирова. — М. : Изд-во МЭСИ, 2000. — 356 с.
- (5) Социальные коммуникации: теория, методология, деятельность : словарь-справочник / авт.-сост. В. А. Ильганаева. — Харьков : КП «Город. Типография, 2009. — 392 с.
- (6) Терещенко С. С. Информационно-аналитическое обеспечение инновационной «Стратегии-2020» с использованием банка данных ВИНТИ РАН / С. С. Терещенко // Науч. и техн. инф-ция. Сер. 1. — 2009. — №2. — С. 25-32.
- (7) Чернов А. А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А. А. Чернов. — М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003. — 232 с.

Contact Adress - Kontaktní adresa

Alexei Kobelev, D.Sc.in Soc.Com. Department of social communication
Kharkiv State Academy of Culture
Bursackiy uzviz, 4
61057 Kharkiv-57
Ukraine
E-mail: k_a_n_@ukr.net
k_a_n_@mail.ru
Tel.: +380977134126

**THE PROBLEM OF FORMATION OF CITIZENS'S SOCIAL
ACTIVITY IN THE MODERN SCIENTIFIC DISCOURSE**

**ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ
ГРАЖДАН В СОВРЕМЕННОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ**

Tetiana KOMINA

Татьяна КОМИНА

Abstract:

Conceptual and categorical apparatus of our article includes the definition of terms such as identity, social activity of personality, media, institutional discourse, special information operations, management, mass communication effect.

Keywords:

Problem, scientific discourse, social activity

Вступление

It is well known that the social activity of the personality is a quality of the social system. Personality in the system of social relations manifests, realizes and creates the level of sociality. So it should be understood as deep and complete relations of the individual with society and the level of transformation in individual subject of public relations.

Social activity can be determined by the following main features such as strength and effectiveness. The first notion was described as the desire to influence social processes and second one as the participation in public affairs and the desire to change transformation or, conversely, to preserve and strengthen the existing social system, its forms and elements [4, p. 127].

The social activity of the individual begins to develop in the childhood. This process contributes to a number of different factors. It's educational and socialization process which are difficult. The impact of surrounding information starts from communication subjects such as books, radio, TV, Internet etc. They create in the mind of the individual a certain angle from which he or she looks at the world, heroes, whom he or she wants to follow and distinction between us and them separating the space of the surrounding chaos [4, p. 127].

Formation of social activity is a multiply process. People act according to the existing program like a child. Over time the program usually becomes slightly or drastically complicated and changes but the foundation formed in childhood remains unchanged. If it makes the person fight for his or her rights, proclaim various speeches, participate in public events, fight for justice etc., it makes heroes. The same processes influence the individuals with low level of social activity.

As it was mentioned above, the formation of social activity is influenced by many sources of surrounding information. Among them, the terms connected with the media are dominant. Now for full coverage of the question we should consider this discourse. There are many types of discourse connected with the influence but that is the media discourse that refers to the institutional type of discourse.

According to V. Karasik opinion, the institutional discourse is a kind of communication between people who may not know each other but should communicate according to the

norms of the society. In another words, the institutional discourse is called as a status oriented by speech interaction of representatives of social institutions with each other, people who exercise their status and role within the existing capabilities of public institutions [2, p. 134]. Mass communication is aimed at forming opinions of reader (viewer, listener) in particular in the institutional set direction.

Media discourse is not only a status-oriented (institutional) but has mass-oriented public. The outer part of the language environment that affects the image of the world of the individual is public discourse. A discourse is designed for a mass audience. On the other hand the public discourse reflects the social status of its author, his membership of a particular social group, movement or other characteristics that define his ideological and cultural installation [5, p. 55]. The media are a basic tool for spreading messages, which manipulate public consciousness.

Unlike interpersonal communication where there is constant change in communication roles in the mass media sender favor one source such as a publishing house that institutionalized transmits information to millions of consumers who form a heterogeneous audience [1, p. 23].

The media discourse has the power and it is able to manipulate public opinion in the need for the sender line. Realizing all this one could argue that journalism has always somehow influenced the formation of social activity of citizens [3, p. 25].

Of course this type of modern relationship between media and people includes the operations by special information. The authors of the above mentioned handbook describe them like special information operations. It means the planned action aimed at the enemy has friendly or neutral impact on the audience through her mind and behavior by means of the use of a certain way of organized information and information technology to achieve a certain goal.

The special information operations are divided into operations against entities that make decisions, operations aimed at compromise and damage opponents, operations aimed at political and economic instability.

Such continuously sustained informational war we observe in the world today. The main course is an information war confrontation between the US and Russia, but in addition, there are other wars that last for more than a century. Sustained between Western and Eastern hemispheres the first mainly American and defending European values. And the second is a mixture of post socialist like Muslim and other ideologies. And that would be a war of information may be [3, p. 27]. It will always have influence on the formation of social activity of the population, infects by ideas, would force people to hate each other and eventually become a strong motivating factor in that war, where fighting is not only about the words.

An example is the information war against Russia, which began in the early 2000s, when there were the first heralds of the future European course in Ukraine. Then the Russian media, though more gently than now but persistently, discredited our president, government and people in general. However it focused on Ukraine's dependence on Russia. This was done through two main instruments due to the theory of the for brotherly nations and supply [5, p. 156].

Today the situation has changed. According to Russian media are all Ukrainian unless Бандерашки the Nazis who love to rape elderly women eat babies.

Mass information activities has influence on the management system of views and ideas of the recipient.

Management is the impact leads on changes in the structure, status and activity of the object which directed the action. It may be a pre intended purpose. But if the goal is formulated vaguely journalistic or act is outside aimlessly, control action takes place because of the internal laws of information activities. Management influence the media can be of two types. One is moderate impact. It must be understood that each person or group of people can form their own system of representations of reality, including the critically rethink the information that comes from journalism. This type of exposure is not binding.

The leading role of journalism in social and political life can be both the impact on decision-making by various social institutions, and the impact on world consciousness and orientation behavior of a mass audience. It follows the role of journalism as a fourth estate.

With the formation of social media activity of the individual occupies a certain position, called social. They are the following types. Among them are

1. conservative position to address the challenges to strengthen the existing order of things and maintain the current state of mass consciousness (based on appropriate feeding and interpret current phenomena of social life).
2. Reactionary position, according to which the task of journalism turns back the desire to promote the movement of public organizations and mass consciousness to regress.
3. The progressive attitude of journalism, which requires her to fight for such transformations in the economic, political, social and spiritual aspects of life that cause forward movement [4, p 127].

Also the functions of the media in shaping social activity citizen is very important question. The media more or less affect the social activity of the population. This effect can be positive, such as information on the general sporting event (the annual "Heat Chestnut" in Kiev) message or how to receive biometric passports, etc. Negative in all this is promotional message of a party that carries this information creates social tension in the population and conditions for future protests, violent behavior in society certain layers of the population and so on.

The main functions of the media and their impact on the social activity of the population are next Information function. It is receiving and disseminating information on the most important for citizens and government events.

Overall it is an example of the media information function in action, but it should be observed light propagation. We are in this fight against the occupiers and Putin. However in the Ukrainian disbelief in European aid plays this article diametrically opposite role: instead increase social activity of the population, on the contrary it reduces it. This occurs when a person reads are hundreds of times a message and see in practice that it is only words, but in reality nothing is done.

Next is the educational function. It includes informing the publicity of certain knowledge can adequately assess, manage information from different resorses properly navigate the contradictory flow of information.

The material fulfills an educational function, as it allows people to adequately assess reality (how many places get biometric passports in Kiev), organize all previously received information regarding this issue was quite controversial, and act, thus showing social activity [2, p. 23].

The function of criticism and control. Criticism of the media is characterized unboundedness its object. Their control function based on the authority of public

opinion. It is quite ambiguous because on the one hand promotes high levels of positive social activity of the population (fight injustice, organizing rallies, protests, actions, etc.) And on the other hand creates social tensions that could escalate into aggression poured.

Mobilization function appears in prompting people to certain political activities or to social inactivity [2, p. 24]. This is one of the main functions of the media, which contributes to a significant and sharp increases in social activities, which also has positive and negative sides.

Operational function is service media policy of certain associations [2, p. 24]. It is not an exception to the general functions of the dual nature of the media. On the one hand, operational function creates a negative effect on society, calling it a misunderstanding of current events, political bias and therefore social strain that comes from listed and other factors. It developed in Ukraine only too well. Perhaps that is why Ukrainian among other European nations are most critical to power.

On the other hand it has a positive impact on the social activity of the population. It is about volunteering, the fate of dedicated work and ordinary Ukrainian citizens and other states that Ukraine closer to victory.

References - Literature

- (1) Брайант Д., Томпсон С. Основы влияния ЗМІ / Д. Брайант, С. Томпсон — М. : Вид. дім «Вільямс», 2004. — 260 с.
- (2) Карасик В. І. Мова соціального статусу / В. І. Карасик — М.: Ін-т мовозн. РАН; ВДПУ, 2012. — 185 с.
- (3) Петрик В.М., Штоквиш О.А., Польовий В.І. та ін. / В. М. Петрик та ін. — К.: Росава, 2006 р. — 234 с.
- (4) Соціологія: Підручник / Н. П. Осипова. — К.: Юрінком Інтер, 2013. — 409 с.
- (5) Швейцер А. Д. Сучасна соціолінгвістика: теорія, проблеми, методи / А. Д. Швейцер — М., 1973. — 156 с.

Contact Address - Kontaktní adresa

Tetiana Komina
Candidate of Science
Social Communication
Kyiv
Ukraine.

INFORMATION TECHNOLOGY IN ENTERPRICE WORKSHOP
INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE V PODNIKOVÉM PRAKTIKU

Alena KRÁLOVÁ

Алена КРАЛОВА

Abstract:

The paper deals with the evaluation, how to improve the preparation students of the Faculty of Finance and Accounting, University of Economics, Prague through information technology in the course Enterprise workshop. This activity allows students to develop skills which they will use in business and educational profession.

Abstrakt:

Príspevek sa zaoberá hodnotením, ako prostredníctvom informačných technológií v kurzu Podnikového praktika zlepšiť prípravu študentů Fakulty financi a účetnictví Vysoké školy ekonomické v Praze. Uvedená činnosť umožňuje študentům rozvíjet kompetence, kterých využijí v podnikové i vzdělávací profesi.

Keywords:

Economic exercise, university, competencies, information technology.

Klíčová slova:

Ekonomické cvičení, vysoká škola, kompetence, informační technologie

Úvod

Příprava studentů bakalářských oborů Fakulty financi a účetnictví na Vysoké škole ekonomické vyžaduje, aby absolventi získali pro uplatnění v budoucí profesi bohatou strukturu odborných a klíčových kompetencí. Jedná se především o obory Účetnictví a finanční řízení podniku, Finance, Zdanění a daňová politika, Bankovníctví a pojišťovnictví a Vzdělávání v ekonomických předmětech. Katedra didaktiky ekonomických předmětů připravila pro uvedené studenty bakalářských oborů kurz Podnikové praktikum. Uvedený předmět patří mezi integrující ekonomické předměty s možností prohloubit činnostní charakter výuky, vyučuje se v počítačových učebnách. Představuje jednu z forem integrace ekonomických předmětů a její spojení s praxí.

1 Historie vývoje předmětu

Výuka byla zahájena v roce 1997, název, částečně obsah a metody práce se v průběhu 19 let měnily. Kurz byl nejprve vyučován pod názvem Ekonomické a účetní praktikum jako volitelný předmět bakalářského studia fakulty Financi a účetnictví v Praze. Zpočátku byl určen pro absolventy neekonomických středních škol, kteří se dosud nesetkali s písemným informačním zajištěním ekonomických procesů a celkovým přehledem o jejich administrativě. Později byl zařazen jako povinný předmět pro studenty oborů Účetnictví a Finance, pro ostatní obory jako předmět volitelný. Obsahem předmětu byla následující náplň:

- Založení a vznik podnikatelského subjektu (podniku jednotlivce, s.r.o.).
- Prvotní evidence ekonomických činností vztahující se k problematice: dodavatelsko-odběratelských vztahů, hlavní činnosti podniku (zásobovací, platebního a zúčtovacího styku, provozní, personální, zahraniční činnosti).

- Zpracování prvotní evidence a její vazba na účetnictví a daňovou evidenci.
- Zajištění návaznosti ve vazbě na finanční úřad (daňová přiznání).
- Transformace prvotních dat pro potřeby podnikových a nadpodnikových úrovní řízení (účetní a statistické výkazy).

Zájemcům předmětu bylo umožněno seznámit se s chodem podniku prostřednictvím vybraných příkladů a dokumentů, které se v podnikatelské praxi nejčastěji vyskytují. Na jejich základě se učili informace hodnotit, popř. je zpracovat v souladu s legislativními požadavky a vnitřními směrnicemi firem. Tím se seznámili, jakým způsobem se vytvářejí prvotní data v operativním řízení podnikatelského procesu a jakým způsobem se transformují do podoby agregovaných informací (vytvářejí účetní doklady, operativní a analytickou evidenci, účetní záznamy, daňová přiznání, účetní a statistické výkazy), které jsou využívány v taktickém a strategickém řízení z pozice managementu a na nadpodnikových úrovních řízení (Králová, A., 2009). Zpočátku byly příklady připraveny tak, aby je studenti mohli na cvičeních zpracovat do připravených tištěných tiskopisů.

2 Podnikové praktikum a informační technologie

V souvislosti s přechodem kurzů na evropské kredity, byl kurz akreditován v nové podobě jako Podnikové praktikum, výuka byla zahájena v roce 2007. Na bakalářském oboru Učitelství praktického vyučování v ekonomickém vzdělávání se vyučoval jako povinný předmět, na ostatních oborech Fakulty financí a účetnictví a ostatních fakult VŠE v Praze jako volitelný předmět. Cílem kurzu je naučit studenty:

- pochopit, jakým způsobem se na základě praktických příkladů využívají prvotní data v operativním řízení podnikatelského procesu;
- pochopit, jakým způsobem se transformují do podoby agregovaných informací;
- řešit souvislé příklady malých a středních podniků;
- zpracovat řešení v různých formách na počítači, resp. na příslušných internetových adresách;
- vybudovat si pozitivní vztah k dokladům.

Kurz probíhá jako dvouhodinové cvičení v počítačové učebně. Jsou připraveny materiály, které obsahují studie vztahující se k problematice malých a středních firem, ukázkou dokumentace velké firmy, šablony písemností a dokladů pro počítačové zpracování a vybrané šablony písemností a formulářů na internetových adresách. Materiály zahrnují další vybrané příklady určené pro zpracování pomocí ekonomického softwaru Pohoda. Studenti během semestru řeší situace z oblasti živnostenského podnikání a společnosti s ručením omezeným. Jednotlivá témata, resp. jejich části analyzují, dále řeší zadané úkoly či problémy na počítači, resp. na příslušných internetových adresách, některé vybrané příklady v ekonomickém softwaru Pohoda a všechny výsledky zpracování ukládají do předem připraveného adresáře školní sítě.

V průběhu semestru jsou studenti hodnoceni na základě:

- Průběžného hodnocení. Ve školní počítačové síti si vytvářejí adresář se svým jménem, kam vkládají řešení veškerých školních i domácích prací. Vyučující může kdykoliv do jejich adresáře vstupovat, provádět opravy prací včetně hodnocení. Studenti vložené práce do adresáře již nemohou mazat ani opravovat.
- Zpracování a prezentace vybrané dílčí problematiky. Formou práce ve skupině studenti řeší obsah zadaného příkladu, provádějí zpracování na počítači, prezentují řešení, hodnotí daňové a účetní dopady.

- Aktivity na cvičení.

Tato forma řešení celého kurzu se studentům líbí. Kladně hodnotí především aktivní činnost, zapojení do výuky, systematické procvičení všech potřebných problémů k vyřešení příkladů, střídání pracovních činností (práci s doklady, prezentace výsledků jejich práce, návrhy šablon formulářů, vyhledávání předpisů na internetu, možnost práce na počítači, zakládání účetní jednotky v Pohodě a vedení vybrané agendy společnosti s ručením omezeným).

Problematické je pro ně:

- Vytvoření přehledné složky v příslušném adresáři na školní síti, podle které je jejich práce za semestr hodnocena. Jsou zde kladeny nároky na pečlivost, přesnost práce a odpovědnost.
- Vyhodnocení písemností (posouzení věcné správnosti, přípustnosti a formální správnosti informací o ekonomických jevech).
- Uvědomění si pozice a odpovědnosti příslušných osob ve firmě, což přináší ekonomické, obchodně právní, pracovně právní a finančně právní důsledky.
- Integrace poznatků z různých ekonomických disciplín (ekonomiky, účetnictví, práva a práce na počítači). Při řešení příkladů souběžně pracují s různými adresami - internetovými a školními.
- Práce v Pohodě. Orientace v ekonomickém softwaru, jeho obsluha.

3 Využití podnikového praktika pro praxi

V Podnikovém praktiku získají studenti celou řadu kompetencí důležitých pro uplatnění v profesním životě. Vedle využívání informačních a komunikačních technologií (tabulka 1) se jedná o řešení problémů (ze zadaných studií řeší případy, hledají řešení a zpracovávají v souladu s legislativními podmínkami), aplikaci matematických postupů při řešení praktických úloh (učí se používat matematické postupy při zpracování prvotní evidence, vytvářet návrhy šablon).

Tabulka 1: Využívání informačních a komunikačních technologií

Kompetence	Činnost studentů	Kompetence pro podnikovou praxi	Kompetence pro vzdělávací profesi
Využívání informačních a komunikačních technologií	Práce s informacemi	Tvorba vlastní složky obsahující přehledně uspořádané písemnosti ve vztahu ke kapitolám v materiálech, vyhledávání informací, třídění a archivace informací, vyhledávání informací na internetu. Zpracování a hodnocení věcné i formální stránky zpracovaných dokladů, zajištění návaznosti informací do agregované podoby (daňová přiznání a výkazy).	Práce s informacemi ve vztahu ke studijním (zápisníky, třídní knihy, katalogy), vyhledávání informací na internetu.
	Práce na počítači, využívání různých adresářů školní sítě, internetu, softwarového programu (např. Pohody)	Tvorba podnikových dokladů a písemností ve vztahu k hospodářským operacím podle současné legislativy. Zpracování prvotní evidence, účetních dokladů, daňových přiznání a výkazů podle požadavků příslušné doby (seznámení se s ruční i počítačovou formou).	Dovednosti i náměty pro využívání uvedených prostředků ve vyučovacích jednotkách.

Zdroj: Vlastní zpracování

Studenti dosahují v kurzu též odborné kompetence, jsou vedeni k podnikatelství (založení vlastního podniku), k pracovnímu uplatnění (v podnikové i vzdělávací profesi).

Závěr

Podnikové praktikum je předmět, který umožňuje skloubit teoretické poznatky z různých ekonomických předmětů jako je ekonomika, účetnictví, právo, informační a komunikační technologie s praxí. Tímto způsobem se studenti seznámí s podstatnou administrativou vedenou v daných obchodních závodech. Získají celou řadu klíčových i odborných kompetencí, které budou potřebovat k vykonávání práce v různých institucích jak firemních, tak i vzdělávacích. Využívání informačních technologií hraje v uvedeném předmětu v současné době klíčovou úlohu.

References - Literatura

- (1) KRÁLOVÁ, A., BERKOVÁ, K. 2015. *Podnikové praktikum - Materiály ke cvičení*. Praha : Oeconomica, 125 s. ISBN 978-80-245-2113-8.
- (2) KRÁLOVÁ, A. 2009. *Přechod podnikového praktika jako ekonomického cvičení ke cvičné kanceláři na VŠE v Praze*. In: *Tvorivosť a inovácia* [CD-ROM]. Bratislava, 11.06.2009. Bratislava : Ekonomická univerzita, 4 s. ISBN 978-80-225-2762-0.
- (3) *Sylabus kurzu IDP324 Podnikové praktikum*. [online]. 2016. [cit. 2016-11-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.vse.cz>>.

Příspěvek vznikl za podpory projektu Fakulty financí a účetnictví VŠE v Praze prostřednictvím institucionální podpory VŠE IP100040 a Interní grantové agentury VŠE v Praze (reg. č. F1/31/2015).

Contact Adress - Kontaktní adresa

Ing. Alena Králová, Ph.D.
Katedra didaktiky ekonomických předmětů
Vysoká škola ekonomická v Praze
Nám W. Churchilla 4
130 67 Praha 3
Česká republika
E-mail: kralova@vse.cz
Tel.: 00420 224 095 123

LEARNING BY DOING, MEDIA AND INFORMATION SKILLS IN HIGHER EDUCATION

ČINNOSTNÍ UČENÍ, MÉDIA A INFORMAČNÍ DOVEDNOSTI VE VYSOKOŠKOLSKÉM VZDĚLÁVÁNÍ

Pavel KRPÁLEK

Павел КРПАЛЕК

Abstract:

The author presents his proven didactic approaches and original experience in teaching Business Economics and Practice Enterprise, where the exercises are utilized principles of learning by doing and individual student work with information.

Abstrakt:

Autor v příspěvku prezentuje své osvědčené didaktické přístupy a zkušenosti s výukou Podnikové ekonomiky a Fiktivních firem, kde v rámci cvičení jsou využívány principy činnostního učení a samostatné práce studentů s informacemi.

Keywords:

Higher education, media, didactics, learning by doing, information skills.

Klíčová slova:

Vysokoškolské vzdělávání, média, didaktika, činnostní učení, informační dovednosti.

Úvod

Ve vysokoškolském vzdělávání, zejména na bakalářském stupni studia u profesně orientovaných studijních programů, po novelizaci vysokoškolského zákona ještě dále vzroste význam prakticky orientované výuky, praxe, činnostního učení a samostatné práce studentů. Při transformaci studijních oborů na studijní programy nepochybně budou muset být posíleny a zefektivněny praxe studentů v podnikové sféře, zavedení systémů zajišťování a vnitřního hodnocení kvality povede k revizi profilu absolventa, tak aby se více přiblížil světu práce, požadavkům zaměstnavatelů, nárokům na moderní podnikání a život v XXI. století. V profesních profilech budou posíleny struktury měkkých dovedností, zejména kompetence samostatně se učit, získávat informace, podnikavost, kreativita, schopnost řešit problémy a problémové situace. Rozvíjet efektivně struktury měkkých dovedností lze pomocí facilitačního edukačního stylu na bázi aktivizujících vyučovacích metod a integrovaných forem výuky.

Facilitace a moderní vzdělávání

Vzdělávání je systematický proces, v jehož rámci si vzdělávaný jedinec osvojuje určitou sumu poznatků a činností, kterou následně vnitřním zpracováním – učením – přetváří ve vědomosti, praktickým použitím v dovednosti a opakovanou činností v návyky. Z pohledu vzdělavatele jde o vyučování, z pohledu vzdělávaného o učení (Mužík, 2004). Moderní vzdělávací proces není založen na pouhé transmisi, tedy na jednostranném toku předem připravených (hotových) informací od vzdělavatele ke vzdělávaným, ale na vyvážené organizaci výuky, na využití širšího spektra vyučovacích metod a na aktivizaci vzdělávaných, tedy na činnostním charakteru výuky a učení. Studenti by měli být vedeni k samostatnému získávání a zpracování informací jak během přímé výuky,

tak mimo výuku. To by mělo vést k posílení role zpětné vazby od učících se jedinců ke vzdělavateli jako základu pro upevnění činnostního charakteru výuky a motivace (Chromý, 2016). Dosažené cílové kompetence absolventů jsou následně ověřovány v hospodářské praxi a odtud mohou pramenit další podněty ke zlepšování kurikula i přímé výuky (Vavrečka, Mezulánik, 2016). Krpálek a Krpálková Krelová (2012) zdůrazňují, že jestliže učitelé čerpají v přípravné fázi na výuku poznatkovou bázi ekonomických vědních oborů a související legislativu, předávané poznatky aktualizují, k témuž vedou během výuky studenty (měkké dovednosti učit se, řešit problémy a problémové informace, pracovat s informacemi a médií).

Soudobé paradigma konstruktivismu vychází z výrazně činnostního charakteru výuky a učení, projevujícího se v tom, že učící se jedinci participují na svém vlastním učení, to znamená, že aktivně sami pracují s předloženými informacemi a zkušenostmi. Významy a porozumění smyslu nových poznatků svébytně kontextuálně „konstruují“ ve smyslu interiorizace a funkčního začlenění do svého poznatkového systému pro ně přirozeným stylem učení. Proces učení jako úspěšný proces konstrukce a integrace znalostí je významně ovlivněn vyučovacím stylem učitele (Kalhous, Obst, 2002).

Facilitační vyučovací styl klade důraz na samostatnou práci studentů, kterou učitel nepřímo podporuje, využívá při tom již dosažené úrovně poznatků a zkušeností studentů. Učitel facilitátor je empatická osoba, pomáhající studujícím rozvíjet jejich přirozené kognitivní schopnosti („usnadňuje“ proces učení, asistuje jim při samostatné práci), formativně působí na jejich osobnost a umožňuje jim dosahovat vysokou úroveň sebeaktualizace a sebeporozumění (Krpálek, Krpálková Krelová, 2012).

Integrace ekonomického učiva znamená vzájemné propojování vzdělávacích obsahů jednotlivých studijních předmětů a jejich co možná nejužší propojení s reálnou ekonomikou (praxí). Podle toho v jaké rovině k integraci dochází, hovoříme o integraci horizontální (propojování obsahu výuky jednotlivých studijních předmětů) a integraci vertikální (propojování teoretické přípravy s praxí). Pro ekonomické obory je typická taxonomie integrovaných forem výuky, vzniklá kombinací horizontální a vertikální roviny integrace učiva. Autor využívá principy integrace ve své pedagogické praxi na Vysoké škole obchodní v Praze a logicky také ve výuce Didaktiky fiktivní firmy na Vysoké škole ekonomické v Praze. Integrace výuky podle Rotporta a Koudely (1997) probíhá v následujících formách: ekonomická cvičení (frontální výuka v podobě souvislých ekonomických příkladů a případových studií, které řeší studenti samostatně nebo ve skupinách), cvičná kancelář (skupinová výuka, skupiny simulují různá oddělení jedné firmy a společně vyvíjejí týmové aktivity nebo se rozčlení na méně skupin o více studentech, simulují aktivity různých firem a následně na uměle vytvořeném trhu spolu obchodují nebo soutěží), fiktivní firmy (studenti vytvoří pod nepřímým vedením vyučujícího fiktivní firmu, zaregistrují ji na Centru fiktivních firem, zorganizují se do oddělení, zavedou evidence a zahájí účtování, zapojí se do sítě cvičných firem tím, že si mezi nimi naleznou obchodní partnery a obchodují, neexistuje reálné zboží a reálné peníze, jejich toky jsou pouze fiktivní), studentské společnosti v programu Junior Achievement (liší se od fiktivních firem tím, že produkují skutečné výrobky anebo služby, za které inkasují peníze), praxe v reálném podniku (vedle exkurzí druhá nejtypičtější „klasická“ forma spojení teorie s praxí, její efektivnost ale závisí na ochotě a schopnosti poskytovatelů praxe věnovat se studentům a odborně je vést), založení reálné firmy na škole (komplikovaná forma integrace, v praxi nevyužívaná vzhledem k velkým rizikům pro vyučující, kteří by měli založit firmu „vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a nesli zároveň podnikatelské riziko“), zpracování projektů, jejich prezentace a obhajoba (moderní forma integrace výuky, rozvíjející i měkké dovednosti).

Činnostní výuka a aktivizující vyučovací metody jsou postaveny na faktu, že učící se jedinci si dokonaleji osvojí poznatky a rychleji a lépe získají dovednosti a návyky, pokud si vše sami vyzkoušejí. Aktivizující metody významně podněcují zájem o učení, podporují intenzitu prožívání, myšlení a jednání, učící se využívají již získaných zkušeností. Aktivním přístupem k získávání poznatků je rozvíjena zároveň schopnost kritického myšlení. V praxi ekonomického vzdělávání byla autorem ověřena didakticky efektivní využitelnost následujících aktivizujících metod: projektová metoda, případové studie, inscenační metoda, didaktické hry, brainstorming, Phillips66, HOB0.

Informační dovednosti

Život v XXI. století vyžaduje integraci základů informační vědy do vzdělávacího systému. Vysoké školy by měly opouštět odborníci s rozvinutou informační gramotností, komplexní schopností řešit problémy využitím širokého spektra informačních zdrojů. Nejprve je nezbytné informační problém analyzovat, uvědomit si a přesně formulovat informační potřebu, následně zorientovat se v dostupných informačních zdrojích, zvolit vhodnou vyhledávací strategii, vyhledat informace, vyhodnotit je, pomocí syntézy informační potřebu uspokojit a následně evaluovat výsledek. Informační gramotnost předpokládá zvládnout celé spektrum informačních dovedností. Kurikulum informační gramotnosti lze využít u vzdělávacích akcí při problémovém vyučování, kdy studenti nemají zadání s kompletními informacemi a „skryté“ informace si samostatně opatřují. Vynikající zkušenost doloženou longitudinálním výzkumným šetřením podnikatelského potenciálu studentů v letech 2011 – 2016 na Vysoké škole obchodní v Praze má autor s aplikací samostatného zpracování podnikatelských plánů studenty s jejich následnou obhajobou v rámci cvičení ke studijnímu předmětu Podniková ekonomika. Vysoká škola obchodní v Praze navázala partnerství s podnikatelským inkubátorem Prague Startup Centre, v jehož rámci lze následně realizovat vybrané kvalitní projekty v praxi. Vznikl nový studijní předmět Případové studie a studenti mají zvýšenou motivaci tím, že jejich kvalitní záměry s aplikačním potenciálem lze prosadit do praxe.

Závěr

Ve vysokoškolské výuce je zapotřebí využívat v maximální možné míře moderní koncepce vzdělávání, které vedou k větší autonomii, kreativě a motivaci studentů. Autor doporučuje následující opatření k zefektivnění výuky: posílení projektové výuky, případových studií a všech nezávislých samostatných činností studentů, podporujících jejich kreativitu a motivaci, pro uvolnění časového prostoru pro tento typ výuky využití blended learning, posílení aktivizujících metod, integrace výuky a hlubší propojení s praxí, zapojení studentů do výzkumu, startup programů, zadávání kvalifikačních prací ve vazbě na praxi, tak aby vycházely ze zadání subjektů z praxe a byly zde využitelné, výrazné posílení hodinové dotace a kreditů pro odborné praxe u sociálních partnerů, zkvalitnění praxí a stáží včetně precizace evaluačního systému úrovně praxí.

Příspěvek vznikl s podporou projektu IGA VŠE reg. č. F1/31/2015 „Implementace metody případové studie a ekonomických her do sekundárního vzdělávání v kontextu rozvoje ekonomického myšlení a zkvalitňování prostupnosti s terciárním vzděláváním“ a jako výstup projektu FFÚ VŠE, realizovaného v rámci institucionální podpory VŠE IP100040.

References - Literatura

- (1) CHROMÝ, J. 2016. Motivační aspekty a jejich bariéry při studiu odborných škol. Příklad z oblasti gastronomie. Media4u Magazine. Vol. 13, Issue 2, str. 12 – 16, ISSN 1214-9187.
- (2) KALHOUS, Z., OBST, O. et al. 2002. Školní didaktika. Praha: Portál, ISBN 80-7178-253-X.
- (3) KRPÁLEK P., KADAŇOVÁ, E. 2014. Efektivní styl práce vysokoškolského učitele. Monografie. Žatec: Ohře Media.
- (4) KRPÁLEK, P., KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K. 2012. Didaktika ekonomických předmětů. 1. vydání. Praha: Oeconomica, ISBN 978-80-245-1909-8.
- (5) MUŽÍK, J. 2004. Androdidaktika. 2. vydání. Praha: ASPI, ISBN 80-7357-045-9.
- (6) ROTPORT, M., KOUDELA, J. 1997. Didaktika předmětu práce ve fiktivní firmě. Praha: VŠE. ISBN 80-7079-476-3.
- (7) VAVREČKA, V., MEZULÁNÍK, J. 2016. Marketing Communications in Tourism – Trends and Reality. Marketing of Innovations, No 2/2016.

Contact Address - Kontaktní adresa

doc. Ing. Pavel Krpálek, CSc.

Katedra didaktiky ekonomických předmětů

Fakulta financí a účetnictví, Vysoká škola ekonomická v Praze
nám. W. Churchilla 4, 130 67

Praha 3, Česká republika

E-mail: krpp01@vse.cz

Tel.: 00420 736 429 737

DEVELOPMENT OF COMMUNICATION AND PRESENTATION SKILLS WITH USING MODERN DIDACTICS TOOLS

ROZVOJ KOMUNIKAČNÝCH A PREZENTAČNÝCH KOMPETENCIÍ S VYUŽITÍM MODERNÝCH DIDAKTICKÝCH PROSTRIEDKOV

Katarína KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ

Катарина КРИПАЛКОВА КРЕЛОВА

Abstract:

The article is focused on the key competencies of the teacher. The author presents an example of good practice to develop presentation and communication competences using video cameras.

Abstrakt:

Príspevok sa obsahovo zameriava na kľúčové kompetencie učiteľa. Autorka uvádza príklad dobrej praxe rozvoja prezentačných a komunikačných kompetencií s využitím videokamery v príprave budúcich učiteľov ekonomických predmetov.

Keywords:

Key competencies, modern didactics tools, education, video camera, presentation and communication skills.

Klíčová slova:

Kľúčové kompetencie, moderné didaktické prostriedky, vzdelávanie, videokamera, prezentačné a komunikačné zručnosti.

Úvod

Pojem kompetencia sa používa v odbornom i v bežnom jazyku a jeho význam nie je jednoznačný. Pojem „kompetencia“ sa pokúšala definovať celá rada odborníkov z oblasti sociológie, pedagogiky, psychológie, filozofie a ekonómie. Francúzsky termín compétence sa pôvodne používal v kontexte odbornej prípravy a označoval schopnosť vykonávať určitú úlohu. Pojem kompetencia, resp. kľúčová kompetencia, vrátane jej obsahu a vymedzenia vzťahu k ostatným spoločenským vedám, prešiel určitým vývojom. V 70. rokoch 20. storočia to bol koncept spočiatku zameraný na oblasť ďalšieho profesného vzdelávania a rekvalifikácie. Významný priestor si kompetencie našli aj v oblasti požiadaviek kladených na manažérov, na ich vzdelanie a rozvoj. Neskôr bol tento model rozšírený tiež do oblasti riadenia a rozvoja zamestnancov („ľudských zdrojov“ organizácie). Dnes sú už kompetencie súčasťou strategických a koncepčných kurikulárnych dokumentov.

Už s nimi nepracujú len odborné pracoviská a ústavy, ale konkrétne vzdelávacie subjekty a konkrétni ľudia: učitelia, riaditelia škôl, špecialisti vzdelávania, manažéri, odborníci personálnych útvarov, lektori, vysokoškolskí učitelia a študenti vyšších odborných a vysokých škôl, najmä humanitných odborov (Veteška a kol., 2008).

Existuje množstvo pohľadov na definovanie pojmu kompetencia. My sa prikláňame k názoru E. Suchožovej (2014), že „kompetenciu môžeme chápať ako prienik získaných vedomostí, nadobudnutých schopností, zručností, formujúcich sa postojov, hodnotovej orientácie, motívov k činnosti“. Definovanie kľúčových kompetencií je rozmanité a z tohto dôvodu môžeme povedať, že žiadna univerzálne platná definícia „kľúčových

kompetencií“ neexistuje. Aby bola kompetencia „kľúčová“ musí byť pre jedinca a celú spoločnosť nevyhnutná a prospešná. Pretože všetky prostredia a situácie podliehajú zmenám, musí nakoniec kľúčová kompetencia ľuďom umožniť, aby svoje vedomosti a spôsobilosti neustále aktualizovali a udržali tak krok s najnovším vývojom. Na to, aby učitelia stredných a vysokých škôl boli schopní ovplyvňovať efektívne osvojovanie si kľúčových kompetencií, je potrebná najmä zásadná zmena obsahu a spôsobu vyučovania, vyučovacích metód a stratégií smerom k participatívnemu, interaktívnemu, zážitkovému učeniu, ktoré je založené na skúsenosti a zároveň je prepojené so životom. Táto požiadavka sa automaticky musí pretransformovať do formulácie učiteľských kompetencií. Obsah požadovaných zmien sa orientuje na zmeny v pregraduálnej príprave a na reformy učiteľského vzdelávania. Kompetencie a spôsobilosti učiteľa sa vymedzujú v nadväznosti na obsah prípravy učiteľov, t. j. aké priority má príprava učiteľa zohľadňovať. V tomto trende sú známe najmä normatívne modely, ktoré určujú, čo v bode dovŕšenia prípravy má absolvent vedieť, resp. dokázať urobiť (a nie, aká má byť jeho profesionálna kompetencia).

Identifikáciou kľúčových profesijných kompetencií učiteľa v európskom priestore sa v roku 2002 zaoberala expertná skupina Európskej komisie. Syntézou kľúčových podmienok, kontextov a štruktúry kompetencií učiteľov vo viacerých krajinách EU boli navrhnuté nasledujúce kľúčové kompetencie učiteľa:

1 Kompetencie vzťahujúce sa na proces učenia

- vstupné charakteristiky žiakov (znalosti a porozumenie sociálnym, etnickým a kultúrnym odlišnostiam žiakov, ktorých rozmanitosť vyžaduje individualizáciu učebných príležitostí, prispôbenie vyučovania žiakom, diferenciaciu výučby, vyučovanie v iných jazykoch)
- meniace sa podmienky vyučovania (zmena rolí učiteľa vo vyučovaní a v škole, dôraz na facilitáciu a zodpovednosť, otvorenosť učebného prostredia životu, účasť na výskume a na vlastnom profesionálnom rozvoji v celoživotnom vzdelávaní)

2 Kompetencie vzťahujúce sa na výsledky učenia – vychádzajú z medzinárodných dohovorov o kľúčových kompetenciách, ktoré má človek dosiahnuť, aby sa uplatnil v spoločnosti 21. storočia. Keďže tieto kompetencie má dosiahnuť každý človek, sú pre profesiu učiteľa zásadne určujúce.

- Kompetencie k občianstvu, európanstvu a udržateľnému rozvoju
- Kompetencie pre učiacu sa spoločnosť (celoživotne sa učiť, učiť sa ako sa učiť, digitálna gramotnosť, kreativita a inovácie, schopnosť riešiť problém, komunikácia a spolupráca)
- Kompetencie pre integrovanie informačných a komunikačných technológií do výučby
- Kompetencie pre tímovú prácu
- Kompetencie k participácii na tvorbe školského kurikula, na evalvácii
- Kompetencie pre spoluprácu s rodičmi a ďalšími sociálnymi partnermi (Suchožovská, 2014)

Rozvoj komunikačných a prezentačných kompetencií študentov VŠE v Prahe prostredníctvom videokamery

V ďalšej časti príspevku nadviažeme na vyššie uvedené učiteľské kompetencie a zameriame sa na spôsob akým na katedre didaktiky ekonomických predmetov

rozvíjame komunikačné a prezentačné kompetencie študentov magisterského učiteľského študijného programu.

Prezentačné a komunikačné zručnosti sú do určitej miery rozvíjané v každom predmete študijného plánu magisterského programu pre učiteľov ekonomických predmetov, primárne však v predmete Prezentačné a komunikačné technológie v moderných koncepciách výučby. Časová dotácia predmetu je 2/2. Prednášky sú tematicky zamerané na moderné koncepcie výučby (tradičné koncepcie výučby, problémové vyučovanie, projektové vyučovanie, programované vyučovanie a pod.) a teoretické východiská problematiky komunikácie a prezentácie. Cvičenia sú zamerané na tréning komunikačných zručností – prvý dojem, účinok neverbálnej komunikácie - mimiky, gest, vzdialenosti, správna interpretácia signálov reči, reč tela, odstránenie negatívnych faktorov ako prejav nervozity, práca s trémou, ďalej tréning monologického prejavu – slovné návyky, efektívne formulácie, ucelená informácia, pozitívne vyjadrovanie, techniky kladenia otázok, schopnosť argumentovať, nácvik riešenia konfliktov metódou modelových situácií a pod. Ďalšou významnou súčasťou je oblasť prezentačných zručností. Študenti sa naučia zvládnuť vystupovanie naučia sa techniky ako získať a udržať záujem poslucháčov. Osvoja si techniky zvládania námietok a obťažných situácií pri prezentácii. Zdokonalia si schopnosť improvizácie a verbálnej pohotovosti. Časť cvičení prebieha formou projektového vyučovania, kde sú študenti rozdelení do skupín 4-5 študentov. Cieľom je vypracovanie návrhu vzdelávacieho kurzu na vybranú tému (rozvoj prezentačných zručností, efektívna komunikácia, lektorské zručnosti, základy účtovníctva, predajné triky a pod.), špecifikovať náplň kurzu (obsah, názvy tém, časový harmonogram), špecifikovať vzdelávacie ciele jednotlivých tém, zrealizovať ukážkovú hodinu v metodike kooperatívneho – problémového vyučovania (tvorba skupín, rozdelenie rolí, kritéria hodnotenia, uplatnenie modernej koncepcie výučby), špecifikovať kritéria dosiahnutia výsledkov vzdelávania. Navrhnutý kurz prezentovať z pozície vzdelávacej agentúry s využitím vybraných marketingových nástrojov (inzerát, plagát, prezentácia a pod). V rámci prípravy projektu študenti uplatňujú prvky efektívnej komunikácie, aktívne komunikujú v rámci vlastnej skupiny, medzi skupinami i smerom k učiteľovi. Časová dotácia prezentácie projektu je 45 minút a čas je rovnomerne rozdelený medzi všetkých členov skupiny. Súčasne so zadaním projektu, získavajú študenti kritéria hodnotenia projektu – hodnotenie je na škále úplne splnené, splnené s výhradami, čiastočne splnené, splnené s veľkými výhradami a nesplnené. Medzi hodnotené kritéria sme zaradili napr. špecifikácia obsahu navrhnutého kurzu, špecifikácia vzdelávacích cieľov, úroveň použitia modernej koncepcie vzdelávania, jazykové prostriedky (pestrosť, štylistika, zrozumiteľnosť a pod.), zvládanie námietok a úroveň argumentácie, paralingvistické prostriedky (tempo, intenzita reči a pod.), slovná pohotovosť, aktivizácia poslucháčov, udržanie pozornosti poslucháčov, mimika, gesta, image, vizuálny kontakt, optimalizácia komunikačného prostredia, komunikačný mix vo vzdelávaní. Ďalej sme hodnotili úroveň marketingového prostriedku – prezentácia (použitie vizuálnych pomôcok, práca s textom a otázkami, animácie, efekty a pod.). Hodnotenie výstupov realizujú všetci študenti do pripravených hodnotiacich záznamových hárkov. Aby mali študenti možnosť reflexie, sú výstupy natáčané videokamerou, následne po zhodnotení študentmi a učiteľom je premietnutý záznam vybraných pasáží a študenti majú možnosť sa k jednotlivým častiam vyjadriť (zhodnotiť). Uvedený spôsob organizácie výučby považujeme za efektívny nielen z pohľadu rozvoja komunikačných a prezentačných zručností, ale aj v oblasti rozvoja didaktickej kompetencie budúcich učiteľov uplatňovať moderné koncepcie výuky. Za

efektívny ho považujú aj študenti, ktorí oceňujú predovšetkým „tréning“ tímovej práce, komunikácie, prezentácie a možnosť vytvoriť originálny produkt, na ktorý sú hrdí.

Záver

Rozvoj kľúčových kompetencií budúcich učiteľov je primárne úlohou vysokých škôl. V súčasnej digitálnej dobe máme široké možnosti ako kompetencie rozvíjať zaujímavým a pre súčasnú generáciu prirodzeným spôsobom. Je zrejmé, že používanie moderných technológií (napr. videokamera) vo výučbe je náročné na prípravu učiteľa a čas, ale výsledky učenia a rozvoj kompetencií študentov sa dosahujú efektívnejšie než umožňujú tradičné spôsoby výučby.

Príspevok je spracovaný ako jeden z výstupov výskumného projektu Fakulty financií a účtovníctví VŠE, ktorý je realizovaný v rámci inštitucionálnej podpory VŠE IP100040, výskumného projektu IGA financovaného Internou grantovou agentúrou VŠE v Prahe č. F1/31/2015 a výskumného projektu GA/2016/9 „Autoevaluační rámec a evaluační kultura jako vědecky podložený základ pedagogické komunikace v systému řízení kvality v podmínkách profesně orientované vysoké školy“.

References - Literatura

- (1) SUCHOŽOVSKÁ, E. 2014. Rozvíjanie a hodnotenie kľúčových kompetencií v edukačnom procese. Metodicko-pedagogické centrum. 2014. ISBN 978 – 80 – 8052 -857 – 7.
- (2) Dostupné [online]: <http://www.mpc-edu.sk/library/files/suchozova.pdf>
- (3) VETEŠKA J., TURECKIOVÁ M. 2008. Kompetence ve vzdelávání, Praha: GRADA, 2008. ISBN 978-80-247-1770-8.

Contact Adress - Kontaktní adresa

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

THE ROLE OF EDUCATION IN THE GLOBAL BENCHMARKING OF E-GOVERNMENT DEVELOPMENT

ROLE VZDĚLÁVÁNÍ V GLOBÁLNÍM HODNOCENÍ ROZVOJE E-GOVERNMENTU

Renáta MÁCHOVÁ

Рената МАХОВА

Abstract:

This paper decomposes related frameworks for benchmarking e-government development while focuses on the attributes of education and their importance in these frameworks. Its main aim is to create related classification and open discussion leading to wider use of these attributes and thus a clearer definition of the requirements for education in the area of e-government development's benchmarking.

Abstrakt:

Tento příspěvek dekomponuje rámce pro hodnocení rozvoje e-governmentu, když se zaměřuje na atributy vzdělávání a jejich význam v těchto rámcích. Jeho hlavním cílem je vytvoření související klasifikace a otevření diskuze vedoucí k širšímu využívání těchto atributů a tím jasnějšímu vymezení požadavků na vzdělávání v oblasti hodnocení rozvoje e-governmentu.

Keywords:

Education, e-government, frameworks, indices, classification.

Klíčová slova:

Vzdělávání, e-government, rámce, indexy, klasifikace.

Úvod

V posledních 15 až 20 letech vzniklo ve světě velké množství hodnotících rámců se zaměřením na porovnání rozvoje elektronické veřejné správy (e-governmentu). Tyto rámce jsou prezentovány ve formě periodických zpráv, které jsou vydávány zpravidla nadnárodními institucemi nebo univerzitami, a jejich výstupem je většinou index nebo pořadí zemí na základě definovaných oblastí. Každý index se může skládat i z několika sub-indexů, resp. komponent, které lze dále rovněž považovat za samostatné ukazatele rozvoje v oblasti e-governmentu [3], [4]. Berntzen a Olsen [1] doporučují používat tyto atributy ve skupinách podle jejich zaměření na danou oblast. Jednou z komponent je zpravidla i oblast, která hodnotí úroveň vzdělávání, resp. připravenosti občanů využívat služby e-governmentu. I přesto že byl význam tohoto tzv. lidského kapitálu v kontextu využívání ICT potvrzen již v mnoha studiích [2], [5], tak stále v některých existujících hodnotících rámcích je jeho váha nízká vzhledem k ostatním atributům (komponentám), případně některé jeho aspekty nejsou vůbec hodnoceny.

Proto je hlavním cílem tohoto příspěvku podrobit související rámce dekompozici, provést klasifikaci atributů a jejich vah, a na tomto základě na závěr zdůraznit význam požadavků reprezentovaných identifikovanými atributy pro další diskuzi.

1 E-government, jeho měření, související rámce a indexy

Některé atributy v těchto rámcích jsou založeny na měřitelných charakteristikách, tzv. hard data, další pak využívají různé ukazatele získané z dotazníkových šetření nebo hlasování expertů jak podrobně uvádí např. Rorissa et al. [4]. Vlastní metodika výpočtu daného indexu může být opět velmi rozdílná. Zpravidla je nutné data standardizovat, pokud pochází z různých zdrojů, určit interval, na kterém budou výsledky prezentovány a nakonec vypočítat celkový index s ohledem na váhy atributů [3].

Jednotlivé rámce lze rozdělit do dvou hlavních skupin. První tvoří obecné rámce, které hodnotí situaci ve většině (vyspělých) státech světa a jejich struktura se mění pouze minimálně. Sem patří E-Government Development Index (EGDI) vydávaný Organizací spojených národů (OSN), Economist Intelligence Unit (EIU) index, ICT Development Index (IDI) od Mezinárodní telekomunikační unie (International Telecommunication Union, ITU), Networked Readiness Index (NRI) vydávaný Světovým ekonomickým fórem (World Economic Forum, WEF), Waseda index nebo Digital Economy & Society Index (DESI), který je zaměřen na evropské státy. Druhou skupinu tvoří specializované indexy, které se snaží hodnotit vývoj s ohledem na aktuální trendy v ICT jako je např. cloud computing, open data a otevřené vládnutí, kyberbezpečnost, zapojování obyvatel do rozhodování státu, apod., nebo se zaměřují na vybrané oblasti ve světě mající zdroje pro využívání moderních ICT [3]. Tabulka 1 zachycuje přehled vybraných indexů první skupiny rámců, když porovnává hlavně jejich časové rozpětí a počet hodnocených zemí.

Tab.1: Klasifikace vybraných indexů pro hodnocení rozvoje e-governmentu

Index	Vydavatel	Vydání první zprávy	Vydání poslední zprávy	Počet zpráv	Počet hodnocených zemí	
					V první zprávě	V poslední zprávě
EGDI	OSN	2003	2016	8	191	193
EIU index	Economist	2000	2010	11	60	70
DESI	Eurostat	2014	2016	2	29	29
IDI	ITU	2009	2015	7	154	167
NRI	WEF	2002	2016	15	75	139
Waseda index	Waseda Uni.	2005	2016	12	23	65

Zdroj: autor

2 Klasifikace souvisejících atributů v oblasti vzdělávání

Na základě literární rešerše a porovnání všech souvisejících zdrojů byla v Tabulce 2 provedena klasifikace zaměřená na atributy vzdělávání. Kromě popisu je zde uvedena i váha celé oblasti v daném indexu, tzn. jaký důraz je kladen na vzdělávání. Váha všech atributů v rámci dané oblasti je pak zpravidla rovnocenná, bližší podrobnosti lze nalézt v souvisejících zprávách od OSN, ITU nebo WEF.

Všechny z níže dekomponovaných indexů berou oblast vzdělávání v úvahu, když zpravidla ji řeší jako lidský kapitál nebo ICT dovednosti. Pouze EIU index řeší přímo celé sociální a kulturní prostředí a hodnotí i atributy nad rámec školní docházky, čímž pokrývá i další vývoj v oblasti vzdělávání pracovníků. Průměrná váha vzdělávání je pak asi 1/5 daného indexu. Největší váhu vzdělávání přiřazuje EGDI, nicméně složení jeho atributů by se dalo hodnotit jako základní, a to i přesto, že v roce 2014 byl počet těchto atributů rozšířen z 2 na 4. Nejmenší váhu má vzdělávání u NRI, což je ale způsobeno tím, že celý tento index je tvořen více jak 50 atributy, na rozdíl od 10 až 20 u ostatních indexů. U NRI jsou nicméně tyto atributy vhodně zvoleny směrem k požadavkům na

ICT. Mezi nejčastěji se vyskytující atributy patří míra gramotnosti dospělých, studující v sekundárním nebo terciárním stupni vzdělávání a uživatelé internetu. DESI hodnotí dva stupně ICT znalostí, resp. digitální gramotnosti: základní a pokročilé. Dále IDI je spíše zaměřen na ICT infrastrukturu a proto sleduje pouze 3 atributy. Podobně je na tom také Waseda index, kde je důraz na vzdělávání, resp. připravenost občanů, minimální, a více se zaměřuje na nabídkovou stranu, tzn. připravenost orgánů veřejné správy.

Tab.2: Klasifikace atributů zaměřených na oblast vzdělávání

Index	Oblast vzdělávání	Váha	Atributy
EGDI	Lidský kapitál	1/3	Míra gramotnosti dospělých; průměrný počet let školní docházky; hrubý poměr studujících v daném věku; očekávaný počet let školní docházky.
EIU index	Sociální a kulturní prostředí	3/20	Průměrný počet let školní docházky; hrubý poměr studujících v daném věku; studující v terciárním stupni vzdělávání; internetová gramotnost; stupeň podnikání; technické znalosti pracovníků; stupeň inovace (patenty).
DESI	Lidský kapitál	1/4	Uživatelé internetu; základní digitální gramotnost; počet osob se znalostmi ICT specialisty; podíl osob s titulem z oblasti vědy, technologií nebo matematiky.
IDI	ICT dovednosti	1/5	Míra gramotnosti dospělých; studující v sekundárním stupni vzdělávání; studující v terciárním stupni vzdělávání.
NRI	ICT připravenost: dovednosti	1/12	Kvalita vzdělávacího systému; kvalita matematického a vědního vzdělávání; studující v sekundárním stupni vzdělávání; míra gramotnosti dospělých.
Waseda index	ICT připravenost	1/10	Uživatelé internetu; uživatelé mobilních telefonů a vysokorychlostního připojení.

Zdroj: autor

3 Vymezení požadavků na vzdělávání v oblasti hodnocení rozvoje e-governmentu

Jak bylo zmíněno již výše, tak vzdělávání a úroveň znalostí je jedním z klíčových předpokladů pro efektivní využívání ICT a tím i udržitelný rozvoj e-governmentu. Dále je však nutné upozornit na různou úroveň ekonomické vyspělosti zemí a především na zdroje, které mají občané a podniky k dispozici. Prvním požadavkem by proto měla být podpora těchto zdrojů, tzn. telekomunikační infrastruktury, a s ohledem na její kapacitu a kvalitu pak zprovozňovat elektronické služby. Od toho se odvíjí požadované atributy, které je nutné sledovat a hodnotit tak, aby přinášely maximální přidanou hodnotu pro celý rozvoj e-governmentu.

Jako první lze doporučit omezení blízkých atributů, viz EGDI, kdy je vhodnější pracovat s dostupnými informacemi, i když ty nemusí být vždy aktuální (stáří dat do 5 let lze u této oblasti považovat za dostatečné, obzvláště u rozvojových zemí). Dále není vhodné příliš obecné členění, když lze doporučit např. samostatné hodnocení úrovně terciárního vzdělávání a důraz na technické znalosti, případně i matematické vzdělání. S tímto souvisí i doporučení rozdělit tato hodnocení na více stupňů pro různé skupiny obyvatel, viz DESI a jeho členění na základní a pokročilé ICT znalosti. Tato členění by

mohla odpovídat již existujícím úrovním e-governmentu, tzv. stage models, viz např. Berntzen a Olsen [1], což by pak zároveň řešilo i různou vyspělost hodnocených zemí. Jako velice zajímavé atributy se jeví i ty, které hodnotí NRI, tzn. kvalita vzdělávacího systému a kvalita matematického a hlavně vědního vzdělávání. Jelikož je dnes trendem vytvářet kompozitní indexy, tak by tyto atributy mohly být využity i v jiných indexech a zlepšit tak obraz problematiky vzdělání v jednotlivých hodnocených zemích.

Závěr

Cílem tohoto příspěvku bylo vytvoření klasifikace indexů hodnotících rozvoj e-governmentu se zaměřením na atributy vzdělávání. Celkem bylo porovnáno 6 indexů, když bylo zjištěno, že význam vzdělávání je v některých z nich podceňován, často navíc nejsou zvoleny ani vhodné atributy pro vykreslení reálného obrazu této problematiky. Za tímto účelem proto byly vymezeny požadavky na vzdělávání v oblasti hodnocení rozvoje e-governmentu a představeny některé návrhy a změny, které by následně měly vést k otevření diskuze směřující k širšímu využívání těchto atributů v indexech.

References - Literatura

- (1) BERNTZEN, L.; OLSEN, M. G. Benchmarking e-Government - A Comparative Review of Three International Benchmarking Studies. In: *Proceedings of Third International Conference on Digital Society 2009 (ICDS'09)*. IEEE, 2009, s. 77-82.
- (2) BOEMO-MOKHAWA, N.; KOCAOGLU, D. F. Determinants of e-government readiness: A literature review. In: *Proceedings of PICMET'14 Conference: Portland International Center for Management of Engineering and Technology; Infrastructure and Service Integration*. IEEE, 2014, s. 514-521.
- (3) MÁCHOVÁ, R.; LNĚNIČKA, M. Vývoj struktury hodnotících rámců pro měření rozvoje e-governmentu ve světě. *Acta academica karviniensia*, 2015, vol. 15, no. 1, s. 105-118.
- (4) RORISSA, A.; D. DEMISSIE; PARDO, T. Benchmarking e-Government: A comparison of frameworks for computing e-Government index and ranking. *Government Information Quarterly*, 2011, vol. 28, no. 3, s. 354-362.
- (5) SIAU, K.; LONG, Y. Factors Impacting E-Government Development. *Journal of Computer Information Systems*, 2009, vol 50, no. 1, s. 98-107.

Kontaktní adresa – Contact Address

Ing. Renáta Máchová, Ph.D.
Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Studentská 84, 532 10 Pardubice
E-mail: renata.machova@upce.cz
Tel.: +420 46603 6074

BOOK IN SOCIAL-COMMUNICATION PROCESS 2016
КНИГА В СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОЦЕССЕ 2016

Viktoria MARKOVA – Alexandr SUKHOVEY

Виктория МАРКОВА - Александр СУХОВЕЙ

Abstract:

The book is considered as a social-communicative phenomenon. Book communication levels are defined. We consider communication within the reader community. The influence of the new information-communication technologies on the development of the book communication are analysed.

Аннотация:

В статье книга рассмотрена как социально-коммуникативный феномен. Выделены уровни книжной коммуникации. Рассмотрена коммуникация внутри читательского сообщества. Проанализировано влияние новых информационно-коммуникационных технологий на развитие книжной коммуникации.

Keywords: *book, book communication, social-communicative process, the author, the reader*

Ключевые слова: *книга, книжная коммуникация, социально-коммуникативный процесс, автор, читатель*

Введение

Уже в диалоге Платона «Федр», который можно считать первым научным источником по теории коммуникации, отмечается, хотя и в негативном смысле, коммуникативная природа письменно фиксированного слова («Каждый раз написанное произведение путешествует то сюда, то туда ...») (1, 275, E). То есть книга возникла как средство преодоления пространственно-временных границ в общении между людьми, и, естественно всегда воспринималась таким образом. Однако теоретическое осмысление книги как социально-коммуникативного феномена началось гораздо позже, в начале XX века в работах российских книговедов (А. Ловягина, Н. Рубакина, Н. Куфаева), а затем была продолжена уже на новом уровне в исследованиях 70-х -90-х гг. XX в. Книга в структуре книжной коммуникации определялась как коммуникационный канал (А. Соколов, Г. Швецова-Водка), коммуникационное (коммуникативное) средство (В. Ляхов, М. Червинский), коммуникативный способ (А. Беловицкая, Л. Немировский). Некоторые из них предлагали свои модели книжной коммуникации, однако в большинстве своем для них был характерным техницистский подход. Для исследователей последних десятилетий характерным является возвращение к тезису Н. Куфаева о книге как субъекте коммуникации (2), созвучному маклюэновскому положению о том, что средство коммуникации является самой коммуникацией.

Характеристика основных уровней в структуре книжной коммуникации

Анализ и обобщение ключевых идей в области книговедения, теории социальной коммуникации, семиотики культуры, касающиеся социально-коммуникативной

природы книги, позволили выделить и обосновать В. Марковой следующие уровни в структуре книжной коммуникации:

- 1) реальный мир - автор, результатом коммуникации на этом уровне будет определенный текст;
- 2) автор - собственная субъективность, результатом коммуникации (автокоммуникации) на этом уровне будет достижение самопонимания благодаря акту письма;
- 3) текст - культурно-исторический контекст, в результате коммуникации на этом уровне текст может приобретать признаки модели культуры или актуализировать другие, скрытые аспекты своего содержания, а также встраиваться в общий интертекст культуры;
- 4) коммуникативные посредники (институт книгоиздания) - текст, в результате коммуникации на этом уровне достигается создание книги как целостности материального и духовного, благодаря чему авторское сообщение преодолевает пространственно-временные ограничения;
- 5) книга - культурно-исторический контекст, в результате коммуникации на этом уровне происходит приобретение книгой коннотативной (символической) функции;
- 6) коммуникативные посредники (институт книгораспространения и книгохранения) - книга, результатом коммуникации на этом уровне является преодоление книгой технических и частично психологических и социальных барьеров на пути к читателю;
- 7) книга - читатель, в результате коммуникации на этом уровне книга приобретает статус равноправного собеседника.
- 8) автор - читатель, в результате коммуникации на этом уровне книга выполняет роль средства передачи текста как в пространстве, так и во времени, а также является средством обратной связи;
- 9) читатель - социальная память, в результате коммуникации на этом уровне происходит ее пополнения или (и) актуализация одних аспектов информации, содержащейся в ней, и временное или полное забывание других;
- 10) читатель - собственная субъективность, в результате коммуникации на этом уровне под влиянием книги происходят изменения в личности самого читателя (3).

Представленная структура является нелинейной и многоуровневой, она охватывает как синхронный, так и диахронный срезы коммуникативного процесса. В то же время дальнейшие размышления над функционированием книги в социально-коммуникативном процессе позволили выявить новые, ранее не замеченные связи. Прежде всего, это касается уровня коммуникации «читатель-читатель».

Данный вид коммуникации имеет давние корни, ведь общение на почве общих книг имело место со времен возникновения книжной коммуникации как таковой, однако в настоящее время это явление приобретает новые очертания. В доцифровую эпоху оно осуществлялось как на личностном (рекомендации прочтения, обмен книгами), так и на институализированном уровне (фестивали, клубы, общества любителей творчества того или иного писателя, организованные и функционирующие при разного рода социальных институтах). Эпоха цифровых технологий открыла новые горизонты данного уровня коммуникации. Освоение

нового коммуникативного пространства сделало ее менее формализованной. Возможности социальных сетей позволили делиться рекомендациями по прочтению той или иной книги, создавать группы по интересам, писать собственные посты, посвященные книгам, комментировать прочитанное, общаться в режиме онлайн. Таким образом, общение читательского сообщества перестало быть ограничено пространственными границами, оно стало интернациональным.

И если «революция чтения» (Р. Шартье) на рубеже XVIII-XIX вв. привела к появлению бестселлеров (от англ. *best seller* — «продаваемый лучше всех»), то рубеж нового тысячелетия вызвал к жизни такое явление как «мегаселлер» (А. Иванов), к которым могут быть по праву отнесены «Властелин колец» Дж. Р. Толкиена и «Гарри Поттер» Дж. Роулинг. Причем если последняя создавалась в актуальном режиме, то есть читатель жил в ожидании выхода очередного тома, то литературный мир «Властелина колец» был актуализирован спустя десятилетия. Однако и в том, и в другом случае мы имеем дело с целыми мирами, созданными не без помощи современной индустрии развлечений и далеко перешагнувшими пространство текста. И дело не только в масштабных дорогостоящих экранизациях, стимулирующих интерес к произведениям, в тиражировании предметного мира (Кольцо Всевластия, очки Гарри, волшебная палочка, Маховик времени и прочие), периодических изданиях, посвященных этим произведениям, культу «мест памяти» (например, музей Гарри Поттера в Лондоне, разместившийся в киностудии, где снимался фильм, или платформа 9 и 3/4 на Лондонском вокзале, с которой герои книги попадают в Хогвартс), а в том, что этот мир, уже не формализовано, продолжает существовать и развиваться в читательском сообществе.

Несмотря на то, что «толкиенисты» как определенная субкультура, появились в Америке и Европе еще в середине 60-х (в 1965 г. американской, преимущественно молодежной аудитории, не хватило миллионного тиража «Властелина колец», изданного в бумажной обложке по доступной цене), сама книга подлинным мегаселлером стала только с распространением сетевых технологий, облегчающих коммуникацию внутри читательской аудитории. Итогом стало возникновение обществ толкиенистов, проявляющих не только интерес к творчеству писателя и занимающихся переводами его текстов, как например неформальное творческое объединение «Tolkien Text Translation», но и таких, для кого жизнь в мире Толкиена является большей реальностью, чем их повседневная жизнь (использование имен толкиеновских персонажей, самоидентификация в качестве «эльфов», «хоббитов», «гномов»). Причем, если обитатели «мира Гарри Поттера» преимущественно дети и подростки, то и социальный, и возрастной состав толкиенистов демонстрирует большое разнообразие. Обитатели мира Толкиена являются организаторами и участниками ролевых игр, сетевых форумов, авторами фанфиков (любительских сочинений по мотивам книги) и фанарта (создание рисунков и предметной культуры произведений). Некоторые же из них строят свою жизнь по канонам культуры Средиземья. Это же в полной мере относится и к миру «Гарри Поттера».

Можно сказать, что подобное явление характерно для религиозных канонических книг, представляющих собою текстуальное ядро теоцентрических культур. Как средневековый человек жил в мире Библии, так и современный человек, испытывая тоску по утраченному сакральному началу, обживает пространства

литературного текста, и тем самым, возможно утрированным, пародийным образом, демонстрирует некую квазирелигиозность.

Таким образом, результатом коммуникации на уровне «читатель-читатель» является обмен информацией о прочитанном произведении, а в предельном случае — создание самодостаточного мира, объединяющего читательское сообщество вокруг определенного текста.

Следует отметить, что книга как средство коммуникации функционирует не только в книжной коммуникации. Экранизации и театральные постановки, либретто опер и балетов, художественные воплощения сюжетов литературных произведений, памятники литературным героям, литературные музеи позволяют говорить о книге как связывающем звене книжной и других видов коммуникаций (театральной, кинематографической, художественной).

Функционирование книги в электронной среде накладывает свои отпечатки на указанные выше уровни коммуникации. Так, коммуникация «автор-читатель» в электронной среде, во-первых, может носить более прямой характер, не предусматривающий участие коммуникативных посредников, во-вторых, обратная связь может носить непосредственный характер в виде общения с использованием новых информационно-коммуникационных технологий (электронная почта, чат, скайп, видеоконференция). Книга в электронном формате позволяет лучше преодолевать пространственные и временные барьеры. Кроме того, гипертекстуальность электронной среды позволяет «пришить» к тексту культурно-исторический контекст. В то же время книга в электронном формате на сегодняшний день еще далека от совершенства и не может в полной мере сравниться по своим коммуникативным возможностям с традиционной, поэтому реализация такого уровня как книга—читатель вряд ли приведет к тому, что книга будет воспринята читателем в качестве полноправного собеседника (диалогическая модель чтения). В электронной среде скорее книга будет воспринята в качестве информационного помощника (прагматическая модель чтения). Можно прогнозировать, что дальнейшее развитие функционирования книги в электронной среде внесет изменение и в структуру коммуникации, в частности, появятся новые коммуникативные посредники, поскольку электронная книга должна со временем стать самодостаточным коммуникативным средством, реализующим все возможности электронной среды, а не быть лишь ухудшенной электронной копией традиционной книги.

Выводы

Таким образом, функционирование книги в социально-коммуникативном процессе демонстрирует разнообразие коммуникативных связей и потенциал их дальнейшего развития, а поэтому и в эпоху электронных коммуникаций книга продолжает быть надежным средством передачи достоверной, проверенной информации в пространстве и времени.

References - Литература

- (1) Платон. Федр. М., Прогресс, 1989.
- (2) Куфаев Н. М. Куфаев М. Н. Проблемы философии книги. Книга в процессе общения. М., Наука, 2004.
- (3) Маркова В. А. Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє: монографія. Х., ХДАК, 2010.

Contact Adress - Kontaktní adresa

Viktoriiia Markova, D.Sc.in Soc.Com. Department of social communication

Kharkiv State Academy of Culture

Bursackiy uzviz, 4

61057 Kharkiv-57

Ukraine

E-mail: vicmark1@yandex.ru

Tel.: +380955318897

**RADIO OF POST-TOTALITARIAN COUNTRIES AS A CHANNEL
OF NATIONAL IDENTITY: EXPERIENCE OF UKRAINE AND
BELARUS**

**РАДИО ПОСТТОТАЛИТАРНЫХ СТРАН КАК КАНАЛ НАЦИОНАЛЬНОЙ
ИДЕНТИФИКАЦИИ: ОПЫТ УКРАИНЫ И БЕЛАРУСИ**

Pavlo MIROSHNYCHENKO

Павло МИРОШНИЧЕНКО

Abstract:

The official Ukrainian radio from the time of its foundation (1924) to the 90s of the 20-th century was a very efficient means of the propagation of the Soviet ideology. The main specific characteristic of the sound image of Ukrainian radio at the totalitarian period is the spread of mass stereotype that Ukrainian culture especially the Ukrainian language are not perfect and independent things. The official media often considered them hostile to the ideas of the Soviet people. At the same time the media were spreading these opinions to the public with assistance of the Ukrainian language. But this language was a result of permanent reforms of its structure and character according to the Russian language standards. Similar processes lasted in Belarus in totalitarian period.

The interesting topic for the research is a newspeak of the media of the totalitarian age. Nowadays modern Ukrainian radio only occasionally uses some words, collocations and idioms of a newspeak. Moreover, the sound image of Ukrainian radio continues strengthening the idea of the Ukrainian and Russian languages mixture on air as a normal thing for the language situation in Ukraine. As against Ukraine Belarusian radio do not spread this linguistic tendency. However Russian language persistently expels Belarusian language and culture of the radio of this country. The access of the Ukrainians and Belarusians to the samples of national culture, particularly mass and alternative music, is complicated. Commercial radio in Ukraine and Belarus offers its audience the songs mainly in English and Russian. At the same time it represents the Russian language as if convenient and habitual channel of mass communication for the majority. Therefore the media continue developing a stereotype that the Ukrainian and Belarusian national culture, language and music are not socially prestigious. However some parts of modern and progressive population in Belarus and Ukraine want to listen to alternative ethnic or national dyed radio, mainly via the Internet. This tendency becomes very significant. But the sound image of official Ukrainian and Belarusian post-totalitarian radio directs the process of most listeners' self-identity to the valuables of the Western or Russian mass culture. However, a law on quotas music and radio programs in Ukrainian language came into force in November this year. According to it, today the share of the music in Ukrainian language should be not less than 25%. A share of the programs in Ukrainian language should be at least 50% per day.

Аннотация:

На основании данных социологических и маркетинговых исследований в сфере радиовещания Украины и Беларуси, мониторинга программ и музыкального наполнения радиоэфира коммерческих вещателей сделана попытка определить их роль в процессе национальной идентификации обществ этих стран как посттоталитарных. Особое внимание уделено анализу маркерам культурно-

языковой идентичности в звуковом образе радио Украины и Беларуси в условиях глобализации.

Keywords:

Identity, language, culture, radio, sound image.

Ключевые слова:

Идентичность, язык, культура, радио, звуковой образ.

Введение

Исторически складывалось так, что радиовещание в любой точке планеты становилось надежным средством массовой информации, независимо от политического и общественно-экономического курса стран. Политические институты демократических и авторитарных государств наделяли радио функциями ретранслятора идей и смыслов, выгодных, по мнению власти, обществу. Форма донесения новостной, общественно-политической, социально-экономической, культурной и др. информации, предложенная радиовещанием, оказалась наиболее удобной с экономической и психологической стороны для социума с различным уровнем знаний, культуры, социального опыта. Несомненно, восприятие информации на слух стало одним из эффективных способов влияния, в том числе и манипулятивного, на массовое сознание. Несмотря на глобализационный, то есть лишенный каких-либо этнонациональных черт, характер технологической стороны радиовещания, его смысловая составляющая всегда требовала осознанности в процессах сбора, обработки и распространения информации и их зависимости от социокультурной действительности. Звуковой образ конкретных радиопрограмм, да и национальных радиовещателей, должен был служить надежным инструментом самоидентификации слушателя как личности, представителя определенного этноса, носителя ценностей культуры определенного общества, гражданина конкретной страны.

В условиях не только экономической, но и информационной, культурной в широком понимании, глобализации современного мира перед радиовещателями посттоталитарных стран, к которым относятся Украина и Беларусь, стоит важная задача сохранения за собой роли эффективного канала национальной идентификации массового слушателя. Задача эта сложная, ведь современная аудитория имеет прямой и свободный доступ к образцам западной и русской массовой культуры, разного качества и ценности. Зачастую национальной культуре непросто конкурировать с ними, к тому же коммерческие вещатели, озабоченные преимущественно финансовой выгодой от собственной деятельности, не создают в должной мере условий для распространения ее образцов. Особо остро в дискурсе коммерческого радиовещания Украины и Беларуси в условиях глобализации стоит проблема полноценного развития и функционирования национальных языков, украинского и белорусского соответственно.

Говоря о наиболее популярных среди украинских и белорусских исследователей радиожурналистики вопросов, следует указать на сходство изучаемых тем и проблем. Одними из наиболее разработанных вопросов являются те, которые касаются истории и современного состояния национального радиовещания. В украинском контексте их изучением занимаются О. Гоян, В. Лизанчук, Ю.

Любченко, И. Машенко, В. Миронченко, П. Мирошниченко, М. Нагорняк, И. Пенчук, И. Хоменко и др. Среди белорусских исследователей следует отметить С. Дубовика, А. Лебедеву, А. Плавник, Е. Радкевича, О. Тихонова, В. Шеина, Н. Шумскую, Д. Ярошевич и др. Большинство авторов не может обойти вниманием проблему функционирования и трансформации форм и жанров радиовещания, влияния на его состояние и развитие новых технологий и приемов работы в эфире.

Особый интерес у украинских и белорусских исследователей вызывают вопросы развития национальных языков под влиянием масс-медиа, в том числе и радиовещания, анализ положительных и негативных тенденций, внутренних и экстралингвистических факторов воздействия на их современное состояние и перспективы развития. Языковой вопрос в дискурсе белорусских средств массовой коммуникации стал объектом изучения для С. Бердника, В. Ивченкова, В. Петкевич и др. Работы украинских ученых (Л. Масенко, А. Пономарива, А. Сербенской, Н. Шумаровой и др.), посвященные изучению государственного языка в СМИ Украины, часто включают данные социолингвистических исследований по теме, рекомендации практического характера, прогнозы дальнейшего языкового развития общества и масс-медиа.

Несмотря на достаточно основательную научно-методологическую базу медиаисследований в Беларуси и Украине, вопрос об эффективности посттоталитарного радиовещания как канала национальной идентификации массового слушателя до сих пор не достаточно изучен. Исходя из этого, тему и проблему этой статьи стоит считать актуальной. Ее цель – на основе сравнительного анализа определить потенциал коммерческого радиовещания Украины и Беларуси в процессе национальной самоидентификации слушателя в условиях глобализации и посттоталитарного развития стран.

Говоря о социально-политическом типе обществ современных Украины и Беларуси, многие исследователи, в частности О. Долженков, В. Тарасенко, В. Курилло и др., особо критически настроены по отношению к характеристике «переходный». Так, по мнению В. Курилло, «современные тенденции переходного периода трактуют его как однонаправленное движение от антидемократического режима к демократии. С другой стороны, можно увидеть, что содержанием политического процесса в странах СНГ является укреплением его именно антидемократического вектора – чисто номенклатурного (Украина, Закавказье, Средняя Азия) или номенклатурного с харизматичным лидером (Россия, Беларусь)» [1, 68]. Да и сама семантика слова «переходный» не годится для характеристики продолжительного социально-политического состояния общества, сопряженного, на примере Украины, с несколькими мощными революционными событиями на протяжении десятилетия. Известный украинский социолог Е. Головаха склонен давать характеристики общественно-политическим и социально-культурным процессам в Украине по аналогии с любым другим обществом, развивающемся под знаком «пост». Любое постсоциалистическое, посткоммунистическое, посттоталитарное, постмодернистское общество, пройдя продолжительный период относительно стабильного, хоть и не всегда положительного, состояния, характеризуется, по мнению Е. Головахи, определенным набором социопатий и аномий [2]. Эти кризисные для общественного сознания явления усложняют процесс положительного развития стран в состоянии «пост», однако и не препятствуют ему. Часто на средства массовой коммуникации возлагается одна из главных ролей в подготовке

массового сознания к принятию факта исчерпанности «перехода». Таким образом, коммуникативная революция становится действенным компонентом общественно-политических и социально-культурных трансформаций. Говоря об украинском и белорусском посттоталитарном обществе, особое внимание следует уделить влиянию масс-медиа на сложный процесс национальной идентификации его членов, роли СМИ в создании комфортных условий для национально-культурного, в частности национально-языкового, развития как ранее дискриминированных.

Язык, по мнению многих социологов, социальных философов и филологов, является одним из этнических идентитетов, не теряющих своей актуальности для представителей любого общества даже в эпоху глобализации. Особо важным средством этнической самоидентификации язык остается для членов так называемых «посттоталитарных обществ», к которым относятся современные украинцы и белорусы.

«Этнический ренессанс» конца XX в. со вспышками стихийной борьбы и целенаправленными общественными движениями за национальную как этническую идентичность во всем мире является ответом на глобализацию. Исследователи считают, что причина этого заключается во внутренней противоречивости глобализации как таковой: «с одной стороны, происходит определенная социокультурная унификация и межцивилизационная аккультурация. С другой стороны, народы инстинктивно опасаются перспективы своего растворения в унифицированном море и как за спасательный круг хватаются за черты своей идентичности... А выразительным этническим признаком является язык, он подтверждает факт существования народа, даже тогда, когда меняется его облик, быт, образ жизни, конфессиональная принадлежность и т.д.» [3, 5].

По мнению В. Арбениной, «об этнической идентичности личности, целостности этого аспекта её «Я-концепции» можно говорить, когда сформировано чувство принадлежности к этнической группе, а основные ее характеристики воспринимаются как ценность» [4, 74]. Нации, переживавшие длительные периоды деэтнизации, подавляющее большинство мероприятий которой приходится на борьбу с языком как идентитетом, часто состоят из большого числа представителей с искривленным этническим компонентом «Я-концепции». Язык является важнейшим фактором этнизации из всех в структуре повседневности, так как проявляет себя и уровень собственной социальной функциональности, престижа, свободы повсеместно, в том числе через массово коммуникативные каналы.

Слово на радио является мощным средством воздействия на основные когнитивные процессы потребителя информации. Именно звук человеческого голоса, палитра (интонационно-тональный спектр) речи радиожурналиста, культура и стилевая дифференциация языка не только привлекают внимание массовой аудитории к радио, способствуя его коммуникативной эффективности. Они помогают непрямо, тонко и почти незаметно закладывать в подсознание слушателя определенные смыслы, ценности и представления, влияя на формирование и развитие личности пользователя медиа, в том числе и языковой личности.

Говоря о приоритетных для украинцев СМИ, стоит обратить внимание на результаты недавнего независимого исследования «Конфликт в медиа & Медиа в

конflikте», проведенного социологическим центром «ФАМА» по заказу Lviv Media Forum и Школы журналистики УКУ при поддержке посольства Великобритании в Украине. Большинство опрошенных (89 %) новостную информацию получает с помощью телевидения. На втором по приоритетности месте находятся интернет-издания и сайты. И четверть украинцев использует радиовещание для получения свежих новостей [5]. Эти данные в целом схожи с результатами исследования авторитетных для украинцев масс-медиа, проведенного в 2013 г. Согласно его данным, радио ни в одной из возрастных групп опрошенных не оказалось приоритетным. Так, среди молодежи до 30 лет телевидение является главным источником политической информации (84%), однако на втором месте по значимости – Интернет-сайты (40%), значительно больше среди молодежи и тех, кто использует в качестве источника политической информации социальные сети, прежде всего Facebook (14%). Вообще, для всех украинцев, по данным этого исследования, абсолютным лидером в информировании о политических событиях остается телевидение – 90%, местные газеты служат основным источником политической информации для 37 %, радио – для 29%, интернет-сайты (новостные, политические) – для 21% населения [6].

Если сравнить данные замеров медиа-предпочтений украинцев и белорусов, то можно заметить определенное сходство. Так, по данным опроса и фокус-групп, проведенных Департаментом маркетинговых и социологических исследований группы компаний «Сатио» в 2013 г., белорусы отдают предпочтение телевидению как источнику информации – почти 92 % опрошенных высказались в пользу ТВ. На втором по приоритетности месте находится Интернет, на третьем – пресса, а вот радио является надежным источником информации для 48,5 % белорусов [7]. Говоря про приоритеты в сфере масс-медиа белорусов в 2015 г., то, по данным компании «Сатио», ситуация почти не изменилась с 2013 г. Большинство (84,7%) отдает предпочтение телевидению, а радио, все так же, занимает четвертое место по популярности, после интернета и прессы. Его слушает 36, 6% опрошенных [8].

Исследование приоритетов украинских радиослушателей в последнее время приобрело постоянный характер. Вот уже несколько лет подряд измерение аудитории украинского коммерческого эфирного радио проводит компания GfK. По последним данным, тройка лидеров украинского FM-вещания осталась неизменной с прошлого года: «Хит-FM», «Шансон», «Русское радио» [9]. Более-менее стабильная ситуация наблюдается вообще в первой десятке рейтинга радиостанций от GfK уже довольно продолжительное время, что, по мнению специалистов, связано с тем, что «ведущие радиостанции достаточно умело работают над удержанием слушателей и постоянно совершенствуют свой плей-лист и программный продукт» [9].

Стоит заметить, что и в сфере «радиовкусов» массовый украинский слушатель мало чем отличается от белоруса, по крайней мере, минчанина. Результаты недавнего исследования радиопрослушивания в Минске, проведенного компанией «Гевс» в конце 2015 г., определило тройку лидеров FM-вещания в белорусской столице: на первом месте – «Русское радио», на втором – радио «UNISTAR», на третьем – «Радио Рокс» [10]. Интересно, что, по результатам последних аудиторных замеров компании «Сатио», кроме радиостанции «UNISTAR», опрошенные и участники фокус-групп не назвали ни одной из представленных в минском рейтинге станций. Стоит отметить, что выборка исследования «Сатио» является репрезентативной и по количеству и географически [8].

Во время мониторинга эфиров популярных украинских FM-станций («Хит-FM», «Шансон», «Русское радио») были замечены общие для звукового образа всех трех вещателей черты. Во-первых, использование преимущественно российских псевдонимов ведущих (Потемкин, Матросов, Стрельцова и др.) Во-вторых, наличие элементов шизоглоссии – смешивание двух языков в одном материале (украинского и русского), как, например, в анонсе программы «Русского радио» «Золотой граммофон», передачи этой же радиостанции «48. Сделано в Украине», рубрике «Только для вас» в эфире радио «Шансон» и др. Так же активно применяются в названиях программ англицизмы: «Нарру ранок», «Must have» и др. Мониторинг также выявил нарушение норм современного украинского литературного языка на лексико-стилистическом, фонетическом, морфологическом уровнях.

Звуковой образ популярных среди белорусов коммерческих радиостанций («Русское радио», «UNISTAR», «Радио Рокс») также имеет ряд общих черт. Среди них стоит отметить: во-первых, господство не только русского языка, но и российской стилистики в эфире и звуковой одежде («Русское радио»), во-вторых, полное отсутствие белорусскоязычного продукта в программах, рекламных блоках, в-третьих, небольшое количество белорусского музыкального материала.

Как показывают результаты мониторинга эфиров популярных украинских и белорусских радиостанций, проведенных автором статьи, можно сделать вывод о том, что ни в Украине, ни в Беларуси коммерческое радиовещание не является эффективным каналом национальной идентификации слушателя. Есть некоторые отличия звукового образа украинского коммерческого радио от белорусского в плане большего использования украинского языка в рекламе, программах и музыкальном материале. В отличие от Беларуси, русский язык в Украине не является государственным, а украиноязычный и собственно украинский материал в СМИ официально имеет преимущество перед российским. До недавнего времени коммерческие электронные масс-медиа в Украине нарушали требование государства увеличивать количество украинского продукта, что вызывало возмущение, критику и волну осуждений со стороны граждански активной части украинского общества. К примеру, некоторые общественные организации в Украине проводят мониторинг языковой политики масс-медиа.

Так, общественное движение «Відсіч» («Отпор») в ноябре 2015 г. представило результаты мониторинга эфиров ведущих национальных телеканалов. По данным исследования, «за 17 часов мониторинга активисты не увидели ни одной полностью украиноязычной телепередачи или фильма. Объемы двуязычной продукции с тотальным доминированием русского языка увеличились за пять месяцев на 9%» [11].

По данным мониторинга языковой ситуации в Украине за 2016 г., проведенного общественным движением «Простір свободи» («Пространство свободы»), русский язык по-прежнему преобладает в телеэфире, печати, сфере услуг и украинском сегменте Интернета. В то же время украинский язык господствует в образовании и кинопрокате. По мнению авторов исследования, «ключевым негативным фактором, влияющим на вытеснение украинского языка из важнейших общественных сфер, является языковой закон Кивалова-Колесниченко» [12]. Стоит отметить, что выводы исследователей основываются на анализе данных государственной статистики, социологии, серий мониторингов языковой ситуации в стране, проведенных волонтерами. «Закон о

государственной языковой политике», утвержденный парламентом Украины в августе 2012 г., разработанный народными депутатами В. Колесниченко и С. Киваловым, существенно расширил сферу использования русского языка, как в органах государственной власти, местного самоуправления, так и информационном пространстве страны, что отрицательно отразилось на эффективности функционирования государственного языка. В 2014 г. действие этого закона Верховная Рада Украины отменила, однако Президент решение парламента не подписал. Возвращаясь к данным мониторинга, следует отметить, что, несмотря на традиционное преобладание русского языка в телеэфире и печати (доля украиноязычных газет составляет 34%, а украиноязычных телепрограмм – 30, 6%) [12], в последнее время возросла доля украиноязычных песен на радио. По результатам исследования, в октябре 2016 г. их количество составляет 10% [12]. Это связано, прежде всего, со вступлением в силу закона «О внесении изменений в Закон «О телевидении и радиовещании», согласно которому с 8 ноября 2016 г. часть песен на государственном языке в радиоэфире должна составлять не меньше 25% в промежутке с 7 до 14 и с 15 до 22 часов [13]. При этом часть украиноязычных радиопрограмм должна составлять не меньше 50% в сутки [13]. Одна из мощных по покрытию и влиянию на аудиторию коммерческих радиостанций Украины, «Ес!», изменив название на «Країна» («Страна»), в день вступления в силу этого закона перешла на поддержку в эфире только украиноязычных музыкантов и музыкальных коллективов. Следовательно, украинское слово имеет возможность упрочить свое положение в структуре звукового образа радио страны как влиятельного компонента на формирование национального сознания общества.

Итак, звуковой образ коммерческого радиовещания посттоталитарных Украины и Беларуси продолжает закреплять в массовом сознании негативные установки и стереотипы по отношению к национальной культуре и, в частности, языку. Обществу навязывается представление о том, что глобализация в информационном пространстве посттоталитарных Украины и Беларуси может развиваться по двум путям: либо по пути «вестернизации», в русле ценностей массовой западной культуры, либо по сценарию российского масскульта. При этом в украинском обществе в последние несколько лет усилилась общественная инициатива контролировать соблюдение прав украиноязычных граждан страны социальными институтами, в том числе масс-медиа. Также наблюдается отток значительной части национально маркированных радиослушателей к альтернативным по содержанию эфирным вещателям интернет-радиостанциям. Закон о квотирование украиноязычной музыки и программ на украинском языке лишь недавно начал воплощаться в ежедневной практике радиовещания, так что делать глубокие выводы о его влиянии на национальное сознание общества еще рано. Насколько чувствительны к потребностям носителей белорусской культурно-языковой идентичности СМИ, в частности коммерческое радио Беларуси, ясно из приведенных социологических данных.

References - Литература

- (1) Курілло, В. *Щодо визначення типу сучасного українського суспільства в працях сучасних суспільствознавців* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/politics/2002/22-9-11.pdf>. – Дата доступу: 18.08.2016.

- (2) *Політологія посткомунізму: Політичний аналіз посткомуністичних суспільств* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/>. – Дата доступу: 18.08.2016.
- (3) *Мовна ситуація в Україні: між конфліктом і консенсусом*. Київ. ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2008.
- (4) Арбеніна, В. *Етносоціологія*. Харків. Харківський національний університет імені В. В. Каразіна. 2009.
- (5) *Найпопулярнішим ЗМІ в Україні залишається телебачення* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lvivmediaforum.com/najpopulyarnishym-zmi-v-ukrajini-zalyshajetsya-telebachennya-infohrafika/>.
- (6) *Свобода слова в Україні: загальнонаціональне й експертне опитування* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dif.org.ua/ua/polls/2013-year/fiwivirvihvirhvuhv.htm>.
- (7) *Аудитория белорусских СМИ не склонна доверять новостям* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/1555/auditoriya-belorusских-smi-vse-menshe-doveryaet-novostyam>.
- (8) *Исследование: Количество белорусов, предпочитающих узнавать новости из российских СМИ, уменьшилось* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3409/issledovanie-kolichestvo-belorusov-predpochitayushchih-uznavat-novosti-iz-rossijskih>.
- (9) *Друга хвиля дослідження радіослухання в містах 50 тис.+*, квітень-липень 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/rinok/2015-07-31/109722>.
- (10) *Услышатъ n(p)o радио* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3505/uslyshat-pro-radio>.
- (11) *З українських телеканалів зникає українська мова* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.otake.com.ua/?p=328>.
- (12) *Стан української мови. Щорічний моніторинг: Російська домінує в медіа та сфері послуг, українська – в освіті й кінопрокаті* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/article/Oximets/read/72173/Stan_ukrajinskoji_movy_Shhoric_hnuy_monitoryng_Rosijska_dominuje. – Дата доступу: 12. 11. 2016.
- (13) *Радіостанції виконують нові квоти українських пісень – моніторинг «Простору свободи»* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/120413/2016-11-08-radiostantsii-vikonuyut-novi-kvoti-ukrainskikh-pisen-monitoring-prostoru-svobodi/> – Дата доступу: 12. 11. 2016.

Contact Adress - Kontaktní adresa

Pavlo Miroshnychenko
The Institute of Journalism of Taras Shevchenko
National University of Kyiv
e-mail: pavlomiros15@gmail.com

**PROBLEMS RELATED TO THE CREATION OF MULTIMEDIA
STUDY MATERIALS FOR TEACHING CHEMISTRY IN ENGLISH
LANGUAGE**

**PROBLÉMY SOUVISEJÍCÍ S TVORBOU MULTIMEDIÁLNÍCH STUDIJNÍCH
MATERIÁLŮ PRO VÝUKU CHEMIE V ANGLICKÉM JAZYCE**

Petr PTÁČEK - Hana CÍDLOVÁ

Петр ПТАЧЕК - Гана ЦИДЛОВА

Abstract:

The authors of this text (thanks to solving grant project FR MU 0026/2014 introduction of the subject Compendium of Chemistry) participated in the creation of multimedia study material Chemistry - Vocabulary and Reading. It now has been for the second year in trial use at Masaryk University for teaching the subjects English for Chemists and Compendium of Chemistry. Now it is ready for publishing at Elportál of Masaryk University. The experience of the authors gained while preparation the study material and its subsequent trial use is in this text embraced to identify problematic issues that could be probably sources of mistakes. The authors of similar study materials should pay greater attention to these kinds of issues.

Abstrakt:

Autoři tohoto textu se při řešení grantu FR MU 0026/2014 Zavedení vyučovacího předmětu Compendium of Chemistry spolupodíleli na vzniku multimediálního výukového materiálu Chemistry – Vocabulary and Reading, který je nyní druhým rokem pilotně využíván na Masarykově univerzitě při výuce předmětů English for Chemists a Compendium of Chemistry a je připraven k publikování na Elportále Masarykovy univerzity. Své zkušenosti z práce a následného využívání materiálu ve výuce využili k tomu, aby vytipovali problematiku, kterým je nutno při přípravě obdobných materiálů věnovat zvýšenou pozornost, protože budou vyšší měrou náchylné k chybám.

Keywords:

Education, study material, foreign language, mistakes.

Klíčová slova:

Výuka, studijní materiál, cizí jazyk, chyby.

Úvod

Již delší dobu mohou autoři výukových materiálů z Masarykovy univerzity požádat pracovníky z Fakulty informatiky Masarykovy univerzity (konkrétně tzv. e-techniky) o pomoc, rozhodnou-li se zpracovat své výukové materiály multimediálním způsobem. Spolupráce je obvykle velmi dobrá, ke spokojenosti obou zúčastněných tvůrčích stran i ke spokojenosti následných uživatelů vzniklých studijních materiálů. Vzniklá díla jsou pak vystavena na tzv. Elportále (<http://is.muni.cz/elportal/>).

Autory tohoto textu již delší dobu zajímala otázka, nakolik se na kvalitě vzniklých materiálů projeví skutečnost, že spolupracující tvůrci mají velmi odlišná vzdělání a navzájem své části práce rozumí v některých případech skutečně jen velmi málo.

Příležitost prozkoumat tuto otázku podrobněji jim dala spolupráce na řešení projektu FR MU 0026/2014 Zavedení vyučovacího předmětu Compendium of Chemistry v roce

2014, následné převedení textu a nahrávek (které byly pořízeny v rámci grantu) pomocí e-techniků a spolupracujícího studenta do multimediálního studijního materiálu na Elportál (publikace Chemistry – Vocabulary and Reading) a nakonec dvouleté využívání vzniklého studijního materiálu ve výuce dvou vyučovacích předmětů, které se nabízejí i tzv. mimo obor, tj. i studentům jiných oborů a jiných fakult Masarykovy univerzity. Jedná se o předměty English for Chemists a Compendium of Chemistry. Předměty si zapisuje sice poměrně málo studentů, avšak ti, kteří si je zapíší, obvykle o jejich studium skutečně mají zájem.

Výzkumná otázka

Autory tohoto textu zajímalo, které druhy problémů a následných chyb se při tvorbě tohoto typu studijního materiálu mohou vyskytnout a jak je jim případně možno předejít.

Popis vytvořených studijních materiálů a jeho poslání

Studijní materiály jsou především slovníčkem doprovázejícím jednotlivé lekce výuky předmětů English for Chemists a Compendium of Chemistry, který navíc obsahuje výklad učiva (elementární základy anglického chemického názvosloví) a několik krátkých nahrávek textů, u kterých byl předpoklad, že je vytvořil rodilý mluvčí (výňatky z anglické verze Wikipedie). Slovíčka ve slovníku i texty jsou namluveny rodilými mluvčími z Velké Británie, nahrávky byly pořízeny profesionálními tlumočnickými centry s odpovídajícím vybavením.

Postup práce, výsledky

Prvním krokem bylo pořízení podkladů pro výuku předmětu Compendium of Chemistry, což je učebnice GALLAGHER, R. and P. INGRAM. Chemistry Made Clear. GCSE ed. Oxford: Oxford University Press, 1987. ISBN 978-0-19-914267-5 (1). Následoval výběr odborných anglických termínů, které měly být zařazeny do slovníčku. Úkol vybrat vhodné termíny byl nejprve svěřen spoluřešiteli grantu – studentovi, který studoval anglický jazyk na Filosofické fakultě Masarykovy univerzity a k tomu si volitelně doplňoval předměty z Pedagogické fakulty směřované k výuce anglického jazyka. Původní předpoklad byl, že student lépe odhadne anglické dovednosti svých vrstevníků než pedagog. Následným prvotním využitím vzniklého slovníčku ve výuce se však ukázalo, že tento odhad nebyl správný, protože spolupracující student sice výborně uměl anglický jazyk, avšak neovládal problematiku chemie. Výběr a překlad slovíček tedy musel být svěřen studentu pedagogického asistentství chemie se zájmem o angličtinu. Jeho práce pochopitelně musela být vedena a kontrolována vyučujícím, avšak výsledek byl výrazně lepší, než v případě práce odborného angličtináře.

Vybrané termíny a texty byly následně předány dvěma jazykovým a tlumočnickým firmám za účelem pořízení nahrávek rodilými mluvčími. Opět i zde se projevil vliv menší znalosti chemické problematiky, než odpovídá střední až vysoké škole. Rodilí mluvčí se na nahrávku museli odborně připravovat (vyhledávání významu některých slov), některé nahrané termíny musely být opravovány (typické chyby vznikaly např. v namluvení chybné hodnoty elektrického náboje iontů, přestože v předloze byl náboj uveden správně, vznikaly také nelogicky umístěné odmlky v nahrávkách „uprostřed“ několikaslovných odborných termínů). Osoba s odborným chemickým vzděláním obvykle chyby tohoto typu dělá poměrně málo. Může nedobře vyslovovat určitá slova nebo jejich části, avšak nebude náchylná k chybám věcným.

Kromě toho, rodilí mluvčí mají podvědomou snahu „upravit text tak, aby odpovídal jejich způsobu myšlení“. V několika případech tedy došlo k vyslovení jiného obecného anglického slova a několikrát též ke změně slovosledu, aniž by si toho byli rodilí mluvčí vědomi (např. nenahlásili chybu v předloze a cílenou úpravu nahrávky).

Následovalo setřídění anglického termínu, českého překladu a nahrávky jednotlivých termínů. Zde je nutno říci, že ve vytvořeném slovníku bylo celkem přibližně 1300 odborných hesel, která byla původně umístěna ve formě souvislých nahrávek do dvou audiosouborů. Autoři očekávali, že nejzranitelnější částí tvorby materiálu bude rozdělení těchto dvou souborů na 1300 samostatných souborů po jednotlivých termínech a přiřazení jednotlivých nahrávek k heslům, protože je prováděl pracovník, který sice umí dobře pracovat s počítačem, ale chemii ovládá pouze na gymnaziální úrovni (navíc je nutno zohlednit faktor zapomínání) a znalost odborné anglické chemické terminologie se u něj tím spíše nedá očekávat. K přiřazení špatné nahrávky k textu však došlo pouze v jediném případě. V dalších dvou případech došlo k nepřesnému rozdělení originální souvislé nahrávky, takže je slyšet dozvuk předchozího slova nebo je utnutý úplný začátek slova.

Relativně velké množství chyb (řádově asi 15-20) vzniklo překlepem při psaní slovníčku (přehozená, zaměněná nebo chybějící písmena v českých nebo anglických termínech). Rodilí mluvčí na překlapy v anglických termínech neupozornili a slova nahráli správně. Je však nutno mít na paměti, že v jiném případě může právě tímto mechanismem dojít právě k efektu „připodobnění předlohy tomu, co znám“ a namluvení jiného slova místo odborného termínu.

Problémy nastaly zejména v oblasti organické chemie, kde názvy mnohých chemických látek obsahují povinnou kurzívu a povinné pomlčky. Při nahrávce, případně následně při zpracování do interaktivní podoby byly některé pomlčky mylně interpretovány jako rozdělovací znaménko a byla pak k sobě přilepena dvě slova, která měla zůstat oddělená. Povinná kurzíva, která se v chemii využívá například pro označení izomerie *cis-* a *trans-*, byla při zpracování mylně interpretována jako vyznačení nadpisu kapitoly (zřejmě tato část práce na studijním materiálu byla svěřena automatickému vyhledávací určitých znaků textu).

Závěry

Vytipované kritické okamžiky vzniku takového materiálu, na které by měli další tvůrci obdobných materiálů dávat větší pozor, na základě našich zkušeností jsou:

- vhodná volba odborných termínů (odborník na jazyk musí spolupracovat s jazykově orientovaným pracovníkem z daného oboru),
- rodilí mluvčí by mohli (kromě chyb z nepozornosti) texty upravit dle svých jazykových zvyklostí, proto musejí být nahrávky překontrolovány autory předlohy,
- rodilí mluvčí by měli spolupracovat s jazykově orientovaným pracovníkem daného oboru, aby se předešlo chybám odborným,
- velmi kritickým momentem jsou ryze odborné záležitosti daného oboru, zejména pokud jsou v běžném jazyce využívány jiným způsobem (v daném případě odlišný význam pomlček, případně kurzívy),
- obvyklým a nevyhnutelným zdrojem chyb jsou i klasické překlapy; nelze spoléhat na jejich odchycení rodilými mluvčími – ani oni si překlepů nemusí všimnout.

Celkově lze říci, že tvorba multimediálního studijního materiálu pro vyučování odborného předmětu v cizím jazyce je velmi náročná na organizaci práce, na vzdělání a pečlivou

práci všech zúčastněných stran, na jejich ochotu vzájemně spolupracovat, vzdělávat se, přijímat oprávněnou kritiku a opravovat své chyby. Autoři tohoto textu konstatují, že v případě tvorby materiálu Chemistry – Vocabulary and Reading byli všichni zúčastnění (včetně studentů, kteří následně po dva roky s materiálem pracovali a upozorňovali na chyby a překlepy) lidmi na svém místě, takže vzniklý materiál je poměrně kvalitní.

References - Literatura

- (1) GALLAGHER, R. and P. INGRAM. Chemistry Made Clear. GCSE ed. Oxford: Oxford University Press, 1987. ISBN 978-0-19-914267-5.

Contact Address - Kontaktní adresa

Mgr. Petr Ptáček, Ph.D.
doc. Mgr. Hana Cídllová, Dr.
Katedra fyziky, chemie a odborného vzdělávání
Pedagogická fakulta Masarykovy univerzity
Poříčí 7
603 00 Brno
Česká republika
E-mail: 23751@mail.muni.cz
Tel.: 00420 549 493 407

PROJECT-BASED LEARNING IN STUDENTS' MEDIA EDUCATION

PROJEKTOVÉ VYUČOVÁNÍ V MEDIÁLNÍM VZDĚLÁVÁNÍ STUDENTŮ

Olena SEMENETS

Олена СЕМЕХЕТЦЬ

Abstract:

This article summarizes the results of project-based learning in teaching the discipline “Media Culture” at the Faculty of Journalism, Zaporizhzhya National University (Ukraine). Virtual learning laboratory “Media Culture in the Modern City” which is represented on the website <http://mcmc.tilda.ws> is seen as an effective tool of planning, preparing, analyzing, and summarizing the experience of students' learning projects.

Abstrakt:

Tento článek shrnuje výsledky projektového vyučování ve výuce předmětu mediální kultura na Fakultě žurnalistiky, Zaporizhzhya National University (Ukrajina). Virtual výuková laboratoř “Mediální kultura v moderním městě”, která je dostupná na webových stránkách <http://mcmc.tilda.ws> je označován za účinný nástroj plánování, přípravu, analýzu a souhrn zkušeností studentských cvičných projektů.

Keywords:

Media Culture, project-based learning (PBL), educational website, virtual learning laboratory.

Klíčová slova:

Mediální kultura, projektové vyučování (PBL), vzdělávací webové stránky, virtuální cvičná laboratoř

Introduction

Project-based learning (PBL), as one of the modern educational trends, demonstrates its potential in different areas of professional training. In Media Education, this learning technology is the most effective in combining with new media tools. The article aims to reveal the possibilities of an educational website in preparation and implementation of students' learning projects on Media Education.

Advantages of PBL in Media Education

The ideas of “learning by doing” and “constructive activities” (John Dewey) are the essential elements of PBL. According to Phyllis C. Blumenfeld et al., “project-based learning is a comprehensive perspective focused on teaching by engaging students in investigation. Within this framework, students pursue solutions to nontrivial problems by asking and refining questions, debating ideas, making predictions, designing plans and/or experiments, collecting and analyzing data, drawing conclusions, communicating their ideas and findings to others, asking new questions, and creating artifacts” (Blumenfeld et al., 1991, p. 371).

PBL is thought as a subset of inquiry learning now. John W. Thomas in his review of research on project-based learning highlights the five criteria answering question “What must a project have in order to be considered an instance of PBL?” Those criteria are

centrality, driving question, constructive investigations, autonomy, and realism. In particular, “*driving question*” means that “*PBL projects are focused on questions or problems that “drive” students to encounter (and struggle with) the central concepts and principles of a discipline*” (Thomas, 2000, p. 3). What’s more, projects involve students in a constructive investigation: “An investigation is a goal-directed process that involves inquiry, knowledge building, and resolution. Investigations may be design, decision-making, problem-finding, problem-solving, discovery, or model-building processes. But, in order to be considered as a PBL project, the central activities of the project must involve the transformation and construction of knowledge” (Thomas, 2000, p. 3–4).

In Media Education, of special value are such features of PBL as

- engaging students in investigation. The students have to explain the problem to their audience themselves. For this purpose, they conduct research and this contributes to better comprehension of the problem by students. Students have to find answers to questions and combine them using critically thinking skills to come up with answers;
- wide opportunities to use ICT in educational projects. Using technology is a perfect fit with PBL. With tech tools, students can not only find References and necessary information and create products, but also collaborate more effectively;
- motivation with real life needs. Students are aware of the social importance of media literacy problems. Based on this understanding, they either choose a topic from the list, or offer a new topic of media-educational event. Students are empowered by solving real problems and addressing real issues.

According to the “Conception of Introduction of Media Education in Ukraine”, the main goal of media education is to develop an individual media culture. The effective system of media education “should become the foundation of humanitarian security of the state, of development and consolidation of civil society, of resistance to external information aggression, comprehensively prepare children and youth for safe and effective interaction with modern media system, form public media information literacy and media culture according to citizens’ age, individual and other features” (Концепція, 2016).

The analysis of the implementation of students’ learning projects on Media Education

In Zaporizhzhya national university the discipline “Media Culture” is taught at the Faculty of Journalism since 2012 and at the other faculties (as a selective discipline) since 2015. Studying the discipline “Media Culture”, students carry out various learning projects aimed at increasing the level of media literacy of Ukrainian citizens. Those can be lectures, trainings, webinars as well as TV or radio programs on media literacy, newspaper materials, online publications, blogs, and social advertising products etc.

In order to summarize the experience of students’ learning projects in studying disciplines “Media Culture” and “Theory and History of Social Communications”, the virtual learning laboratory “Media Culture in the Modern City” was created. The educational website of this laboratory <http://mcmc.tilda.ws> is an effective didactic tool for planning, developing and implementing creative projects of the students.

The website contains useful References for preparing media-educational activities, students’ motivating creative reports about their projects, and the teacher’s analysis of

successful cases. In particular, the best learning projects and creative reports on the discipline are presented in the section “Media Culture” (<http://mcmc.tilda.ws/media>).

“Conception of Introduction of Media Education in Ukraine” determines seven forms of media education, according to its implementation in all components of the system of continuous education in Ukraine: pre-school media education, school, extracurricular, media education in high school, parental media education, media education for adults, and media education by means of media. Students independently choose forms of their media-educational projects, as well as topics and ways of the implementation of their projects.

1. **Pre-school** media education. Students conduct classes in kindergartens, explaining to children how the virtual world of media products is created, comparing old and new animation technologies. Another aspect of the acquaintance with the world of media is the analysis of promotional products. Little children not only learn about their destination and features, but also try to draw posters to animated films themselves (<http://mcmc.tilda.ws/nursery>).

2. **School** media education is a particularly popular form among students. Novice media pedagogues from the Journalism Faculty and other faculties of ZNU conduct media literacy lessons in schools, discussing the role of media in human life and changes of media over time, analyzing the content of Ukrainian TV channels, explaining the criteria of the quality of media products. The disclosure of the technologies of propaganda and informational aggression, the development of pupils’ critical thinking and their communication media competence represent the particularly relevant direction of the work.

Generally, students perceive their completed projects as a valuable experience that enriches their knowledge and communication skills, helps them to affirm in their lives, and creates professional qualities of future teachers or media specialists. Students express their opinion concerning the deep guidance to those school lessons: “Obviously, university teachers challenged their students so that those have learned the passed material better” (<http://mcmc.tilda.ws/school>).

One of the interesting projects implemented in 2015–2016 academic year is “*Four school newspapers*”. Students offered such an idea for their work: “Four different points of Zaporizhzhya and Dnipropetrovsk regions come together under the banner of one goal: to create their own school media product... Then we collect four wall newspapers and analyze how different are the views of children (from a village, from a town, and from suburbs) on the same topics.” “Four different locations presented four different creative works. Working with children was difficult in different ways. It was a tremendous experience for all of us. The case was not even in scores, but in enthusiasm of cooperation. We still collaborate with one of those schools, though in the format of school radio” (<http://mcmc.tilda.ws/creative>).

3. **Extracurricular** media education is defined in the “Conception” as one of the priorities. This form must accompany the school media education and enhance its effect. Extracurricular media education is implemented in the sections of Minor Academy of Sciences, out-of-school educational establishments, public (especially children) libraries and community organizations.

4. Media Education **in high school** provides for implementation of learning projects in students’ audience. Typically, students could realize them at the junior courses or at another (not journalism) faculties, or in a dormitory at extracurricular time. Subjects of

these activities are very diverse: from the professional education of future journalists to the creation of the cinema art fan club (<http://mcmc.tilda.ws/student>).

5. **Media education for adults** in students' learning projects is typically related to professional interests of adult audience. For example, students conducted webinar with employees of IT company on the topic "Sponsored materials in journalism. How to distinguish them from the objective materials?"

The presentation on the topic "Maidan... Where is the Truth?" became the impetus for the interested dialogue about how different media covered the events on the Maidan. In the focus of student projects there are technologies of forming critical thinking, ways of analyzing media content that helps to be guided in current events (<http://mcmc.tilda.ws/adult>).

6. **Parental** media education has a distinct protectionist dominant. Parents should be aware of how to protect children (especially early age) from the negative influence of media. For example, fourth-year students of the Faculty of Philology ZNU delivered a lecture on "Prevention of cyber addiction" at the parents' meeting in Zaporizhzhya school № 21. The audience was impressed by the results of the study conducted by the students, concerning the impact of cyber addiction on the training progress of 4-6 grades pupils captured computer; regarding addiction to computer games of 7-8 grades pupils of that school. Students offered a detailed analysis of the phenomenon: symptoms, stages, types of Internet addiction. Test by Dr. Kimberly Young and diagnostic criteria worked out by Dr. Ivan Goldberg, physical symptoms according to Dr. Maressa Orzack... testing, questionnaires, analysis of the data; tips for parents on prevention of cyber addiction (<http://mcmc.tilda.ws/parents>).

7. **Media education by means of media** implies preparation of media products on media literacy. Students create websites and blogs, where useful materials on media literacy are placed and creative reports on media-educational activities are represented. Those are platforms to disseminate and popularize knowledge about media sphere (<http://mcmc.tilda.ws/bymedia>).

Within the framework of the South Ukrainian Centre for Media Literacy, a student of the Faculty of Journalism ZNU Marina Galych (specialization "Radio Journalism") has produced a series of radio programs "*MediaPRO*" on the radio "Universe" (<https://soundcloud.com/medlitcenter>). The program targets on a wide audience and it is designed to explain to listeners the impact of mass media on the processes and phenomena in society as well as their positive and negative impact on an individual consciousness. The main task of the audio podcasts is to teach audience be critical of media and the information they provide.

Conclusion

So, project's topics and "driving questions" in those students' projects lead them to inquiry and innovations. Students see the practical application of their professional knowledge; learn to coordinate their actions and to work interdependently. The educational website serves as a platform for presenting the best project cases and their comprehending, giving a coherent picture of learning project activities, establishing communication between students of different faculties and different years of study.

Those training projects are united by the real practical orientation and the social service. Students understand that they perform the important social work, raising the level of media literacy of the community.

References - Literatura

- (1) BLUMENFELD, Ph. C. et al. (1991) Motivating Project-Based Learning: Sustaining the Doing, Supporting the Learning / Phyllis C. Blumenfeld, Elliot Soloway, Ronald W. Marx, Joseph S. Krajcik, Mark Guzdial & Annemarie Palincsar. In: *Educational Psychologist*, 26: 3-4, 369–398.
- (2) THOMAS, J.W. (2000). *A review of research on project-based learning*. San Rafael, CA: Autodesk. Available at: http://www.bobpearlman.org/BestPractices/PBL_Research.pdf
- (3) Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) // *Media Sapiens*. 24 квітня 2016. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhenya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
- (4) *Media Culture in the Modern City*: Virtual Learning Lab. Available at: <http://mcmc.tilda.ws>
- (5) *MediaPRO* на радіо “Universe”: цикл медіаосвітніх радіопрограм. Вип. 1–12. Available at: <https://soundcloud.com/medlitcenter>

Contact Adress - Kontaktní adresa

Dr. Olena Semenets, Professor
Chair of the Department of Theory of Communications
Zaporizhzhya National University
Faculty of Journalism
Zhukovsky str., 66
69063 Zaporizhzhya
Ukraine
E-mail: olenasemenets@gmail.com
Tel.: +38 061 289 12 17

VERIFICATION OF THE RESULTS OF THE EDUCATIONAL PROCESS WITHIN E-LEARNING IN MOODLE

VERIFIKÁCIA VÝSLEDKOV VZDELÁVACIEHO PROCESU V RÁMCI E- LEARNINGU V PROSTREDÍ MOODLE

Luboslav STRAKA

Лубослав СТРАКА

Abstract:

Nowadays, it comes to the fore increasingly the education through e-learning. It's not just the current fashion hit, but a very serious trend which introduces digitization the classical form of education through ICT. This new approach in education is mainly associated with higher demands and ways of obtaining information. Within the e-learning, however, there is a problem with the validity of the test results and measurable indicators of the quality of the teaching process. The paper describes one of the options verification of the results of the educational process at universities within the e-learning through application environment Moodle.

Abstrakt:

V súčasnosti sa do popredia dostáva vzdelávanie formou e-learningu. Nie je to len aktuálny módný hit, ale veľmi seriózny trend, ktorý zavádza digitalizáciu klasickej formy vzdelávania prostredníctvom IKT. Tento nový prístup vo vzdelávaní súvisí hlavne s vyššími nárokmi a formou získavania informácií. V rámci e-learningu však vzniká určitý problém s validitou testovaných výsledkov a merateľných ukazovateľov kvality vyučovacieho procesu. Cieľom príspevku je popísať jednu z možností verifikácie výsledkov vzdelávacieho procesu na vysokých školách v rámci e-learningu prostredníctvom aplikačného prostredia Moodle.

Keywords:

e-learning, Moodle, Information and Communication Technologies (ICT).

Кľúčové slová:

e-learning, Moodle, informačno-komunikačné technológie (IKT).

Úvod

Vzdelávanie formou e-learningu si čoraz častejšie nachádza uplatnenie na všetkých úrovniach vzdelávania na Slovensku [1]. Tento moderný prístup vo vzdelávaní sa v súčasnosti javí ako efektívna metóda štúdia, ktorá je prístupná pre všetky vekové skupiny. E-learning môže v sebe zahŕňať také edukačné metódy, akými sú napríklad web vzdelávanie, virtuálne triedy, diskusné skupiny a pod. Vo všeobecnosti možno e-learning charakterizovať ako vzdelávanie, ktoré je poskytované s podporou elektronických prostriedkov. Zavádzanie e-learningu do vyučovacieho procesu zároveň so sebou prináša rad otázok. Jednou z nich je validita testovaných výsledkov a získavanie merateľných ukazovateľov kvality vyučovacieho procesu.

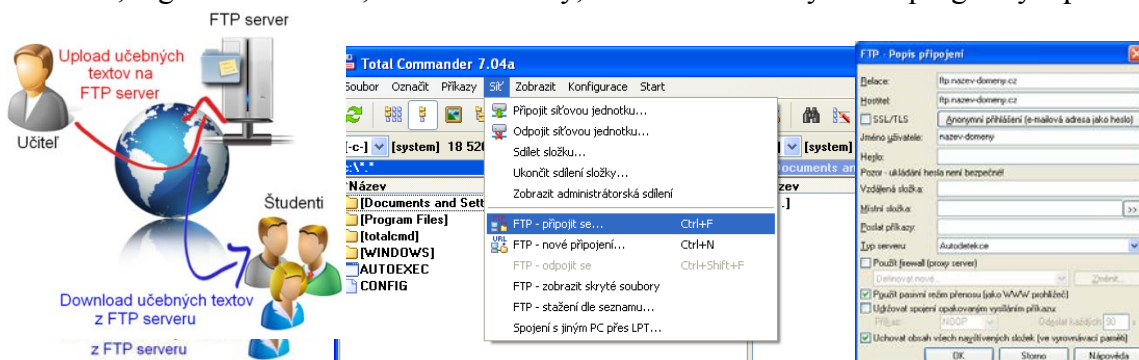
E-learning ako moderná forma vzdelávania

E-learning možno vo všeobecnosti vnímať ako nástroj, ktorý využíva moderné IKT na vytváranie, distribúciu a neustálu aktualizáciu učebných materiálov. V súčasnosti

môžeme hovoriť o masívnom prenikaní e-learningu do všetkých oblastí vzdelávania. Uplatňovanie metódy e-learningu v rámci vzdelávacieho procesu sa javí byť užitočné, pretože využíva kombináciu rôznych multimediálnych prostriedkov [2]. Otvorené a zároveň aj tvorivé učenie vnáša do vzdelávacieho procesu mnohé možnosti, čím zvyšuje motiváciu študentov učiť sa. Zároveň si však vyžaduje kreatívny prístup zo strany pedagógov. Pri tomto spôsobe učenia je preto študent motivovaný nielen osobnosťou učiteľa, ale aj samotným prostredím a technickým zabezpečením vyučovacieho procesu. Zavádzaniu e-learningu do vyučovacieho procesu sa v súčasnosti nevyhla takmer žiadna škola na Slovensku. No aj napriek tomu sa tento inovatívny spôsob výučby ani zďaleka nedostal na postačujúcu úroveň [3].

Web aplikácie ako prostriedok e-learningu

V súčasnosti možno webové aplikácie umiestnené na sociálnej sieti považovať za masívny zdroj nových a komplexných informácií z mnohých oblastí a vedných odborov. Slúžia tiež ako rozsiahly zdroj nápadov a inšpirácií. Navyše sa vďaka verejnej sociálnej sieti môžu študenti zapojiť do viacerých on-line vzdelávacích programov. Študenti si tak môžu osvojovať poznatky z viacerých oblastí, nie len tých ktoré ponúka jeho škola. Navyše majú možnosť fundovane diskutovať s odborníkmi v danej oblasti v reálnom čase na rôzne otázky. Táto forma vzdelávania, tak isto ako klasická forma umožňuje tímovú spoluprácu pri riešení rôznych problémov. Pretože akceptuje individualitu a možnosti každého študenta, možno ju považovať za vhodnú prípravu na budúce povolanie. Avšak netreba zabúdať na to, že nové elektronické učebné texty a moderné digitálne technológie na podporu vzdelávania nemôžu úplne nahradiť odborný výklad danej problematiky tak, ako to poskytujú odborné prednášky na univerzitách erudovanými vysokoškolskými pedagógmi [4]. Materiály pre e-learning sú zvyčajne publikované na verejnej sociálnej sieti vo forme edukačných www stránok, ktoré môžu pedagógovia využívať k príprave na vyučovanie, či dokonca v priebehu samotnej prednášky. Tieto digitálne študijné materiály sa však spravidla vyznačujú veľkým objemom dát, keďže okrem textu obsahujú aj obrázky vo vysokom rozlíšení, komplikované schémy, rôzne prezentácie, simulačné programy a pod. Prenos týchto súborov pri štandardnom umiestnení na webe by bol príliš zdĺhavý. Preto sa na prenos študijných materiálov v digitálnej forme prostredníctvom verejnej sociálnej siete používa napr. služba FTP. Na týchto ftp serveroch možno nájsť množstvo pedagogického softvéru, digitálne knižnice, vedecké články, voľne šíriteľné výukové programy a pod.



Obrázok 1: Pripojenie k vyučovému FTP serveru

Avšak tak, ako každá vzdelávacia metóda, aj metóda e-learning má svoje klady a zápory. Zásadným obmedzením tejto metódy vzdelávania je nevyhnutnosť podpory modernými IKT. Navyše pri e-learningu sa nezaobídeme bez on-line prístupu na

internet. Ďalším nedostatkom e-learningu je validita testovaných výsledkov a získanie vierohodných merateľných ukazovateľov kvality vyučovacieho procesu. Na meranie kognitívnych výsledkov vzdelávacieho procesu je pri klasickom spôsobe vyučovania využívaný napr. písomný didaktický test, semestrálny projekt, skúška zručnosti a pod. Zavádzanie e-learningu do vyučovacieho procesu však so sebou prináša nové požiadavky na testovanie vedomostí študentov [5]. Klasickú printovú podobu testu je nevyhnutné nahradiť elektronickou. V rámci primárneho a sekundárneho vzdelávania na Slovensku už existujú rôzne formy elektronického testovania. Proces tvorby vedomostných testov pre oblasť vysokého školstva na Slovensku je v porovnaní s primárnym a sekundárnym vzdelávaním omnoho náročnejší a komplikovanejší. Hlavným problémom je tu variabilita jednotlivých akreditovaných študijných odborov v rámci jednotlivých vysokých škôl na Slovensku.

Aplikačné prostredie Moodle

Aplikačné prostredie pre testovanie výsledkov vzdelávacieho procesu na vysokých školách Moodle reprezentuje webová aplikácia, ktorá patrí ku kategórii systémov CMS (Course Management System) známych tiež ako LMS (Learning Management System) alebo dokonca VLE (Virtual Learning Environment). Ide o výučbový systém, určený pre podporu vzdelávania prostredníctvom určitého virtuálneho prostredia. Moodle pre svoju prevádzku používa obvyklú kombináciu LAMP (Linux, Apache, MySQL a PHP), ktorá je dostupná ako Open-source learning platform.



Obrázok 2: Moodle open-source learning platform

Zároveň je možné tento e-learningový systém používať v štandardných operačných systémoch MS. Pretože patrí do kategórie štandardných e-learningových systémov, umožňuje vytvárať kurzy, naplňovať ich obsahom, zadávať úlohy a testy. Vďaka on-line dostupnosti môžu s ním študenti individuálne pracovať. Okrem samotnej výučby možno Moodle využívať tiež na testovanie výsledkov vzdelávacieho procesu.

Testovanie výsledkov vzdelávacieho procesu v prostredí Moodle

Testovanie výsledkov vzdelávacieho procesu patrilo oddávna k základným metódam ako overovať a hodnotiť kvalitu vzdelávacieho procesu a vedomostí študentov. V prípade použitia elektronického testovania študentov v akomkoľvek e-learningovom systéme odpadá čas potrebný na opravu a vyhodnotenie testu. Pri e-forme testovania stačí na začiatku test dôsledne pripraviť a potom ho možno opakovane s rôznymi obmenami používať. Otázky v banke dát je možno ľubovoľne kombinovať a meniť ich poradie. Výhodou je tiež automatické získanie výsledkov testu, pričom tak študent ako aj vyučujúci má možnosť bezprostredne po odoslaní testu získať spätnú väzbu o jeho výsledku. Pre elimináciu možnosti dodatočného získavania informácií študentmi počas

individuálneho testovania pre vypracovanie testu v mimoškolskom prostredí je možné ku každej úlohe nastaviť vhodný časový limit. Z uvedeného vyplýva, že elektronické testovanie študentov prostredníctvom e-learningu v LMS Moodle sa vo viacerých smeroch líši od klasického testovania, čo okrem určitých prekážok prináša rad výhod. Najmarkantnejšou výhodou testovania výsledkov vzdelávacieho procesu v Moodle, ale aj v iných e-learningových prostrediach, je možnosť opakovaného použitia testu na základe vytvorenej banky úloh.

Záver

Proces vzdelávania na je v súčasnosti poznačený neustálym zavádzaním moderných IKT. Integrácia IKT do edukačného procesu neustále otvára nové možnosti v elektronizácii výučby označovanej tiež ako e-learning. S ich vývojom je zároveň úzko spätý vznik a vývoj nových metód vyučovania a verifikácie výsledkov vzdelávacieho procesu. Jedným z aplikačných prostredí vhodných pre edukáciu a testovanie výsledkov vzdelávacieho procesu používaných na vysokých školách je Moodle. Dané aplikačné prostredie svojím rozsiahlym nastavením plne postačuje potrebám edukácie a testovania výsledkov študentov na vysokej škole. Prostredníctvom neho majú študenti možnosť prístupu k rôznym informačným databázam a elektronickým učebniciam. Avšak je to len zlomok z toho, čo e-learning v skutočnosti poskytuje. Aj napriek prudkému rozvoju moderných IKT a ich integrácii do vyučovacieho procesu, je e-learning aj naďalej len doplnkom ku klasickému spôsobu vyučovania.

References - Literatúra

- (1) BEISETZER, P. a kol. *Začíname s e-learningom*, FHaPV, Prešovská univerzita v Prešove, 2013, 90 s., ISBN 978-80-555-0898-6.
- (2) DRÁBEK, J. - POTKÁNY, M. - GEJDOŠ, P. *Využitie e-learningu v procese vzdelávania na vysokých školách*, Zvolen, 2008, ISBN 978-80-228-1859-9.
- (3) DRTINA, R. - CHROMÝ, J. Možnosti standardizace v oblasti elektronického vzdelávání. *Media4u Magazine*, 2011, 8 (X2), s. 1-7, ISSN 1214-9187.
- (4) STRAKA, Ľ. Výučba odborných predmetov formou E-learningu. *Media4u Magazine*, 2010, 7 (X2), s. 42-45, ISSN 1214-9187.
- (5) ŠEDIVÝ, J. *Podmínky úspěšné integrace informačních technologií do procesu vzdelávání*. Média a vzdelávaní, 2007, s. 48-50, ISBN 978-80-87570-03-6.

Contact Adress - Kontaktní adresa

doc. Ing. Ľuboslav Straka, PhD.

Katedra prevádzky výrobných procesov

Technická univerzita v Košiciach, Fakulta výrobných technológií so sídlom v Prešove

Štúrova 31, 080 01 Prešov, Slovenská republika

e-mail: luboslav.straka@tuke.sk

Tel.: 00421 556026346

IMPLEMENTATION OF MODERN TECHNOLOGIES INTO THE EDUCATIONAL PROCESS

IMPLEMENTÁCIA MODERNÝCH TECHNOLOGIÍ DO EDUKAČNÉHO PROCESU

Luboslav STRAKA - Slavomíra HAŠOVÁ

Лубослав СТРАКА – Славомира ГАШОВА

Abstract:

The current trend in the development of modern technologies is oriented with respect to the on-line operation monitoring of technical equipment remotely from any location. Their role is to provide accurate information about the current operating state of monitored technical equipment. The development and deployment of these advanced technologies into the practice also brings with it increased demands on the educational process, especially in teaching of technical subjects. In addition to the specific requirements, which are placed on the development of new skills, increased demands are also related to the professional skills of students. The aim of the paper is to describe one of implementation possibilities of modern technologies in teaching of technical subjects at university.

Abstrakt:

Súčasný trend vývoja moderných technológií je orientovaný s ohľadom na možnosť on-line sledovania prevádzky technických zariadení na diaľku z akéhokoľvek miesta. Ich úlohou je podávať presné informácie o aktuálnom prevádzkovom stave sledovaného technického zariadenia. Vývoj a zavádzanie týchto moderných technológií do praxe zároveň so sebou prináša aj zvýšené nároky na vzdelávací proces najmä pri výučbe odborných technických predmetov. Okrem špecifických požiadaviek, ktoré sú kladené na rozvoj nových kompetencií zvýšené nároky sa týkajú aj odborných zručností študentov. Cieľom príspevku je popísať jednu z možností implementácie moderných technológií pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole.

Keywords:

Implementation, modern technologies, information and communication technologies (ICT).

Kľúčové slová:

Implementácia, moderné technológie, informačno-komunikačné technológie (IKT).

Introduction

The vast majority of technical equipment during their operation is subject to change. The aging of its individual elements, their wear and impact of the operating environment participate in changes. Some operating parameters of technical equipment can gradually deteriorate during his lifetime. Therefore, current information about operating parameters and technical state of equipment is very important. Furthermore, it is preferred that the information can be also obtained remotely. One of the way, how information can be continuously achieved, is the application on-line technical diagnostics. It provides an important information for efficient and effective processes for managing the operation and maintenance of technical equipment. Using it, the

unwanted failures of technical equipment can be quite effectively eliminated in practice. Development and implementation of these innovative approaches and advanced technologies into the practice also bring increased demand on the education of students in the technical field. Therefore, it is necessary to implement these innovative technologies into the educational process in terms of preparing students for future careers [1].

On-line technical diagnostics from the practice perspective

In general the task of technical diagnostic is the detection of faults, their location and determination of actual diagnosis, i.e. determining the actual state of technical equipment. Technical condition of equipment can be described as a summary of the characteristics describing his ability to perform the required functions over a specified period. In terms of statistics, the vast majority of failures of technical equipment has a random nature. It follows that failure of technical equipment can incur completely randomly and suddenly with no signs of wear. The formation of failure is usually accompanied by a gradual or sudden change at least one of the operating parameters. Therefore, it is necessary to understand the technical diagnostics multi-parametric. An important part of the technical diagnostic is process of measurement physical characteristics. This is done at time, when the technical equipment is in failure-free operation, whereby the change of individual operational characteristics is an indicator of the dynamic changes the technical condition of equipment. Currently, the development is oriented on on-line technological diagnostic in which the scanned data on the state of technical equipment are sent directly to the central server continuously, respectively, at certain time intervals. Ensuring data transfer within the on-line technical diagnostic requires appropriate information and communication means. These means include sensor head operating characteristics, but also equipment for processing, transmission and storing data. Use of particular type depends on the method of on-line communication between the servers and diagnosed technical equipment, i.e. whether there is a direct physical connection using metallic (optical) cable or wireless communication [2]. For on-line wireless data transfer often used wireless Wi-Fi network (WLAN 802.11), Bluetooth (IEEE 802.15.1), GSM/GPRS 900/1800/1900 MHz and so on. Figure 1 shows a schematic diagram of on-line diagnostic system applicable in technical practice.

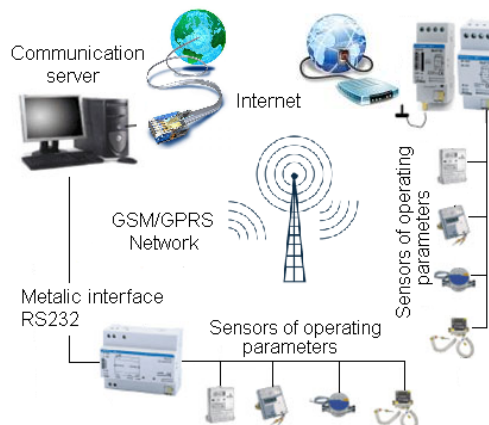


Figure 1: On-line diagnostic system in practice

Read data of operating parameters of technical equipment for on-line diagnostics are continuously evaluated and stored in communication server database [3]. The operator can enter this database through the appropriate applications.

On-line technical diagnostics from the perspective of teaching

One of the suitable forms of integration an advanced ICT into the teaching of technical subjects at university are laboratory exercises [4]. Implementation of this teaching type in technical subjects is quite demanding [5]. For example, when teaching subjects dealing with online technical diagnostics, the emphasis is mainly on strengthening the knowledge and skills of students. Students' task is to monitor the operating characteristics of laboratory technical equipment for a specified period in order to detect possible unstable conditions, and so avoid the collision or accident. For the accurate diagnosis of technical equipment it is necessary to perform series of measurements. The important thing here is to identify variations or extremes of monitored parameters, as well as to adequately respond to this unstable condition with appropriate intervention for the elimination of the emergency condition of technical equipment or its parts. Figure 2 shows the schematic diagram of on-line teaching diagnostic system.

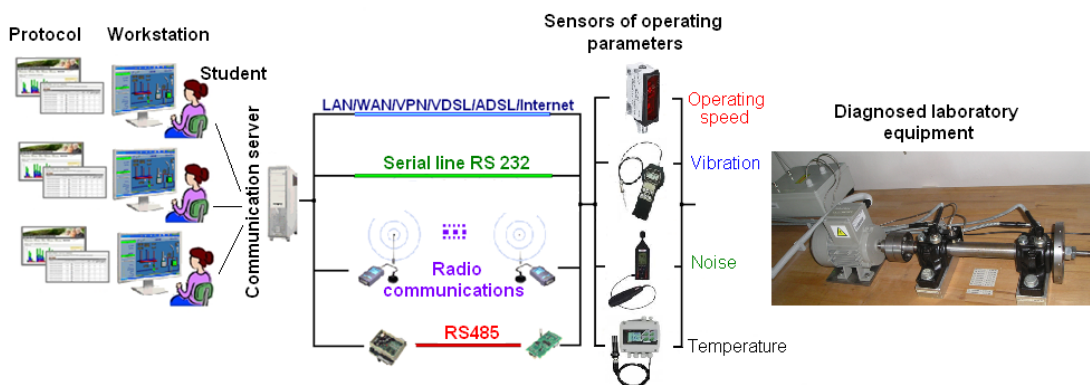


Figure 2: On-line teaching diagnostic system

On-line teaching diagnostic system allows during the education to simulate various operating states of technical equipment. Communication between operational states sensors of technical equipment and diagnostic system is within the laboratory generally implemented in the form of metallic connections or by using wireless technologies. Applied on-line metallic or wireless connection of sensors to the communication server directly provides the necessary data to the operator (student). In addition to the processing of sensed diagnostic signals by using the server these data are also stored. Recording interval, i.e. sampling is during the teaching for practical purposes carried out from a few seconds to several minutes. The longer intervals are not suitable due to time limitation of a teaching unit. Diagnostic signal from the sensors to the server of operator (student) is usually carried out automatically. Due to the short distances between the server and the observed technical equipment it is suitable to perform data transmission by using metallic connections, for example using a serial line RS232, or RS485, or wireless technologies Wi-Fi network (WLAN 802.11), or Bluetooth (IEEE 802.15.1). Use of wireless technologies with support mobile operators GSM/GPRS is due to higher financial costs for carrying out the measurement in laboratory conditions not recommended. The recorded diagnostic signal can carry an information about the

current state of the monitored operating parameters such as temperature, pressure, vibration, speed and so on. The advantage of the on-line teaching diagnostic system is the possibility the remote management of diagnostic signal. A further advantage is the monitoring various operational states that occur under real conditions. By applying on-line diagnostic systems for teaching specialized subjects, the student has the opportunity better understand the different operating states of technical equipment during its lifetime without risk of damage. The output of laboratory exercises oriented on on-line technical diagnostics is a protocol (the technical report). Based on the data in a protocol is described a precise diagnosis of technical equipment for the evaluation of diagnostic signals operating characteristics of observed variables.

Conclusion

In recent years can be observed growing demands for improving the quality of the educational process with a focus on practice. Demands on students are in addition to specific knowledge placed mainly on their all-round competencies and skills. Current practice expects that the student will be perfectly prepared for his future career. Sketched innovative method of teaching of technical subjects at university, in laboratory exercises aimed at on-line diagnostics of technical equipment, allows at least partially meet these targets. Implementation of modern technical means in the educational process allows to develop teamwork and individual responsibility of students for individual partial solutions. Practical experiences gained in the laboratory exercises also allow to consolidate the acquired theoretical knowledge. Students have the opportunity to extend this form of practical skills in dispatching activities oriented on practices on prevention or elimination of emergency situations technical equipment using technical diagnostics.

References - Literatura

- (1) DRTINA, R. - CHROMÝ, J. *Možnosti standardizace v oblasti elektronického vzdelávání*. Media4u Magazine, 2011, 8 (X2), s. 1-7, ISSN 1214-9187.
- (2) CHROMÝ, J. *Počítačové sítě ve vzdelávání*. In: *Technológia vzdelávania*, roč. 15, 2007, č. 3, ISSN 1338-1202.
- (3) STRAKA, Ľ. *Aplikácia komunikačných technológií v procese laboratórnej diagnostifikácie prevádzkových charakteristík*. Media4u Magazine, 2008, V, s.67-70.
- (4) ŠUŠOL, J. a kol. *Informačné a komunikačné technológie vo vzdelávaní*. Stimul, Bratislava 2005, 152 s., ISBN 80-88982-97-9.
- (5) ŠEDIVÝ, J. *Podmienky úspešné integrácie informačných technológií do procesu vzdelávania*. Média a vzdelávání, 2007, s. 48-50, ISBN 978-80-87570-03-6.

Kontaktní adresa - Contact Address

Doc. Ing. Luboslav Straka, PhD.

Ing. Slavomíra Hašová

Katedra prevádzky výrobných procesov

Technická univerzita v Košiciach, Fakulta výrobných technológií so sídlom v Prešove

Štúrova 31, 080 01 Prešov, Slovenská republika

e-mail: luboslav.straka@tuke.sk, slavomira.hasova@tuke.sk

Tel.: 00421 556026346

THE CONCEPT GLOBAL CONFLICT - E. TOFFLER
КОНЦЕПЦИЯ ГЛОБАЛЬНОГО КОНФЛИКТА Е. ТОФФЛЕРА

Inna SHEVEL

Инна ШЕВЕЛЬ

Abstract:

In the article the concept of three aspects waves E.Toffler. Social development is seen as "changing stages." We must change the old structures, so as not to be able to effectively use new technologies. If all parameters change - social, industry, education - we get a new type of society.

New Toffler's civilization gives new character. "Much of this emerging civilization is contrary to the traditional industrial civilization. It is both technically developed and anti-industrial civilization." The Third Wave "carries with it a new way of life based on renewable energy sources, the production methods that make obsolete most factory Technology on radically transformed schools and corporations in the future. Thus, an agreement on material things leads to competition at a time when information exchange - in cooperation. Reducing the rate of economic growth has led to the fact that there are new, not economic types of activities and interests. This phase of development of a society called "post-industrial" as a society declining interest in industrial and agricultural activities (but not to the goods). With regard to the problems of "information society", there are several global issues are the cause of smaller ones. The first of one - fundamental uncertainty merits of information as material and from a philosophical point of view. The second is interaction of technology, information and human. Third is interaction between technology and nature. These questions are still waiting to be explored.

World high-tech hard understand the motivation of the ultra-nationalists. However, the "globalization" of business and finance needed for developing economy third wave always breaks national "sovereignty."

Even in the USA, Japan and Europe, local power struggle between the elites and the Third Wave II is not yet complete. Important institutions and sectors were the second wave, and political lobbies second wave still held power.

A mixture of the elements of the second and third wave in all developed countries gives its characteristic structure. Nevertheless, the overall trend is quite clear. Global race will be won by countries that finished its transition to the third wave with minimal internal inconsistencies and confusion.

Keywords:

The concept of "information society", the concept of three waves demassifikate, conflict of civilizations, nationalism.

Introduction

Humanity stands before a giant leap forward. It turned face profound social upheaval and creative restructuring of the all epoch. Today imaginative people have two opposite each other the image of the future. Most people if they think about the future, we believe that the world that they know will be eternal. He's hard to imagine life different from their own. Of course, they recognize that things change, but believe that today's changes will not affect their normal way of life, the economy and political

structure did not occur. They confidently expect future - for them it is continuation today.

Formulation of the problem. Recent events seriously have shaken a self-confident vision of the future. Many people accustomed to a constant set of bad news, horror movies and nightmares finally decided that in today's society has no future. They Armageddon event can happen again at any moment. Earth is moving decisively to the final cataclysm [1].

The revolution grows out of a complex of reasons. A society does not know how it is living, which is not able to develop gradually reforming suddenly goes through a blast. Each stable society, no matter how imperfect it may seem in terms of "immature" radicalism, however, is the result of condensation of vast national experience, the result of countless attempts, efforts of many generations of experiments in search of the most suitable social forms.

Thus, **the purpose of work** is to analyze historical changes, capturing all aspects of human life, it is a technological change that ripens slowly, evolutionarily.

According E.Toffler, these historical shifts largely bloodless. Subsequently, however, they give rise to deep shock. The sooner humanity realizes the need for the transition to the new wave, the less risk of violence, dictatorship and other misfortunes [2].

A. Toffler believes that the development of science and technology carried out in spurts, in his terminology - waves. Modern scholars answering these questions, referring mainly to external factors: the rapid growth of changes at all clear designation trends to refer to the diversity of the economy and all social life [3].

The concept of "information society" - a kind of theory of post-industrialism, which laid the foundation Z Brzezinski, D. Bell, A. Toffler. Considering social development as "stages of change" theory proponents of becoming associate it with the dominance of the "fourth", the information sector, which comes after agriculture, industry and service economy. Capital and labor are the basis of industrial society, giving way to information and knowledge in modern society. Revolutionary action, effect and leads to the fact that in the information society are changing social classes undifferentiated "information societies" [2].

According to scientists, the "first wave" responsible agricultural revolution "second wave" that originated in the XVII century, the epoch of industrial civilization meets. Now, according E.Toffler, it's a new kind of economy, which originated on the use of information technology, economy based on knowledge. "Third Wave" poses a real threat of industrial civilization threatens to destroy its institutions, methods and values [4].

"Industrial Revolution greatly changed not only the economy but also society. Developed by mass production, mass consumption there products, media, mass education, sport for the masses. Social scientists started talking about the crowd laws, laws masses" - said E.Toffler. "Now we believe that the laws take effect demassifikatsii when laws that supposedly live weight does not always work. The industry is the development of lower markets. New hardware allow for expression at any level," - said the scientist [4]. "The new society - a society individualized" - says E.Toffler. And this, according to the scientist, entails changes in education policy, almost all aspects of life. Speaking of social processes E.Toffler noted that the structure of society difficult.

Today the actual crushing bureaucracy and networking help you solve the problems which can not cope bureaucracy, "- said the scientist [4]. Our civilization is in our lives,

but blind people everywhere trying to suppress it. It brings new family relationships, changes in the style of work, in love, in life, new economy, new political conflicts and, in addition, a change in consciousness. We unconsciously began building a new civilization since its inception. This is the meaning of the third wave [5].

Until now, humanity experienced two major waves of change, all of which practically destroyed the previous culture or civilization and create living conditions unimaginable to those who have lived before. The first wave of change - the agrarian revolution - took a thousand years. The second wave - the emergence of industrial civilization - at least three centuries. Recently, the pace of history has grown, and it seems that the third wave will end in a few decades. Those of us who happen to share the planet with this critical time in the future need to feel the impact of the third wave on their estates.

The third wave brought with it a whole new way of life based on renewable energy sources, the production methods that have proven most not modern production lines the new public institute, which can be called "electronic cottage", and radically changed schools and corporations of the future [5].

The new civilization has its specific outlook, their own ways of contact time, space, logic and cause-effect relationships and their principles and the rule in the future.

Our assumption is based on what we call "revolutionary preconditions." They come from the fact that even if the next decade will be full of coups and unrest, even violence receive wide distribution, we still do not destroy themselves. They believe that the changes we are now experiencing is random or not random, but actually consist of a precise and clear model. They are based on the fact that these changes will bring us closer to a complete change of lifestyle, work style, and rules of thinking and normal and desirable future possible [6].

On the other hand, our assumption comes from the hypothesis that we - the latest generation of the old civilization and the first new generation. So much of our personal problems, pain and uncertainty can be directly attributed to the conflict is within us and within political institutions, a conflict between a dying civilization and there is a second wave of Third Wave civilization, which has descended to take his place.

When we finally understand this, many events that seemed meaningless to us before, suddenly become clear. Large model change will clearly manifest. Survival again is possible and probable. Conflict between the second and third wave is, in fact, the main cause of political tension in society today. The most important political issue, as we shall see, is not who controls the last days of industrial society, and the one who forms a new civilization, rapidly growing to replace the old. On the one hand, we see the fans - industrial past, the other - the growing millions who understands that the most important global problems can no longer be allowed under the industrial order. This conflict is "fighting over" tomorrow. This confrontation between the interests of the second wave and third permeates people like an electric current political life of each country. Even in industrialized countries are not all the old war ended with the coming of the third wave [7].

These broad preconditions only contrary to what we bring meaning of headlines to choose our priorities, to produce smart strategies to control changes in our lives. Now, when we realized that between supporters and supporters of industrialism preserve its repression rages fierce struggle, we have a new tool to change the world. However, to use this tool, we must learn to clearly distinguish between the changes related to the old industrial civilization from those which contribute to the emergence of the new. In other words, we have to distinguish both old and new industrial system of the second wave,

during which many of us were born, and Third Wave civilization in which we and our children live belongs.

Conflict of civilizations

Only recently people have begun to realize that industrial civilization is coming to your event. The explanation of this was evident in 1970 when the book "The shock of the future", the "general crisis of the industry," which brings with it the threat of unlimited new type of war. Numerous changes in society can not occur without conflict, because we believe that the metaphor of "history as the waves of change" more dynamic and revealing than talk about the transition to a "post-modernism". The waves are dynamic, so their collision occurring powerful transients; When faced waves of history, there is a conflict of civilization. It sheds light on the many things that in other circumstances in today's world seems meaningless or accidental.

The wave theory of conflict predicts that the main conflict will not happen between East and West or "between the West and the other" as recently suggested by Samuel Huntington. It will not decline of America, as stated by Paul Kennedy, or "end of history," according to Francis Fukuyama. General profound economic and strategic changes will lead to the division of the world into three separate potentially conflicting civilizations that can not be characterized by traditional definitions [8].

First Wave civilization was and will always be closely linked to the ground. Whatever the local form it did not take, no matter what language people spoke, whatever their religion - the result of the agrarian revolution. Even now, many people live and die Rummaging in a barren land, just as did their ancestors.

Time of occurrence of a second wave of civilization is in question. For many people life has changed dramatically about three hundred years ago. At this time there Newtonian science, the steam engine was first used for economic purposes in England, France and Italy began to appear first factory. Farmers began to move to the city. They began to spread the bold idea: the idea of progress, the doctrine of individual rights, the concept of the social contract, the idea of separation of school and church, the separation of church and state and a new idea that leaders should be selected public and not the will of God.

The driving force behind many of these changes was a new way of dressing - factory production [8].

The term "civilization" may sound pretentious; especially for Americans, but no other term can not be sufficiently comprehensive include concepts such as technology, family, religion, culture, politics, business, hierarchy, leadership, values, ethics and epistemology. Landslides and radical changes are present at all these levels of society. With so many changing social, technological and cultural parameters simultaneously occurs not only changes but also changes not only new society, but also the beginnings of a whole new civilization. This new civilization noise came from the history of Western Europe, meeting at every step of the strongest resistance [7].

The struggle for influence spheres.

In each country, which is the path of industrial development, fierce bloody war broke out between industrial and commercial groups and landowners second wave of the first wave, often in alliance with the church (also a large landowner). Somewhere else many seemingly unrelated to each other wars were actually manifestations of global conflict is not between warring countries but between warring civilizations.

But the most large and bloody war era of industrialization were wars against each other, triggered the second wave of countries such as Germany and England, despite the fact that each of them fought for world domination, leaving the subordinate world population the first wave.

The final result was a clear separation. The industrial era divided the world into the dominant civilization of the second wave and dependent colony of the first wave. Many of us grew up in a world divided between civilizations [8].

Today, the balance of power in the world has changed. We are moving to a completely different force structure that divides the world not two, but three clearly defined opposing warring civilization. Character first, as before - hoe, Second - line, and the third - the computer.

In a divided world for three sector supported the first wave of agricultural and mineral References sector provides the second wave of cheap labor and mass produced products, and fast-growing sector of the Third Wave uses a new method of domination - the creation and exploitation of knowledge [1].

The people of civilization third wave of selling information and innovation management, culture and pop culture, new technologies, software, education, pedagogy, medical, financial and other services worldwide. One of these services may be military protection, as the strength of the third wave is the best [1].

Personalized society

The second wave spawned mass society that produced mass production and needed it. In the third wave of scientifically based economics and mass production (which can be considered a hallmark of industrial society) is already obsolete. A new way is **not** massive production consignments of high demand. Bulk trade enables division and "partial marketing" parallel change in production. Old industrial buildings are distress. The media are divided along with the production, and giant television networks are redundant with the number of new channels of independent broadcasters. The family also is a small, family new type were once standard of our time, remain in the minority, while the increasing number of single parents, divorced, childless families and single people. Therefore, whole structure of society changes when the second wave of social heterogeneity replaced of Third Wave civilization. The mass fragmentation replaced. [9]

In turn, the very complexity of the new system requires increasing the exchange of information between its parts - companies, governments, hospitals, associations and other institutions, even individuals. This will create a huge demand for computers and digital telecommunication networks and new media [9].

At the same time increase the rate of technological exchange, the business of everyday life. In fact, the economy of the Third Wave operates with such high speeds that its main suppliers barely kept pace. Moreover, since the information is increasingly replacing raw materials, labor and other References, the country's third wave are less dependent on partners First and Second Wave. They are more eager to cooperate with each other. Over time, a lot of work that is carried out in countries with cheap labor will be the area of application of high technology, and at the present time they have performed there faster, better and cheaper.

In other words, these changes threaten many existing economic relations between advanced developing countries.

But, nevertheless, a complete break is unlikely. Unable stop the pollution, disease and immigration of Third Wave. Rich countries can not survive if poor countries will conduct an environmental war. For these reasons, the tension between civilization and third wave of the two earlier civilizations will grow and a new civilization can successfully fight for global hegemony just as it did modernizers second wave relative to their predecessors - the representatives of the first wave - a few centuries ago [10].

Being conscious, the concept of conflict of civilizations will help us understand the meaning of many seemingly random events, such as outbreaks of nationalism today. Nationalism - an ideology of national superiority, which is a product of the industrial revolution. Thus, once the first wave agrarian society trying to enter or exit the industrialization, they feel the need to attribute national status. Countries such as Ukraine, Estonia or Georgia insist on self outdated and need state symbols, flags, armies and currencies that determine the status of the nation during the Second Wave or industrial era.

World high-tech hard understand the motivation of the ultra-nationalists. Their smug patriotism makes a funny impression.

On the contrary, nationalists do not understand why some nations allow others to infringe on their "sacred" freedom. However, the "globalization" of business and finance needed for developing economy third wave always breaks national "sovereignty" so carefully guarded new nationalists [11].

The economy is influenced by Third Wave, as nationalists forced to give up part of their sovereignty and accept the growing economic and cultural invasion of the third wave. While poets and intellectuals economically backward regions constitute anthems, poets and intellectuals of the Third Wave sing dignity "world without borders" and "global consciousness". As a result, collision, reflecting the sharp divergence of interests of two opposing civilizations, can provoke a horrible future bloodshed.

If the present division of the world of two into three parts is less than it seems obvious, it is only because the transition from the second wave of the economy, based on the drawing force, the economy of the Third Wave, based on the strength of intelligence has never ended [11].

Even in the USA, Japan and Europe, local power struggle between the elites and the Third Wave II is not yet complete. Important institutions and sectors were the second wave, and political lobbies second wave still held power.

A mixture of the elements of the second and third wave in all developed countries gives its characteristic structure. Nevertheless, the overall trend is quite clear. Global race will be won by countries that finished its transition to the third wave with minimal internal inconsistencies and confusion.

Meanwhile, the historic transition from a two-part world to three part can set in motion a fierce struggle on the planet, as each country tries to find a place in there three-tier structure influences. For all these monumental distribution of forces is changing roles, priorities and nature of knowledge [10].

In summary, in our time is one of the most important References. We live in a time when the whole structure of human knowledge shaken. During these changes destroyed the old barriers. Now humanity is not simply accumulating new facts. We subject the reconstruction of not only individual firms and companies but entire economies. There is a complete reorganization of the "production and distribution" of knowledge, change and sign systems used for their transfer.

This means that we create a new information network using amazing ways of interacting with each other, building incomprehensible sequence, creating new theories and abstract images based on assumptions of unknown, new languages, codes and logical conclusions. Economic and political structures, as well as some people have so many redundant data, than are dreamed of the previous generation. But most importantly, we have learned to coordinate existing data, considering them in context, and thus transform them into information; mountains of information we summarize again, building more and more new information structures, transforming information into knowledge. Of course, not all of these skills can be called a "correct" actual or even reasonable. Revolutionary action of information technology lead to the fact that in the information society is changing social classes undifferentiated "information societies".

A huge part of our, as we call it, knowledge has no confirmed assumptions fragmentary information discreetly conducted analogies and includes not only logical, unbiased information but also our personal values, emotions, not to mention imagination and intuition. This is a giant leap in the intellectual sphere of society - not computerized and non-financial manipulation - explains the development of the so-called Third Wave economy [11]. E.Toffler assigns a central role in this telecom "cable network" that provides two-way communication with citizens by the government will consider their views when developing shelf solutions. Traditional corporations opposed to "small" economic forms - individual work at home "electronic cottage". They are included in the future structure of the information society with its "info-," "technological" and other areas of human existence. "Computer Revolution" gradually leads to changes in traditional print electronic books, changing ideology transforms unemployment interesting pastime.

Social and political changes are considered in the theory of the information society as a consequence of the "microelectronic revolution". The prospect of democracy associated with the spread of information technology.

References - Literature

- (1) Alvin and Heidi Toffler Creating a new civilization. The policy of the third wave. / E. Toffler, H. Toffler - 1993.
- (2) Alvin Toffler Metamorphosis authorities. / E. Toffler – M.: AST, 2009. – 669p.
- (3) Alvin Toffler Chapter 4. Destruction code // Third Wave. / Toffler E.- M.: AST, 2004. - 781 p.
- (4) Alvin Toffler Chapter 1. Fight over// Third Wave. / E. Toffler – M.: AST, 2004. - 781 p.
- (5) Alvin Toffler Tehnorevolushions // Third Wave. / Toffler E.- M.: AST, 2004. - 781 p.
- (6) Toffler A.Creating a New Civilization: The Politics of the Third Wave / A.Toffler. -Turner Publications Inc., 1995. -112 p.
- (7) Shock Alvin Toffler future / E.Toffler. per.s Eng. - M.: profile "Publishing ATS", 2004. - 784s.
- (8) Alvin Toffler Power configuration // Metamorphosis power. / Toffler E.- M.: AST, 2009.- 669 p.
- (9) Toffler A.The Eco-Spasm Report / A.Toffler. –Bantam Books, 1975. –116p.
- (10) Alvin Toffler Chapter 15. Beyond the mass production // Third Wave. / Toffler E.- M.: AST, 2004. - 781 p.

- (11) Bazylevych VD, Hrazhevskaja NI, Gaidai TV, Leonenko P, Nesterenko, AP
Economics uchen.- History Textbook. / V.D.Bazylevych, NI Hrazhevskaja, TV
Gaidai, P. M Leonenko, AP Nesterenko- K .: Knowledge, 2004. - 1300 p.

Contact address – Kontaktní adresa

Shevel Inna Petrovna

Candidate of Social Sciences, Associate Professor

Head of the Department of Sociology

Kyiv National University of Culture and Arts,

Ukraine, Kiev, 36, E. Konovaltsa Str., 01601

shevelinna@ukr.net

THE FEATURES OF THE COMMUNICATIVE CULTURE OF FUTURE JOURNALISTS

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩЕГО ЖУРНАЛИСТА

Valentina SHULGINA

Валентина Ивановна ШУЛЬГИНА

Abstract:

The article analyzes the peculiarities of formation of the future experts in social communications essential components of communicative culture. It considered by the author as one of the main features of the professional journalists, systematized communication skills necessary modern journalist.

The authour mantioned that each of journalistic units has an important role in the formation of a specialist. However according to our opinion, one of the most important along with the proper linguistic. There is a research and implementation in the educational process block communication standards that govern the formation of communicative skills necessary for the implementation of all aspects of the activities of professionals.

The aim of the article is to identify those features in the professional activities of journalists and respectively during their training at the university, the development of the foundations of the classification of communicative skills necessary to the future experts in the field of journalism.

Nowadays enhance the development of international relations is particularly noteworthy block communication skills of communication with foreigners future journalist, orientation skills in the foreign sources of information, and the like. Naturally, in the center of this unit are skills foreign language interlocutor, ability to navigate in the national cultural traditions of the country he represents, the orientation of the media in foreign countries and, accordingly, during their training at the university, development foundations classification of communicative skills necessary to the future experts in the field of journalism.

The formation of strong systematic communication skills of specialists in social communication - is the way to increase the professional level of specialists, which, in turn, enhances the effectiveness of these communications as an essential component solutions to important social and economic problems of the state.

Аннотация:

В статье анализируются особенности формирования у будущих специалистов по социальным коммуникациям необходимых составляющих коммуникативной культуры, рассматриваемой автором как одна из основных профессиональных особенностей журналистов, систематизируются коммуникативные навыки, необходимые современному журналисту.

Keywords:

Communication, social communication, communication skills

Ключевые слова:

Коммуникация, социальные коммуникации, коммуникативные навыки

Введение

Профессиональный уровень журналиста определяется степенью владения той нормативной базой знаний и навыков, которая лежит в основе его профессиональной деятельности и состоит из нескольких блоков:

- Коммуникативный;
- Лингвистический (знание теории лингвистики, владение практическими навыками родного и иностранных языков);
- Компьютерный;
- Информационный;
- Аналитический.

Каждый из этих блоков играет свою важную роль в формировании специалиста. Однако одним из самых актуальных, на наш взгляд, наряду с собственно лингвистическим, является исследование и внедрение в учебный процесс блока норм коммуникативных, регулирующих формирование коммуникативных навыков, необходимых для реализации всех аспектов деятельности специалистов.

В последнее время лингвистические исследования проблем коммуникации приобрели особую актуальность, успешно развиваясь в рамках таких перспективных направлений, как теория коммуникации и коммуникативная лингвистика [Атаян Е.Р., Бацевич Ф.С., Гудков Д.Б., Дридзе Т.М., Землякова М.Л., Иссерс О.С., Каменская О.Л., Кибрик А.Е., Клюев Е.В., Почепцов Г.Г., Радзиевская Т.В., Селиванова А.А. и др.]. Наряду с этим проблемы общения широко освещаются в научной литературе по психологии, социологии, педагогике, менеджмента, информационной деятельности, документоведения и т.д. [Кушнарченко Н.Н., Латинев В.В., Палеха Ю.И., Симоненко Т.В., Соколов А.В., Теппер Р., Трошина Н.И. и др.].

Среди существующих определений понятия «коммуникация» (а это более 100 определений) наиболее универсальным можно считать следующее: "Коммуникация - целенаправленный процесс информационного обмена между двумя и более сущностями с помощью определенной семиотической системы" [7, 243]. Типы коммуникации устанавливаются в соответствии с такими критериями:

- Участие / неучастие языка (языкового кода): вербальная, невербальная;
- Форма реализации средств языкового кода: устная, письменная, печатная;
- Тема общения: политическая, научная, бытовая, религиозная, педагогическая и тому подобное;
- Цель: деловая, развлекательная;
- Мера официальности: официальная, неофициальная;
- Степень контролируемости: формальная, неформальная;
- Количество собеседников: внутренняя, межличностная, коммуникация в пределах малой группы, публичная, массовая международная и межкультурная;
- Социальные факторы: лично ориентированная и социально ориентированная;
- Форма общения: закрытая, открытая, смешанная;
- Свобода выбора партнера: инициативная, вынуждена;

- Направленность относительно адресанта, адресата и объекта коммуникаций: активная гетерокоммуникация, аутокоммуникация, пассивная псевдоадресация и псевдоречь;
- Продолжительность: постоянная, периодическая, кратковременная, долговременная [1, 33-35].

Проведенные лингвистами общетеоретические исследования проблем коммуникации и ее типологии нуждаются в дополнении, конкретизации прикладным анализом специфики реализации коммуникативных процессов именно в конкретных сферах общения людей.

Целью нашей работы является выявление этих особенностей в профессиональной деятельности журналистов и, соответственно, во время их подготовки в университете, разработка основ классификации коммуникативных навыков, необходимых будущим специалистам в сфере журналистики.

Ключевым процессом в развитии коммуникативной культуры молодого специалиста любого направления, а особенно специалиста по социальным коммуникациям выступает процесс формирования коммуникативной компетенции, под которым понимают способность мобилизовать разнообразные знания языка (языковую компетенцию), паравербальных средств, ситуации, правил и норм общения, социума, культуры для эффективного выполнения определенных коммуникативных задач в соответствующих контекстах или ситуациях [7, 233]. О.О.Селиванова делает особый акцент на том, что "коммуникативная компетенция предполагает владение не только знаниями, но и умением и навыками построения интенционно-стратегической программы коммуникации, соблюдение ее и контроля за ней в процессе общения; ориентации на собеседника, предсказания его реакции; выбора паравербальных средств коммуникации и их декодирования; преодоления коммуникативных барьеров, устранения коммуникативных шумов, выхода из коммуникативного цейтнота и т.д." [7, 233]. Формированию каждого из этих составляющих коммуникативной компетенции специалиста необходимо уделять внимание во время его учебы в университете, обращая особое внимание на формирование и отработку крепких практических коммуникативных навыков эффективного взаимодействия с окружающими, умению ориентироваться в различных коммуникативных ситуациях, в коммуникативном среде.

Развитию коммуникативной компетенции будущих журналистов должно предшествовать осознание основных процессов и понятий коммуникативной деятельности, которые, прежде всего, заключаются в определении коммуникативных навыков в системе практических профессиональных умений, необходимых журналисту, в осознании основных понятий коммуникации в его будущей деятельности (сферы использования коммуникативных навыков, участники коммуникативных процессов, их коммуникативные роли, психологические основы коммуникации, коммуникативные стратегии и т.д.).

Все это способствует формированию коммуникативных качеств специалиста, необходимых для социально-профессионального взаимодействия, к которым относятся возможности речи (устной и письменной), системы параметров и экстралингвистических средств (интонации, паузы, темп, тембр голоса), оптико-кинестические возможности (жесты, мимика, пантомимика).

Исследователями проблем коммуникации предпринимались попытки классификации основных профессионально-коммуникативных умений в соответствии с коммуникативными фазами:

- На докоммуникативном этапе - умение самостоятельно обрабатывать информацию, анализировать ее с целью дальнейшей презентации пользователям в доступной форме, выполнять комплексный анализ текстов разных стилей и жанров;
- На коммуникативном этапе - умение пользоваться профессиональной терминологией, осуществлять коммуникацию, имея в этом высокий уровень техники речи и тому подобное;
- На посткоммуникативном этапе - контрольные и коррекционные навыки, которые позволяют оценить содержание, коммуникативные качества как собственной, так и чужой речи [8].

Однако, несмотря на внимание отдельных исследователей к проблемам коммуникации в официально-деловом общении [11], к проблемам классификации умений и навыков специалистов коммуникативно ориентированных профессий вообще [8], требования к коммуникативным навыкам специалистов по социальным коммуникациям и пути формирования этих навыков пока в науке не анализировались, хотя в наше время и приобрели особую актуальность.

Прежде всего, необходимо отметить, что требования, предъявляемые к специалисту, напрямую соотносятся с теми навыками, которые он должен развить для осуществления своей дальнейшей профессиональной деятельности именно во время обучения в высшем учебном заведении.

Основными аспектами коммуникаций и коммуникативных связей профессиональной коммуникации журналиста можно считать:

- Профессиональную речь;
- Ведение коммуникации, направленной на достижение согласия;
- Эффективное слушание;
- Совершенствование навыков написания текстов различных жанров;
- Навыки межличностной коммуникации;
- Работа с различными типами информации;
- Навыки аналитической обработки информации;
- Навыки общения как на государственном, так и на иностранных языках;
- Искусство телефонного разговора и т.д.

Учитывая наиболее частотные формы будущей профессиональной деятельности студентов, которые получают в высших учебных заведениях профессию журналиста, считаем необходимым разработать основы классификации коммуникативных навыков, необходимых такому специалисту в практической деятельности. При этом принимаем во внимание советы Л.Теньера о принципах классификации: "Хорошая классификация не должна строиться одновременно на нескольких признаках. Следует различать главные признаки и вторичные. Главные признаки подчиняют второстепенные. Благодаря принципу подчинения классификационных признаков устанавливается иерархия критериев: важнейший критерий дает разделение на классы, следующий по важности - на подклассы и т.д." [8, 63].

Основным критерием для классификации можно считать форму коммуникации (вербальную / невербальную). Учитывая приоритетность вербальной коммуникации (а значит и вербальных навыков) в профессиональной деятельности журналиста, все же формированию у будущих специалистов навыков невербального общения (адекватная паузация, интонирование высказывания, жесто-мимическое сопровождение и т.д.) следует уделять существенное внимание при формировании учебных планов специальности и насыщении учебных курсов. Собственно вербальные коммуникативные навыки вполне логично делятся по критерию формы речи на коммуникативные навыки в сфере устной речи и коммуникативные навыки в сфере письменной речи

В рамках коммуникативных навыков в сфере устной речи целесообразно, по нашему мнению, различать такие подклассы:

- Умение преодолеть "коммуникативный барьер";
- Умение создавать положительный психологический фон для общения путем использования соответствующих языковых средств;
- Владение этико-эстетическими принципами различных форм общения, в том числе и делового (например, реализация так называемой "категории вежливости");
- Умение пользоваться фонетическими и акцентологическими нормами языка;
- Навыки в использовании словарей при подготовке текстов, предназначенных для озвучивания.

Классификация коммуникативных навыков в сфере письменной речи предполагает наличие у специалиста таких коммуникативных навыков, как:

1) Языковые навыки:

- Навыки по применению орфографических норм языка (прежде всего, правила написания имен, особенности написания различных частей речи, написанные слов иноязычного происхождения и т.п.), грамматических норм (правильность склонение существительных, прилагательных, числительных, местоимений, нормативность в сочетаемости слов в пределах словосочетаний и т.д.);
- Навыки по использованию лингвистических словарей и справочников;

2) мыслительные навыки:

- Навыки логического мышления;
- Навыки структурированного мышления;
- Композиционные навыки;

3) навыки по составлению текста:

- Владение стилистическими ресурсами языка;
- Навыки по использованию и развитию внутреннего лексикона говорящего;
- Навыки по составлению предложений;
- Навыки в использовании носителей вторичной информации (придаточных предложений, причастных и деепричастных оборотов, вводных конструкций и т.п.);
- Навыки по согласованию соседних предложений в тексте (правильность чередования существительных с местоимениями, грамматическое согласование компонентов, связывающих соседние предложения);

4) аналитические навыки:

- Аналитические навыки, прежде всего, навыки по трансформации первоисточников во вторичные носители информации;
- Навыки по использованию основных средств экономии речевых усилий (правила сокращения, аббревиация, использование специфических стандартизированных выражений, экономных синтаксических конструкций и т.п.);

5) информационные навыки:

- Умение найти нужную информацию в различных источниках;
- Навыки использования бумажных и электронных словарей и справочников;
- Навыки по поиску и использованию Интернет-ресурсов;
- Умение определить наиболее информативные компоненты каждого предложения и текста в целом;
- Умение выделить ключевые слова, ключевые фразы;

6) Навыки по использованию вспомогательных функций компьютера:

- Умение пользоваться функцией "Компьютерный контроль орфографии";
- Навыки по техническому оформлению документа с использованием компьютерной техники;

7) Навыки по редактированию текста:

- Навыки применять на практике известные нормы редактирования;
- Умение найти в тексте несоответствие нормативному использованию;
- Навыки по комментированию, объяснению, толкованию сути этого несоответствия;
- Исправление несоответствий орфографическим, пунктуационным, логическим, информационным, фактическим и др. нормам.

В наше время усиления развития международных связей особого внимания заслуживает блок коммуникативных навыков общения будущего журналиста с иностранцами, навыков ориентации в иностранных источниках информации и тому подобное. Естественно, что в центре этого блока навыков стоит владение иностранным языком собеседника, умение сориентироваться в национально-культурных традициях страны, которую он представляет, ориентация в медиaprостранстве зарубежных стран и тому подобное.

Таким образом, формирование прочных систематизированных коммуникативных навыков специалистов по социальным коммуникациям, - это путь к росту профессионального уровня таких специалистов, что, в свою очередь, способствует усилению эффективности этих коммуникаций в качестве обязательного компонента решения важных общественно-экономических проблем государства.

References - Литература

- (1) Бацевич Ф.С. Основы комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К.: ВЦ “Академія”. – 2004. – 344 с.

- (2) Деловая переписка с иностранными фирмами: Практическое пособие. – М.: Имидж, 1991.
- (3) Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс – М., 2002.
- (4) Ключев Е.В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия / Е.В. Ключев. – М., 2002.
- (5) Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М., 2001.
- (6) Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е.А.Селиванова. – К. – ЦУЛ, «Фитосоциоцентр», 2002. – 336 с.
- (7) Селиванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О.О.Селиванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
- (8) Симоненко Т.В. Формування професійно-комунікативних умінь студентів філологічних факультетів / Т.В. Симоненко // Українська філологія: теоретичні та методичні аспекти вивчення. Збірник праць науково-практичних читань до 80-річчя Г.Р. Передерій. – Черкаси: Брама. – Україна. – 2005. – С.76 – 83.
- (9) Теньер Л. Основы структурного синтаксиса / Л.Теньер: Пер с фр. - М.: Прогресс, 1983. – 656 с.
- (10) Теппер Р. Как овладеть искусством делового письма: 250 писем и записок в помощь менеджеру / Р.Теппер: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ: Аудит, 1994.
- (11) Чорненький Я.Я. Українська мова за професійним спрямуванням / Я.Я. Чорненький / Теорія. Практика. Самостійна робота: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004 – 304 с.

Contac Address - Kontaktní adresa

Шульгина Валентина Ивановна
Национальный авиационный университет
Учебно-научный институт международных отношений
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью
ул. Владимирская, 127 А,
с. Белгородка,
Киево-Святошинский р-н,
Киевская обл.,
Украина;
+8097-250-70-65.
tshvi161@ukr.net

UTILIZATION OF THE FILM IN THE TEACHING OF NATURAL SCIENCE AT PRIMARY AND HIGH SCHOOLS

VYUŽÍVANIE FILMU VO VYUČOVANÍ PRÍRODOVEDNÝCH PREDMETOV NA ZÁKLADNEJ A STREDNEJ ŠKOLE

Ján ŠTUBŇA

Ян ШТУБНЯ

Abstract:

Information and communication technologies (ICT) are used in everyday life and at the school, too. In the paper we present the results of research of the questionnaire. It was about application of the film in the education. We have done on a sample of 347 teachers. It confirmed to us that ICT has become part of the education and film is increasingly being used as a teaching resource. We found that teachers used to a limited degree of film. Teachers lack the device, which would be concrete examples of applications fimov and film for individual lessons.

Abstrakt:

Informačné a komunikačné technológie (IKT) sa využívajú v každodennom živote a škola nie je výnimkou. V príspevku prezentujeme výsledky dotazníkového výskumu využívania filmu vo vyučovacom procese, ktorý sme urobili na vzorke 347 učiteľov. Potvrdilo sa nám, že IKT sa stali súčasťou vyučovania a film sa čoraz viac využíva ako vyučovací prostriedok. Zistili sme, že učitelia v obmedzenej miere využívajú film. Učiteľom chýba pomôcka, v ktorej by boli konkrétne príklady aplikácie fimov a filmových scén pre jednotlivé vyučovacie hodiny.

Keywords:

Film, information and communication technologies, education, questionnaire.

Klíčová slova:

Film, informačné a komunikačné technológie, vyučovací proces, dotazník.

Úvod

V súčasnosti deti aj mladí ľudia žijú v medializovanom svete. Televízia, počítače, video a internet sú bežnou súčasťou ich každodenného života. Vo všeobecnosti by mali uľahčovať predovšetkým pracovné povinnosti. Medzi informačné a komunikačné technológie (IKT) sa v prvom rade zaraďuje počítač, bez ktorého si v súčasnosti nevieme predstaviť prácu. Prináša možnosti, ktoré si mnohí z učiteľov nevedeli v minulosti ani predstaviť. Od konca 90-tych rokov nastal enormný nárast využívania IKT v bežnom živote. Preto bolo nevyhnutné zaviesť do vyučovacieho procesu to, čo mladá generácia považuje za samozrejmé (Halás, 2011). Viest' vyučovaciu hodinu netradičným spôsobom nie je jednoduché. V podstate každá zmena klasickej hodiny pôsobí na žiakov pozitívne a motivačne o to viac, keď sa do vyučovacieho procesu zapoja IKT. IKT pomocou názornosti a interaktivity umožňujú žiakom ľahšie pochopiť a predstaviť si súvislosti medzi dejmi v prírode. Výhodou IKT je nielen možnosť simulovať a experimentovať rôzne procesy, rýchly návrat späť pri chybných krokoch, rýchlosť práce s rôznymi aplikáciami, ale aj dosahovanie lepších výsledkov žiakov pri učení, pri komunikácii navzájom a pri riešení problémov (Sandanusová, 2007;

Kubiatko, Haláková, 2007). Množstvo výskumov (Sandanusová, 2007; Kubiatko, Haláková, 2007; Soyibo, Hudson, 2000) ukázalo, že použitie IKT zlepšuje efektívne prístupy žiakov k osvojovaniu si učiva.

IKT to nie je len počítač a internet, ale medzi ne sa zariaďujú aj audiovizuálna technika a prostriedky ako napríklad film. Využívanie audiovizuálnych prostriedkov v školstve má v podstate rovnaký význam ako majú knihy, zošity či tabuľa. Rozdiel je v širších možnostiach a v technologickom pokroku (Bestvina et al., 2010) Výskumy dokázali, že audiovizuálne prostriedky, a to najmä film a televízia, sú účinnými pomôckami v edukačnom procese, pretože prostredníctvom nich žiaci získavajú viac vedomostí za kratší čas. Takto získané informácie zostávajú trvalejšie fixované v pamäti. Výhodou je, že aj slabší žiaci získavajú relatívne viac vedomostí ako najlepší žiaci, ktorí majú rozvinuté najmä abstraktné myslenie. Audiovizuálnu techniku je možné aplikovať vo všetkých fázach vyučovacieho procesu, a pôsobí nielen na rozumovú, ale aj emocionálnu stránku žiaka. Má veľký vplyv na motiváciu a pomáha formovať záujmy žiakov (Trebišovský, 1980).

Preto sme si za cieľ príspevku stanovili zanalyzovať súčasný stav aplikovania IKT učiteľmi základných a stredných škôl do praxe. Zistiť v akej miere aplikujú film v praxi, a ako sú prepojené záujmy učiteľa o film s jeho profesiou, keďže najslabší článok integrácie nových metód, prostriedkov do praxe je práve interakcia učiteľ – žiak (Čepelová et al., 2011).

Metodika výskumu

Pre naplnenie cieľa príspevku vychádzame z dotazníkového výskumu. Výskum sme urobili v máji až septembri 2015. Výskum sme vykonali na vzorke 347 učiteľov (284 žien a 63 mužov), ktorí v aprobácii mali aspoň jeden prírodovedný predmet. Dotazník obsahoval 20 položiek, bol anonymný a respondenti mali možnosť vybrať si odpoveď z päťstupňovej škálovej stupnice. Pre účely článku boli vhodné tri položky Položka 1 („Pri výučbe využívate didaktickú techniku“), Položka 12 („Pri vyučovaní využívate film“) a Položka 15 („Vo svojom voľnom čase sledujete filmy v televízii alebo kine“). Údaje získané dotazníkovým výskumom sme zapisovali do tzv. kontingenčných tabuliek. Týmto zápisom sme získali prehľadné vizualizácie vzájomných vzťahov dvoch alebo viacerých znakov získaných v dotazníkovom prieskume. Preukaznosť jednotlivých závislostí položiek sme testovali pomocou Pearsonovho chí-kvadrát testu. Tento test patrí medzi najznámejšie testy dobrej zhody. Je to jednoduchý test založený na rozdiel medzi pozorovanými (empirickými) a očakávanými (teoretickými) početnosťami. Pri Pearsonovom teste je potrebné dôsledne dodržiavať tzv. Cochranovo pravidlo. Získané údaje sme spracovali pomocou štatistického softvéru STATISTICA cz 7.0. Získané hodnoty sme porovnali.

Výsledky a diskusia

Preukazné výsledky (Tab. 1) hodnoty testovaného kritéria ($\alpha=0,05$) sme zaznamenali v jednom prípade. Učitelia v súčasnosti do vyučovacieho procesu zapájajú didaktickú techniku, čo potvrdzuje fakt, že IKT má svoje postavenie ako tradičné učebné prostriedky a pomôcky ako je učebnica, tabuľa, modely a pod. Do budúca môžeme očakávať progres vo frekvencii využívania IKT vo vyučovaní. Tento progres potvrdzujú viaceré výskumy ako napríklad z roku 2003 (Droščák, Turanová, 2008), v ktorom sa vyjadrilo, že IKT využíva len 14,85 % učiteľov. Pričom dnes ich využíva každý učiteľ. V súčasnosti má význam sledovať skôr frekvenciu aplikácie IKT do vyučovania. V našom výskume (Tab. 2) sa učitelia vyjadrili, že často využívajú IKT, čo predstavuje

viac ako jednu tretinu odpovedí (37,17 %). To, že sa zvyšuje aplikácia IKT do vyučovania naznačuje počet odpovedí veľmi často, a to jedna tretina odpovedí (32,56 %). Keď už učitelia sa rozhodnú aplikovať IKT, tak svoj podiel má dynamický obraz v podobe filmu. Tento fakt potvrdzuje aj to, že dve tretiny odpovedí (66,58 %) aplikuje občas film. Film aj v minulosti využívali učitelia, pričom to nebola ani polovica 43,56 % učiteľov (Droščák, Turanová, 2008). V súčasnosti sledujeme dvojnásobný nárast oproti roku 2003 na úroveň 93,08 %. Pri hlbšej analýze kontingenčných tabuliek sme našli 180 prípadov (51,9%), v ktorých učitelia, keď sa rozhodnú na vyučovaní použiť IKT, tak minimálne štvrtina učiteľov použije práve nejaký dynamický obraz, ktorým je práve film. V druhom prípade sa nám nepotvrdili preukazné výsledky (Tab. 3) vo vzťahu, že sledovanie filmov vo svojom voľnom čase ovplyvňuje učiteľa, aby aplikoval IKT vo vyučovacom procese. V treťom prípade sme tiež zaznamenali nepreukazné výsledky, ktoré by podporili tvrdenie, že by učiteľa ovplyvňovalo aplikovanie filmu vo vyučovacom procese, jeho sledovanie filmu vo voľnom čase. Pri analýze kontingenčnej tabuľky (Tab. 4) sme našli predpoklad, že aplikáciu filmu vo vyučovacom procese, predsa len v určitej miere ovplyvňujú aj filmy, ktoré učiteľ sleduje. Limitom výskumu bolo, že 64,45 % učiteľov veľmi málo sledujú filmy, čo môže súvisieť aj s programovou skladbou televíznych staníc, ako aj väčšia zaneprázdnenosť učiteľov s prípravou na vyučovaciu hodinu, prípadne ďalšími nešpecifikovanými aktivitami.

Tab. 1: Hodnoty Pearsonovho chí-kvadrát testu pre sledované položky

	1 a 12 položka	1 a 15 položka	12 a 15 položka
Pearsonov chí-kvadrát	82,2243	22,8061	14,6345
stupeň voľnosti	16	16	16
kritická hodnota	26,296	26,296	26,296

Tab. 2: Kontingenčné tabuľky pre položky 1 a 12

položka 1	položka 12					spolu
	nikdy	občas	často	veľmi často	vždy	
nikdy	1	0	0	0	0	1
občas	9	55	3	2	0	69
často	3	98	24	4	0	129
veľmi často	8	66	27	12	0	113
vždy	3	12	11	6	3	35
Spolu	24	231	65	24	3	347

Tab. 3: Kontingenčné tabuľky pre položky 1 a 15

položka 1	položka 15					spolu
	nikdy	občas	často	veľmi často	vždy	
nikdy	1	0	0	0	0	1
občas	7	34	17	11	0	69
často	10	71	34	11	3	129
veľmi často	14	60	24	14	1	113
vždy	7	19	4	3	2	35
spolu	39	184	79	39	6	347

Tab. 4: Kontingenčné tabuľky pre položky 12 a 15

položka 12	položka 15					spolu
	nikdy	občas	často	veľmi často	vždy	
nikdy	1	16	5	1	0	23
občas	27	115	59	27	3	231
často	8	39	10	7	1	65
veľmi často	2	12	4	4	2	24
vždy	0	2	1	0	0	3
spolu	38	184	79	39	6	347

Záver

IKT zasiahli prakticky do všetkých oblastí ľudskej činnosti a stali sa nevyhnutným strategickým nástroj výučby. Pre dnešný svet a mladých ľudí je typický príjem informácií pomocou audiovizuálnych prostriedkov. Mladí ľudia často trávajú svoj voľný čas pozeraním filmov, ako prípravou do školy. Moderné médiá (tlač, rozhlas, televízia) sú technické prostriedky schopné vysielat' správy určené veľmi širokému publiku pri najrozmanitejších podmienkach príjmu. Z toho vyplývajú zvýšené nároky na učiteľov využívať IKT, toto sa podarilo implementovať a stali sa prostriedkom, ktorý sa aplikuje vo vyučovacom procese. Rôzne masmédiá zvýšili záujem a motiváciu žiakov o učebnú látku. Napriek tomu, že nastal vzostup používania filmu v škole, stále absentujú filmy, ktoré by boli vhodné priamo k učebným látkam a je potrebné hľadať v komerčnej sfére. Kvôli vyťažnosti učiteľov ako aj veľkému množstvu filmov nestíhajú analyzovať a aplikovať informácie z komerčného filmu do praxe. Preto je potrebné vytvoriť databázy filmov, prípadne filmových scén, ktoré by pomohli učiteľovi, aby mohol vhodne pripraviť študijný materiál, ktorý bude žiakom prezentovať. Žiaci ocenia, keď sa s nimi komunikuje prostriedkami, ktoré sú im blízke. Zvyšuje sa tým aj prestíž učiteľa, pretože vyučovanie sa stáva pestrejšie a zaujímavejšie. Učiteľ, ktorý v súčasnosti nevyužíva moderné audiovizuálne prostriedky, má menšiu šancu deti zaujať.

Podakovanie

Príspevok vznikol v rámci projektu KEGA 062UKF-4/2016.

References - Literatúra

- (1) BESTVINA, P., PLENCNER, A., PROBSTOVÁ, K. *Využitie dokumentárneho filmu vo vyučovaní*. Bratislava : OZ Človek v ohrození. 2010. 24 s.
- (2) ČEPELOVÁ, S., HERETIK, A., KOŠTÁLOVÁ, L. Učiteľ + informačné - komunikačné technológie = ?. *Medzinárodná vedecká elektronická konferencia pre doktorandov, vedeckých pracovníkov a mladých vysokoškolských učiteľov*. Prešov : Katedra pedagogiky FHPV PU, 2011, s. 169-174.
- (3) DROŠČÁK, M., TURANOVÁ, L. Možnosti sprístupňovania učiva geológie z pohľadu učiteľov. *Prostriedky edukácie v škole 21. storočia*. B. Bystrica : Pedagogická fakulta UMB, 2008, S. 80-83.
- (4) HALÁS, O. Informačno-komunikačné technológie vo vyučovacom procese. *Medzinárodná vedecká elektronická konferencia pre doktorandov, vedeckých pracovníkov a mladých vysokoškolských učiteľov*. Prešov : Katedra pedagogiky FHPV PU, 2011, s. 425 – 432.

- (5) KUBIATKO, M., HALÁKOVÁ, Z. Používanie IKT vo vyučovaní biológie. *Biologie – Chemie - Zeměpis*, 2007, roč. 16, č. 2, s 72-74
- (6) SANDANUSOVÁ, A. Implementácia informačných a komunikačných technológií do vyučovania biológie. *Aktuálne trendy vo vyučovaní prírodovedných predmetov*, Bratislava : UK, 2007 S. 425 – 428.
- (7) SOYIBO, K., HUDSON, A. Effect of computer-assisted instruction (CAI) on 11th graders' attitudes to biology and CAI and understanding of reproduction in plants and animals. *Research in Science and Technological Education*, 2000. Vol. 18, No. 2., pp. 191 – 199.
- (8) TREBIŠOVSKÝ, J.V. *Audiovizuálne prostriedky v teórii a praxi*. Bratislava : SPN, 1980. 392 s.

Contact Adress - Kontaktní adresa

PaedDr. Ján Štubňa, PhD.
Gemologický ústav FPV
Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Nábřežie mládeže 91
949 74 Nitra, Slovensko
E-mail: janstubna@gmail.com
Tel.: +421 37 6408 719

ANALYSIS PREPARATION AND DEVELOPMENT OF ELECTRONIC DICTIONARIES

ANALÝZA PRÍPRAVY A TVORBY ELEKTRONICKÉHO SLOVNÍKA

Eva TÓBLOVÁ

Ева ТОБЛОВА

Abstract:

In this paper, the author deals with the analysis of the preparation and production of electronic dictionaries in LMS Moodle. It describes a project whose main output is the creation of terminological and explanatory dictionary of school management for students in paper print through its on-line version, which is going to be created in LMS Moodle. The on-line version of the dictionary will respect all the methodological and procedurally terms creating requirements, which are also mentioned in the paper.

Abstrakt:

V príspevku sa autorka venuje analýze prípravy a tvorby elektronického slovníka v LMS Moodle. Popisuje projekt, ktorým hlavným výstupom je tvorba terminologického a výkladového slovníka školského manažmentu pre študentov v tlačenej a v on-line verzii vytvorenej v LMS Moodle. On-line verzia slovníka rešpektuje všetky metodické a procesuálne požiadavky, ktoré sú taktiež v príspevku uvedené.

Keywords:

School management, electronic dictionary, LMS Moodle

Klíčová slova:

Školský manažment, elektronický slovník, LMS Moodle,

Úvod

Lexikografia je disciplína, ktorá sa zaoberá teóriou a praxou spracovania slovnej zásoby v slovníkoch, teda tvorbou slovníkov. Úzko súvisí s lexikológiou, náukou o slovnej zásobe. Hoci lexikografia má na Slovensku už niekoľko storočnú tradíciu, charakter práce autora slovníka sa takmer nezmenil. Kvalitný slovník bol vždy založený na úsilí jednotlivca alebo kolektívu. [2]

V súčasnosti sa v rámci pregraduálnej prípravy učiteľov v SR a v ČR s veľkým úspechom používa vysokoškolská učebnica školského manažmentu a elektronický kurz vytvorený v LMS Moodle. Zámerom projektu uvedeného v závere príspevku je doplniť výučbové materiály o terminologický a výkladový slovník školského manažmentu pre študentov učiteľstva v tlačenej a elektronickej forme.

Požiadavky k príprave e-slovníka

Jednotlivé heslá terminologického slovníka budú tvoriť poprední odborníci v oblasti školského manažmentu a komparatívnej pedagogiky zo slovenských a českých univerzít, čím by sme chceli rozšíriť využitie slovníka v praxi. Tvorba slovníka predstavuje kontinuálnu súčasť tvorby moderných didaktických prostriedkov určených na výučbu predmetu Školský manažment pre študentov učiteľstva v rámci všeobecného učiteľského základu.

Na základe monitoringu výučby predmetu Školský manažment na niektorých univerzitných pracoviskách v SR a v ČR, ktoré už používajú za týmto účelom vyššie uvedené didaktické prostriedky, sme zistili, že je potrebné niektoré nové pojmy vysvetliť podrobnejšie, resp. existujúce doplniť o aktuálne interpretácie v súlade s moderným manažmentom vzdelávania. Táto požiadavka bola odôvodnená potrebou lepšieho pochopenia existujúcich a nových pojmov v školskom manažmente

V rámci tvorby terminologického a výkladového slovníka sme sa rozhodli zostaviť aj jeho elektronickú verziu, ktorá bude vytvorená v prostredí LMS Moodle. Uvedené prostredie totiž umožní študentom a vysokoškolským pedagógom lepšiu dostupnosť a tvorcom možnosť priebežnej aktualizácie a doplnenia jednotlivých hesiel. Elektronická verzia bude rešpektovať všetky metodologické a procesné požiadavky na tvorbu jednotlivých hesiel.

Výhody využitia e-slovníka

Vzhľadom k uvedenému je výhodou elektronického spracovania nepochybne jednoduchšia orientácia v informáciách, rýchle vyhľadávanie výkladu obsahu daného pojmu. Medzi ďalšie pozitíva elektronickej verzie slovníka sa zaraďuje i možnosť pripojiť k jednotlivým heslám (okrem textu) aj ďalšie zdroje obsahujúce podrobnejšie vysvetlenie, príklady ich použitia v kontexte, prípadne súvislosti s inými heslami. Vzhľadom k súčasným požiadavkám študentov a učiteľov z praxe, digitálna verzia terminologického a výkladového slovníka poskytne názornejší a atraktívnejší rozmer výkladu jednotlivých hesiel tým, že budú doplnené iným multimediálnym obsahom, ako napr. obrázkami, animáciami, videom, či zvukovými nahrávkami. Pokiaľ by autori elektronického slovníka využili alternatívu umožňujúcu študentom pridávať k vloženým heslám komentáre, je elektronický slovník vhodným nástrojom na rozvíjanie ich kritického myslenia. Uvedené prostredie totiž umožní študentom a vysokoškolským pedagógom lepšiu dostupnosť a tvorcom možnosť priebežnej aktualizácie a doplnenia jednotlivých hesiel. [3]

Výhodou elektronickej verzie slovníka je možnosť podporiť kolaboratívnu činnosť študentov vytvorením vedľajšieho slovníka, kde sa umožní pridávanie nových hesiel. Cieľom kooperatívnych aktivít je rozvoj schopnosti pozerat' sa na problém očami iných, brať ich do úvahy, rozlišovať problémy, ktoré je možné vyriešiť samostatne a ktoré vyžadujú spoluprácu. Ďalšou funkcionalitou je modifikácia stanovených pravidiel formou diskusie a dosiahnutím konsenzu. Študenti sa tak učia spolupracovať, komunikovať a vzájomne sa hodnotiť. [2]

Práca s e-slovníkom

Kto už niekedy viac či menej pracoval s elektronickým a knižným slovníkom, bude pravdepodobne súhlasiť s tvrdením, že elektronické slovníky nesmierne zrýchľujú a uľahčujú prácu. Avšak môžeme sa stretnúť aj s tým, že mnohé (najčastejšie zdarma distribuované) slovníky dostatočne neuvádzajú obmedzenie, významy a tzv. minimálny kontext, t. j. niektoré základné spojenia, v ktorých sa dané slovo často používa. [6]

Celý postup, ako prispieť k úsiliu o skvalitnenie práce s e-slovníkom je veľmi jednoduchý. Zapisujete si vyhľadané slovíčka nie rukou na papier, ale do súboru v počítači. Zvlášť ak pracujete s e-slovníkom, ktorý umožňuje hromadný import databáze, rozhodne nebudete ľutovať vynaložené úsilie, lebo z vytvoreného súboru je potom veľmi ľahko možné importovať slovíčka, ktoré ste boli nútení hľadať v knižných slovníkoch. Do e-slovníku si môžete doplniť aj vlastné poznámky o kontexte, či význame, v akom ste sa stretli v literatúre a ktorý váš e-slovník neuvádza. Keď neskôr

budete znovu hľadať ten istý výraz, lebo si ho na prvý krát nezapamätáte, tak sa vám tieto prírastky vo vlastnej databáze budú určite veľmi hodiť. Samozrejmosťou je možnosť ako e-slovník, tak aj vlastnú databázu textových súborov do ktorých si vpisujete k slovíčkam poznámky, si celú vytlačiť a ďalej s ňou pracovať. Často je možné počuť varovanie pred e-slovníkmi, ale problém nespočíva práve v e-slovníkoch ale v kvalite elektronickej databáze. [6]

Pri e-slovníku je nutné, ako sme už popísali v prvej časti príspevku dbať na maximálnu spoľahlivosť databáze hesiel a to ako do správnosti tak aj do úplnosti daného slova, slovného spojenia.

Základné funkcionality tvorby e-slovníka v LMS Moodle

Prostredníctvom aktivity Slovník v LMS Moodle môžeme vytvárať encyklopédiu pojmov. Definované pojmy a slová je možné usporadúvať do rôznych kategórií, ktoré je možné sprístupniť pre všetky typy študijných materiálov a aktivít. [1]

Pre vytvorenie slovníka musíme z menu *Pridať aktivitu* zvoliť položku *Slovník*. V zobrazenom okne je význam jednotlivých nastavení nasledovný:

- *Názov a popis* – stručný, výstižný názov a popis obsahu aktivity
- *Počet záznamov na stránke* – zadefinovanie maximálneho počtu zobrazených záznamov na jednej stránke.
- *Typ slovníka* – nám umožní zadefinovať možnosti prenosu položiek medzi rôznymi typmi slovníkov. K dispozícii sú Vedľajší a Hlavný slovník. Hlavný slovník môže byť v každom kurze iba jeden a aktualizovať ho môžu len pedagógovia. Vedľajší slovník si môžu vytvárať aj študenti a je možné z neho následne prenášať pojmy aj do hlavného slovníka. Študenti však môžu pridávať záznamy len do vedľajšieho slovníka. Učiteľ môže následne ich aktivitu ohodnotiť.
- *Povoliť komentár na záznam* – účastníkom kurzu je nastavením áno umožnené pridávať k jednotlivým definíciám komentáre.
- *Implicitne schválené* – voľba umožňuje učiteľovi nastaviť schvaľovanie záznamov slovníka, ktoré pridá študent. Voľba áno automaticky sprístupní položky študentom, voľba nie pre zverejnenie vyžaduje schválenie učiteľom.
- *Formát zobrazenia* – určuje formát slovníka, teda spôsob, akým sa budú jednotlivé položky zobrazovať. K dispozícií sú typy: encyklopedický, jednoduchý slovníkový (zodpovedá bežnému tlačnému slovníku), kompletný zoznam s alebo bez autora, súvislý, zoznam záznamov.
- *Často kladené otázky* – automaticky vkladá pred kľúčové slovo slovíčko „otázka“ a pred vysvetlenie slovíčka „odpoveď“. Predstavuje možnosť vytvoriť sekciu často kladených otázok (FAQ). [5]

Ak rozvíjame myšlienku použitia Slovníka ako kooperatívnu aktivitu v e-learningovom kurze, zistíme, že existuje množstvo situácií, v ktorých ho môžeme s úspechom použiť. Možností nastavení ďalších funkcionalít je omnoho viac, rozsah tohto príspevku nám však neumožňuje ich všetky popísať.

Záver

Slovníky predstavujú jednu z najdôležitejších učebných pomôcok vo výučbe. Súčasná situácia často núti pedagógov, najmä na univerzitách, aby zostavovali slovníky z tých oblastí, v ktorých pracujú. Pri tejto práci zákonite narážajú na rôzne úskalía a musia prekonávať množstvo prekážok, ktoré sa vynárajú v každej etape lexikografickej práce,

či už ide o výber lexikálnych jednotiek, zaraďovanie gramaticko-morfologických alebo fonetických charakteristík, riešenie problematiky formálneho zaradenia slovných spojení a v neposlednom rade formálnu stránku a úpravu slovníka. [2]

V príspevku sa len veľmi stručne venujeme opisu prípravy a tvorby elektronického slovníka v LMS Moodle pre predmet Školský manažment. Dovoľujeme si tvrdiť, že použitie takýchto elektronických slovníkov je jednoduché, vyhľadávanie hesiel rýchle a kvalita dát je tak výrazná, že takéto typy slovníkov prevyšujú ostatné produkty.

Príspevok bol vytvorený ako súčasť riešenia projektu KEGA č. 007UK-4/2016 Príprava a tvorba terminologického a výkladového slovníka školského manažmentu pre študijné odbory učiteľstva a prípravu vedúcich pedagogických zamestnancov s následným doplnením jeho funkcionalít v elektronickom prostredí LMS Moodle.

References - Literatura

- (1) DRLÍK, M., ŠVEC, P., MESÁROŠOVÁ, M. (2013). 1. vyd. Moodle – Kompletní průvodce tvorbou a správou elektronických kurzů. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978-80-251-3759-8.
- (2) KADNÁR, J., KADNÁR, M. (2011). The implementation of ICT in electronic dictionaries. In: Nové technologie ve vzdělávání: Vzdělávací software a interaktivní tabule : Vědecko-odborná konference, 15. - 17.11.2011, Olomouc, ČR. - Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2011. - ISBN 978-80-244-2941-0. - S. 95-98
- (3) LEW, R. (2012) How can we make electronic dictionaries more effective? In: Sylviane Granger and Magali Paquot, (eds.) Electronic Lexicography. Oxford: Oxford University Press. 343-361 p., ISBN: 9780199654864
- (4) LEW, R. (2015) Research into the use of online dictionaries. International Journal of Lexicography, Vol. 28, No.2, pp. 232–253. ISSN 1477-4577
- (5) ŠVEJDA, G. a kol. (2006) Vybrané kapitoly z tvorby e-learningových kurzov. [online]. Pdf UKF Nitra. ISBN 80-8050-989-1. Dostupné z: edu.ukf.sk/file.php/1/files/moodle_tvorba_kurzov_UKF_Nitra.pdf.
- (6) ZBÍRAL, D. (2016) Počítačové slovníky. [online]. [cit. 2016-10-20]. Dostupné z <[http:// www.david-zbiral.cz/EI-slovniky-plnaverze.htm#_Toc151656816](http://www.david-zbiral.cz/EI-slovniky-plnaverze.htm#_Toc151656816)

Contact Address - Kontaktní adresa

Ing. Eva Tóblová, PhD.
Katedra pedagogiky a sociálnej pedagogiky
Pedagogická fakulta, Univerzita Komenského
Račianska 59
813 34 Bratislava, Slovenská republika
E-mail: toblova@fedu.uniba.sk

**KNOWLEDGE OF THE FRANCHISING CONCEPTS, WHICH WE
KNOW FROM MEDIA - AREA FAST-FOOD RESTAURANTS**

**POZNATKY Z MEDIÁLNĚ ZNÁMÝCH FRANCHISINGOVÝCH KONCEPTŮ
– OBLAST FASTFOODŮ**

Lenka TURNEROVÁ – Jan CHROMÝ - Zuzana NÁCALOVÁ

Ленка ТУРНЕРОВА - Ян ХРОМЫ - Зузана НАЦАЛОВА

Abstract:

This paper presents knowledge from applied research of franchising concepts. This part of the research focused on four important, best medially known of franchising concepts in the field of fast-food restaurants. Compared were their history, expansion in the world, demands for the franchisees by franchisors and scope of products (services). Obtained knowledges are appropriate to include in the teaching of franchising.

Abstrakt:

Tento článek přináší poznatky z části aplikovaného výzkumu franchisingových konceptů. Tato část výzkumu byla zaměřena na čtyři významné, mediálně nejznámější franchisingové koncepty z oblasti fastfoodů. Porovnávána byla jejich historie, rozšíření ve světě, nároky na franchisanty ze strany franchisorů a rozsah poskytovaných produktů (služeb). Získané znalosti je vhodné zařadit do výuky franchisingu.

Keywords:

Franchising, franchisee, history, requirements, services

Klíčová slova:

Franchising, franchisant, historie, požadavky, služby

Úvod

Pojem fastfood je v Čechách používán od příchodu prvních zahraničních řetězců ze západní Evropy, které začaly poskytovat rychlé občerstvení, spojené s rychlou přípravou, rychlým servisem, minimální obsluhou a v neposlední řadě i rychlou konzumací.

Významnou roli v jeho rozšíření hrál franchising, definovaný jako odbytový systém, jehož prostřednictvím se uvádí na trh zboží a/nebo služby a/nebo technologie. Tento systém se opírá o úzkou a nepřetržitou spolupráci právně a finančně samostatných a nezávislých podnikatelů – franchisora a jeho franchisantů. Franchisor zaručuje svým franchisantům právo a zároveň jim ukládá povinnost provozovat obchodní činnost v souladu s jeho koncepcí (Gonda a kol., 2015, s. 4).

Pro začínající podnikatele je franchising prostředkem, díky kterému lze obstát v konkurenci proti silným a dobře zavedeným firmám (Řezníčková, 2009). Tato forma podnikání bývá nejvýhodnější pro malé a střední podnikatele. Nejčastěji je zastoupena v oblastech služeb (restaurace, rychlé občerstvení, realitní kanceláře, hotelnictví) a obchodu (obchod s kosmetikou a móda). Může být provozována jak v zemi franchisora, tak v zahraničí (Turnerová - Chromý, 2014, s. 83).

Pojem „franchisa“ má původ již ve středověké Francii, kde tento pojem označoval předání privilegií třetí osobě, která za odměnu směla ve státním zájmu vyrábět nebo obchodovat (DRING Consulting s.r.o., 2009).

První společností, která umožnila svým prodejcům prodávat produkty pomocí franchisového systému byla v roce 1860 „Singer Sewing Machine Company“ (Lamich a kol., 2008).

Moderní franchising se rozšířil na začátku 20. století v USA jako důsledek rozvoje automobilismu. Začaly vznikat sítě distributorů automobilů, provozovatelů čerpacích stanic, drugstorů a motelů.

Po 2. světové válce se nejvíce rozšiřoval franchising v oblastech hotelnictví, stravování a rychlého občerstvení. Díky tomu mohli malí nezávislí podnikatelé lépe obstát v konkurenčním boji s velkými podniky (DRING Consulting s.r.o., 2009).

V roce 1972 byla založena nezisková profesní asociace Evropská franchisová federace, která sdružuje a podporuje mezinárodní i národní franchisové systémy, a se snaží o podporu, rozvoj a vytváření příznivých podmínek pro podnikatele (Gonda a kol., 2015).

Franchising je nejvíce rozšířen v USA, kde je přibližně jedna třetina maloobchodů provozována na jeho základě. V Evropě je franchising nejvíce rozšířen ve Francii, Německu, Velké Británii a Itálii“ (Řezníčková, 2009, s. 3).

V Čechách (Československu) se franchising začal rozvíjet po roce 1989 v souvislosti se změnami možností podnikání a zákonů.

1. franchisová pobočka na území ČR byla otevřena 20. března 1992 v Praze, kdy ve Vodičkově ulici byla otevřena první restaurace McDonald's. Jednalo se o otevření nejen první fastfoodové restaurace v ČR, ale současně i o otevření první franchisové pobočky v ČR vůbec.

Podle portálu Franchising.cz se v roce 2015 počet franchisových konceptů v ČR rozrostl na 250 konceptů s celkovým počtem 6 500 franchisových poboček. Současným trendem je Český původ většiny konceptů působících na tuzemském trhu. Nejvíce systémů je v oblasti restaurací, kaváren, čajoven a rychlého občerstvení (Rozvoj franšizingu v Česku, 2016).

1 Komparace franchisingových konceptů v ČR

Rozdíly mezi franchisingovými koncepty nacházíme nejen mezi fastfoodovými koncepty, ale dokonce i mezi jednotlivými provozovny téhož konceptu. Přitom vždy záleží na velikosti provozovny a jejím umístění.

1.1 Historie a vývoj

Rok vzniku první provozovny, ze které se později vyvinul franchisingový koncept, počet zemí, ve kterých je koncept využíván, a celkový počet provozoven jsou uvedeny v tab. 1.

Tab. 1 - Obecné informace o konceptech

Název konceptu	Vznik první		Počet	
	restaurace	franchisy	zemí	provozoven
McDonald's	1937	1955	119	36 258
KFC	1930	1952	130	18 000
Bageterie Boulevard	2003	2003	3	23
Subway	1965	1974	107	43 000

(Nácalová, 2016)

Nejvyššího počtu provozoven, současně za nejkratší dobu, dosáhla společnost SUBWAY s 43 000 otevřenými provozovnami ve 107 zemích. Nejmladším a zároveň jediným českým franchisingovým konceptem ze srovnávaných je společnost Bageterie

Boulevard, která svoji první restauraci a zároveň i svoji první franchisovou provozovnu otevřela v roce 2003 a k dnešnímu dni má své pobočky otevřeny pouze ve 3 zemích vč. ČR.

1.2 Prodejní síť v ČR

Rok, místo vzniku a současný počet provozoven a franchisantů je uveden v tab. 2.

Tab. 2 – Prodejní síť konceptů v ČR

Název konceptu	Vznik a otevření		Počet	
	rok	místo	Provozoven	Franchisantů
McDonald's	1992	Vodičkova ul. Praha 1	119	18
KFC	1994	Vodičkova ul. Praha 1	130	1
Bageterie Boulevard	2003	Vítězné nám. Praha 6	3	17
Subway	2004	Karmelitská ul., Praha 1	107	12

(Nácalová, 2016)

1.3 Vstupní a platební podmínky

Vstupní podmínky pro franchisanta, nejsou u jednotlivých konceptů stejné. Vstupní a průběžné poplatky nejsou jediným nákladem, který je spojen s nákupem franchisy. Kromě toho je třeba počítat ještě s investicí do zařízení restaurace, do nákupu zásob surovin, a platby za pronájem prostor restaurace.

Společnost McDonald's jako jediná z konceptů striktně trvá na vlastním výběru lokality pro pobočku a neumožňuje tak vlastní iniciativu franchisanta.

Platební podmínky stanovené jednotlivými franchisingovými koncepty jsou uvedeny v tab. 3. Nejvíce odlišný ze srovnávaných konceptů je nákup franchisy konceptu KFC. Franchisant si v tomto případě kupuje právo provozování restaurací v určitém regionu, což v ČR představuje území celého státu. Podle oficiálních webových stránek společnosti KFC.com činí investice 1,5 milionu USD což je v přepočtu 36,906.000,- Kč. Dále musí mít 750 000 USD což v přepočtu představuje částku ve výši 18 453.000,- Kč v hotovosti nebo jako likvidní aktivum, které by bylo možné na hotovost převést do deseti pracovních dní. Výše této investice činí koncept KFC nejnákladnějším konceptem ze srovnávaných konceptů.

Jediný český koncept ze srovnávaných - Bageterie Boulevard má vstupní poplatky stanovené ve výši 15.000 EUR, což představuje částku 403.350,-Kč. Výše této platby odpovídá přesnému dvojnásobku za vstupní poplatek u konceptu SUBWAY, ale na druhou stranu jednu třetinu platby požadované společnostmi McDonald's a KFC. Součet průběžných a marketingových poplatků je na nejnižší úrovni ze srovnávaných konceptů. Náklady na vybudování provozovny jsou odhadovány na 3 až 15 milionu korun, v závislosti na velikosti a umístění provozovny. Jako jediný koncept uzavírá smlouvu s franchisantem jen na 10 let oproti ostatním konceptům, kteří uzavírají smlouvu na 20 let.

Tab. 3 – Platební podmínky konceptů

Název konceptu	Vstupní poplatky	Průběžné poplatky	Marketingový poplatek	Celková investice	Délka smlouvy
McDonald´s	1 107 180	5 %	5-6 %	19 000 000	20 let
KFC	1 107 180	5 %	5 %	36 906 000	20 let
Bageterie Boulevard	403 350	6 %	2 %	3 000 000 až 15 000 000	10 let
Subway	201 675	8 %	4,5 %	1 500 000 až 3 500 000	20 let

(Nácalová, 2016)

Pozn.: Částky jsou přepočteny z USD a EUR dle kurzu ČNB v době psaní článku (USD/Kč 24,604 a EUR/Kč 26,890).

1.4 Nabízené služby

Ceny srovnatelných produktů - nejlevnějších produktů, nejlevnějších salátů, nejdražších produktů, studených nápojů a teplých nápojů vždy u každého jednotlivého fastfoodového konceptu jsou uvedeny v tab. 4. Vycházíme z předpokladu, že cena nabízených produktů může mít vliv na množství zákazníků a tím na příjmy a zisk restaurace. Do určité míry lze tyto údaje využít při úvodní analýze franchisového konceptu pro naše podmínky.

Tab. 4 - Cenová nabídka produktů

Název konceptu	Cena nejlevnějšího produktu	Cena nejlevnějšího salátu	Cena nejdražšího produktu (menu)	Cena studeného nápoje (voda)	Cena teplého nápoje (káva)
Mcdonald´s	25 Kč	25 Kč	179 Kč	25 Kč	25 Kč
KFC	32 Kč	35 Kč	209 Kč	35 Kč	25 Kč
Bageterie Boulevard	39 Kč	39 Kč	149 Kč	39 Kč	29 Kč
Subway	85 Kč	115 Kč	180 Kč	35 Kč	25 Kč

(Nácalová, 2016)

2 Důležité údaje pro výuku

Podnikání na bázi franchisingu a nákup ověřeného konceptu umožňuje snadnější vstup na trh s vyšším předpokladem úspěšného udržení se na něm. Každý zájemce o franchisu by ale měl zvážit, zda tato forma podnikání odpovídá jeho zvyklostem, zda je ochoten vyšší míru jistoty úspěchu vyměnit za ztrátu svobody rozhodování proti samostatnému podnikání.

Vedení ze strany franchisora a jeho některá striktní nařízení, které musí franchisant dodržovat, mohou být pro kreativně založeného podnikatele omezující do té míry, že nákup jakéhokoliv konceptu pro něj nebude přijatelný. Koupí franchisového konceptu, naopak ocení zájemce, který má do podnikání sice chuť, ale vedení a rady zkušenějšího potřebuje. *Doporučujeme tedy pečlivé zvážení, zda je tento tip podnikání, pro potenciálního zájemce vůbec vhodný.*

Každý ze srovnávaných konceptů má své výhody i nevýhody, proto není možné jednoznačné určení jen jednoho franchisového konceptu, který by byl za všech okolností nejvhodnější volbou pro podnikání franchisanta. Volba konceptu je vždy závislá na individuálních požadavcích a očekávání ze strany franchisanta, a také na jeho schopnostech naplnit požadavky ze strany franchisora. Pro eventuální volbu vhodného konceptu je nezbytné posuzování konceptu z více aspektů, než je jen výše jeho vstupních a průběžných poplatků a výše nutné počáteční investice pro otevření restaurace. Každý franchisant by měl proto při své volbě zohlednit i další požadavky, které jsou na něj kladeny ze strany franchisora a vzít v úvahu, zda bude schopen a ochoten těmto požadavkům dostát. Při své volbě by měl franchisant také vzít v úvahu i předpokládanou dobu návratnosti jím vložených finančních prostředků.

Na druhé straně ani dostatečně vysoký finanční kapitál nebo chuť podnikat nezaručuje zájemci, že mu franchisová licence bude udělena. Je nutné si uvědomit, že o definitivním rozhodnutí o přidělení franchisy rozhoduje franchisor. Jeho konečné rozhodnutí je též ovlivněno mnoha faktory a důvody, které ho ke svému zamítavému postoji vedly a které nemusí zájemci o franchisu sdělovat.

Určitou nevýhodu lze spatřovat i v délce trvání smlouvy, kdy nákup franchisové licence zavazuje franchisanta k dlouhodobé spolupráci a k vynaložení značných finančních prostředků a kdy není možný nákup licence na kratší dobu s nižšími investičními nároky. Některé koncepty nabízí franchisantům k prodeji, některé ze svých již otevřených a zavedených provozoven, které dosud provozují sami.

Ideální by byl případ, kdy by bylo možné provoz již plně vybavené a zavedené provozovny předat franchisantovi s franchisovou smlouvou, která by byla na počátku uzavřena na kratší období a za méně peněz. V případě oboustranné spokojenosti, by tato smlouva samozřejmě mohla být po jejím uplynutí opět prodloužena.

Ani dosavadní oblíbenost a následná ziskovost konceptu nezaručuje 100% dlouhodobý úspěch a je možné, že oblibu fastfoodových konceptů předčí obliba samostatné restaurace s originální nabídkou.

Většímu rozvoji franchisingu by pravděpodobně prospělo částečné přenesení vstupních investic do vyšších průběžných poplatků v době, kdy je franchisant již finančně soběstačný. To splňuje koncept společnosti SUBWAY, který je ve svém počátku nejméně finančně zatěžující a franchisor kompenzuje tuto nižší vstupní investici až příjmem z průběžných poplatků odváděných během provozování restaurace, které jsou ve srovnání s ostatními koncepty pro změnu vyšší. Vysoká finanční zátěž kladená na franchisanta v době, kdy ještě nevytváří žádný zisk a nemá žádný pravidelný příjem, a současně veškerý svůj čas věnuje vybudování provozovny a zaškolování se na pozici franchisanta vytváří neúměrný tlak, který by tak bylo možné trochu snížit. Tím by sice došlo ke zvýšení dostupnosti nákupu konceptů pro širší skupinu zájemců o franchisu, současně zpřísněné podmínky kladené na franchisanta by následně mohly přinést zvýšení kvality vedení daných provozoven.

Pro franchisanta představují nejvyšší vstupní investice náklady na vybudování a zařízení samotné provozovny. Proto by bylo ideální pořízení vybavení formou nějakého druhu leasingu, tak aby celková výše nákladů byla rozdělena do nižších měsíčních plateb, které by byly hrazeny až z tržeb provozovny. Z tohoto pohledu je finanční náročnost nejvyšší u konceptů McDonald's a KFC.

Podmínkou, na jejíž splnění by měl dohlížet franchisor, je počet provozoven v dané lokalitě, který by měl být stanoven tak, aby nedocházelo k vybudování neomezeného

množství provozoven téhož konceptu. To by ve svém důsledku vedlo ke snížení tržeb v jednotlivých provozovnách, které by si tak neúměrně konkurovaly.

Povědomí o existenci různých konceptů ze stejné oblasti není u veřejnosti srovnatelné. Na jedné straně stojí v České republice velmi známé a populární řetězce společností McDonald's a KFC a na druhé straně popularity se nacházejí řetězce společností Bageterie Boulevard a SUBWAY. Přestože je koncept společnosti SUBWAY nejrozšířenější fastfoodovým konceptem ve světě, jeho popularita a četnost v České republice je z mého pohledu značně nižší. Tomu by měl věnovat pozornost franchisor, např. s využitím marketingových nástrojů.

Poskytování franchisové licence pro velké území pouze jednomu franchisantovi, tak jak ji uděluje společnost KFC, je pravděpodobně nejméně vhodná.

Stravování ve fastfoodových restauracích je velmi oblíbené zejména u mladší generace. Již nějaký čas se poukazuje na jeho nízkou výživovou hodnotu a na nevhodné technologické postupy při přípravě pokrmů, zejména smažení. Další příležitost pro rozvoj franchisingu v oblasti fastfoodů jsou nepochybně v rozšíření jejich současné nabídky zařazením více pokrmů zaměřených na zdravou výživu a dietní stravování. Na tento druh stravování se z objektivních důvodů orientuje stále více lidí, a zdravá výživa se stává stále vyhledávanější. Takto rozšířenou nabídkou by koncepty získaly více z rostoucího počtu zákazníků, zajímajících se o diety. Na nabídku zdravé výživy klade momentálně největší důraz společnost Bageterie Boulevard.

Závěr

Provozovny nabízející rychlé občerstvení se neustále rozrůstají. To je dáno nejen počtem individuálně vznikajících restaurací, ale také expanzí podnikání na základě franchisingových licenčních smluv.

Dle statistik je franchising šestkrát úspěšnější než samostatné podnikání (DRING Consulting s.r.o., 2009). Snadnější prosazení na trhu je důsledkem využití silné (známé) značky, která je již v povědomí zákazníků. Dlouhodobá existence firmy, je sama o sobě známkou toho, že byla schopna své zákazníky dobře uspokojit, důsledkem čehož je zase zájem podnikatelů se k takovéto firmě připojit. Někdy je dlouhá tradice podniku sama o sobě to, co zákazníka přesvědčí.

Podnikání na základě franchisové smlouvy nebude vyhovovat podnikatelům, kteří jsou příliš kreativní a nebudou ochotni se příliš přizpůsobovat a podřizovat.

Franchisové podnikání neposkytuje záruku úspěchu, i když jeho úspěch je více než pravděpodobný.

Na základě porovnání čtyř fastfoodových konceptů jsme dospěli k závěru, že žádný z porovnávaných konceptů nelze jednoznačně stanovit jako nejvýhodnější pro franchisové podnikání. Nelze ani jednoznačně určit, zda je franchisové podnikání v oblasti rychlého občerstvení perspektivnější a bezpečnější, než individuální podnikání. Prosperita restaurace bude spíše záviset na jejím dobrém vedení a vhodné marketingové strategii. Případná individualita a jedinečnost restaurace a její řádné a poctivé vedení si své zákazníky také určitě najde.

Pro objektivnější zhodnocení jednotlivých konceptů by bylo nutné porovnat nejen jejich vstupní a průběžné poplatky, ale i porovnat jejich ziskovost a tím návratnost vloženého kapitálu.

References - Literatura

- (1) DRING Consulting s.r.o. Informační brožura o franchisingu. 2009 [cit. 2015-09-07], s. 3. Dostupné na: http://www.socr.cz/file/519/34_info_brozura_o_franchisingu.pdf
- (2) GONDA, J. a kol. (2015) *Franchising v České republice*. Praha: Česká asociace franchisingu, 2015. 176 s. ISBN 978-80-260-6814-3.
- (3) LAMICH, I. a kol. (2008) *Franchising v České republice*. Praha: Česká asociace franchisingu, 2008. 147 s. ISBN 978-80-254-2136-9.
- (4) NÁCALOVÁ, Z. (2016) *Komparace franchisingu v oblasti fastfoodů*. Praha, 2016. Bakalářská práce. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
- (5) Rozvoj franšizingu v Česku. 2016 [cit. 2015-09-10], Dostupné na internetu: <http://franchising.cz/abc-franchisingu/3/rozvoj-fransizingu-cesku/>
- (6) ŘEZNÍČKOVÁ, M. (2009) *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. 190 s. ISBN 978-80-7400-174-1.
- (7) TURNEROVÁ, L. - CHROMÝ, J. Informační technologie. 1. vyd. Praha: WoltersKluwer, 2014. 111 s. ISBN 978-80-7478-499-6.

Contact Adress - Kontaktní adresa

doc. Ing. Lenka Turnerová, Ph.D.
Ing. Jan Chromý, Ph.D.
Bc. Zuzana Nácalová
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
Svídnická 1
181 00 Praha 8
chromy@vsh.cz
turnerova@vsh.cz
z.nacalova@seznam.cz

Jan Chromý

Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference

Média a vzdělávání 2016 – Media & Education 2016

Reviewed Papers of the International Scientific Conference

Média a vzdělávání 2016 – Media & Education 2016

Vydal Extrasystem Praha

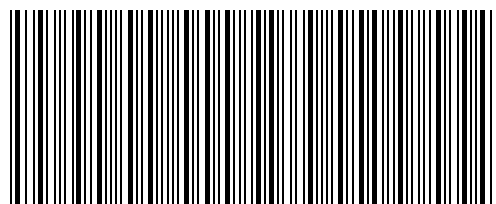
Elektronická publikace

Vydání první

150 stran 10,67 AA

ISBN 978–80–87570–35-7

Praha, 2016



978-80-87570-35-7