

Média a vzdělávání 2017 – Media & Education 2017
ISBN 978–80–87570–39–5

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 2017



Media & Education 2017

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 – 2017

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

Média a vzdělávání 2017 – Media & Education 2017

© Jan Chromý

Vydal/Published by: Extrasystem Praha © 2017

Myslíkova 27

110 00 Praha 1

Czech Republic

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

Svazek/Volume: 33

ISBN 978–80–87570–39–5

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 Krpáľková-Krelová, Ph.D. – SK

Ing. Eva Tóblová, 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

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

Organizing committee of international scientific conference Média a vzdělávání 2017 – Media & Education 2017 take this opportunity to thank all the independent reviewers for their willingness and the time for elaboration of review reports.

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

Organizační výbor mezinárodní vědecké konference Média a vzdělávání 2017 – Media & Education 2017 touto cestou děkuje všem recenzentům za ochotu a čas, který věnovali zpracování recenzních posudků.

Independent Major Reviewers – Nezávislí hlavní recenzenti

prof. PhDr. Libor Pavera, CSc. – CZ

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

Independent reviewers of articles – Nezávislí recenzenti článků

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

prof. V. G. Gorpenko – UA

prof. M. Lysychenko, DrSc. – UA

prof. V. Markova, DrSc. – UA

prof. Y. Megel, DrSc. – UA

prof. O. Semenets, Ph.D. – UA

prof. A. Shemaieva, Ph.D. – UA

prof. M. S. Vaskiv - UA

prof. Sergej Zavietny, DrSc. – UA

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

assoc. prof. V. Kostiuik, Ph.D. – UA

assoc. prof. Dr. Antonín Kulhánek, CSc. - CZ

assoc. prof. Iryna Pobezhenko, Ph.D. – UA

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

Ing. Ivan Čorný, Ph.D. – SK

Ing, Marie Fišerová, Ph.D. – CZ

N. V. Dmitrenko, Ph.D. – UA

JUDr. Jaroslav Hanzlík - CZ

Ing. K. Holecková, Ph.D. – CZ

Ing. Lucia Kristofiakova, Ph.D. – CZ

Ing. K. Krpalková Krelova, Ph.D. – SK

Y. Liubchenko, Ph.D. – UA

Mgr. Václav Maněna, Ph.D. – CZ

M. Mazorenko, Ph.D. – UA

A. Mikolaenko, Ph.D. – UA

J. Ribinska, Ph.D. – UA

Mgr. Ing. Josef Sedivy, Ph.D. – CZ

A. P. Tchmil, Ph.D. – UA

Ing. Eva Toblova, Ph.D. – CZ

Ing. et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. – CZ

PhDr. Jan Závodný Pospíšil, Ph.D. – CZ

N. Zikun, Ph.D. – UA

Ing. Eva Ottová – CZ

Ing. Miloš Sobek – CZ

Ing. Jan Šíba – CZ

Ing. Jiří Vávra – CZ

TABLE OF CONTENT
OBSAH

Present Trends of PR-education in Ukraine.....	8
<i>Vita Berezenko, Natalya Sanakoyeva</i>	
Using Videos in Training of Future Teachers of Economic Subjects.....	15
<i>Kateřina Berková, Alena Králová</i>	
The Institute of Screen Arts as a Mediapedagogical Project in the Ukrainian CRT Arts....	19
<i>Oleksandr Viktorovych Bezruchko</i>	
Formation Of Social Engineering into a Technological System: Historical Aspect.....	23
<i>Iryna Bondarenko</i>	
Czech Radio Broadcasting and his Target Audience Listeners	26
<i>Jan Chromý, Lenka Turnerová, and Monika Rohlíková</i>	
Verbal Synesthesia as a Source of Artistic Image	31
<i>Nataliia Dmytrenko</i>	
Amateur Media as a Tool of Ukraininian Educational System	35
<i>Anzhelika Dosenko</i>	
Academic Course «Practice of PR-activity» in Zaporizhzhia National University: Specifics of Teaching	41
<i>Kateryna Dotsenko</i>	
"The Hornet (Shershen)" as the First Ukrainian Political Satura in Journal in Russian Empire	46
<i>Oksana Garachkovska</i>	
The Formation of Media Literacy in the Library Environment	53
<i>Natalia Grabar</i>	
Integrality – The Way of Reconciliation of Science and Education.....	56
<i>Valentyna Ilganayeva</i>	
Media Education as a Component of Reforming Higher Educaton in Ukraine.....	59
<i>Olena Karpenko</i>	
Actual Directions in Public Relations in Ukraine	64
<i>Ruslan Kerimov</i>	
Media – help or damage?	70
<i>Roman Kořán</i>	
The Cash Flow and its Application in the Business Economy	74
<i>Pavel Krpálek, Antonín Kulhánek</i>	

The Importance of Material Didactic Means in the Preparation of Future Teachers at the University of Economics in Prague	78
<i>Katarína Krpálková Krelová</i>	
Mediaresource as a Necessary Attribute of the Modern Teacher-Philologist	82
<i>Svitlana Kryvoruchenko</i>	
Mass Media and Education: Philosophical Phenomenon	86
<i>Marina Mazorenko</i>	
Information Activity of the Ukrainian Emigration Media in the Time of the USSR (on the Example of the “Smoloskyp” Magazine)	89
<i>Alla Mykolaienko</i>	
Differentiation and Synthesis of Arts Cultural Oriented Methods of Shaping in the Visual Culture of the 20th Century	94
<i>Victoria Solomatova</i>	
Usage of Augmented Reality in Education Process	102
<i>Luboslav Straka</i>	
Creation of Multimedia Teaching Utilities	108
<i>Luboslav Straka</i>	
The Activities of State, Private and Cooperative Publishing Houses on the Production of Fiction in Ukraine (1917 - 1920s).....	112
<i>Ludmula Taran</i>	

Present Trends of PR-education in Ukraine

Vita Berezenko, Zaporizhzhya, National University, berezenkovita2017@gmail.com

Natalya Sanakoyeva, Zaporizhzhya National University, n_sanakoyeva@ukr.net

Abstract.

The article is devoted to the problems of modern PR education in Ukraine. The main goal of modern PR education is directly related to the social mission of the institution of public relations. Its main goal is professional activity in the field of social communications management. PR-specialists are called upon to solve diverse, complex tasks that require an integrated approach. The most typical of them are the formation of an optimal communication environment for the subject of communication, the creation of an effective publicity for him, the formation of a positive public opinion about his social position and activities, and the strengthening of his reputation.

The need to bring educational services for the PR sphere in line with the requirements of modern Ukrainian society, the needs of the individual, the new needs of the labor market is discussed.

The structure of the professional program of training specialists in the field of public relations in the Zaporizhzhya National University provides interactive and dynamic training and focuses on modern scientific research in the field of social communications and public relations, practical PR activities.

The professional training of specialists in the field of public relations concerns a number of problems. They are connected with the peculiarities of the adaptation of PR managers to the modern conditions, which manifest themselves in the specifics of the forms of professional activity.

Keywords

Educational services, PR- education, information, communication, public relations, ethics of PR

Introduction

Условия развития современного общества актуализируют процесс подготовки специалистов инновационного типа для разных сфер человеческой деятельности. Область социальных коммуникаций – не исключение. Особенно остро этот вопрос стоит на повестке дня для тех учебных заведений, где осуществляется подготовка специалистов для сферы связей с общественностью.

Main part

Formulation of the problem

Необходимость формирования и развития системы профессиональной подготовки кадров для связей с общественностью связана с демократизацией политической, экономической и общественной жизни в Украине. Сегодня развитие PR как отрасли социальной практики отражает потребность украинского общества в эффективных коммуникациях, способных его объединять, консолидировать и выводить на новый уровень развития. Выполнение этих задач сегодня возлагается на представителей

коммуникативных профессий, и, в первую очередь, на специалистов в области публичных отношений.

Недостаточная научная разработанность проблем PR-образования на национальном уровне объясняется некоторым отставанием в научном осмыслении как самого феномена PR, так и задач PR-сообщества как новой профессиональной группы, работающей в современных реалиях Украины. Это обуславливает актуальность исследования проблем PR-образования и требует тщательного анализа специфики данной профессиональной деятельности, которая может осуществляться как на государственном и региональном, так и на международном уровнях.

Основная цель современного PR-образования напрямую связана с социальной миссией института связей с общественностью, целью которого – профессиональная деятельность в сфере управления социальными коммуникациями, формирующая двусторонний информационный обмен между любой социальной структурой и общественностью. Фактически, им осуществляется важнейшая функция менеджмента, которая, как определяет И.Алешина [1], оценивает отношения общественности, идентифицирует политику и действия индивидуума или организации с общественными интересами и реализует программу действий для обретения ими общественного понимания и принятия.

Задачи, которые призваны решать PR-специалисты, многообразны, сложны, требуют комплексного подхода. Наиболее типичные из них – формирование оптимальной коммуникативной среды для субъекта коммуникации, создание эффективных для него публичных дискурсов и публицити, формирование позитивного общественного мнения о его социальной позиции и деятельности, укрепление репутации. Однако, как отмечает один из ведущих специалистов в области публичных отношений В. Королько [4], практическое решение этого вопроса даже в ведущих странах Запада, где функционирование профессиональной системы PR имеет почти столетнюю историю, еще нельзя считать окончательным.

На сегодняшнем этапе трансформации системы образования в Украине, ее модернизации, ориентацией на европейские стандарты качества предоставления образовательных услуг можно определить основные тренды, направления в образовании. Введение новых стандартов предполагает решение новых, актуальных образовательных задач. К наиболее актуальным проблемам PR-образования в современной Украине мы относим следующие:

- необходимость приведения образовательных услуг для сферы PR в соответствие с требованиями современного украинского общества, запросам личности, новым потребностям рынка труда (исследования последних лет показывают, что современный рынок труда требует от специалиста в области связей с общественностью не только глубоких теоретических знаний, но и способности самостоятельно их применять в нестандартных, изменяющихся жизненных ситуациях, что сделает возможным переход от общества знаний к обществу жизненно компетентных граждан);
- усовершенствование содержания PR-образования: актуальной остается проблема разработки государственных образовательных стандартов, усовершенствование учебных планов, программ и учебников;
- ориентированность структуры и содержания PR-образования на современные политические, экономические и культурные вызовы;

- разработку систем мотиваций, стимулирования инновационной деятельности в системе PR-образования и нивелирования рисков ее негативных последствий;
- усовершенствование системы подготовки, переподготовки, повышения квалификации научно-педагогических и управленческих кадров, задействованных в подготовке специалистов для PR-сферы.

Утвержденная в Запорожском национальном университете (ЗНУ) концепция PR-образования подготовлена ведущими специалистами факультета журналистики. Её цель – подготовка нового поколения высококвалифицированных специалистов для сферы связей с общественностью: с инновационным мышлением, систематизированными знаниями, передовыми компетенциями, необходимыми для работы в информационно-коммуникационной сфере, которые способны выполнять сложные специализированные задачи в такой области социальных коммуникаций, как связи с общественностью.

Образовательно-профессиональная программа подготовки в ЗНУ бакалавров и магистров в области связей с общественностью составлена на основе таких нормативно-правовых документов, как Закон Украины «О высшем образовании» (2014) [3]; Указ Президента Украины от 25 июня 2013 №344 / 2013 «О Национальной стратегии развития образования в Украине на период до 2021 года» [10]; Приказ Министерства образования и науки от 26 января 2015 № 47 «Об особенностях формирования учебных планов на 2015/2016 учебный год» [8]; Постановление Кабинета Министров Украины от 29 апреля 2015 № 266 «Об утверждении перечня отраслей знаний и специальностей, по которым осуществляется подготовка соискателей высшего образования» [9]; Приказ Министерства образования и науки от 13.05.2014 г. № 586 «Некоторые вопросы сочетаний направлений (специальностей) с дополнительными специальностями и специализациями, по которым осуществляется подготовка педагогических работников образовательно-квалификационных уровней бакалавра, специалиста, магистра» [7]; Приказ Министерства образования и науки от 06.11.2015 № 1151 «Об особенностях введения перечня отраслей знаний и специальностей, по которым осуществляется подготовка соискателей высшего образования, утвержденного постановлением Кабинета Министров Украины от 29 апреля 2015 № 266» [6]; Рамки квалификаций для Европейского пространства высшего образования (The Framework of Qualifications for European Higher Education Area, FQ-ENEA) Европейской рамки квалификаций для обучения в течение жизни (European Qualifications Framework for Lifelong Learning, EQF – LLL); Национальные рамки квалификаций; Письмо Министерства образования и науки 13.03.2015 № 1 / 9-126 «Об особенностях организации образовательного процесса и формирования учебных планов в 2015/2016 учебном году» [5]; методические рекомендации [2] и др. В рамках данной образовательной концепции в качестве объектов изучения выбраны, во-первых, социальные коммуникации в различных их проявлениях и видах, которые зависят от форм, технологий и сфер их использования, целей и задач; во-вторых, продукты социального общения; в-третьих, аудитория и другие потребители (пользователи) PR -продуктов.

Главная задача PR-образования в ЗНУ заключается в приобретении знаний, умений и навыков, формируемых из всесторонних и глубоких знаний коммуникативных теорий, школ и подходов, основных принципов и тенденций экспериментальной и исследовательской работы, мастерского владения полным арсеналом средств информационно-коммуникационной работы в сфере связей с общественностью, а

также масс-медийной, социально-коммуникационной, мониторинговой, консультативной работы, необходимой для осуществления PR-деятельности.

Структура профессиональной программы подготовки специалистов в области связей с общественностью в Запорожском национальном университете предусматривает интерактивное и динамичное обучение и ориентируется на современные научные исследования в области социальных коммуникаций и связей с общественностью, практической PR-деятельности. Это позволяет студентам приобрести необходимые навыки в области предоставления информационно-коммуникационных и PR-услуг, ориентирует студента на определение профессиональной специальности и возможностей в сфере профессиональной и научной карьеры. Профессиональная программа подготовки PR-специалиста в Запорожском национальном университете базируется на достоверных научных результатах и теоретических знаниях, которые тесно связаны с практическими навыками.

При разработке программ учебных дисциплин специалисты кафедры теории коммуникации, рекламы и связей с общественностью факультета журналистики ЗНУ опирались на развитие современных научных тенденций в мировой теории и практике по прикладным социальным коммуникациям и PR в частности. Программа развивает перспективы получения углубленных знаний из особенностей теоретического и практического обеспечения социально-коммуникационной деятельности в сфере связей с общественностью; предусматривает привлечение к преподаванию дисциплин и проведения интерактивных лекций докторов наук с большим опытом научно-практической работы, практикующих PR-специалистов, признанных специалистов в области социальных коммуникаций, масс-медийной и PR-деятельности.

Мы обращаем внимание на тот факт, что эффективной профессиональную программу подготовки PR-специалиста можно считать только в том случае, если она сформирует у будущих специалистов в области связей с общественностью новый перспективный способ мышления, способность не только применять усвоенные знания, но и генерировать новые, используя базу современных достижений теории PR и прикладных социально-коммуникационных технологий. Главный акцент делается на умении применить теоретические знания в практической PR-деятельности.

Важно отметить, что в ЗНУ в процессе профессиональной подготовки у студентов также формируют способность заниматься научно-исследовательской деятельностью, решая актуальные проблемы в сфере связей с общественностью и различных отраслях науки о социальных коммуникациях и прикладных социально-коммуникационных технологий.

Профессиональная подготовка специалистов в области связей с общественностью касается целого ряда вопросов, связанных с характерными особенностями их адаптации к современным условиям, проявляющихся в специфике форм профессиональной деятельности. Среди них мы выделяем следующие:

- формирование способности решать комплексные проблемы в процессе осуществления PR-деятельности, что предполагает глубокое переосмысление имеющихся и создание новых целостных знаний по теории социальных коммуникаций, и формирование эклективного подхода к решению задач PR-практики.
- овладение принципами структурной и функциональной организации PR-деятельности;

- осознание специфики применения PR-мероприятий и их влияния на конкурентоспособность объекта PR;
- умение объяснить пути укрепления конкретных преимуществ объекта PR;
- овладение основами планирования эффективных PR-коммуникаций для восстановления и поддержания положительного имиджа объекта PR;
- способность донести свою позицию до специалистов и неспециалистов; сотрудничество с широким кругом лиц для осуществления профессиональной деятельности;
- способность работать автономно, нести ответственность за достоверность информации в сфере связей с общественностью;
- овладение основами теории и практики PR, развития интерактивной PR-коммуникации, принципы применения основных моделей PR-коммуникации и влияние PR-средств и методов на целевые аудитории;
- умение получать дополнительные данные о состоянии PR-коммуникаций базисного субъекта;
- выявление признаков коммуникационных барьеров и нахождение путей их устранения,
- определение структуры и взаимосвязи каналов PR-коммуникации;
- использование социологических исследований как инструментов экспертизы эффективности связей с общественностью;
- способность эффективно формировать коммуникационную стратегию в профессиональной деятельности.

Особое внимание при обучении основ профессиональной деятельности специалисты ЗНУ уделяют необходимости соблюдения этических принципов работы в сфере публичных отношений, особенно в работе PR-менеджеров с клиентами. Кроме того, следует отметить, что современный подход к специалистам в области публичных отношений предполагает наличие у них следующих качеств, умений и навыков: быть ответственным и четко осознавать пределы своей компетентности при работе с клиентами; нести ответственность за принятие решения о соответствии PR-мероприятий функциональным возможностям, особенностям и потребностям клиента; знать основы научно-доказательной практики и методов прогнозирования и планирования PR-деятельности; уметь оценить конкурентные преимущества и потенциал клиента; устанавливать цели, планировать программу PR-деятельности и согласовывать их с клиентом; представлять четкое логическое обоснование целей и программы PR-деятельности при коммуникации с коллегами, специалистами, клиентом; быть ответственным за обоснование PR-целей, PR-программ и PR-действий; знать средства, методы, формы PR-деятельности; уметь создавать план, этапы и цели консультирования в сфере связей с общественностью; быть ответственным за профессиональные действия и осуществления консультативного процесса; знать основные актуальные направления в современной теории и практике PR; уметь совершенствовать профессиональную деятельность в соответствии с современными тенденциями в сфере PR-коммуникаций; быть ответственным за соблюдение принципа постоянного улучшения качества профессиональных услуг; способность осуществлять коммуникационную деятельность в сфере PR; способность соблюдать общепринятые нормы поведения и морали в отношениях с коллегами и клиентами – заказчиками PR-коммуникаций; умение общаться с разными категориями заказчиков PR-продукта; быть ответственным за надлежащий анализ и

интерпретацию полученной информации об объекте PR; уметь оценить функциональные возможности и индивидуальные потребности клиента; устанавливать вербальную и невербальную коммуникацию с клиентом при мониторинге конкурентоспособных свойств объекта PR; прогнозировать и определять реакцию целевых групп на проведение PR-мероприятий; уметь модифицировать программу PR-коммуникаций в структуре общего процесса организации связей с общественностью.

Программа профессиональной подготовки специалистов в сфере связей с общественностью в Запорожском национальном университете отражает современные требования к образованию, ориентируется на передовые технологии, обеспечивает быструю адаптацию к специфике форм профессиональной деятельности. Результатом обучения считается подготовка к работе на должности, требующей высшего образования в сфере социальных коммуникаций: в отделах по связям с общественностью государственных и коммерческих предприятий и учреждений, газет, журналов, на телеканалах и радиостанциях, в онлайн-изданиях; в пресс-службах общественных организаций, государственных органов власти и местного самоуправления, а также в сфере фриланса.

Conclusion

В конце хотелось бы отметить, что несмотря на то, что аккумулировать опыт ведущих в стране вузов, в которых готовят PR-менеджеров, помогают многочисленные научные и научно-практические конференции, открытые дискуссии, практические исследования, которые инициируются как Министерством образования и науки Украины, так и самим профессорско-преподавательским составом и специалистами, практикующими в сфере рекламы, журналистики и публик рилейшнз, до настоящего времени актуальным остается вопрос разработки стандартов высшего PR-образования нового поколения, согласованных с новой структурой образовательно-квалификационных (образовательно-научных) уровней высшего образования в Украине.

References

- [1] Алешина И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров / И. В. Алешина. — М.: ГНОМ-Пресс, 1997. — 256 с.
- [2] Захарченко В. М. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / Авт.: В. М. Захарченко, В. І. Луговий, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. — К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. — 120 с.
- [3] Закон України «Про вищу освіту» (2014 р.) .— [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/111-zakon-ukrayiny-pro-vyschu-osvitu>
- [4] Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. — К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2009. — 831 с.
- [5] Лист Міністерства освіти і науки 13.03.2015 № 1/9-126 «Щодо особливостей організації освітнього процесу та формування навчальних планів у 2015/2016

навчальному році» . — [Электронный ресурс]. — режим доступа:
<http://vnz.org.ua/dokumenty/spysok/7514-lyst-mon-ukrayiny-19-126-vid-13032015r>

- [6] Наказ Міністерства освіти і науки від 06.11.2015 № 1151 «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266». — [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/4636->
- [7] Наказ Міністерства освіти і науки від 13.05.2014 р. № 586 «Деякі питання поєднань напрямів (спеціальностей) з додатковими спеціальностями і спеціалізаціями, за якими здійснюється підготовка педагогічних працівників освітньо-кваліфікаційних рівнів бакалавра, спеціаліста, магістра». — [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/2482->
- [8] Наказ Міністерства освіти і науки від 26 січня 2015 року № 47 «Про особливості формування навчальних планів на 2015/2016 навчальний рік». — [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0132-15>
- [9] Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». — [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://www.kmu.gov.ua/control/ru/cardnpd?docid=248149695>
- [10] Указ Президента України від 25 червня 2013 року №344/2013 «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. — [Электронный ресурс]. — режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=60844

Using Videos in Training of Future Teachers of Economic Subjects

Kateřina Berková, University of Economics, Prague, katerina.berkova@vse.cz

Alena Králová, University of Economics, Prague, kralova@vse.cz

Abstract

This paper deals with the using videos in teaching of economic subjects at the universities and in future teachers' training. It presents the frequency and the possibilities of using video as a finished product of a distribution in the educational process. The authors describe the importance of videos as a reflective didactic medium for the preparation of future teachers of economic subjects during their practice.

Keywords

Video, Future Teachers' Training, Reflection, Economic Education.

Introduction

Příprava budoucích učitelů Fakulty financí a účetnictví na Vysoké škole ekonomické v Praze vyžaduje, aby absolventi získali pro uplatnění v budoucí profesi bohatou strukturu klíčových a odborných kompetencí. Musí získat nejen kvalitní, ale také praktické poznatky jak z podnikové sféry, tak i z učitelského prostředí středních i vyšších odborných škol. V současné době toto propojení zajišťuje využívání videí, proto práce s nimi v univerzitním prostředí nabývá stále na větším významu. Cílem příspěvku je popsat možnosti využití videí jako hotového distribučního produktu ve výuce ekonomických předmětů na vysokých školách. Druhou oblastí, kterou se příspěvek zabývá, je význam a využití videí v reflexní přípravě budoucích učitelů ekonomických předmětů na didaktické praxi.

Main part

Historie vývoje oboru učitelství ekonomických předmětů

Příprava učitelů ekonomických předmětů byla zahájena na Vysoké škole ekonomické v roce 1953, nejprve formou doplňujícího pedagogického studia a formou prezenčního studia. Za uvedené období prošla příprava mnohým vývojem nejen forem, obsahu, ale také metod práce učitelů a práce s prostředky didaktické techniky. Největšího pokroku od založení uvedeného oboru dosáhla právě technika. V roce 1953 byla výuka moderních technologií soustředěna na předmět *Technologie*, v 80. letech minulého století na předmět *Didaktická technika*, od roku 1990 byla také orientována na *Základy práce s počítači, s komunikačními sítěmi*, dále na *Využití počítačů ve výuce* [1]. V souvislosti s uvedeným vývojem se ve výuce stále více začalo využívat filmů s ekonomickou tematikou. Tak jak se měnily nosiče dat filmů (pásy, video pásy, CD, internet), zvýšila se možnost jejich využívání ve školním prostředí. V současné době se videí začalo využívat také pro praktickou přípravu budoucích učitelů jak v bakalářském, tak i magisterském stupni studia a v celoživotním vzdělávání. Uvedený materiální didaktický prostředek umožňuje posílit profesní profil absolventů, zejména strukturu měkkých dovedností jako je podnikavost, kreativitu, schopnost řešit problémy a problémové situace.

Využití videí ve výuce v podobě hotového distribučního produktu

V obecné rovině lze videa jako audiovizuální didaktický materiální prostředek považovat za funkční prostředek umožňující zvyšovat kvalitu vyučovacího procesu na všech úrovních vzdělávání. Mezi možné důvody lze uvést: (a) tento mediální prostředek *nabízí větší variabilitu* v uplatňování vyučovacích metod, (b) zároveň *snižuje monotónnost* vyučování, (c) *posiluje zajímavost* vzdělávacího obsahu. I navzdory uvedeným důvodům, proč by se měla videa ve výuce využívat, je na úrovni českého vzdělávání ještě nelze zařadit mezi nejvíce využívané didaktické prostředky. Nemusí se ale jednat pouze o distribuci zpracovaných videí jako hotového produktu studentům např. přes youtube.com, ale lze využít také vlastní tvorbu videí nejlépe v kombinaci s inscenačními metodami. Takováto kombinace je efektivní a našla si své uplatnění v přípravě nových učitelů k výkonu pedagogické praxe nejenom v ČR, ale také v zahraničí [3].

V roce 2017 byl v rámci projektu *Implementace metody případové studie a ekonomických her do sekundárního vzdělávání v kontextu rozvoje ekonomického myšlení a zkvalitňování prostupnosti s terciárním vzděláváním* realizován výzkum s cílem zjistit četnost výskytu a využití vyučovacích metod a materiálních didaktických prostředků v ekonomických předmětech na vysokých školách [2]. Výzkum reflektovat situaci u učitelů zajišťujících bakalářské studium. Jako výzkumný nástroj byl zvolen dotazník webového designu, který byl distribuován mezi učitele vysokých škol. Výsledky byly analyzovány ze souboru 62 relevantních odpovědí, především převažovaly odpovědi učitelů z VŠE v Praze (71% vzorku) a mladí učitelé s dvou až čtyřletou praxí. Šetřením bylo zjištěno, že učitelé nejvíce využívají diskusní metody a následně metody orientované na řešení problémových a rozhodovacích úloh (případové studie, problémové otázky aj.). Video, popř. webináře, které velice dobře slouží k otevření palčivých otázek daného tématu, se řadí k nejméně využívaným didaktickým materiálním prostředkům. Z hlediska frekvence využití ve výuce byla na škále *1-vůbec nevyužívám až 5-využívám velmi často* zjištěna průměrná hodnota 1,89. Z hlediska počtu respondentů ještě nevyužívá videa ve výuce 55% respondentů, což lze považovat za vysokou hodnotu.

Pro posílení profesního (ekonomického) profilu absolventů oboru učitelství ekonomických předmětů mají videa významnou roli, mohou napomáhat lepšímu pochopení obsahové ekonomické problematiky (např. videa o podstatě ziskových a neziskových organizací, veřejných službách, podnikových činnostech výrobních a nevýrobních organizací, o jejich finančním hospodaření a vazeb k národnímu a světovému hospodářství). Lze je nalézt např. přes *youtube.com*, *www.erudia.cz*. Svě místo nacházejí videa též v zařazování v oborové didaktice ekonomických předmětů a předmětových didaktikách (především v didaktice ekonomiky a didaktice účetnictví) v přednáškách. Při jejich využití je však třeba provést důkladnou analýzu cílů vyučovacího procesu a promyslet funkce, které mají plnit (tj. funkci informační, motivační, formativní, instrumentální, racionalizační, systematizační a upevňovací) [4, p. 297-298], jedině tak je možné přispět ke zvýšení účinnosti vyučovacího procesu, především k posílení zajímavosti vzdělávacího obsahu prostřednictvím přenesení exkurze do školního prostředí.

Práce s videi jako reflexní příprava nových učitelů ekonomických předmětů

V souvislosti s přípravou budoucích učitelů ekonomických předmětů nabývá stále na větším významu využití videí se systematizační a upevňovací, kontrolní, ergonomickou a řídicí funkcí [4, p. 297-298]. Z uvedeného důvodu se videa využívají s praxí studentů oboru učitelství v předmětových didaktikách ekonomiky a účetnictví. Didaktická praxe probíhá nejprve formou cvičení tzv. minivýstupů v prostředí své vysoké školy, následně pokračuje na obchodních akademiích. Na cvičeních budoucí učitelé simulují výuku určeného tématu

předmětu ekonomiky a účetnictví v rozsahu učiva obchodní akademie (syllabus kurzu 1DP506) [5]. Jedná se o uplatnění inscenační metody podle předem stanoveného scénáře (příprava vyučovací jednotky, příprava celé organizace vyučovacího procesu, střídání vyučovacích metod, práce učitele i žáků, příprava zápisů na tabuli, příprava prezentace). Studenti si zkouší roli učitele, ostatní studenti hrají role středoškolských žáků. Vyučující výuku nahrává videokamerou a poskytuje studentovi zpětnou vazbu vztahující se k dosaženým výchovně vzdělávacím cílům, obsahu učiva, vyučovacím metodám, organizačním a rétorickým schopnostem, práci s prostředky didaktické techniky.

Prostřednictvím videozáznamu a jednotlivých časových sekvencí je možno poukázat nejen na nedostatky, kterých se student v profesi učitele dopouští, ale též na jeho klady, což pozitivně ovlivňuje výstupy ostatních studentů. Uvedená analýza vyučovacího procesu vede studenty k pochopení důležitosti zpětné vazby, ke schopnosti provádět autoevaluaci vyučovací jednotky. Videozáznamy je možné dále zajišťovat na pokračující praxi studentů na obchodních akademiích a následně provádět porovnání obou výstupů včetně celkového vyhodnocení.

Conclusion

Příspěvek si kladl za cíl prezentovat možné přínosy využití videa ve výuce jako audiovizuálního didaktického prostředku, a to na úrovni distribučního produktu, který lze získat prostřednictvím veřejných webových portálů, či inscenační metody v reflexní přípravě budoucích učitelů ekonomických předmětů na VŠE v Praze. Tento způsob přispívá ke zkvalitnění nejenom přípravy budoucích učitelů, ale vyučovacího procesu obecně zajímavým způsobem, umožňuje transformovat teoretické poznatky do praxe. Přispívá k rozvoji klíčových kompetencí studentů, ke zlepšení komunikačních a prezentačních dovedností, kreativity, schopnosti řešit problémy. Použití moderních technologií (videokamery a záznamů) ve výuce je náročné na čas, ale výsledky budoucích učitelů v přípravě na pedagogickou praxi na středních ekonomických školách ukazují, že tento způsob je efektivní (studenti jsou schopni aplikovat moderní vyučovací metody i pracovat s moderními prostředky didaktické techniky).

References

- [1] ASZTALOS, O. a kol. *Almanach 60*. Praha: Oeconomica, 2013. ISBN 978-80-245-1938-8.
- [2] BERKOVÁ, K. Metodické portfolio v terciárním ekonomickém vzdělávání v kontextu potřeb trhu práce. In *Schola Nova, Quo Vadis?*. Praha, 10.10.2017. Praha : Extrasystem, 2017, s. 17–22. ISBN 978-80-87570-38-8.
- [3] CALANDRA, B. et al. Using Video Editing to Cultivate Novice Teachers' Practice. *Journal of Research on Technology in Education*, 42(1), s. 73-94.
- [4] KRÁLOVÁ, A., NOVÁK, J. a kol. *Teoretické aspekty racionalizace ekonomického vzdělávání*. Praha : Press22 s.r.o, 2014, s. 296-306. ISBN 978-80-905181-5-5.
- [5] Syllabus kurzu 1DP506 Didaktika ekonomiky s didaktickou praxí. [online]. 2017. Dostupný z WWW: <<http://www.vse.cz>>.

Příspěvek vznikl na základě podpory vědeckého projektu reg. č. IGS VŠE 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 za pomoci institucionální podpory Fakulty financí a účetnictví VŠE IP100040.

The Institute of Screen Arts as a Mediapedagogical Project in the Ukrainian CRT Arts

Oleksandr Viktorovych Bezruchko, Kyiv International University;
Corresponding member of the International Academy of Sciences
Pedagogical Education, oleksandr_bezruchko@ukr.net

Abstract

In this article we investigate the Institute of Screen Arts as a mediapedagogical project in the Ukrainian CRT Arts. The author of this article analysed the basic pedagogical means and methods of studying of the specialists of the audiovisual art and production in the Institute of Screen Arts.

Keywords

Media education, training, media content, Institute of Screen Arts, audiovisual art and production.

Introduction

Ukrainian Doctor of Study of Art, the Professor, the academician of the Higher School Academy Volodymyr Grygorovych Gorpenko in 2005 year created and headed the Institute of Screen Arts where being in a team of single-mindes he brought all the media-pedagogical ideas to life.

V.G. Gorpenko has successfully preparing experts for film and television in the leading Ukrainian universities of the corresponding profile: Kyiv National University of Theatre, Film, and Television named after I.K. Karpenko-Karyi, the Institute of Professional Development for Employees of Press, Television and Radio Broadcasting of Ukraine, Kyiv University of Culture, Kyiv National University of Culture and Arts, Lugansk State Institute of Culture, Kyiv National Academy of Leading Staff of Culture and Arts of Ukraine, Institute of television, cinema and theater of the Kyiv International University etc. [1].

All this time, he wanted to create his own Institute of Screen Arts in which he could implement all developments in media, “For 40 years of teaching and directing, especially when I was a dean at the Film Department of Kyiv State Institute of Theatrical Art named after I.K. Karpenko-Karyi, I and my colleagues agreed that we should radically change the very system of training of creative specialties.

It’s an illusion that art can be taught, as has been done for many years already, through the so-called “regimentation”. Experience demonstrates that it is better to learn through practical experience – to film, play, invent, and, after having done this, to look for and to obtain answers to a question, to acquire lacking knowledge and skills” [5, p.28].

That is why V.G. Gorpenko created the private institution of higher education Institute of Screen Arts (ISA).

Main part

The purpose of the article

To study and analyze the history of creation, the specificity of the functioning and the reasons of the closing of the Institute of Screen Arts.

In 2005 Institute of Screen Arts received a license for four specialties – “Cinema, TV Art”, “Theatrical Arts”, “Practical Psychology” and “Social Work”. The diversity of occupations which may be received after graduating from this institution of higher education is stunning: seventeen. The main are: film, television, theater and entertainment events directors; theater and cinema; cinema and TV operators; photographers, writers and theatrical playwrights; sound engineers, producers, stuntmen, etc.

They also developed a system of pre-university training of future film and TV makers – the Screen Arts Gymnasium was functioning. It was meant for boys and girls from the fifth to the eleventh grade, it had training courses Doors Open Days were held from time to time, and the Screen Arts College was open.

In his pedagogical offspring, V.G. Gorpenko developed a clear and comprehensive training system which excluded chaos and chance. The student within this system should be creative, to grow every day, to visit all lectures and seminars, and not to act as in the Soviet system, “from session to session”. Experienced Institute of Screen Arts pedagogues help students to observe and implement their own experiences, joys and sorrows, and then bring them to the screen.

The famous Ukrainian media pedagogue Gorpenko considers that the guarantee of professionalism, which he brings to his students is the skill to perceive the others’ pain as your own, and only after that, “general culture, taste and a wish to learn, to do something that brings joy from the TV screens or the stage” [5, p. 28].

The maestro was always involved in scientific and methodical work: he prepared programs of training courses for Bachelors and Masters with major in “Cinema Art” in particular, “Methodology of teaching professional subjects of sound and visual arts”, “Voice of modern TV culture”, etc.; prepared scientific and methodical discipline complexes: “History of directing theater, film and television”, “Fundamentals of TV journalism”; taught “History of directing theater, film and television”, “Film Directing: Introduction into the profession”, “Film and TV directing”, “Editing”, “Expressive means of sound and visual arts”, “Fundamentals of TV journalism”, etc.

Many Ukrainian media pedagogues were surprised by the absence of “History of Cinema” in Institute of Screen Arts. In explaining this situation, V. Gorpenko believed that students don’t have to learn simply the film date, actors’ names and titles. The best variant for them would be to learn and to understand changes that have occurred in directing at different periods of film and TV development. That is why the program developed together with like-minded friends V. Kisin, V. Chubasov, is called “History of theater, film and television directing”, and not “History of Ukrainian cinema” or, for example, “The history of the Soviet cinema”.

Students of V.G. Gorpenko first learned, as we have already said, how to comprehend life, later they studied history, the professional discipline. An important element for students is not only speaking out on the screen, but also to be able to defend their own views concerning art.

This postulate is similar to the pedagogical paradigm of V.I. Ivchenko, who liked creative pursuits and never showed students the way of thinking, destroying their own initiative of

the authority. On the other hand, he enjoyed joint search with students, finding the right creative solution after numerous attempts [2].

The reward for V.I. Ivchenko was a moment of his student's enlightenment, when a person found his own image interpretation [4]. A creative credo, which he was committed to and always tried to instill in his students, was an attempt to find their own path in art and life: "Originality is the thing which distinguishes the real artist from a craftsman" [6, p. 21].

V.G. Gorpenko thought that very effective for studies is the total mastery of related professions by students of all specialties. For example, first-year film and TV directors in Institute of Screen Arts learned to work with the camera, operators-to-be learned to communicate with actors, photographers studied the particularities of linguistics.

Each first-year student could take one of the half dozen cameras, film something which moves him, then sit at the editing PC to edit his first on-screen work. Such creativity is a need, not a coercion consequently, it's extremely fruitful and useful for the one's self-confidence.

It should be noted that the method of mastering related disciplines by first-year students offered by V.G. Gorpenko, puts on the first place the ability to understand their own preferences and, most importantly, to choose their own creative job. It's no secret that in the traditional education system, many graduates felt disappointed in their profession after practical work in production and, at best, changed the specialization of the operator, for example, to the director, and at worst case – gave up the creative activities.

Although, according to Volodymyr Gorpenko, he will be satisfied even if his students just make great parents [3]. This pedagogical doctrine is identical to that one of Oleksandr Dovzhenko, who noted that it was unimportant, what kind of creative professions his students choose – the most important is to ensure that they will make good people.

The method of teaching the first-year students related disciplines widened the students' horizons and, last but not least, helped future graduates to understand their colleagues in creative teams better.

Students of the Institute of Screen Arts practice at various film studios, television stations in Ukraine – the First National, "Glas", STB, TRK "Kyiv", Kyiv, Odessa and Yalta film studios, etc. The combination of theory with practice opened opportunities to students of V.G. Gorpenko. The media pedagogue has repeatedly said in an interview: "Concerning the employment, let me recall: for all the years of pedagogy, students of Viktor Kisin, Vadim Chubasov and Volodymyr Gorpenko found the doors open to all studios. Continuing the tradition of people who are no longer with us, confessing their high standards, relying on the advanced skills of experts of the highest level, we are confident that our students will always praise their mentors by their works" [5, p. 28-29].

Conclusion

As a result of Ukrainian higher education system reform in 2015, around eighty institutes were closed. Thus, after ten years of successful operation has stopped working Institute of Screen Arts.

This educational establishment actively functioned only ten educational years. It is nevertheless possible to consider that Institute of Screen Arts brought in a certain contribution to development of the Ukrainian audiovisual art and productions and pedagogics of the CRT arts.

References

- [1] Gorpenko, V. (2003). Autobiography. Archive of the Kyiv National University of Theatre, Cinema and Television named of I.K. Karpenko-Kariy. Personal case of V.G. Gorpenko.
- [2] Gorpenko, V. (2002). Remembrances about V.I. Ivchenko on the evening of memory. the Private archive of author.
- [3] Gorpenko, V. (2003). Interview about pedagogical activity. the Private archive of author.
- [4] Gorpenko, V. (1982). Lessons obtained in transit. To the 70 year from a birthday of V.I. Ivchenko. Culture and life, Issue 46, pp. 5.
- [5] Zhuravel, I. (2008). Interview with the chancellor of Institute of the CRT arts named of I. Mykolauchuk V.G. Gorpenko. Helper of university entrant, Issue 9, pp. 28–29.
- [6] Slobodyan, V. (1987). Movie actor and contemporaneity. Kyiv: Art, 283 p.

Formation Of Social Engineering into a Technological System: Historical Aspect

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

Abstract

The article analyzes the history of the concepts of social engineer and social engineering in the context of developing industrial society. The research draws upon primary sources of The New York Times archive which dates back to the late XIX – early XX century. This research allowed to identify communication strategies to promote the new intellectual project among general public. The article also introduces some new for the national science facts and personalities that were at the dawn of social engineering and enabled it to transform into the new professional field and methodology.

Scientific status of social engineering is one of the controversial and unsolved problems of socio-humanistic knowledge. Recent research in the field of communication science reflects the importance of this phenomenon for mass media and political discourses. The theory of social / communication engineering has become extremely popular in native science since the research findings by G. Pocheptsov were published. Most studies use the concepts of social engineering rather as an apt metaphor than a definition which is scientifically grounded in the context of communication. Yet, this term has its own rich, if not to say extraordinary history which can be divided into stages of industrial, sociological and politological use. The concept of social engineering has always possessed a unique ability to adapt to any professional sphere of human activity. It has become an interdisciplinary category which defines technological and scientific parameters of constructing real and virtual realities. Research in the history of social engineering will contribute to the formation of objective and integral presentation of its scientific genesis. Moreover, it will also eliminate false and biased perception of it as a way of introducing strictly standardized social model or ‘the art of human hacking’.

Keywords

Machine Age, communication technologies, social engineering, social engineer.

Introduction

Концептуализация понятий “социальный инженер” и “социальный инжиниринг” проходила в период расцвета техногенной цивилизации. Они органично вошли в общую парадигму артефактов индустриальной эпохи – массового производства автомобилей, строительства первых небоскребов, конструирования мощной военной техники, разработки радио и фонографов, внедрения сверхскоростного полиграфического оборудования, изготовления бюджетных устройств для массового рынка.

Main part

“Массовый” – ключевая позиция техногенного общества. Начало XX века отмечено небывалыми темпами развития социальных коммуникаций: рекламы масс-маркета, общенационального брендинга и дистрибуции товаров, популярного кино и масс-

медиа. Именно СМИ принадлежит инициатива продвижения новой профессии социального инженера, а следовательно, концептуализация понятия “социальный инжиниринг” проходила в среде журналистики. Используя коммуникационные техники промоушн, газетчики успешно интегрировали медийную метафору “social engineer” в общий речевой обиход, а затем – в сферу науки.

Появление термина “социальный инженер” связана с европейскими практиками организации промышленного производства. Впервые концептуальную сущность понятия “sociale ingenieurs” в 1894 году представил голландский предприниматель Я. ван Маркен, который активно занимался общественной и политической деятельностью и был настоящим экспериментатором в области индустриальных новаций. Именно на его персоналии указывают шведские исследователи Б. Ларссон, М. Летел, Х. Терн [1, p. 12].

В то же время Д. Остлунд упоминает имя американского экономиста, социолога, автора теории Conspicuous Consumption (“демонстративного потребительства”) и Leisure Class (“праздного класса”) Т. Веблена. По словам исследователя, молодой ученый в 1891 году в одной из первых своих публикаций использует термин “социальный инжиниринг” [2, p. 53-54]. Действительно в статье Т. Веблена “Some Neglected Points in the Theory of Socialism” находим словосочетание “constructive social engineering”, употребляемый в контексте затронутой им проблемы национализации промышленности: “Современное общество предоставляет такие материалы, из которых системно слагается индустриальная структура; эта структура отличается от нынешней, вызывая проблему конструктивного социального инжиниринга, которая требует очень глубокого рассмотрения” [3, p. 72].

Понимание социальной инженерии как профессиональной практики управления персоналом и социальной структурой производства стало определяющим в начале XX века. Голландский предприниматель, эффективно используя потенциал социальных технологий организации труда, начал философские основы новой специальности. Социальная инженерия стала результатом многолетней, целенаправленной работы Я. ван Маркена. Его успех заключался в том, что он постиг перспективы социоинженерной работы с человеческим капиталом.

Все индустриальные эксперименты Я. ван Маркена преследовали одну цель – задействовать гуманные механизмы в процесс управления персоналом. Важно отметить, зачастую эти проекты преследовали установление патерналистских связей между собственником и работниками. Но это были первые в истории экономических отношений попытки крупного бизнеса изменить отношение к простому человеку. В конце XIX века особенно остро ощущалась социальная проблема балансирования между патернализмом и благотворительностью. В основном это было проблемой утверждения власти: капиталисты через демонстративные проявления милосердия жестко контролировали сознание и жизни рабочих.

Для налаживания взаимодействия руководства компании “Nederlandsche Gist & Spiritusfabriek” и персонала Я. ван Маркен основывает корпоративные средства массовой коммуникации. Голландские исследователи считают пропаганду весомой частью его управленческого таланта. Предприниматель активно продвигал свои идеи и проекты посредством многочисленных публичных выступлений, научно-практических публикаций и материалов в средствах массовой информации.

В 1883 году Я. ван Маркен с целью эффективного управления многочисленными социальными проектами создает Отдел социальной службы. Впоследствии сотрудники отдела получают профессиональный статус социальных служащих.

Заметим, что в документации предприятия, а также в работе “Industrial Social Organization” фигурирует словосочетание “sociaal werkster”. Вероятно, номинация “социальный инженер” возникла на страницах журнала “De Fabrieksbode” и была публицистической метафорой самого Я. ван Маркена. Позже меткая и модная метафора стала своеобразным брендом социоинженерных новаций предпринимателя, и уже в 1894 году он официально представляет его для широкой общественности.

В концепции Я. ван Маркена профессия социального инженера имеет полифункциональное значение. Ее универсальность, вызванная уникальной образовательной стратегией подготовки специалистов, делает возможным использование услуг социальных инженеров в секторе частного бизнеса и в интересах общества в целом. Социал-демократические взгляды Я. ван Маркена определили особую миссию гуманитарного инженера – “установление социальной справедливости”. Гражданская позиция предпринимателя была непонятной для его современников как “слишком филантропическая” и “утопическая”. Но успехи собственного индустриального проекта вдохновляли Я. ван Маркена на внедрение социального инжиниринга во все сферы общественного порядка. Идеи голландского предпринимателя не прижились на родине, зато его опыт и начинания вскоре были полностью заимствованы социальными реформаторами более прогрессивной страны – Соединенными Штатами Америки. Впрочем, в условиях этого государства социальный инжиниринг теряет свое высокое общественное назначение, трансформируясь в один из множества бизнес-проектов в структуре мощного индустриального производства. Последователь Я. ван Маркена американский реформатор В. Толман модифицировал социальную инженерию в жесткий экономический интерес промышленников: техническая “аура” термина способствовала успешной продаже креативного проекта менеджерам бизнеса.

References

- [1] Larsson, B., Letell, M., Thörn, H. (Eds.) (2012). *Transformations of the Swedish Welfare State: From Social Engineering to Governance?* Palgrave Macmillan, London, 321 p.
- [2] Östlund, D. (2007) A knower and friend of human beings, not machines: The business career of the terminology of social engineering, 1894-1910”, *Ideas in History*, vol. 2, no. 2, pp. 43-82.
- [3] Veblen, T. V. (1897). Some Neglected Points in the Theory of Socialism, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 2, pp. 57-74.

Czech Radio Broadcasting and his Target Audience Listeners

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

Lenka Turnerová, The Institute of Hospitality Management in Prague, turnerova@vsh.cz

Monika Rohlíková, The Institute of Hospitality Management in Prague,
moncza57@post.vsh.cz

Abstrakt

The article provides basic information of research into the focus of Czech Radio broadcasting on target audience listeners. The aim of the research was to find, what are the listener segments of individual stations, and whether the broadcasting of Czech Radio stations satisfies all target segments.

Keywords

Czech Radio, target segment, listening

Introduction

Celý výzkum byl zahájen konzultacemi se zaměstnancem analytického a výzkumného oddělení Českého rozhlasu, při nichž byly zjištěny základní údaje o jednotlivých rozhlasových stanicích, které jsou součástí Českého rozhlasu. Následně byly zkoumány výroční zprávy Českého rozhlasu, pro které jsou získávány informace metodou CATI. Sběr těchto dat a celý průzkum se nazývá Radioprojekt.

Dalším krokem k získání popř. ověření informací bylo použití mobilní aplikace RadioMetrics, kde jsou všechna data z Radioprojektu.

Main part

Radioprojekt je jeden z největších sociologických výzkumů v České republice, který se zabývá oficiálním výzkumem poslechovosti rozhlasových stanic. Výzkum probíhá průběžně po celý rok s účastí 30 000 respondentů, přičemž využívá metodu CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). Tazatel telefonicky pokládá respondentům dotazy, a jejich odpovědi přímo zaznamenává do počítače. Výhodou metody je zejména rychlost a zpracovávání dat v kancelářích výzkumné agentury. Odpadá přitom přepisování údajů z dotazníků a minimalizují se případné chyby. Dosažené výsledky jsou zveřejňovány čtvrtletně. Údaje využívají jednotlivé stanice (i jiné než ČRo) ke zjištění cílových skupiny a poslechovosti. Významné jsou také informace pro marketingové oddělení, které mohou zjistit, jak se vyvíjí cena reklamy v jednotlivých rádiích (kromě veřejnoprávního rozhlasového vysílání).

Sběr dat probíhá následovně:

- Náhodný výběr
- 30 % z databáze pevných linek
- 70 % náhodné generování mobilních telefonních čísel
- Cílová skupina respondentů 12-79 let
- Průměrná délka rozhovoru 17 minut

Zadavatelem výzkumu je APSV (Asociace provozovatelů soukromého vysílání) a SKMO (Sdružení komunikačních a mediálních agentur). Výzkum provádějí Median a STEM/MARK [2]. Data z výzkumu Radioprojekt jsou ke stažení na webu Radiotv.cz.

V aplikaci Radiometrics lze sledovat data z projektu Radioprojekt přímo v smartmobilech. Vytvořil ji koncern Lagardere, jež provozuje rozhlasové stanice jako je například Frekvence 1, nebo Evropa 2. Pomocí ní lze snadno zjistit statistické údaje a data k jednotlivým stanicím přímo ze svého mobilního telefonu. Aplikace je dostupná zdarma a to pro systémy Android a iOS. [1].

1 Veřejnoprávní celoplošné stanice – Český rozhlas a jeho cílové skupiny posluchačů

Český rozhlas je jediný český veřejnoprávní rozhlasový subjekt v ČR, resp. respektive skupina rozhlasových stanic. Má celkem 23 stanic. Devět z nich jsou celoplošné, jedna vysílá do zahraničí a ostatní jsou regionální. Ve výzkumu jsme se zaměřili pouze na celoplošné stanice. Základní charakteristiky posluchačů ČRo jsou uvedeny v tabulce č. 1.

1.1 ČRo Radiožurnál

Vysílá 24 hodin denně a nabízí kompletní informační servis z domova i ze světa z oblasti zpravodajství a publicistiky. Většinou je program ve všední den a víkendy stejný, může se lišit hosty, tématy apod., ale hlavní rozdělení je stejné. Z programu, který je dostupný na webu ČRo, lze předpokládat, že by tuto stanici mohli poslouchat všechny osoby, které mají rády zpravodajství, aktuální informace, ale také rozhovory, moderní i oldies hudbu všech žánrů. S ohledem na rozhovory se známými osobnostmi, či odborníky na dané téma, lze předpokládat, že cílová skupina budou vzdělanější muži i ženy v širokém věkovém rozmezí 25 – 60 let. Z výroční zprávy vyplývá, že ČRo Radiožurnál poslouchají muži i ženy, muži převažují, ve věku 30 – 49 let se středoškolským a vysokoškolským vzděláním, kteří jsou zaměstnanci firem či manažeři.

1.2 ČRo Dvojka

Dvojka je určena pro celou rodinu, zejména pro milovníky mluveného slova. V programu můžeme najít vyprávění pohádek, kriminálních případů, ale také populární magazín o vědeckých tématech s názvem Meteor. Je to jediná celoplošná stanice v ČR, která vysílá také pro děti. [3]. Dle programu dostupného na webu ČRo lze usuzovat, že cílovou skupinu tvoří převážně starší osoby, kteří mají více času na poslech rozhovorů, zajímavostí z historie, či četby. Druhou cílovou skupinou jsou malé děti, kteří poslouchají Klub Rádia Junior, kde jsou písničky, povídaní i soutěže pro nejmenší. Dalším pořadem je Hajaja, což je pravidelné každovečerní čtení pohádek pro děti před spaním. Podle výroční zprávy z roku 2016 tvoří cílovou skupinu většinou ženy okolo 50ti let v důchodu, nebo nepracující. Vzhledem k tomu, že průzkumy se vytvářejí ve věkových kategoriích 12 – 79 let, není možné ověřit poslech malými dětmi.

1.3 ČRo Vltava

Stanice je zaměřená na posluchače převážně klasické hudby, ale také jazzu, world music a současnou alternativní hudbu. Stanice také vysílá rozhlasové hry, dokumenty i literaturu. Informuje převážně o událostech v oblasti kultury, např. o koncertech v Rudolfinu, ale také o neformálních akcích v rockových klubech, ve výstavních síních, alternativních divadlech, na profesionální i amatérské scéně. Z webu ČRo vyplývá, že ČRo Vltava pravděpodobně poslouchají vzdělané a umělecky zaměřené osoby. Vzhledem k hudebnímu zaměření a častým pořadům o historii je zřejmě největší okruh posluchačů v řadách starších mužů s vyšším vzděláním. Podle průzkumu jsou nejčastější posluchači muži s vysokoškolským vzděláním ve věku 30 – 49.

1.4 ČRo Plus

Stanice vznikla jako podpora televiznímu vysílání stanice ČT24. Přináší publicistiku, rozhovory, reportáže, komentáře, diskuse, zajímavé pořady, aktuální dění, politiku, vědu, byznys, společnost, to nejlepší ze světových médií i sociálních sítí, renomované komentátory a vědce. Do vysílání jsou často zapojováni i posluchači v pořadu Radioforum nebo prostřednictvím sociálních sítí [3]. Cílová skupina se skládá převážně z mužů a žen ve věku kolem 30 – 40 let se zájmem o zpravodajská témata a aktuální dění v ekonomice, či politice. Ve výroční zprávě bohužel chybí údaje o poslechnovosti pouze této stanice. Tato stanice je zahrnuta v poslechnovosti všech celoplošných stanic – ČRo Radiožurnál, ČRo Dvojka a ČRo Vltava, což vede ke zkeslení.

1.5 ČRo Ddur

Stanice celý den klasickou hudbu od historie až po současnost. Zajímavostí je, že stejná nejkrásnější hudební díla vysílá záměrně pro své posluchače několikrát za den, aby vždy zazněla v jiný čas a posluchači o nic nepřišli [3]. Stanice nemá pravidelný program. Ve výroční zprávě ČRo a v ní uvedených dat z výzkumu Radioprojektu není uvedena poslechnovost jednotlivých speciálních stanic. Cílové skupiny jednotlivých speciálních stanic se pravděpodobně budou lišit. Pokud ale máme brát komplexně všechny speciální stanice, můžeme cílovou skupinu charakterizovat jako muže ve věku 30 – 39 let se středoškolským vzděláním s maturitou, kteří jsou zaměstnanci firem a spadají do nejvyšší socioekonomické skupiny.

1.6 ČRo Jazz

Tato stanice je určena milovníkům jazzu od minulosti až k současnosti. Stanice je vhodná pro posluchače, které neuspokojují ostatní stanice. Podobně jako ČRoDdur můžeme cílovou skupinu charakterizovat jako muže ve věku 30 – 39 let se středoškolským vzděláním s maturitou, kteří jsou zaměstnanci firem a spadají do nejvyšší socioekonomické skupiny.

1.7 Radio Junior

Tato stanice je určena dětem. Obsahuje vhodné písničky, hry, pohádky, ale také povídaní se zajímavými hosty, dobrodružné příběhy a zprávičky. Kromě moderátorů vystupují pohádkové postavy, např. víla Budínka, která moc ráda zpívá a naučí děti lidové písničky, skřítek Hajaja, který vypráví pohádky na dobrou noc a nejmladším pomocníkem rozhlasové strašidlo je Ušoun Rušoun, který má pořady po celý den [3]. Ve výroční zprávě ČRo a v ní uvedených dat z výzkumu Radioprojektu není uvedena poslechnovost jednotlivých speciálních stanic.

1.8 Radio Wave

Tato stanice se soustřeďuje na posluchače, které nebaví mainstreamová náplň ostatních rádií. Hlavním cílem je odklon od stereotypu. Posluchači poznají novou hudbu, ale dozví se i zajímavosti z kulturního i společenského dění. Studio se nachází v přízemí budovy Českého rozhlasu, v proskleném studiu viditelném pro kolemjdoucí. Stanice vysílá především elektropop, indie rock, urban muziku, či funk, hardcore a hip hop [3]. Ve výroční zprávě ČRo a v ní uvedených dat z výzkumu Radioprojektu není uvedena poslechnovost jednotlivých speciálních stanic.

Tab. 1 – Posluchači celoplošných stanic ČRo

Stanice ČRo	Posluchači				
	Zaměření	Věk	Pohlaví	Vzdělání	Socioekonomická skupina
Radiožurnál	Zpravodajství, publicistika, hudba	30 – 49	Více mužů	SŠ, VŠ	A, B, C1
Dvojka	Mluvené slovo	Od 50 důchodci	Více žen	SŠ, VŠ	A, B, C1
Vltava	Klasická hudba, jazz	30 – 49	Obojí	SŠ, VŠ	A, B
Plus	Zpravodajství, aktuality	30 – 40	Více muži	SŠ	A, B
Ddur	Klasická hudba	30 – 39	Více muži	SŠ	A
Jazz	Jazzová hudba	30 – 39	Více muži	SŠ	A, B
Junior	Děti	- 12	Obojí	-	Děti
Wave	Mimo mainstream	30 – 39	Obojí	Neurčeno	A

Zdroj: Radio Projekt, realizace pro SKMO – Median a STEM/MARK, údaje za období 1. 10. 2016 – 31. 3. 2017, MML – TGI, Median, 27. 6. – 18. 12. 2016, cílová skupina – denní dosah (poslech včera) [3].

Charakteristiky sociometrických skupin jsou uvedeny v tabulce 2.

Tab. 2 – Sociometrické skupiny

A	Top manažeři a profesionálové s nejvyšším vzděláním
B	Střední management
C1	Nemanuální pracovníci s vysokým vzděláním, kvalifikovaní pracovníci, vlastníci, firem
C2	Kvalifikovaní dělníci, nemanuální pracovníci
D	Kvalifikovaní a nekvalifikovaní manuální pracovníci a málo vzdělaní pracovníci v nemanuálních profesích nebo na manažerských postech
E	Málo vzdělaní kvalifikovaní i nekvalifikovaní manuální pracovníci, malí podnikatelé v zemědělství a rybářství

Zdroj: [4]

Conclusion

Na základě zjištěných údajů lze konstatovat, že každá stanice ČRo je určena určité cílové skupině. Pokrývá přitom široké spektrum publika dané věkem, vzděláním a sociometrickými skupinami. Přesto je možné najít skupiny potenciálních posluchačů, které pro sebe nenajdou vhodnou stanici k dlouhodobému a pravidelnému poslechu.

Pro krátkodobý poslech je možné říci, že ČRo zaujme většinu možných cílových skupin.

ČRo provozuje celkem 23 stanic, což umožňuje posluchačům solidní výběr podle svých zájmů, popř. nálady.

Z hlediska výzkumu je nutné uvést, že u některých stanic je obtížné zjistit přesnější a spolehlivé údaje bez vlastního rozsáhlého výzkumu na úrovni profesionálních a dlouhodobých výzkumů specializovaných institucí.

References

- [1] Mediar.cz, [online]. Aplikace Radiometrics ukazuje poslechovost českých rádií, [cit. 7. 2. 2014]. Dostupné z <http://www.mediar.cz/aplikace-radiometrics-ukazuje-poslechovost-ceskych-radii/>
- [2] Casradio.cz, [online]. Radioprojekt, [cit. 5. 4. 2017]. Dostupné z <https://casradio.cz/rejstrik/radioprojekt/>
- [3] Rozhlas.cz, [online]. [cit. 5. 4. 2017]. Dostupné z www.rozhlas.cz
- [4] Mediaguru.cz, [online]. Mediální slovník, [cit. 31. 4. 2017]. Dostupné z <https://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/abcde-klasifikace/>

Verbal Synesthesia as a Source of Artistic Image

Nataliia Dmytrenko, Kyiv National University Of Culture And Arts, lubystok@bigmir.net

Abstract

Art, as one of the forms of spiritual culture is based on a figurative basis. The category of imagery is considered in the system of the nature of the artistic text. It is a structural unit of the category of artistic consciousness. It is knowledge of the nature of the text that the notion of figurativeness arises. It should be considered through the prism of the text to end connections.

Keywords

Synthesia, artistic image

Introduction

Appearance synthesizes different categories of artistic creativity space, time, image of the author, aesthetic ideal of the era, genre, plot and etc. The verbal artistic image has a complex content structure, ambiguous formal boundaries in the text, is in system relations with other stylistic units (tracks, symbols, stylistic color of the word).

Main part

The ambiguity of the terms «image» and «imagery» cannot be denied. However, this plurality of meanings belongs to different facets of one phenomenon. Ontologically all «images» originate from one source to be a means of cognition and sensory reflection of reality. «In the existential aspect, the artistic image is the fact of an ideal being, a schematic structure fixed by its material substrate. In the semiotic aspect the image is a sign. That is a means of semantic communication within a given culture.

In the cognitive aspect the image is a fiction, a result of the imagination in an aesthetic purposeful life like phenomenon. There is nothing superfluous, accidental, mechanically serviceable, which gives the impression of beauty precisely because of the unity and meaningfulness of its structure. The organic side of the image is impossible outside of its schematic side which reflects the subjectivity of the author's intention and provides a certain (albeit limited) space for the subjectivity of the recipient» [1, p.57]. Traditionally, figurativeness in artistic text is considered in three main aspects. The first is a phenomenon of literary language (when figurative value is opposed to any concept). The second is an element of artistic style, traditional or individual symbols comparison. The third is as an element of a composition of an artistic work and its ideological purpose.

At the same time the object of research changes. If one selects as a starting point any specific criterion in the approach to the definition of «image», then it can be seen as some differentiation. In particular, we observe a gradation in a figurative system, for example, the sequence in the derivation from a particular meaning to an abstract, generalized.

In this case it can be found here three degrees of ascension: an image-indicator (use the direct literal meaning of the word). Among them are the image of the trail (figurative value), image symbol (generalized value based on individual portable). The first degree involves the appearance of an image as a result of the "revival of the inner form of the word" (O.

Potebnya's statement). This is an image indicator, a developer of meaning. At the second level there is a rethinking. This is a system of traps based on metaphors. And the images characters that represent images beyond the context are usually fixed in the tradition of use. The specificity of the artistic image in the inseparable unity of rational, unconscious, emotional, intuitive principles.

Artistic image arises as a combination of the results of knowledge at all its levels like feeling, representation and awareness. Their synthesis forms the structure of the artistic image, depending on the dominance of this or that component, the style of the text acquires a variety of forms and receives various characteristics.

The concept of the internal form of the work of art is introduced into the O. Potebnya's scientific circulation. If the meaning of a word displayed that notion then the inner form is how the particular object of reality appears in the word. According to O. Potebnya the figurative meaning of the word (the inner form) becomes the most complete. According to O. Potebnya acquires variability, begins its special life, combining old and new representations, filling them with new meaning and thus creating a new image.

Specifying his thesis that «art is creativity in the same sense as a word, «he explains this analoge like «... In the poetic accordingly in general the works of art are the same elements as in the word that is it meaning (or idea) that corresponds to a sensuous image or a developed concept. The inner form the image points to this content that corresponds to the representation. Also it matters only as a symbol, a hint of a certain set of sensory perceptions or the concept and finally, an external form in which the artistic image is objectified [2, p. 179].

A word and artwork are not only structurally similar. It's also products of a similar creative activity of consciousness like the act of artistic creativity repeats the same form of activity as a result of which the language itself arose.

Recently, the phenomenon of synesthesia in the system of artistic imagery is widely studied in psychology and linguistics, literary studies and aesthetics, philosophical anthropology, semiotics and other humanities.

The phenomenon of synesthesia is best known as a research from of the nineteenth century. Literally synesthesia means "simultaneous sensation" (from the Greek syn is mean together and aesthesis is mean feeling), but often in science, the phrase «interpersonal connection» is found. After the problem of synesthesia was stated by scientists, it experienced transformational changes in both their volume and purpose as well as in defining the essence of the basic concept. The beginning of the research related to the psychology of artistic creativity when they drew attention to synesthesia as a specific interpersonal connection. The most manifests itself in art.

Contradictions arise because the phenomenon of synesthesia as an object of study is inter disciplinary. Its subject bases on the field of verge of sciences.

The researcher of synesthesia, B. Whorf, defines opinion as a linguistic phenomenon characterized by the possibility of perception by means of some one sense of phenomena belonging to a domain of another sensation, for example, perception of color or light through sounds or vice versa. B. Whorf believes that this phenomenon could become more conscious by means of a linguistic metaphorical system that can convey spatial representations through spatial terms, although, of course, the system itself arises from a deeper source.

According to B. Whorf the metaphor emerges from synesthesia and not vice versa. The metaphor doesn't necessarily have to be related to linguistic categories. Since non-spatial perception is characterized by one very well-organized feeling hearing. Non-space

perception is mainly a sphere of thought, feeling and sound. Spatial perception is a sphere of color, light, vision, touch. Our metaphorical system, called spatial sensations like spatial, gives sounds, smells, feelings and feelings of such qualities as color, light, shape, contours, structure and movement, inherent in spatial perception.

Researchers of synesthesia note that humans have intermodal associations, thus calling the word the first intermodal symbols like a person learns to call the object, because it forms correspondences between visual and acoustic images. In the process of evolution was the ability to pronounce the sound by which the inner experience associated. Intercostal connections inevitably turn out to be included in the mechanism of mental association. This contributes to the emergence of different types, types. Complexity of synesthetic bonds on the basis of the same perceptual material was depending on the direction of consciousness to a certain level of structure of the work.

Synesthesia has a certain emotional charge, enhancing the aesthetic response. The signs causing synesthesia are characterized by a suggestive function. The synesthetic mechanism contributes to the existence of an artistic image as a sign of any art.

It is obvious that literary, verbal synesthesia has a number of features that distinguish it from other types of synesthesia as visual or auditory, in which directly the organs of sensation are involved in the reaction to some external stimuli.

Verbal synesthesia deals with such a complex material as a word contains a reflexive component that reflects reactions to direct irritants.

Consequently the word acts as a sign of a huge semiotic system of language. At the same time the word is an emotional reaction to external influences so it always has a significant emotional layer. The last moment is most important for the creation and perception of aesthetic verbal space. In this way, the art of a word becomes possible according to the development of meanings and stylistic techniques. The word is always multifunctional and potentially has a larger range of meaning.

The sound of the word acoustic qualities converge language with music. Due to the fact that in the language constantly combined musical expressive elements with elements of «direct» attribution, verbal synesthesia is very close in its qualities to the musical. Such qualities of poetry and prose as rhythm, melody, tone are musical features that anesthetize the literary language. Famous linguist Roman Jakobson pointed out that various sound devices in any case affect quantitatively and qualitatively the emotional significance of the word.

Conclusion

The synesthetic experiences of the recipient of such features of the language are of paramount importance with the holistic perception of the literary work. Therefore synesthesia in its broad sense is necessarily present in the work of any poet or prose writer. Russian researcher of synesthesia B. Galeev repeatedly emphasized in his studios that the manifestation of such «hidden» synesthesia of phonically origin work of any poet is inevitable. Even in the absence of synesthetic imagery.

Consequently verbal synesthesia is much more powerful phenomenon than simple sensory multimodal correspondences expressed in language. The synesthetic manifestations are not only inevitable in the literature. Where is language starts to function aesthetically but also in ordinary speech.

The connection of synesthesia with the unconscious may be the reason that the subjective synesthesia of one or another author, for all its uniqueness, finds out the recipient's response. In addition synesthetic manifestations in the language affect the aesthetic perception of

literature since they directly participate in the creation of an artistic image and increase the emotional impact on the recipient.

References:

- [1] Єременко О. В. Синкретизм художньої образності в українській прозі другої половини ХІХ – початку ХХ століття : дис. на здобуття наук. ступеня доктора. філол. наук : спец. 10.01.01 «Українська література» / Єременко Олена Володимирівна ; Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – 419 с.
- [2] Потебня А. А. Эстетика и поэтика. / Александр Афанасьевич Потебня. – М., 1976. – 218 с.

Amateur Media as a Tool of Ukrainian Educational System

Anzhelika Dosenko, Kiev national university of culture and art, Likalive@bigmir.net

Abstract

In recent years amateur media materials became widely used in the educational process. Nowadays media could be absolutely everyone who takes an active position in creating a new reality in other words an active position in the creation of the future.

Keywords

Amateur media, tool, educational system

Introduction

In recent years amateur media materials became widely used in the educational process. Nowadays media could be absolutely everyone who takes an active position in creating a new reality in other words an active position in the creation of the future.

Main part

People, with the exception of supporters of the archaic system of world perception or of separate social strata (such as individuals with mental disability, religious fanatics or uneducated individuals), live in the media and in symbiosis with them. They constantly consume the media product. It produced and exchanged it on the global Internet system. The network has made the access to information free and the speed of communication. It offered has become the reason that media consumers have ceased to only consume information, but also began to create it on their own.

The aim

The aim of the article is to study amateur media as a form of training in the skills and knowledge development of future journalists.

Subject

Subject is to research the process of presentation of amateur media materials by future journalists.

Object

Object deals with the Internet content of amateur media of student journalists.

Among modern scholars who were engaged in the research of the mentioned problems were S. Demchenko, A. Dosenko, O. Goroshko, V. Crosby, J. Rosen, S. Kvit and others.

Media researcher Jay Crosby wrote in his article "What's New Media?" about the highlights three types of communications in the media. According to his opinion all media are classified according to the principle of dissemination of information: interpersonal media is one-to-one type, mass media is "one-to-many" and finally, new media is "many-many" [7]. The latter are prevails. This became possible thanks to the phenomenon of "User Generated Content" this name was given to him by the media professionals [9].

Media activism, as well as civil journalism, are the kinds of material created by users [7]. So, we consider compliance with such a concept during the pedagogical process in the university when preparing a future journalist-practice.

Problem area

The problem area of the study is that in Ukraine a large number of bloggers and users nowadays consider themselves to be "journalists", forming a non-reliable information field, producing a false idea of a society subordinated to the blogger's subjectivity. The development of professional skills in a professional blog or media network is essential and relevant to the future of the Ukrainian journalist nowadays.

Someone should be really concerted of public journalism, gaining momentum in the networked content. It is undeniable that public journalism with the coverage of the subjective opinions of the journalist professional, so the blogosphere can afford through its nature could be a qualitative.

The most brief and exhaustive definition of civil journalism belongs to Jay Rosen professor of journalism at the University of New York: "Civic journalists are those whom we previously called the audience."

For the media consumer is interested in the information. It does not matter who will hear the news from the mouth of a popular TV presenter or to anybody unknown to the Internet user who came to the scene and managed to shoot the material on the camera of his mobile phone. And if we cannot deny the important social role of a genuine professional (with a higher education diploma) as a journalist, we should not underestimate the value of a product created by a socially active "no-one Internet user" who has not just become an outside observer, but and a full transponder of information. There are several main media trends inherent in the ISC [7]. Consider each of them:

- ***Snack content.*** It is a special modular structure of messages and reduce their length. This trend has become evident in the emergence of new distribution channels and new types of consumption of messages. The length of a typical video posted on video hosting is one to two minutes.
- ***Media Verge.*** The ability to message freely from one format to another. Production of content for all available media channels with adaptation to their specifics. Branch of delivery channels from content producers [1, p. 196]. Users who does not have a special education in journalism. There are active in civic stance, communicate their point of view to others and even can change their social sentiment. Thus, certain categories of society have taken over part of the functions of traditional media. Consumers of content have changed places with its creator and the editors had to learn how to produce a lightweight product from popular journalism.

There is a practice of involving media companies in material created by users to the formation of broadcast programs, video stories or messages. Publishers learn without loss to convert messages from one format to another and adapt them to different delivery channels of the message.

Media culture

Media culture is a set of material and intellectual values in the media, as well as a system for their reproduction and functioning in society; a dialogic way of interaction with the information society, includes value technological and personal and creative components [4].

In order to develop the abilities and skills of working with the information of Internet users in modern conditions very important to find out with the form of information culture of the individual, since it depends on it the content content that a person wants to share with other users of the network. Under the informational culture of the person it is understood the constituent part of the basic culture of the person as a systemic characteristic. It is allow to

freely orient in the modern information space, to effectively carry out all types of search, processing and creation of information resources with the help of computer technology for the practical use of the information received in professional activity and self-education [2, p. 59].

The phenomenon of MSC is controlled by such indicators of media culture as:

- motivational (motives for contact with media information like emotional, intellectual, aesthetic);
- information (knowledge of terminology, process of mass communication);
- activity practical (ability to receive, process, create new media information);
- creative (the presence of creative and research activities) [5, p. 129].

The combination of these indicators in the material formed by the user will indicate not only the information load of products, but also about the really high cultural and intellectual level of the person. It is impossible to disagree with this, because literally ten years ago. It was impossible to create your own visual product (plot, transmission, video or documentary film), because you did not have special education and enough money to pay for the use of expensive equipment.

Consequently we believe that learning the digital genres and forms of amateur media is useful during the educational process in order to improve the educational process of the students. By leading forms of writing we refer to the form of amateur media such as blog, video blog, quote, blog digest, fashion blogs, search blogs, podcast and sketch blog.

So blog is a new concept of the internet sphere. Blogs originated to facilitate communication between people who share common interests.

In different countries the blogosphere has evolved and spread in different ways. Many researchers now distinguish their blogging systems. Its main functions of information, question, the function of the statement, the function of establishing contacts. One thing we can say is that blogs have become an extremely popular and effective means of communication. As we see from the history the first ones who highly appreciated the place of blogging in the communication process were politics. This allowed them to successfully engage citizens in the campaign.

The vlog (video blog). It installes on the desktop allows to upload own amateur videos directly to the network. It also contain printed text, but small in size, it can rather be considered a personal comment by the author, but not a blog post. Also the fees include toy downloads which qualify as "other games" game formats are arranged by the most independent inventors. The winds are catalogs of network video files, which do not have a specific language or social mood of the individual. We will not deny the presence of an author's portrait, since downloaded videos may contain a picture of the author, his photo, voice recording. It all allows the user to imagine a blogger better than through the printed text but the probability of a permanent arrangement of such records is low. If such material is found on the network, then it is rare. It is not possible to imagine the author's portrait through the prism of the downloaded game, so a comparative analysis for identifying blogs with affidavits is meaningless, the difference between them is obvious and does not require a special explanation.

A quote is a kind of electronic record that allows the user to collect (collect) favorite sayings of famous people or just phrases that they like (for example, funny aphorisms). There are also statements that were found in the diaries of other users (you can read them by going to

the user page and clicking on "author's quote"). Among the other diaries it was differ in that they do not have commentary thumbnails that help determine the attitude of the "inhabitants" of the network verbally. There are stars in the form of stars that are rated for positive reviews when liked.

But, at the same time, the conduct takes place only in the form of a text record. The most popular of them can be divided into groups such as literary quotations, humorous, quotes from other diaries, citations of correspondence of social networks, quotes from life. It should be noted that there are a number of sites that contain quotation marks.

The important place in the network communication at this stage of the formation of the network as a kind of mass communication, make podcasts.

By the definition bloggers themselves podcasts a multimedia clip (most often in flash video format FLV) which can be viewed even on a mobile phone when downloaded. According to S. Kvit's opinion, the terms "podcasting" and "audio blog" are synonymous words. Podcasting is a combination of words "broadcasting" and "iPod" (a player that can record podcasts) " [62, p. 160]. The podcasts are downloaded online and then listen to the iPod, for which they were actually created.

Audio podcasts are relevant to the topic of the site or blog to which they can be attached. Video podcasts – videos added to the blog that are of some value to the blogger's audience. That is a video podcast is more like a home video recording, which allows the user to connect to another user's computer at the USB-2.0 platform. Undoubtedly, the podcasts as links to the connection have their advantages.

The first, the sound and the recording allow the user to appear more realistic for the audience. The second the process of conducting a podcast and listening to it is more accessible (for a certain audience, the process of filming is more interesting than filling out diary pages). The third the podcasts can transmit verbal communication, which is deprived of plain text.

The blog digest is somewhat similar to a regular text blog, the only difference is that the material being published does not belong to the blog owner they are alien. A blogger accumulates interesting material and periodically publishes. That is an overview of events that interest society. They are characterized by ribbons-comments but we must point out that blogs-digests are less commonly used than usual. If the topic is too sharp active comments are not ruled out in large numbers.

It should be noted that **fashion blogs** are a kind of record for the female half of the population who are only beginning to adapt to the Ukrainian Internet. The main point is to research the fashion position.

To some extent it echoed with **blogs-digests**. The main point for the coverage is not the own "Me concept" of the author; some industry can be selected here and the focus is on it.

Search engines have emerged as a form due to the fact that searchers began to focus on topics of interest to them. It is the freshness of the context characteristic. Information is searched automatically by the title. Then the blogger selects the material that is informative value for him. A sketch blog is a short of multimedia file. Contains some photo or pictures of abstract as content with comments.

Conclusions

Today Ukrainian Internet media space is in a state of reform. The development of skills and capabilities of future journalists to create amateur media and their content is a prerequisite for the prosperity of Ukrainian journalism in the future. This approach will help solve the issue of quality media and create a new level of public journalism.

Writing high-quality network content is now a prerequisite for the further formation of the information space of the state and consequently, the formation of its positive image in the international arena occurs through the prism of the media, which operate in its territory. Introducing into the educational process the study of the process of synthesis, hybridization and digitalization of genres will help students to form an understanding of what the modern high-quality media space of public journalism should be, as well as help in forming the concept of media culture and its importance during the formation of the content among professionals.

References:

- [1] Єлістратова Н. М. Основи формування інформаційної культури курсантів вищих військових технічних навчальних закладів засобами мультимедіа / Н. Єлістратова. – Рязань: РВАІ, 2007. – 115 с.
- [2] Медіа-культура // Вікіпедія вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. — режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Медіа-культура>
- [3] Федоров А. В. Розвиток медіа-компетентності і критичного мислення студентів педагогічного вузу / А. Федоров. – М.: Изд-во МГО ВПП ЮНЕСКО «Інформація для всіх», 2007. – 244 с.
- [4] Crosbie, V. What is New Media? / V. Crosbie. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc>
- [5] Finding a role in the realm of bloggers// Reporter’s guide to Citizen Journalism [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://blogs.pressgazette.co.uk/pdf/reportersguidecitizenjournalism.pdf>
- [6] User-generated content // Вікіпедія вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/User-generated_content
- [7] Васильева-Давидович А. Н. Особенности функционирования дигитальных эпистолярных в поле документальной прозы // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки: <http://textualheritage.org/content/view/367/168/lang,russian>
- [8] Горошко Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области / Е. И. Горошко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=77>
- [9] Пилипенко К. О. Блог-стаття як новий жанр інтернет-журналістики / К. О. Пилипенко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки: www.nbu.gov.ua/...sk/.../SC411_18.pdf
- [10] Подкастинг // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Подкастинг>
- [11] Пожидаєва І. В. Блогінг і мікроблогінг: модифікація жанру / І. В. Пожидаєва // Мовні і концептуальні картини світу, 2011. – Вип. 34. – С. 130-135.
- [12] Попов А. В. Блоги. Новая сфера влияния // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки: adm-lib.ru/books/1

- [13] Потятиник Б. В. Интернет-журналістика: навч. посіб. / Б. В. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 246 с.
- [14] Потятиник Б. Мережеві ЗМІ в Україні: прогноз розвитку. // Теле- та радіожурналістика : збірник науково-методичних праць / Львівський нац. ун. ім. Івана Франка. – Львів, 2009. – Вип. 8. – С. 74-79.
- [15] Потятиник Б. Онлайн-журналістика: між сциллою традицій та харибдою новацій // Теле- та радіожурналістика : збірник наукових праць / Львівський нац. ун. ім. Івана Франка. – Львів, 2011. – Вип. 10. – С. 178-181. – ISSN 2078-1911
- [16] Про блоги ЖЖ як новий жанр журналістики // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/news/2010/11/101124_bilozerska_live_oh.shtml
- [17] Савчук Є. О. Блог як новий об'єкт лінгвістичного дослідження / Є. О. Савчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/.../238_244.pdf

Academic Course «Practice of PR-activity» in Zaporizhzhia National University: Specifics of Teaching

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

Abstract

The article is devoted to the specifics of teaching the academic course "Practice of PR-activity" at the Journalism Faculty of Zaporizhzhia National University. Analyzing the research of domestic and foreign scientists, the author tries to understand the practical state of the stated problem. The researcher concentrates on the need to introduce project activities into the course. We should look for opportunities for cooperation with various structures and organize PR-support of various events – from the arts to the social ones. Considering the moment that the discipline is relatively new at the all-Ukrainian level, it is necessary to prepare a training manual based on the course with advice on developing the material. The article proposes the author's vision of teaching the course, taking into account practical developments and understanding the current picture of the problems and challenges of the market of work in the Ukrainian field of PR.

Keywords

PR-activity, PR-program, PR-specialist, PR-market, PR-sphere, PR-discourse.

Introduction

Сегодня сфера PR-деятельности является важным аспектом человеческого бытия, имеет целью гармонизацию отношений в обществе путем прозрачной коммуникации определенных организаций, группировок, человек с широкими слоями общества. PR-отношения постепенно входят в жизнь современного человека-потребителя во всем мире, перебирая на себя функции фактора, который не только в значительной мере определяет экономическую сферу жизни общества, но также отражает и одновременно формирует мировую культуру и сознание. Учитывая это, пиар-деятельность должна быть многоуровнево изучена и осознана будущими специалистами, понимая ее настоящее место в функционировании как материальной, так и духовной сфер бытия каждого человека и общества в целом.

Main part

Для того, чтобы пиар-программы были качественно подготовлены и успешно воплощены в жизнь, нужны высококвалифицированные кадры, которые со всей серьезностью подходят к выполнению своих обязанностей. Поэтому потребность в профессионалах приводит к введению в учебный процесс такой дисциплины как «Практика PR-деятельности», где основательно рассматриваются основные подводные камни специфики профессии пиармена и выкристаллизуется определенная концепция понимания разнообразия и многогранности PR-сферы.

Большинство ученых, отечественных и зарубежных (Ф. Буари [1], Э. Галумов [2], К. Гусев [4], Т. Лебедева [7], Г. Почепцов [8]), подают свое видение классификации PR-профессий, но одновременно можно увидеть другие названия профессий PR-сферы на современных интернет-сайтах, обслуживающих работодателей и работников,

поскольку вопросы трудоустройства, особенно молодого контингента работников, часто осуществляются через всемирную сеть.

А.Мамонтов, один из авторов книги «PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR», очень тонко подметил: «Глядя на многих студентов и выпускников факультетов по связям с общественностью, я все же склоняюсь к мысли, что очень часто даже самые лучшие вузы дают сухой инструментарий (как написать пресс-релиз, организовать мероприятие, как строить отношения со СМИ и т.п.), не вникая в понимание сути предпринимаемых действий, психологии и мотиваций аудиторий и т.д. В результате получается специалист, который не способен мыслить стратегически, с пониманием принципов и механики выстраиваемых им отношений. Такой специалист не может работать самостоятельно, в лучшем случае, он может трудиться лишь в узкой специализации (например, сочинять пресс-релизы) под чьим-нибудь руководством. Такое наблюдение заставляет меня сделать вывод, что при нынешнем уровне образования по PR необходимо иметь другое (второе) высшее образование, которое может восполнить пробелы в базовых знаниях» [3].

Итак, специалист по публичным реляциям – это человек диалога, который должен иметь глубинные познания в области гуманитарных наук и технологий. Он должен быть «интерпретатором» общественного мнения и посредником между информацией и ее потребителями. Кроме того, он часто должен быть «королевским шутком» (Ф. Буари), но при этом свободным от давления, таким что пользуется безграничным доверием президента. Лично мне импонирует такая мысль: «Вы должны жить этой профессией. PR должен стать частью вас, гармонично вплестаться в вашу жизнь. Если вы не готовы к такому восприятию профессии PR, то никакое специальное образование или даже несколько дипломов за спиной вам не помогут» [3, р. 24].

Современные украинские исследования PR делают акцент на экономических, психологических, лингвистических ракурсах его изучения, а PR-профессии фактически остаются неисследованными. В зарубежном научном массиве работ, что переведены на украинский или русский языки, также трудно отметить работы, которые бы исследовали особенности профессиональной сферы, анализировали те или иные пиар-профессии, говорили о рынке труда, особенности его формирования, указывали на его преимущества и недостатки. Считаю, что на сегодняшний день изучение этому аспекту является насущным и необходимым, изучение должностей пиар-специалистов должно быть тщательным объектом медиеведческих интересов, понимаясь прежде всего как изучение одной из сфер массовой коммуникации, и, соответственно, творчества.

Мировое PR-пространство как неотъемлемая составляющая современной массовой коммуникации потенциально предполагает изучение определенного количества дисциплин в тесной связи с другими рекламоведческими и пиароведческими дисциплинами. В ходе изучения академического курса «Практика PR-деятельности» актуализируются полученные студентами на предыдущих курсах знания по различным учебным предметам – это касается и истории формирования современного масовокоммуникативного пространства и специфики функционирования различных СМИ, и психологии и этики рекламной и пиар-деятельности.

Поскольку реклама и PR приобретают все больший вес не только в политической и экономической сфере, но и в сфере массовых коммуникаций, они начинают интересовать специалистов как системы, функционирующей по своим законам, которая использует для достижения поставленной коммуникаторами экономической цели многочисленные приемы призывов к человеческой психике на сознательном и

подсознательном уровнях: зрительные, слуховые, вербальные и др. Профессионализм специалистов этих смежных отраслей во многом будет зависеть от понимания и осознания различных типов менталитета и других особенностей в зависимости от страны или региона, на которые устремлено рекламное или PR-воздействие. Таким образом, изучение менталитета стран также должно быть предметом интереса рекламоведческих и пиароведческих дисциплин.

Темы, которые рассматриваются на занятиях, разноплановые. В начале стоит рассмотреть рынок пиар-деятельности в Украине и мире. Студенты должны осознавать то, что пиар – это прежде всего процесс коммуникации, путем которой каждая организация, учреждение или публичное лицо устанавливает определенные связи с общественностью. Важно понимать то и факт, что результат пиар-деятельности не может быть молниеносным.

Задачи пиар-деятельности могут быть самыми разнообразными, хочется отметить следующие:

- начинать пиар-процесс с нуля, если мы говорим о новообразованной структуре,
- поддерживать определенный имидж (положительный или скандальный – зависит от сферы деятельности),
- корректировать свой имидж в случае необходимости,
- отслеживать негатив и превращать его в позитив,
- заниматься спиндокторской деятельностью в случае возникновения кризисных ситуаций.

При этом важно акцентировать не только на исторических этапах, ведь постижение пиар-дискурса без этого невозможно, но и наметить схематически и подчеркнуть безусловные тренды в области коммуникации в последние годы. Необходимо при этом обратиться к анализу экспертов. Так, уже традиционным и профессиональным является изучение ежегодных аналитических материалов «Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины 2016 и прогноз объемов рынка 2017 Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции» [6].

Конечно нельзя обойти стороной и деятельность Всеукраинских и Международных пиар-организаций в контексте основных тенденций развития украинского и мирового рынка PR. К таковым относятся Всеукраинская общественная организация "Украинская лига по связям с общественностью", Украинская Ассоциация по связям с общественностью (UAPR, заявленная как международная организация), Украинский PR-альянс, The International Communications Consultancy Organisation (ICCO) / Международная Организация консультантов в области коммуникаций (ICCO). Понимание того, что в каждом виде деятельности есть организации, которые являются флагманами и поводырями – очень нужно студентам для утверждения себя в дальнейшем.

Обучение, несомненно, должно происходить не только в аудитории, а должно предусматривать проведение занятий в творческих мастерских специалистов по пиару. На данный момент это сделать невозможно, потому что в Запорожском регионе пиар-деятельность не успела завоевать популярность, и область не может пока похвастаться большими пиар-компаниями, где можно было проводить подобные мероприятия. Другим вариантом подобной составляющей можно запланировать ряд встреч со специалистами, которые собственным опытом и мини-упражнениями (кейсами) показали бы разнообразие пиар-сферы и важность умения работать как с

документной составляющей, так и с событийными пиар-мероприятиями (конференциями, брифингами, фестивалями, круглыми столами, выставками).

Различные сферы предусматривают свою специфику ведения пиар-коммуникации, поэтому стоит большое внимание уделять именно разноплановым событиям. Так, во время обучения студенты уже имели возможность встретиться с пиар-специалистами различных сфер – банковской, политической, художественной, бизнесовой, полицейской, социальной. С другой стороны – это возможность почувствовать специфику пиара на ТВ, в прессе и диджитал-агентствах. Важность этих встреч усиливает то, что все эти представители пиара являются выпускниками факультета журналистики ЗНУ. Это добавляет дополнительной мотивации и убеждает – по окончании факультета журналистики Запорожского национального университета есть прекрасная возможность состояться в этой сфере.

Стоит отметить также важность прохождения практики в пиар-агентствах и пиар-отделах, поскольку собственный опыт – положительный или отрицательный – помогает почувствовать себя в той или иной профессии. Думаю, что это – серьезное практическое основание для будущих рекламистов и пиарщиков, потому что вопрос специфики выбора профессий и ознакомления с возможностями современного рынка труда – очень важно для дальнейшего выбора своей специализации.

На занятиях мы рассматриваем специфику современного рынка труда, анализируем последние статистические данные по востребованности в области пиар-профессий. Студент учится быть осведомленным в современной специфике этой работы, анализирует много профессий, и в конечном итоге выбирает из них ту, что больше ему импонирует в данный момент. Студент для себя делает вывод – какой круг профессий подходит ему больше, представляет тест-прогноз ситуации по рынку труда региона и Украины на ближайшие 5-10 лет.

Как уже было заявлено мной в предыдущих исследованиях: «Составляющими профессиональной харизмы PR-менов должны быть привлекательная внешность, коммуникабельность и природное обаяние, помноженные на воспитание в высококультурном среде, плюс сильные лидерские и организаторские способности, позволяющие системно держать в голове десятки параллельных задач и организовывать их решения удачным образом. В идеале – это еще и сангвиник, человек с сильной нервной системой, а, следовательно, со «здоровыми» реакциями на стресс» [5, p. 191).

Кроме того, понимая необходимость использования инновационных методов обучения и внедрение системы проектно-ориентированного обучения, считаю нужным постепенно вводить в курс проектную деятельность. Следует искать возможности для сотрудничества с различными структурами и организовывать пиар-сопровождение различных мероприятий – от художественных до социальных.

Учитывая тот момент, что дисциплина относительно новая, и любого учебника или учебного пособия на общеукраинском уровне еще не подготовлено, стоит подумать о том, чтобы на основе курса подготовить учебное пособие с советами по обработке материала, потому что это крайне важно для правильного понимания и поэтапной обработки нужных источников.

References

- [1] Буари Ф.А. Паблик Рилейшн, или стратегия доверия : уч. изд. / Ф.А. Буари. – М. : Консалтинговая группа “Имидж-Контакт”: Инфра-М, 2001. – 178 с.

- [2] Галумов Э. А. Основы PR [Текст] : [учебник для вузов] / Э. Галумов. – М. :
Летопись XXI, 2004. – 408 с.
- [3] Горкина М. PR на 100 %: Как стать хорошим менеджером по PR / М. Горкина, А.
Мамонтов, И. Манн. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2003. – 113 с.
- [4] Гусев К.А. Связи с общественностью в экономике / К.А. Гусев. – М.: Аспект пресс,
2003. – 178 с.
- [5] Доценко К.О. Професії в PR : спроба аналізу й класифікації / К.О. Доценко //
Ученые записки Таврического национального университета. – Симферополь :
ТНУ, 2012. – Т. 25 (64). – № 4. – Часть 1. – С. 188-193.
- [6] Лазебник М. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины 2016 и прогноз
объемов рынка 2017. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции /
Максим Лазебник [Электронный ресурс] // Режим доступа:
<http://reklamaster.com/marketing-and-advertising/obem-reklamno-kommunikacionnogo-rynka-ukrainy-2016-i-prognoz-obemov-rynka-2017-ekspertnaja-ocenka-vseukrainskoj-reklamnoj-koalicii>
- [7] Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшн по-французски. [Текст] :
концепции, практика / Т. Ю. Лебедева; под ред. Я. Н. Засурского. – М. : МГУ,
1996. – 136 с.
- [8] Почепцов Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Почепцов. – М. :
Рефл-бук; Киев : Ваклер, 2000. – 352 с.

"The Hornet (Shershen)" as the First Ukrainian Political Satira in Journal in Russian Empire

Oksana Garachkovska, Kyiv National University of Culture and Arts,
oksana237@ukr.net

Abstract

The article is devoted with the analysis of the role and place of the magazine "The hornet (Shershen)" in the history of Ukrainian journalistic satire. On the basis of 26 issues of the journal "The hornet (Shershen)", which are stored in the hall of rare editions of the V. Vernadskiy's National Library and National Academy of Sciences of Ukraine analyzed the ideological and thematic and genre specificity of the edition. It is concluded that the experience of creating a magazine has served Ukrainian writers, journalists, artists and printers in the launch of "Red pepper (Chervoniy perets)" subsequently "Peppers (Pertsy)" and other satirical magazines of the twentieth century.

Keywords

journal, political satire, journalism, satirical-humorous press, weekly newspaper, periodicals.

Introduction

The article is devoted with the analysis of the role and place of the magazine "The hornet (Shershen)" in the history of Ukrainian journalistic satire. On the basis of 26 issues of the journal "The hornet (Shershen)", which are stored in the hall of rare editions of the V. Vernadskiy's National Library and National Academy of Sciences of Ukraine analyzed the ideological and thematic and genre specificity of the edition. It is concluded that the experience of creating a magazine has served Ukrainian writers, journalists, artists and printers in the launch of "Red pepper (Chervoniy perets)" subsequently "Peppers (Pertsy)" and other satirical magazines of the twentieth century.

Main part

In the conditions of the 1905-1907 revolution the active work of the Ukrainian community in the Duma and the relevant decrees (in particular the imperial decree of the 24-th of November 1905) the Ukrainian people received the right to the press and freely print books without prior censorship in the last days of 1905 the first issues of the journal "Native land (Ridny kray)" (Poltava) and the daily newspaper "The public opinion (Hromadskaya dumka)" (Kiev) came out.

There were more than ten newspapers and magazines in the beginning of 1906. Among them were "Fighting" (Kiev), "Zaporozhe", "Good deed" (Ekaterinoslav), "World Star" (Mohali Podolsk), "People's affair", "News» (Odessa), Slobozhanshchina, Advice (Kharkiv), magazines The star (Moscow), «Free Ukraine» (St. Petersburg), «New community», «The hornet» (Kiev). The appearance of publications in the Ukrainian language was of great importance, although most of them existed for a short time and had relatively small volumes. Due to various circumstances many projects of Ukrainian language periodicals were not implemented. So from October 1905 till June 1907 64 Ukrainian newspapers and magazines

were released. However, only one copy of their existence was confirmed by only 24 editions [7, p. 4-5].

An analysis of recent research and publications, which launched the solution to this problem. There is no studies and journalism in Ukrainian literary until now. There are no special works devoted to the comprehensive study of the Ukrainian-language press of the early twentieth century. However, some of the abovementioned editions were saved by their predecessors in the end of the nineteenth century. Among them were «The base» (Osnova), «Native land» (Ridnyy kray), «Literary and Scientific Herald», «Ukrainian Life», etc. In their connection with the then the literary process has already become the subject of separate research [Look: 2; 5; 6; 8]. However, the role and place of the satirical magazine "The hornet" in the history of Ukrainian journalistic satire are still unclear. But there are several publications by scholars on this subject [1; 3; 4].

Meanwhile in the history of Ukrainian culture in general and literature, the illustrated magazine «The hornet» was published in Kyiv from January to July 1906 plays an unimportant role. During this time, the world saw only 26 issues of the magazine. The only set of the journal is currently stored in the rare edition of the of V. Vernadskiy's National Library and National Academy of Sciences of Ukraine.

Consequently the urgency of the article is caused by the acute need to investigate the role and place of the journal The hornet in the history of Ukrainian journalistic satire as well as the lack of scientific works on this issue.

The purpose of the research is to analyze the ideological, thematic and genre specificities of the magazine «The hornet» to determine the role and place of the publication in the history of Ukrainian journalistic satire.

Presentation of the main research material. In Galicia in the late 80's and early 90's of the nineteenth century the humorous magazine «The mirror» (Zerkalo) came out (as an addition to the Truth (Pravda) magazine). The mentioned magazine paid little attention to political issues. There were applications in the form of a humorous «basement», a Sunday application, and mostly in the form of feuilleton in some newspapers. «This was a prehistory of the Ukrainian satirical-humorous press» O. Babishkin rightly observes. There was very history began with «The hornet» as a magazine with a clearly identified political face" [1, p. 82].

Note that the period of prosperity of Ukrainian periodicals at the beginning of the twentieth century. The abolition of previous censorship did not in any way mean that the imperial authorities had fulfilled their promise of freedom of the press. It was a turning point maneuver aimed at deceiving the public. In fact the government has delegated powers of print to local administrations, which, in essence have unlimited rights. The free word was pursued just as brutally and cynically, as before, only by some other means.

The order of the governor, local officials oversaw the press, using the slightest reason to prosecute democratic publications. Such hunting from the first day began also in the satirical magazine «The hornet». Confirmation of the above may be the message of the time in the black hundred newspaper «Kiev citizen» «Satirical magazines» Free laugh (No. 1), «The tool» (No. 1), «Lantern», (No. 1), «Bully», (No. 1), «The oxen lantern» (No. 1), «The hornet» (No. 1) the order of the governor of Kiev ordered to withdraw from the sale for a full time martial law («Kiev citizen»). Those notes were published quite often.

It is worth paying attention to the fact that the magazine was created by a cohort of nationally conscious Ukrainian artists. Thus the leading artists of the satirical magazine were Photius Krasitsky (1873-1944), the great grandson of Taras Shevchenko, a student of M. Pymonenko and I. Repin, Athanasius Slastion (Slaston) (1855-1933). At that time already was well

known painter and graphic artist, a graduate of the Petersburg Academy of Arts. Sergei Svitoslavskiy (1857-1931). Kiev travelers V. Perov and O. Savrasov, Ivan Buryachok (1877-1936) noted about theater artist and graphic artist, graduate of the Krakow Academy of Arts. Volodymyr Riznichenko (pseudonyms is Velyentius, Hyde) (1870-1932). The graduate of the Kharkiv University a geologist in education in the Soviet era academician of the Academy of Sciences of the USSR. Young artists Mikhail Yakovlev (Kosin) (1880-1942) a student of I. Repin and I. Shulga (1878-1938), a graduate of the Petersburg Academy of Arts (repressed in 1937) and others. Among the authors of the literary section of the magazine readers saw Ukrainian poets and writers who lived in Russia and in Austria Hungary. These were Ivan Franko, Lesja Ukrainka, Ivan Nechui-Levytsky, Mykhailo Kotsiubynsky, Mykola Voronyi, Alexander Oles, Vasyl Stefanik, Osip Makovey, Volodymyr Samylenko, Agatangel Krymsky, Olena Pchilka, Lyudmila Staritska-Chernyakhivska, Mykola Chernyavsky, Modest Levytsky, Oleksa Kovalenko, Ivan Steshenko and many other well-known and less well-known young writers. All of them played a prominent role in the further development of the traditions of Ukrainian democratic satire.

The magazine was a weekly and went out every Friday. Issued by its editor was V. Lozinsky. The volume of the magazine was 8 pages of A×3 format. Drawings and caricatures on public and political themes were both black and white and colored. "The price for sending on a yearly basis" of the weekly, as indicated in its initial data, was 4 rubles, abroad 6 rubles. Each separate number of "The hornet" was sold at a price of 10 kopecks. The title of the weekly, probably, is taken from the fable of G. Skovoroda «Bee and hornet» (collection "Fables of Kharkiv").

The image of «The hornet» in the work of the Ukrainian wisdom is a symbol of people living by the plunder of others and created only for eating and drinking. Bee is the «emblem of a wise man» who works in an «affair». In the «power» of the fable, the author saw the happiness of man in this business, which is truly «the sweetest feast». It means not satisfying the low needs and carnal lust, but fulfilling its natural purpose in life.

Having proclaimed in the first issue of the newly created magazine the defender of the working people and the enemy of the exploiters («...in the workers, our hornet will not approve, that's even from his face visible, it will take him in the streets where the most drones pyramids started, it stabbed mercilessly, he taking honey, will leave his sting instead of his sharp urge to get all the trash that is alive from someone else's work from her ...»), the editorial staff of "The hornet" not only began to protect the common people, but also consistently implemented its program.

The vast majority of materials placed on the pages of the magazine were signed by pseudonyms, cryptonyms and astronomy. The reader met in the magazine and works of «The hornet Party» and «Hornet» from Mirgorod, Gedzya from Chernigov region, Chmila, Osya, M. Pronozi, V. Sivenky, V. Komar and Gum-Buga. Separate pseudonyms and cryptonyms have been already discovered by literary scholars. So O. Babishkin found out that the krypton «Luke. That was L. Ukrainka, belongs to the prominent Ukrainian poet [1, p. 84], M. Goncharuk substantiated the belonging of the pseudonym "Nicholas from Sich" to the poet M. Kuzmenko» [3, p. 24].

V. Samylenko, signed the pseudonym «V. Syvenky» and cryptonym, «M. Chernyavskiy was the pseudonym» Pronunciation and other.

The readers of the magazine received special attention to the satirical workings of famous writers and, above all, Taras Shevchenko's poems. In particular, during the days of the anniversary of the poet «The hornet» published several such satirical alterations, which are based on the form, image system, the rhythm of the poems «If you knew, panic ...», «Garden

cherry hut ...», «My thoughts ...», «And the day goes ...» and others where the sharp criticism was subjected to the imperial duma or the Black Hundred monarchist group that united around the magazine «Kiev citizen» with its editors Pihnus and others.

On the pages of «The hornet» we meet folk retellings about Shevchenko, about his relations with the lords. These materials were published by Olena Pchilka. Significantly greater political sharpness was noted by «Illustrations to T. Shevchenko's Kobzar on contemporary themes». In one of these illustrations a convoy from gendarmes and policemen leads a group of ordinary people. Under the picture it is stated «One of the Moldovans to the fin all languages are silent ... because it is prosperous». Significantly weaker were the works such as the parody of Osip Makovey to the text of the ballad of T. Shevchenko "In that Catherine ...» (No. 8):

In that Catherine Hut on the platform;

Have come to her once

Three young ladies are away:

One of the theology,

The second of philology,

The third student of medicine,

And all without a girl.

She is not funny and quite trivial. Lesia Ukrainka in one of her letters expressed dissatisfaction with the publication of this parody. Shevchenko anniversary also caused two satirical poems about the attitude to the heritage of the prominent Ukrainian poet. In particular, V. Samiylenko in the article «If Taras Has Been Now...» (No. 8) ridicules the riots that fellow countrymen carry around his legacy («The most beautifully grizzly // most with each other»). The poet in the following lines reveals what "possessions" belong to Ukrainians.

Here is a thin irony, sarcastic statement of V. Samiylenko about «achievements». *Now, they say, is not what was before, because the native word has now come to life, "They do not resist, do not bend, / And sometimes keep vigilant ... / / So that it does not flow from the printing house."*

The verse of Lesia Ukrainka «Legend» (No. 8) is much sharper and politically oriented

It was once in one country:

Sad poet in a sad hut

The lines of the duma stipulated:

They "equaled", like an infantry,

And then the singer took the hunt

And he gave them wings.

Every new commentator and publisher of the artistic heritage of the poet corrects his works in his own way, according to his own political preferences. Some of them are trimmed the second «all black-eyed» bleach, the third «white bit a little black // And all gave gold»

And when Taras'es works, thoughts-birds (in the verse "Legend" Lesia Ukrainka never named Shevchenko's name, but his image was identified at least by such expressive strokes «Because that's just that day, // were the sons of the anniversary // Birth and death by all means») flew into the world after the above mentioned revisions of publishers and interpreters, they" thinly sighed something // Though gobbled up ... " and" the poet did not know his children".

The of Lesia's Ukrainka main attention turned to the outrageous treatment of Shevchenko's political slogans and revolutionary appeals, which came not to the taste of individual "interpreters".

In another satirical work «Pan Narodovets» published in the 17th issue of «The hornet» Lesya Ukrainka depicted the type of liberal debates to those who speaks of his love for the peasants, his willingness to serve ordinary people with all his might, and with all sorts of promises, he tries to divert the labor peasantry from revolutionary performances in the countryside.

For this purpose, he "decided to publish a man's magazine":

I will teach you how to oppress

ground for wheat.

You say no land?

That's empty, trivial!

When it became clear that the peasants also did not have a hayfield neither pasture nor forest nor even a swamp. Therefore is no need to tell them in the «magazine» «how the world hays people» or «how the cattle must be grazed» or «how to care for the forest», «dry the age-old swamp, «crafty panks, asks «Though you burn, and buy // publish a man. «Of particular interest are such popular in «the hornet» literary genres, as verse satirical miniatures. They were a battle, a scapular weapon in the struggle of the magazine for the national and social liberation of the Ukrainian people from the oppression of the Russian tsarist.

Draws attention, in particular, to the picture of F. Krasytskiy referred to as «Patriot» created on the theme of the popular satirical poem V. Samilienko «On the stove (Ukrainian Patriotic Duma)» «Although I spent my whole age on the stove, // But I always was a patriot ...»

At the same time those or other caricatures caused the appearance of their respective verse subtitles, which greatly increased the aesthetic perception of works of graphic art, contributed to a better memorization and the dissemination of the idea laid down in them.

Hence it becomes clear why the editorial staff of «The hornet» considered it indispensable to file, in addition to the one published in the first issue of the magazine of the program article «To readers». There are also peculiar poetic «programs», such as the number 4 «Laughter» as a journalistic and declarative essay, designed to emphasize the anciently recognized revolutionizing role of satire, or in the number 8 «Evening». There was not only specified the previous declaration on the objects of satire («Battle, Pinto and Python even our «The hornet» is not dead»). In the travesty parody way it ridiculed them in this one base of the ideological instigators «Union of Russian people» in Ukraine editor and editorial reactionary magazine «Kiev citizen».

And the close collaboration of the artists of the brush and pen in the magazine was the very favorable foundation that intensified the search for the latter in an epigram, a parody, a pun intended, a grotesque key. After all each time there was a task to find a concise accurate signature either to the already finished caricature, or to the future. Interesting examples in this regard are the anti-bureaucratic poems by M. Pronozy (Mykola Chernyavskiy) and Bureaucrats V. Sivenkiy (Volodymyr Samiylenko) in poems written by O. Oles placed in (No.2 and No.3). «The Hell» seemed to be in that an hour! ... «under the caricature of almost the entire page» Guilt! Save the Black Hundred!» (No.6).

Partly the verse miniatures were created in the form of small dialogues, the satirical effect of which was achieved as a result of the game of words. This type includes Nikolai Kuzmenko's thumbnail dialogues appeared under the pseudonym Nicholas from «Sich» or

the so-called «Our conversations» signed by the pseudonym «Chatterboxes» were published on the pages of the Shells. [Look 3, p. 24].

In addition to poetry of satirical works, the magazine "The hornet" very often published miniatures in the form of various private ads, journalistic chronicles, telegrams etc.

Here's one such telegram *Paris. The rich collect money for a loan from Russia on the bail of monopolies; Witte proposes to enforce the Constitution "(No. 1). In the heading "Announcements" the following message was printed "Needed lies magicians and acrobats for a new joke" Constitution "(No. 2). Or "For the editors who wanted to use the freedom announced on October 17, I can sit down for a cheap fee. Ask at Lukianivka, camera 13, Y. Unbeaten" (No. 4).*

In the number 25-26 the 14-th of July 1906 turned out to be the last for "The hornet" two satirical works were published «My openness» by I. Stetshenko and «When ...!» O. Oles. The first poem dispels the «expression of the thoughts and beliefs in the press» of the "freak of hope» of the freedom conferred by the constitution «open» («be discontinued!...»).

The satirical poem written by Oleksandr Oles «When ...!» *It was written in the form of a monologue of the lyrical expressed by the verbs of the conditional method: "If I had faltered free ...", "If I was a magnificent oak ...", "If I was a violent wind ...» and so on.*

The second part of the work shows the sad realities of the constitutional «freedoms» of the common man

Yes ... unfortunately my man is a man ...

And I must keep silent ...

In the number 25-26 of the magazine the following message appeared: «Given the current circumstances, the publication of «The hornet» for a while stops».

Conclusions

During the first Russian revolution of 1905-1907 «The hornet» despite the fact that among its authors and editors was a lot of people with politically vague philosophies, managed to become an effective advocate of the social struggle against of the king's power, against the landlords and the bourgeoisie. Questions of social struggle took place in the weekly most important place. The revolutionary era demanded from the Ukrainian writers in addition to the great artistic value of works and also unusual efficiency, quick response to the needs of the day. As a result satire came to the forefront of the literary struggle for the establishment of the rights and freedoms of the Ukrainian people.

This has also caused her genre specificity. First of all the development of mobile genres satirical verse, miniature dialogue, satirical processing of a famous work, epigrams, parodies, signatures under a caricature, etc. The weekly «The hornet» occupied a significant place in the Ukrainian literary process of the early twentieth century. The experience of its creation has served Ukrainian writers, journalists, artists and printers when launching the «Red pepper» later «Pepper» and other satirical magazines of the twentieth century.

References

1. Бабишкін О. К. Сатиричний журнал «Шершень» / О. К. Бабишкін // Рад. літературознавство. – 1959. – № 4. – С. 82–90.
2. Бойчук А. П. Українська сатира другої половини ХІХ ст. / А. П. Бойчук. – К. : Вищ. шк., 1972. – 265 с.

3. Гончарук М. Л. Українська сатира періоду революції 1905–1907 років / М. Л. Гончарук. – К. : Наук. думка, 1966. – 156 с.
4. Косяченко В. Епоха в рядках епіграми / Віктор Косяченко // Слово і час. – 1992. – № 10. – С. 50–56.
5. Полумисна О. О. Журнал «Украинская жизнь» і літературний процес початку ХХ століття: дис. ... канд. філол. наук: 10.01.01 – українська література / Ольга Олексіївна Полумисна: Харків. нац. ун-т ім. В. Каразіна. – Харків, 2009. – 193 с.
6. Почапська О. І. Українська сатирична публіцистика Наддніпрянщини періоду національно-визвольних змагань 1917–1921 рр.: дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 – теорія та історія журналістики / О. І. Почапська. – К., 2009. – 211 с.
7. Сидоренко О. І. Україномовна преса Росії 1905–1907 рр. : Анотований покажчик періодичних видань / О. І. Сидоренко. – К. : Політвидав України, 1987. – 312 с.
8. Стадник В. Сатиричний дискурс газетно-журнальної публіцистики Наддніпрянської України 1905–1920 рр. у викритті теорії і практики антиукраїнства і становленні Української держави: дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 – теорія та історія журналістики / В. Стадник. – Львів, 2008. – 200 с.

The Formation of Media Literacy in the Library Environment

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

Abstract

In modern conditions, the aim of media education, which is realized through the use of information and communication technologies, is to teach students to use them and to organize the process of self-education. A significant role in this is played by the university library.

Keywords

Media education, university library, communication, students, self-education

Introduction

The current situation in the world and attendant communicational forms demonstrates that reality basically becomes the flow of information, the main carriers of which are electronic and digital media. Hence, the growing interest of researchers from different fields to the media problem. Media offer arguments and demonstrate models of behavior. Their role is so great that modern society is called not only "information", but also «mediatized», i.e. dependant on the media. The media space is constantly expanding, and has a great impact on the cultural, social and psychological values, shaping and changing our attitudes and behaviors. Traditional letters are gradually becoming an anachronism, and the book is threatened to become a rarity of the past, as it has already happened with a typewriter.

As the researchers note, today we need to understand the new cultural phenomenon of media culture. In the broadest sense media culture defined as a set of information-communication tools created by mankind for cultural and historical development that contributes to the formation of public consciousness and socialization of the individual. Media culture is not only the specific type of translation of socio-cultural images and values, but also the cultural-semiotic and political tools. It is also a specific method of media interactivity of object/subject. Media culture has created a new environment by changing the laws of the functioning of the whole culture. Moreover, media culture has an important role in education and the concepts of it are often included in study programs.

Main part

Media reality

These days, media are interpreted as an integrated wholeness of all media varieties, or their configuration. A person, by using media during his life, becomes a communicant that simply transfers information. However, communication leads to the creation of stable interpersonal relationships and personal structures. Communication becomes not only the reality of existence, but all-consuming and therefore the only reality. From the standpoint of the consciousness of user-communicants, which is a new form of subjectivity, new media is the only way to find freedom using the means of communication.

The space of the media education is a phenomenon, created on the basis of the integration of education and information-communication technologies. The main problem of

educational development is the creation of conditions for the integration of media space and educational space as a single educational and socializing environment conducive to the development of the individual [3].

The cutting edge of media education at the present stage of development is to teach the younger generation the ability to independently comprehend the media, understand media texts, and increase their information competence in the modern media space. In the socio-communicational space for young people, there is a clear need for skills of perception of information, the ability to correctly understand the meaning of audiovisual images, and, as a result, more competently and freely to use and navigate information flows. The basis of this is media literacy.

It is clear that the educational sphere is one of the most important communicative environments of a society where incitement, universal human, national, humanistic values are transmitted. Network organization of the information and communication environment of the university, as a rule, serves to overcome the individualism of future actors of social activity, the formation of the ability to establish social contacts and maintain social interaction. According to V. Ilganayeva, this tendency marks the expansion of communication space and communication opportunities of modern culture of society and human relations [2].

University students who have just finished school and arrived from different parts of Ukraine need a well-organized media education system. In addition, such a form of learning, as a distant, is particularly in need of informational awareness. This is what causes the relevance of the study of the phenomenon of media education.

Students can develop media literacy in two ways: 1) through the introduction of a separate course on media education; 2) the integration of media-awareness technologies into the existing system of educational process.

The most appropriate form for our university students is the integration, starting with the first year when they are given the course «Introduction to the specialty». Library experts can discover all the facilities of the library, conduct an excursion and provide advice, conduct practical classes that require systematic, work out the subject of lectures, along with the teachers who read this course. [1].

In order to support and enrich the learning process, most of these multimedia products (MMP) are used. Multimedia products– documents that contain various types of information and require the use of special technical devices for their creation and reproduction (multimedia products are created by means of MMT). Characteristic features of MMT are:

- combining multicomponent environment (text, sound, graphics, photo, video) in a homogeneous digital image;
- ensuring reliable (absence of strokes at copying) and long-term storage (guarantee – dozens of years) of large volumes of information;
- simplicity of information processing (from routine to creative operations).

Particular attention deserves virtual exhibitions. Qualitatively executed from informational, design and technical point of view the exhibition allows to open funds, attract a new target audience, improve reputation and create a positive image of the library. In addition, the recommendatory nature of the exhibition contributes to the promotion of reading and popularizing important thematic areas.

Modern virtual services considerably extend the possibilities of promoting library resources in the Internet space, and also help to create an attractive image of the library. The use of

modern web services to create virtual exhibitions allows you to make an original informational product.

The main advantage of web services is the free access to their own data over the Internet anywhere in the world, regardless of the provider, computer or browser. Since almost all web services are hosted on their own, convertible multimedia products are stored in the directories of these services. This technology requires the registration of resources.

The advantages of hosting virtual exhibitions at the web service hosting service include the provision of library information products on many platforms in the Internet space, which facilitates their promotion.

Librarians do everything they need to spread and enhance media culture, helping them adapt readers/users to the new information space, allowing them to become media literate.

Introduction to the education system of multimedia technologies allows optimizing the processes of improving the information and educational environment of the University Library communication facilities of the network service.

Conclusion

In the modern world, a person is under the influence of continuous streams of information, in most cases, transmitted through mass media channels. This is especially important for the younger generation. That is why for young people there is a clear need for the perception of information, the ability to correctly understand the meaning of audiovisual images, and, consequently, more competently and freely use and navigate the information flows.

The University Library as a communication center has the potential to influence the media literacy of users. In its activity, it integrates the functions of education and education in order to form a creative person, a specialist professional, requirements to which are determined in accordance with state standards of education.

References

- [1] ГРАБАР Н.Г. (2012) Медіаосвіта – бібліотечна складова. Підвищення ефективності інноваційної системи сталого розвитку університета : збірник наук.-метод. праць. Харків, С. 209-217.
- [2] ИЛЬГАНАЕВА В.А. (2015) Медиа как фактор формирования единства человеческого сообщества. Соціальний інжиніринг: моделі й технології : колект. монографія. Київ: КНУКіМ, С. 27-48.
- [3] МАЗОРЕНКО М.О. (2012) Феномен мас-медіа в культурному просторі інформаційного суспільства: філософсько-антропологічний аналіз. Харків, ХНТУСГ.

Integrality – The Way of Reconciliation of Science and Education

Valentyna Ilganayeva, Kharkiv State Academy of Culture, ilganaeva_v2006@ukr.net

Abstract

Science and education should become main transfer subsystems of social consciousness to a new level of the development of human civilization. Only by the dissemination of integral worldview humanity can prepare our world to a new perception.

Keywords

Media environment, integrality, science, education, worldview synthesis.

Introduction

Science and education are priority areas of constant speculation on the background of the unfolding systemic crisis of society. If we remove from consideration the socio-political factors of the functioning of social subsystems, we'll expose an undoubted participation of the most interested powers –production-economic complex – whose interests directly depend on the retention profitability at a high level and subordinate power structures. The commercialization of science and education began in the middle of XXth century and its rapid pace today is completely carried out from the established scheme of squeezing surplus value out of any kind of production. This refers to information and knowledge. If it was done with "information" as the subject of work in previous decades, with "knowledge" the realization of the selfish intentions of the producers has stalled. If it is not conscious, then in the near future, the worsening condition of the society would be a sufficient basis to revise approaches to the assessment of the situation. The problem is that existing scientific-philosophical conceptions of the world and the state of public consciousness are the source of the social crises and lack of acceptable options for their overcoming. The need to build a harmonious society still has not a concrete expression in the proposed reforms and projects.

Main part

The need for worldview synthesis

The vision of a world is forming in the process of knowledge transfer in education when the sense of community becomes possible only through the union over all individual egoistic aspirations of the people. A system of "higher knowledge" arises, i.e. the system, manifested at the level of functioning of the social consciousness. It is also an ideological problem, because the change in the consciousness of humanity should be reflected in the aggregate of all directions of social and cultural activities of society. Otherwise, how in the chaos of world views is possible to achieve the positive decisions for our world? The boundary conditions appear in the sphere of science and education, when the contradictions of intellectual progress in science almost do not affect the substance of the education of the younger generations. So before implementing another sensational recipe for reforming education or accomplishing another order of the material wealth producers or politicians, representatives of science, including teachers, should think about the kind of world we want to have in 10, 20 years. What will be the society of tomorrow?

Today all the questions, raised in the reform programs of education, deal with the private moments, even though they reflect some critical situations related to education and do not affect the fundamental principles of upbringing and education in general [1]. However, we overlook the main philosophical aspect of science and education that represents an integration-systemic view of the world, which reveals the achievement by human of a new stage of development.

Society has reached the next evolutionary stage of transformation which affects the entire human civilization, which becomes a single integral system. The whole world is closed, it became integrated, and the communications network is compact so that it shows complete interdependence of one and all. Even if we do not see this and yet do not perceive, all human beings are in a common space and time which keep great pressure through public problems. Knowledge, transmitted in the communication channels of society (including scientific and educational), should have a common vision of the people life-world as well as the reality that is given to us in sensation. Knowledge "for all" gains the meaning of fulfillment by aspiring to the states higher than our present knowledge, i.e. reflective system of social consciousness, which forms semiosphere of media environment. Multimodality of communicational sphere of the society made possible the integral unity of rationality and sensibility of cognitive presentations of the whole spiritual experience, accumulated by the humanity. Integrality is considered as an ideological basis for further program of scientific synthesis and further development of science and the entire educational system. Integral picture of the world, that explains the unitary laws of the Universe, development processes, cause-effect relationships in the functioning of the systems of different nature and bio-social system of Humanity, peculiarities of their manifestations, their interdependence and interaction appears as a circle of reconciliation of science and education and creates the preconditions for achieving the required resonance of the cognitive state of the social consciousness. It is "bloodless", the peaceful way of development of the society.

Integral approach to education

Currently, there is a tendency for integration of scientific knowledge of society, which is based on the concept of integrated perception of reality and the unity of the laws of physical, biological and social worlds [2]. There are some assumptions about the reformatting of the modern science system of society and feelings of the futility of its existence in the current framework and relationships in the scientific community. That is why there is place for bold predictions concerning new form of scientific knowledge [3]. Globalization and some consequent changes in society life are only the external manifestations of its development. The integration processes, permeating the entire structure of society are the content of abovementioned development. So, the sphere of human relationships becomes the essence of the transformation process, the condition and character of which came to a complete mismatch with the trends in society and the essential state of Nature. The information density and the saturation of modern media space of society are the necessary moment of preparation of humanity for the transition to a new socio-psychological state. The only question is whether the rebuilding will last for a long time with an increasing negative potential of disunity of people, strengthening of contradictions, deepening of crisis situations or it will happen through the purposeful development of common understanding of the essence of the processes.

Integrality becomes the chance for redemption for science and education in order to establish actual cause-effect relationships in the process of achieving a qualitatively new state of humanity and created by it an artificial social world. This is a new internal query of the social system, that has reached a maximum level of contrast with the Nature. Integrality in science

risers from the integrity of systems of different nature, which obeys the same laws of development of the Universe. Scientists have proven that this property is inherent in the physical, biological and social systems when they reach high level of development. Integrality is the awareness of the need to recognize the futility of the current separation of the people, achieve the common understanding of the problems of our life and adopt the common methods of overcoming crisis situations. The existence of the system of integral education is possible only with coordinated interaction of science and education that represents an integral picture of the world, as well as a clear mechanism of control and self-management of society and the human community that meets a new level of functioning of the social system.

So far, all cosmetic educational reforms produce short-term effects of self-satisfaction of the reformers, without affecting the essential aspects of the development of society as a unified system, under the necessary capacity for the transition to the new level of functioning.

Conclusion

Thus, the aim of the new format of education should become a new constructive philosophical synthesis, able to provide a unified vision of the whole natural-social construction of the human world and the coherence of natural systems. Science and education should help people to see the opportunity to change the conditions of life for the better, without the involvement of huge financial and material resources. This might remove a conflict in the society in all areas of life using the technologies of psychological adjustment of people through the implementation of the unified laws of development, which are absolute in relation to systems of different nature.

This can be achieved only through the implementation of the new ideas and feelings of mankind, rooted in its social memory, the recovery of which is associated with latest methods of information consolidation and information flows, and also with usage of the appropriate integration tools in developing of the new knowledge. In this direction there is a need for some changes in the upbringing and education of people, both children and adults. Otherwise, the picture of reality, arising in our minds, will become more terrible and destructive for mankind.

References

- [1] GRIFFIN, P.& CARE, E. (2015) Assessment and teaching of 21st century skills: Methods and Approach Educational Assessment in an Information Age, 3rd ed. New York, Springer.
- [2] ILGANAYEVA, V. (2017) Science of the 21st century: Consolidation in the conditions of system socio-cultural transformations, v.1, Kharkov: Miskdruk.
- [3] WILSON, E.O. (2006) The Creation: An Appeal to Save Life on Earth, 1st ed. W. W. Norton & Company.
- [4] КОММЕР, Д.С. (2013) Мораль XXI века, Москва, Кодекс.

Media Education as a Component of Reforming Higher Education in Ukraine

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

Abstract

This article presents the peculiarities of implementing media education into the higher education in Ukraine as a component of its reforming as to improving the quality of training highly-qualified specialists in different fields of sciences for forming their media culture to adapt nowadays challenges. The essence of the concept of the media education is defined. Modern situation of implementing media education into higher schools is analyzed. Main trends of media education development in higher educational institutions in Ukraine are considered.

Keywords

Media education, higher education, media culture, media literacy, higher educational institutions.

Introduction

Modern processes of reforming the higher education in Ukraine aimed at improving the quality of its content need to be adapted to educational standards of the European Union while integrating into it. Media education has been one of the main priorities of the educational policy of the European Union [2], as well as it has been a subject of UNESCO documents [4, 7]. It is the media education that is considered as a component of reforming the higher education as to forming media culture in the Ukrainian educational environment so that to train highly skilled specialists in any kind of social activities to meet labour market demands worldwide.

Main part

The main aim of the article is to introduce the peculiarities of implementing media education into the higher education in Ukraine as a component of improving quality of training highly-qualified specialists in different fields of sciences with the aim of forming their media culture to adapt nowadays challenges.

In Ukraine reforming the higher education is regulated by appropriate laws including the Conception of implementing media education which was accepted in 2010. The newest edition of the Conception (2016) approved by the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine is based on UNESCO documents including Paris Agenda (2007), Fez Declaration on Media and Information Literacy (2011), Paris Declaration on Media and Information Literacy in the Digital Era (2014), and European Parliament Resolution on Media Literacy in a Digital World (2008) [5].

Some aspects concerning the issue of implementing media education into learning environment were examined by David Buckingham [1], Alexander Fedorov [3], Hanna Onkovich [6], Elizabeth Thoman [8], etc. David Buckingham examines changes in media education and provides a set of media curriculum principles for using in pedagogic practice

[1]. The past and present of media education in Russia were analyzed by Alexander Fedorov [3]. Hanna Onkovych studied the issue of implementing modern media means of didactics into educational process [6]. The essences of different media messages were considered by Elizabeth Thoman [8].

The essence of the concept of the media education

The concept «media education» is defined in different ways as:

- process of teaching and learning about the media [1];
- process of the development of personality with the help of and on the material of media, aimed at the shaping of culture of interaction with media, the development of creative, communicative skills, critical thinking, perception, interpretation, analysis and evaluation of media texts, teaching different forms of self-expressions using media-technology [3];
- part of educational process, aimed at forming media culture in a society, as well as training a personality as to safe and effective interaction with modern mass media including traditional (print, radio, cinema, TV) and new media (computer-mediated communication, Internet, mobile telephony) taking into account the development of information and communication technologies [5];
- is an active process of cognitive development and self-development of a personality done through mass media and based on mass media materials [6];
- part of the basic entitlement of every citizen, in every country in the world, to freedom of expression and the right to information and is instrumental in building and sustaining democracy [7].

According to recommendations of UNESCO media education also:

- deals with all communication media and includes the printed word and graphics, the sound, the still as well as the moving image, delivered on any kind of technology;
- enables people to gain understanding of the communication media used in their society and the way they operate and to acquire skills using these media to communicate with others;
- ensures that people learn how to analyse, critically reflect upon and create media texts; identify the sources of media texts, their political, social, commercial and/or cultural interests, and their contexts; interpret the messages and values offered by the media; select appropriate media for communicating their own messages or stories and for reaching their intended audience; gain or demand access to media for both reception and production [7].

To understand the essence of the concept of the media education it is necessary to analyze concepts «media literacy» and «media culture».

Media literacy is an outcome of media education as according to European Parliament Resolution it helps to meet the challenges posed by new media – particularly the scope they offer for interaction and creative participation – as well as providing the knowledge needed for traditional media, which are still a main source of public information [2]. Media literacy is also defined as a media culture level concerning the use of information and communication techniques, the ability of expressing yourself and communicating with the help of media technologies, conscious perception and critical interpretation of the information, separation of reality from its virtual simulation, that is, understanding reality created by media sources, and authority relations, as well as myths and types of control, which they cultivate [5].

So it is possible to state that media literacy can be considered like skills and knowledge about getting and processing information from media sources acquired as a result of media education aimed at forming media culture of people.

According to the Conception of implementing media education media culture is a set of information and communication tools functioning in a society, sign systems, elements of the communication culture, search, collection, production and transmission of information, as well as the culture of its perception by social groups and a society as a whole. On a personal level, media culture means the ability of a person to interact effectively with mass media, to behave in an informative environment in an adequate manner [4].

Thus, taking into account the above-mentioned it is possible to conclude that media education is an educational process aimed at acquiring knowledge and skills about getting and critical processing information from media sources for forming media culture which is appropriate to requirements of a democratic society.

Modern situation of implementing media education into higher schools

According to the Conception of implementing media education Ukraine is on the second stage (2017–2020) of gradual establishing of media education and standardization of its content which provides the development and approbation of special courses, curricula, software information and communication support and other tools on media education and media literacy in education including a higher one [5].

Nowadays there are main centres of media education in Ukraine such as Ivan Franko University of Lviv (Boris Potyatinnik, head of the department of media communications), Institute of Higher Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine (Hanna Onkovych, head of the department of theory and methodology of humanitarian education), Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine (Lyubov Naidyonova, head of the Laboratory of Psychology of Mass Communication). Besides, there are other institutions which make a contribution to developing media education including the Academy of Ukrainian Press and some of Ukrainian universities where journalists are mostly trained.

As a result of activities of some of these centres and other organizations websites promoting the development of media education were created. The analysis of such websites founded as special projects on media education allows to state that they can be useful for media educators when teaching at higher educational institutions. To understand it they need to be characterized.

One of such websites is <http://medialiteracy.org.ua> founded in 2013 on the basis of the library of the Academy of Ukrainian Press (<http://www.aup.com.ua/en/mission/>, <https://www.facebook.com/aupfoundation/>) which is an independent, non-profit, non-governmental organization founded in 2001 and aimed not only at professional retraining journalists but also implementing media education as the obligatory component of Ukrainian educational system. [Medialiteracy.org.ua](http://medialiteracy.org.ua) is an online interactive platform for communication of media educators. There is information about news of media education, events, e-library, presentations, etc. for teachers of secondary schools and universities, as well as for media customers. There are curriculums, video materials, publications, presentations, and curriculums on that platform too. Besides, there are a lot of electronic study resources (textbooks, curriculums, presentations, other materials) and on-line game «Mediaznajko» which can be also used when delivering courses about media education on the website of the Academy of Ukrainian Press.

Another website <http://mediaosvita.org.ua/pro-nas> devoted to problems of media psychology and media education which Laboratory of Psychology of Mass Communication and Media Education solves. It is a project which was founded by the Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine (<http://ispp.org.ua/>). The aim of the website is to study levels of media culture of schoolchildren and grownups and develop scientific approaches to implementing media education into secondary education. But nevertheless in e-library of this website there are a lot of electronic resources which can be used in a learning process of higher educational institutions including textbooks and relevant study materials. Besides, there is information about conferences on media education and online courses on this website too.

Osvita.mediasapiens.ua is one of projects founded in 2010 by Detector Media (<http://detector.media>) which is a non-government organization aimed at educating media consumers. The platform is aimed mostly at forming critical thinking of media content and improving of journalists' professionalism through publications devoted to medialiteracy of journalists and media customers. Another project of Detector Media is Mediadriverr (<http://mediadriverr.online>) which is a multimedia manual with texts, photos, video, and even cartoons about advantages and disadvantages including non-safety of media and aimed at forming media culture of media consumers.

Media school of Professor Ganna Onkovych (<https://www.facebook.com/groups/898909013519964/>) also promotes the development of media education by means of informing media customers about relevant news and events. It is possible to participate in discussions on improving media education within this group.

There is another useful website for forming critical thinking as to mass media ([http://wiki.iteach.com.ua/Тренінг_\"Критичне_оцінювання_ресурсів_інтернету\"_для_вчителів_і_учнів](http://wiki.iteach.com.ua/Тренінг_\)) which contains tests, presentations, libraries of assessment of Internet resources for teaches of secondary school mostly, but can be used during practical classes at Universities too.

There are other websites devoted to the development of mass media in Ukraine but the above-mentioned ones can be considered as key websites for media educators as to using them as didactic tools with electronic textbooks, manuals, presentations, and other relevant materials which can be found on them.

Main trends of media education development in higher educational institutions

Perspectives for media education development are defined in the Conception of implementing media education Ukraine according to which on the third stage (2021–2025) there should be the introduction of the media educational component in the curriculum of high schools of training of specialists in humanitarian sciences and appropriate information and communication technologies. But taking into account that independent critical thinking development is one of the priorities of media education it should be also implemented into technical sciences so that to teach students to adapt to nowadays information challenges in the media environment by means of forming their media culture. It is possible to realize it by mean of developing the following trends:

- professional development of media educators by means of regular exchanges of experiences, participating in seminars and conferences in Ukraine and abroad;
- implementing an obligatory course on media education for training specialists in all fields of sciences in higher educational institutions with appropriate methodical support (textbooks, curricula, interactive software, etc.);

- integrating higher educational institutions into the world educational environment with the help of international student and teacher exchanges programs of solving scientific problems in the field of media education;
- lifelong media learning;
- developing law support for implementing media education into higher education in Ukraine.

Conclusion

Thus, implementing media education into higher education of Ukraine as a component of its reforming is possible thanks to realize by means of developing the above-mentioned trends of improving the quality of training highly-qualified specialists in all fields of sciences according to generally accepted standards for forming their media culture by means of enhancing their media literacy through acquiring skills and knowledge about media immunity, critical thinking, and media creativity for prospering people's lives in a democratic society while integrating Ukraine into the European Union.

References

- [1] BUCKINGHAM, D. (2013) *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge, 2013. 232 p. ISBN 978-07456-2830-1.
- [2] *European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world* [online]. 2008. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pub_Ref=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN>.
- [3] FEDOROV, A. (2012). Media education in Russia and Ukraine: comparative analysis of the present stage of development (1992–2012). *PedActa*, 2(1), pp.1–14.
- [4] *Grünwald Declaration on Media Education* [online] 1982. The UNESCO International Congress on Media Education in Germany in 1982<http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF>.
- [5] *Kontsepsiia vprovadzhennia mediaosvity v Ukraini (nova redaktsiia)* [online] 2016. <<http://medialiteracy.org.ua/index.php/19-publikatsii/164-kontsepsiy>>.
- [6] ONKOVICH, A. (2013). Media Didactics in Higher Education: Oriented Media Education. *European Conference on Information Literacy*. ECIL 2013 Istanbul, Turkey, October 22-25, 2013. Springer, Cham. pp. 282–287.
- [7] Recommendations addressed to the UNESCO. Adopted by the Vienna Conference «Educating for the Media and the Digital Age» 18-20 April 1999 [online] 1999. <<https://www.mediamanual.at/en/pdf/recommendations.pdf>>.
- [8] THOMAN, E. (1999). Skills and strategies for media education. [online]. *Educational Leadership*, 56, pp. 50–54. <http://www.living-democracy.rs/pdf/en/V4/V04_P03_U09_TM_9A.pdf>.

Actual Directions in Public Relations in Ukraine

Ruslan Kerimov, Zaporizhzhya National University, romanovfm@gmail.com

Abstract

The article is devoted to consideration of the main directions in the field of public relations in Ukraine. The purpose of this article is to capture the main trends of the development of the field of public relations in Ukraine and to characterize the current requirements for PR-activities. The questions of integration of all communicative directions, diffusion of specializations in communications are considered. It is noted, that the PR-manager is now a multifunctional specialist, who is responsible not only for all relationships with the target audience, but also for advertising, marketing, brand building, SMM and other important areas.

An important trend is the increased demand for analytical work in the sphere of PR, on the use of new technologies. Today's communication is not only the work with PR-tools, but also the ability to work with the tools of integrated marketing communications, the ability to build multi-channel communications.

Storytelling – or the ability to tell a story – is also a successful format for PR communications. Obligatory elements of such stories are: the hero of the story, the plot line, the emotional content of the text, the closeness and clarity of the text of the message to the target audience.

Digital PR is a modern trend in public relations that implements a common PR strategy.

The current trend of modern public relations in Ukraine is the focus of business to PR-projects in the field of corporate social responsibility.

Keywords

PR (public relations), information, communication, storytelling, digital PR, social responsibility of business.

Introduction

В современных условиях трансформации украинского общества, которые характеризуются обновлениями во всех сферах его жизнедеятельности, происходят процессы модернизации сферы коммуникации. Специалисты, обслуживающие информационно-коммуникативную сферу, сталкиваются с новыми вызовами, которые не могут не отражаться на их профессиональной деятельности.

Цель данной статьи – зафиксировать основные тренды развития сферы публичных связей (связей с общественностью) в Украине и охарактеризовать современные требования к PR-деятельности, с которыми столкнутся специалисты в области общественных связей.

Main part

В среде специалистов все чаще обсуждается вопрос интеграции всех коммуникативных направлений, когда не существует четкого разделения на журналистику, рекламу, IR, GR, SMM, маркетинговые коммуникации и PR. Данное

разделения, возможно, еще долгие годы будет сохраняться на уровне теоретических исследований, поскольку в науке выбор объекта и предмета исследования предполагают определенной четкости. На практике данный водораздел уже существует условно, поскольку коммуникации становятся всё более интегрированными, и уже нет такого чёткого деления на виды коммуникаций, как это было ещё несколько лет назад. Эти процессы демонстрируют диффузию специализаций в коммуникациях.

В течение всего 2017 года отрасль связей с общественностью балансировала на грани того, чтобы «либо исчезнуть вовсе, либо интегрироваться в сопричастные и близкие сферы (реклама, маркетинг, диджитал, продакшн). Появилось сразу несколько популярных топовых тем для обсуждений: условно — те, кто считает, что «профессия изжила себя вовсе, либо те, кто защищает отрасль, говоря о том, что ее ценность увеличилась в разы благодаря новым навыкам, которыми должен обладать пиарщик в 21 веке» [3]. PR-менеджер теперь является многофункциональным специалистом, который отвечает не только за все отношения с целевой аудиторией, но и занимается рекламой, маркетингом, бренд-билдингом, SMM и другими важными направлениями. В связи с этим стоит говорить о сближении направлений в деятельности профессиональных коммуникаторов, что и составляет один из главных трендов современных паблик рилейшнз. Как справедливо отмечают эксперты, «несмотря на многолетнюю историю профессии PR-специалиста, мы до сих пор находимся в самом начале пути. Сейчас рынком востребованы так называемые «new generalists» – многофункциональные эксперты, способные как подобрать под определенные задачи необходимые ресурсы и инструменты, так и проконтролировать результат. Будущее за теми специалистами, которые сумеют быстро овладеть глубинными знаниями в маркетинге и digital, быть гибкими и способными предугадывать тенденции: именно они смогут напрямую влиять на развитие бизнеса и занять свое место в топ-менеджменте компании [3].

Другой важной тенденцией развития специальности в Украине можно считать повышенный спрос на аналитическую работу в сфере PR, на использование новых технологий исследования потребительского настроения и отношения к объектами паблик рилейшнз. Генеральный директор коммуникационного агентства Vuman Media Н. Бучельникова отмечает, что «в качестве одного из главных трендов в сфере связей с общественностью хочется выделить активное использование аналитических инструментов и новых технологий для мониторинга коммуникационной среды и настроений потребителей... Перегруженное информационное поле и меняющиеся интересы молодого поколения заставляют компании и бренды искать новые способы добиться отклика потребителя и вовлечь свою целевую аудиторию в диалог» [2]. Т. Хасимов – консультант в области PR для IT компаний и стартапов, *руководитель агентства Khisam Communications*, – также отмечает необходимость использования новых инструментов в аналитической работе PR-специалистами: «Так много говорилось о big data в контексте пользы для традиционного бизнеса и только сейчас большие данные добрались до PR и начнут активно применяться. Идея заключается в анализе реакции пользователей на различные информационные истории: новости, статьи и комментарии в традиционных СМИ, посты и лайки в социальных медиа, а также клиентский контент. PR-специалисты могут получить гораздо лучшее понимание того, что работает эффективнее на рынке, собирая и анализируя окружающую их информацию для построения эффективной коммуникации [8].

Кроме того, коммуникации сегодня – это не только грамотная работа с PR-инструментами, а и умение работать с инструментарием из области интегрированных маркетинговых коммуникаций, способность выстраивать многоканальные коммуникации. «Компании все больше отходят от прямой рекламы, прибегают к инструментам нативного упоминания бренда. Также происходит перераспределение коммуникационных каналов, значительное развитие получает работа в социальных медиа, набирает популярность коммуникация через лидеров общественного мнения и бренд-амбассадоров» [3].

Важным трендом современных паблик рилейшнз можно считать и изменение тональности PR-сообщений, исходящих от компании. Так, например, специалисты отмечают, что на смену сухим, классическим пресс-релизам все чаще приходит сторителлинг.

Сторителлинг (storytelling) – или умение рассказать историю – зарекомендовал себя как успешный формат PR-коммуникаций. Способность доступно и интересно преподнести аудитории историю возникновения компании или бренда, создать и донести потребителю бренд-легенду, историю контактов с потребителями, историю формирования корпоративной культуры, появления продукта, историю успеха сотрудника, историю благотворительной деятельности компании – актуальное требование к современным специалистам сферы связей с общественностью. Обязательными элементами таких историй являются: герой истории, сюжетная линия, эмоциональное наполнение текста, близость и понятность текста сообщения целевой аудитории. Кроме того, «в связи с продолжающимся закрытием отраслевых изданий, PR-профессионалам придется все активнее задействовать механизм трансмедийного повествования историй (transmedia storytelling). Суть которого заключается в распространении контента посредством множества различных каналов коммуникации (СМИ), а также средств коммуникации (мультиплатформенность), с тем чтобы доставить уникальную информацию, содержащую персональное сообщение, через каждый канал синхронно для обеспечения максимального охвата/вовлечения аудитории [8]. Более того, PR-специалисты все больше понимают, что потребитель PR-контента не хочет меняться, а и, самое главное, он воспринимает себя таким, какой он есть. В связи с этим «глянцевая» идеальность брендов теперь выглядит неправдоподобной. Основной тренд в этом направлении – это «true brand», понятный, доступный, отражающий настоящее положение вещей, идентичный целевой аудитории. Такой бренд трансформируется в «true friend».

Важную роль в PR играл и будет играть контент сообщений. Сегодня в работе со СМИ или в управлении корпоративными коммуникациями актуальный, важный и интересно представленный контент всегда будет востребованным. Однако профессионалы в сфере PR призывают использовать в качестве каналов коммуникации и другие средства коммуникации. Так, например, внимание следует сконцентрировать на интегрированном контенте маркетинговых коммуникаций, которые способны помочь организации стать успешнее. *Генеральный директор TopRank Online Marketing Лу Одден отмечает:* «контент-маркетинг может помочь PR специалистам создать активы, которые могут привлечь, вовлечь и вдохновить потребителя» [6]. Эту мысль развивает и Дэниел Ньюман, главный аналитик Futurum Research и CEO Broadsuite Media Group:

«Да, контент все еще король, но сам контент, доминирующий в интернете, изменился. Контент в социальных сетях, обзоры, блоги, eКниги все еще важный аспект маркетинга, но именно видео будет силой, двигающей бренд вперед. Подумайте об успехе таких игр как Pokémon Go, ожидайте, что виртуальная и дополненная реальность приведет нас в будущее. Бренды, не использующие видео и визуалы, останутся в стороне» [5]

На наш взгляд, заслуживает внимания и точка зрения Д. Олтаржевского – доктора наук по социальным коммуникациям, известного украинского теоретика и практика в сфере PR. Основные тренды в PR-индустрии он определяет следующим образом: «Тренд №1. Каналы становятся более доступными. С развитием соцсетей и других бесплатных онлайн-платформ любая компания может общаться со своей аудиторией без посредников, не тратясь на создание канала коммуникации. Кроме того, с точки зрения эффективности управления, свой канал всегда «ближе к телу». Доступ к рупору упростился, а конкуренция перемещается в плоскость качества контента. Тренд №2. Качественный контент дорожает. Чтобы создавать достойный корпоративный контент, нужны сильные инфоповоды, резонирующие с жизнью социума, а также «вкусное» и доступное изложение материала, которым должны заниматься профессионалы. Вот почему все более востребованными становятся услуги квалифицированных контент-менеджеров, создателей фото и видео для онлайн-ресурсов.

Тренд №3. Ближе к реальной жизни. Сегодня вокруг нас и так бурлит самая настоящая жизнь, во всех ее полярных проявлениях. Сами реалии вытесняют из информационного пространства искусственные темы. Поэтому и сейчас, и в обозримом будущем интересны и востребованы аудиторией будут только те бренды, которые рассказывают о себе правдивые истории, наполненные эмоциями и реальной жизнью [7].

Активное развитие современных технологий позволяет специалистам выявить еще одну важную тенденцию в сфере современных связей с общественностью – это «диджитализация». Digital PR — это такое современное направление в связях с общественностью, которое позволяет реализовать общую PR-стратегию в, так называемых, «новых медиа»: в блогах и социальных сетях. Как вспомогательные каналы для B Digital PR используются также и такие вспомогательные ресурсы, как форумы, дискуссии в комментариях на собственном и других сайтах, «белые книги» и вебинары. Отличием «новых медиа» от СМИ является то, что они позволяют запустить формат двусторонней коммуникации, обмен информацией в них идет оперативно, реакция целевой аудитории видна почти мгновенно. Радио и телевидение такого прямого отклика аудитории обеспечить не в состоянии. Нужно понимать тот факт, что соцсети поменяли мир окончательно и у тех, кто составляет контент не будет отдыха. Трудно в такой ситуации строить долгосрочные PR-кампании, поскольку каждое актуальное событие требует мгновенной реакции. Кроме того, сегодня потенциальный покупатель имеет многочисленные возможности протестировать товар перед покупкой: виртуальная реальность, LED-технологии, 3D-системы и другие инструменты позволяют потребителю получить уникальный опыт взаимодействия с брендом в рамках experiential-кампаний, призванных воздействовать на чувства и эмоции [8].

К актуальным направлениям современных связей с общественностью, которые проявляются в украинских реалиях, следует отнести и внимание бизнеса к PR-проектам в сфере корпоративной социальной ответственности. Сегодня значительно сокращается число тех руководителей бизнес-структур, которые единственной своей

задачей считают его расширение и получение прибыли. Наблюдается тенденция расширения финансирования благотворительных и спонсорских проектов, программ информирования населения, сотрудничества с центральными и местными органами власти, с общественными организациями. Как многогранное явление социальная ответственность бизнеса интегрируется в деятельность корпорации в разных объемах и на разных уровнях. Она может быть внедрена на уровне философии деятельности компании, когда определяются ее миссия и кодекс делового поведения, и как целостная система менеджмента компании, может быть использована в качестве приемов оценки и прогнозирования рисков. Данные инициативы соответствуют целям связей с общественностью, поскольку способствуют внедрению эффективной системы коммуникаций компаний и корпораций с их общественностью для обеспечения оптимизации социального взаимодействия со значимыми для него сегментами социума. Ключевая коммуникационная задача корпорации заключается в формировании наиболее благоприятного информационного пространства для ее функционирования. Информационно-техническая революция значительно повысила интерактивность аудитории массовых коммуникаций. Следствием корпорация, функционируя в социуме, все больше зависит от мнения каждой заинтересованной стороны, которая получает все больше возможностей влияния на корпорацию [4]. Современный потребитель в развитых странах Европы все чаще обращает внимание не только на сам товар, но и на компанию-производителя. Для него уже важен статус компании, ее отношения с общественностью, ее репутация. Создания положительного имиджа компании возможно и за счет демонстрации ею своей социальной ответственности, за счет существенного вклада в общество приносит больший эффект в перспективе, нежели ситуационная продажа продукта. Эта тенденция взаимоотношений компаний-продавцов товаров и общественности начинает прослеживаться и в современной Украине.

Conclusion

Исследовательница сферы PR в Украине В.Березенко отмечает, что важность данного тезиса доказывает еще и тот факт, что существенным моментом украинских связей с общественностью в период их становления очевидным был уклон в сторону интеграции коммуникаций, то есть приоритетными были маркетинговые и рекламные цели, а не социальные [9], в то время как результаты анализа работы развитых рынков продемонстрировали несомненный приоритет PR как коммуникации социальной [1, с. 273]. В связи с этим компании, практикующие социальную ответственность бизнеса все чаще пытаются расширять спектр коммуникационных возможностей связей с общественностью, о чем свидетельствует опыт многочисленных международных и украинских компаний.

References

- [1] Березенко В.В. PR як сфера наукового знання: Монографія / За загал. наук. ред. В. М. Манакіна. — Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2015. — 359 с.
- [2] Бучельникова Н. PR-тренды в конкурсных работах Sabre Awards 2017 — [Электронный ресурс]. — режим доступа:

<http://www.sostav.ru/publication/pr-trendy-v-konkursnykh-rabotakh-sabre-awards-2017-26898.html>

- [3] Гусева Е. PR итоги 2016 / Е.Гусева — [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://prclub.spb.ru/2017/01/25/pr-итоги-2016-года/>
- [4] Кочетова В.С. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций. / В.С.Кочетова <http://csrjournal.com/2939-socialnaya-otvetstvennost-biznesa-v-sisteme-korporativnyh-kommunikaciy.html>
- [5] Ньюман Д. Топ-10 маркетинга в 2017 году / Дэниел Ньюман — [Электронный ресурс]. — режим доступа: [-http://mmr.ua/show/top-10_trendov_marketinga_2017_goda_#1767916087.1510909777](http://mmr.ua/show/top-10_trendov_marketinga_2017_goda_#1767916087.1510909777)
- [6] Одден Л. Как контент изменил PR / *Лу Одден*— [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://prclub.spb.ru/2016/09/13/как-контент-изменил-pr/>
- [7] Олтаржевский Д. "Инновации. Тренды 2017" / Д Олтаржевский — [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://www.acmu.com.ua/presscenter/articles/190/>
- [8] Хасимов Т. 5 трендов в PR, которые будут важны в 2016 году / Т. Хасимов— [Электронный ресурс]. — режим доступа: <http://www.sostav.ru/publication/5-trendov-v-pr-kotorye-budut-vazhny-v-2016-godu-20482.html>
- [9] Шилина М. Г. Интеллектуальная экономика и формирование новой предметной сферы в теории и практике общественных связей : Academic Public Relations и Scientific Public Relations / М. Г. Шилина [Электронный ресурс] // Медиаскоп. — 2010. — Вып. 3. — Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/598>

Media – help or damage?

Roman Kořán, Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s., roman, koran@aroko.cz

Abstract

Media and education are increasingly topical issue at all levels of our educational system. We cannot, nor do we want, to impede the modernization and development of new educational methods. How else not to lose a pace with our students without being conservative theorists, who are losing touch with the modern world. Education is primarily about communication and motivation, like most human activities. It is impossible to educate anyone who is not interested. In order to maintain and even deepen students' interest, we have to employ methods that are close to them, methods that are attractive and natural, which modern media certainly are. What's left is to work with them properly so, that they are helpful, not harmful.

Keywords

Media, education, communication, Facebook, television, information

Introduction

Moderní média jsou jistě cestou, jak získávat velké množství informací a vědomostí. Díky takřka neomezenému přístupu k těmto zdrojům jsme zahlcováni obrovským množstvím informačního „smetí“, které se ale pro mnohé stává zásadní informací. „Vždyť to bylo v novinách, televizi, na internetu, facebooku....“

Rozlišování mezi podstatným a nepodstatným je pro mnohé problém, a tak řeší vše. Což samozřejmě není možné. Další otázkou je velká negativita sdílených informací (strach z války, terorismu, hladu, nezaměstnanosti), která mnoho lidí přivádí do ambulancí psychologů, psychiatrů a psychoterapeutů.

Dalším problémem bývá uzavírání se do sebe a omezená komunikace s okolím, kterou nahrazují „falešní“ přátelé na sociálních sítích. To je horší stránka moderních a všude přítomných médií. A ta lepší? Přeci volný přístup k obrovskému množství vědomostí a informací, které nás mohou kultivovat, povzbuzovat, motivovat a vzdělávat.

Za základní „osvětovou“ činnost proto pokládám hovořit se studenty o těchto faktech. Aby si včas uvědomili, jak silné zbraně a možnosti mají ve svých rukách v podobě moderních vzdělávacích technologií a v neomezeném přístupu k informacím a vědomostem a jak je důležité neztrácet drahocenný čas nad „hloupostmi“, ale přemýšlet, co je pro mne přínosné a důležité a co ne.

Main part

„Brzy budou knihy ve škole zastaralé... Dost možná se bude každé odvětví lidského vědění vyučovat pomocí filmů. Náš školní systém se během deseti let úplně změní.“

Thomas Edison – vynálezce žárovky, gramofonu a kina. (1)

Když se pak za necelých padesát let rozšířila televize, ozývaly se podobně optimistické hlasy, které soudily, že nyní konečně bude možné přinést kulturu, hodnoty a vědomosti až do nejzapadlejších koutů světa, a tak celkově výrazně zvýšit vzdělanost lidstva.

Za dalších padesát let podnítí počítač lidi k tomu, aby opět mluvili o zcela nových možnostech, jež učení ve škole zrevolucionují. Tentokrát je prý ovšem všechno jinak, budou neúnavně tvrdit houfy mediálních pedagogů. A přitom už jsme byli svědky vzestupu a pádu e-learningu, stejně jako jsme v sedmdesátých letech na vlastní kůži zažili ztroskotání jazykových laboratoří a programového učení. Učení jenom na počítači nefunguje – na tom se mezitím shodli i ti největší zastánci počítačů. Proč tomu tak je? A co to znamená pro ty, kdo neustále používají počítač a internet?

Publicista Nicholas Carr popisuje svou vlastní zkušenost s užíváním internetu takto:

„Jako by mi síť ničila schopnost soustředění a nerušeného uvažování. Mé vědomí nyní čeká, až bude moci zaznamenávat informace přesně tak, jak jsou nabízeny na síti: v podobě rychlého proudu malých částic. Moji přátelé říkají totéž: čím více používají síť, tím naléhavěji se soustřeďují na psaní delších úseků textu.“ (3)

K nejdůležitějším otázkám v oblasti neurobiologie patří, že mozek se používáním neustále mění. Vnímání, myšlení, prožívání, cítění a jednání – to vše zanechává v mozku takzvané paměťové stopy, které dnes dokážeme viditelně zobrazit.

Když se ale mozek neustále učí (nedokáže jen jedinou věc: neučit se!), pak také čas strávený s digitálními médii zanechává své stopy. Zde můžeme sledovat také toto: náš mozek je produktem evoluce, během dlouhé doby se vyvinul tím, že se přizpůsoboval určitým životním podmínkám, k nimž digitální média rozhodně nepatřila.

A právě tak jako dnes považujeme četné civilizační choroby za výsledek nepoměru mezi dřívějším způsobem života a moderním životním stylem, můžeme také lépe chápat negativní účinky digitálních médií na duševní procesy v evolučním i neurobiologickém kontextu. Dokážeme zde popsat naprosto rozdílné mechanismy a procesy, které postihují kognitivní procesy, jako je pozornost, rozvoj řeči nebo inteligence, a tudíž mají přímý vztah k fungování lidské psychiky.

Média podstatně ovlivňují emocionální a sociálně-psychické procesy, a dokonce i eticko-morální postoje, včetně toho, jak nahlížíme sami na sebe, týká se to tedy i naší osobní identity.

Tak např., když si vygooglujeme heslo „*Digital Demenz*“, respektive „*digital dementia*“, během necelé pětiny vteřiny získáme přibližně 8 000 německých a 38 000 anglických odkazů. (1)

Na druhou stranu média a moderní didaktická technika jsou nezbytnou součástí každodenního vzdělávání na všech stupních škol.

Didaktická technika umožňuje účinnou prezentaci učebních pomůcek, nejčastěji prostřednictvím záznamu a reprodukce textu, obrazu a zvuku (Kostelník 2009) (2). V řadě případů umožňuje didakticky efektivnější řízení procesu výuky. Obdobně Šimoník (2005) (4) uvádí, že didaktická technika jsou veškeré přístroje a zařízení, které umožňují demonstraci učebních pomůcek a prezentaci učebních programů uložených na jednotlivých typech nosičů.

V praxi vysokoškolského vzdělávání je nejpoblárnější a nejvyužívanější projekční technika, která má tři důležité výhody: je vysoce didakticky efektivní, vyhovuje z hlediska naplňování didaktických zásad, ideálně podporuje moderní styly vedení výuky.

Zároveň je zapotřebí si uvědomit, že ani sebedokonalejší učební pomůcka nebo moderní didaktická technika a technologie nemůže v přímé kontaktní výuce nahradit promyšlenou,

pečlivě připravenou a dobře koncipovanou pedagogickou činnost učitele. A to ani není jejím posláním. Zejména u prezenční formy vysokoškolského studia je pozice učitele v procesu výuky nezastupitelná a rozhodující. Didaktická technika, technologie a učební pomůcky jsou pouze podpůrné nástroje k zefektivnění pedagogické činnosti učitele.

Moderním způsobem multimediálního vzdělávání na bázi služeb internetu a za podpory technických prostředků informačních a komunikačních technologií je e-learning. Jeho význam ve vysokoškolském vzdělávání neustále roste. Nabízí široké možnosti uplatnění a vyznačuje se důrazem na samostatnost, kreativitu a převzetí části odpovědnosti za své vlastní učení tím, kdo se učí (*self-responsible learning*).

Řada vysokých škol a univerzit diverzifikuje své studijní programy a zčásti se v podpoře studentů opírá také o nástroje distančního vzdělávání na bázi řídicích výukových systémů (LMS). V tuzemském prostředí se využívají stále ještě e-learningové platformy převážně v nejjednodušší podobě sdílených textových studijních opor na nosiči CD ROM, prostřednictvím elektronické pošty, nebo umístěním na internet.

E-learning umožňuje vytvářet multimediální databáze znalostí příslušné vzdělávací instituce ve formě elektronických kurzů na internetu, ke kterým je možné přistupovat z libovolného počítače, připojeného k internetu, umožňuje na dálku komunikovat s učitelem (tutorem) a na závěr získat příslušný certifikát o absolvování kurzu (Tóblová, 2006) (5). Patří sem ale nejen vzdělávací kurzy, ale také řada dalších podpůrných nástrojů: elektronická pošta, zpřístupněné elektronické prezentace a dokumenty, video, chat, elektronická konference, virtuální třídy a online diskusní skupiny. (2)

Conclusion

Závěrem lze dodat snad jen to, že média mohou pomáhat i škodit. Záleží jen na nás, jak k nim budeme přistupovat a v jaké míře a jakým způsobem je budeme využívat.

„Mezinárodní šetření PISA, které shromáždilo údaje od více než 300 000 patnáctiletých žáků, ukazuje, že nezletilí, kteří ve škole nejvíce využívají osobní počítače, mají také v průměru ty nejhorší školní výsledky. A protože tradiční školský systém zatím nedokáže změřit rozvoj nových dovedností v oblasti informatiky, je podle zmíněného šetření informační „překlikávání“, k němuž digitální technologie vedou, nejvýznamnějším faktorem pro ztrátu schopnosti dlouhodobého soustředění.“ (Tagesspiegel, 2014) (6)

„Přeneseme-li intelektuální práci na digitální média, pak už ji nevykonává náš mozek. Když používáte auto, atrofují vám svaly. Když používáte GPS, atrofuje vám mozek“. (Manfred Spitzen, v rozhovoru pro deník Kurier) (7)

References

- [1] Spizer, M.: Digitální demence (Digitale demenz. Wie wir uns und unsere Kinder um den Verstand bringen), HOST vydavatelství, s.r.o. 2014, Brno
- [2] Krpálek, P., Kadaňová, E.: Efektivní styl práce vysokoškolského učitele, Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s., Vydavatelství OHŘE MEDIA, spol. s.r.o. Žatec, ISBN: 978-80-905122-7-6
- [3] Carr N. (2008): Is Google making us stupid? The Atlantic Monthly, červenec 2008
- [4] Havel, J., Šimoník, O.: Kooperující učitel. Brno: MSD, 2006. 128 s. ISBN 80-86633-43-8

[5] Hrmo,R.- Krpálková Krelová,K.- Tóblová,E.: Informačné a komunikačné technologie vo výučbe. Trnava: AlumiPress, 2009. 144 s., ISBN 978-80-8096-101-5

[6] Tagesspiegel 2014

[7] Manfred Spitzen, v rozhovoru pro deník Kurier

The Cash Flow and its Application in the Business Economy

Pavel Krpálek, Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s., krpalek@vso-praha.eu
Antonín Kulháněk, Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s., kulhanek@vso-praha.eu

Abstract

Based on the positive experience with a particular integrated teaching form of selected topic from the field of corporate finance and related empirical research application to support the development of financial literacy and entrepreneurial potential in higher education, the authors present their current knowledge of pedagogical practice, aiming at the activity character of the teaching so that in the competency model graduates were given preference for desirable structures of skills, habits and primary experience. The focus of the article is on a concrete approach to the application of material didactic means and modern media on a specific subject in the study programs Economics and Management in Transports and Communications at the University College of Business in Prague, where both of authors operate.

Keywords

business finance, cash flow, risk management, higher education, integration of teaching, modern didactic means.

Introduction

Kompetenční modely profilů absolventa v profesně orientovaných studijních programech terciárního vzdělávání vyžadují rozvinout dovednostní komponenty a propojit teorii s praxí, tedy funkčně integrovat výuku pomocí moderních didaktických prostředků a médií [3].

Main part

Design materiálních didaktických prostředků pro podporu finančního vzdělávání

Pochopení principů fungování peněžních toků v podniku a jejich významu pro udržení platební schopnosti a řízení rizik představuje jeden z úhelných kamenů prohlubování finanční gramotnosti studentů. Zároveň je předpokladem pro následnou schopnost činit kvalifikovaná rozhodnutí v oblasti podnikových financí. Finanční řízení je v tomto ohledu skutečně strategickým nástrojem pro maximalizaci tržní hodnoty podniku pro vlastníky, maximalizaci zisku, žádoucího zvyšování majetku podniku, tak aby nebyl překapitalizován ani podkapitalizován, obstarávání zdrojů pro financování majetku a jeho následné udržování v optimální výši i struktuře. K tomu je nezbytné nejprve pochopit rozdíly mezi ziskem a cash flow, porozumět kladným a záporným peněžním tokům při využití pedagogických zásad přiměřenosti, systematickosti, názornosti, a zejména zásady spojení teorie a praxe.

Ještě před zpracováním souvislých ekonomických příkladů studenty se osvědčila prezentace příkladů fakturace výkonů s rozdělením úhrady na část okamžité platby a částečné využití obchodního úvěru, kdy proplacení je posunuto do následných období, dále příkladů s tvorbou rezerv, volbou rozdílného způsobu odpisování majetku a v neposlední řadě i objasnění rozdílné míry rizika u podniků s relativně vyšším podílem fixních nákladů (letišť, letecký dopravce, luxusní hotel) a s relativně vyšším podílem variabilních nákladů (diskontní prodejna potravin). Právě na tomto modelu lze výhodně demonstrovat rizika

podnikání při výkyvech na trhu, například při prudkém poklesu poptávky vlivem konjunkturálního cyklu. Zpracování přehledů peněžních toků (výkazů cash flow) přímou i nepřímou metodou je pak převážně činnostní, je to předmětem seminářů, kde si studenti nejprve musejí procvičit začleňování jednotlivých položek do kategorií provozních, investičních a finančních činností a vyhodnocení, kdy je tok kladný a kdy záporný a proč.

Výrazného zefektivnění výuky bylo dosaženo nasazením didaktické techniky v podobě elektronické prezentace v MS PowerPoint, kde byly rozpracovány postupy vyplňování výkazů peněžního toku rozloženy do jednotlivých kroků s úkoly pro studenty, kteří dostali vytisknuté zadání a následně měli před očima prezentaci, kde byly postupně odkrývány kroky správného řešení identického souvislého příkladu za obě metody (přímou i nepřímou) a na závěr cvičení byly výsledky z obou metod porovnány v jedné tabulce, aby bylo zřejmé, že výsledek musí být stejný, odlišná je jen struktura položek dle logiky příslušných výkazů. Důležitá je i doporučená literatura a její využití pro podporu učení studentů [2], v tomto případě učivo cash flow i náměty na příklady vycházejí z učebnic autorů Synka [4] a Dluhošové [1].

Pozitivní efekt tohoto přístupu dokládají jak výsledky sumativního hodnocení, tzn. výsledky studentů v závěrečném testu, kde došlo oproti předcházejícímu období k markantnímu zlepšení, tak i vyšší docházka studentů na cvičení (o 20%) a pozitivní vyjádření v rámci evaluací, realizovaných pravidelně formou studentských anket vždy v závěru každého semestru. Tyto důkazy považuji ovšem pouze za orientační, protože porovnání výsledků se týká jiných skupin studentů a studentské ankety jsou subjektivními názory. Nesporné je, že práce na cvičeních se výrazně urychlila, stala se názornější, přehlednější, uživatelsky příznivější a komfortnější. Na druhou stranu je ale pracnější z hlediska přípravy na výuku. Pokud je již učební pomůcka vytvářena, další využití a zdokonalování náročné není. Didaktická efektivnost je podle názoru autorů nesporná. Pro ilustraci přístupu uvádíme výřezy z prezentace.

Ukázky obrázků z podpůrné elektronické prezentace na cvičení:

Postup řešení přímou metodou – IV. čtvrtletí k.s.

- inkaso za zboží 600 mil. Kč, platby (výdaje) za materiál 300 mil. Kč
- výplata mezd ve výši 125 mil. Kč, ostatní běžné výdaje bez úroků a odpisů 10 mil. Kč
- úroky z úvěru 25 mil. Kč, splátka úvěru 100 mil. Kč

↓

----- čtvrtletí	I. p.s.	I. k.s.	II. k.s.	III. k.s.	IV. k.s.
položka					
FINANČNÍ MAJETEK – PENÍZE P.S.	150	170	10	50	
PŘÍJEM (INKASO) ZA ZBOŽÍ			400	500	
ČERPÁNÍ ÚVĚRŮ	500				
PŘÍJMY CELKEM	500		400	500	
VÝDAJE (PLATBY) ZA MATERIÁL			200	250	
MZDOVÉ NÁKLADY – VÝDAJE NA MZDY		125	125	125	
OSTATNÍ VÝDAJE BEZ ÚROKŮ A ODPISŮ		10	10	10	
VÝDAJE ZA NÁKLADOVÉ ÚROKY		25	25	25	
DAŇ Z PŘÍJMU – PLATBA					
VÝDAJE NA NÁKUP DHM	480				
SPLÁTKY ÚVĚRŮ					
VÝDAJE CELKEM	480	160	360	410	
CASH FLOW Z HOSPODÁŘSKÉ ČINNOSTI	20	- 160	40	90	
PŘÍJMY – VÝDAJE CELKEM					
FINANČNÍ MAJETEK – PENÍZE K.S.	170	10	50	140	

Porovnání SESTAV obou VÝKAZŮ CF – rovnají se							
položka	čtvrtletí	I. ROK	II. ROK	položka	čtvrtletí	I. ROK	II. ROK
FINANČNÍ MAJETEK – PENÍZE P.S.		105	250	FINANČNÍ MAJETEK – PENÍZE P.S.		105	250
PŘÍJEM (INKASO) ZA ZBOŽÍ		825	930	ČISTÝ ZISK		60	90
PRODEJ DHM p.c.		0	20	ODPISY		90	100
PRODEJ DFM (akcie)		20	30	- ZMĚNA STAVU ZÁSOB		50	- 25
ČERPÁNÍ ÚVĚRŮ		170	50	- ZMĚNA STAVU POHLEDÁVEK		- 15	- 30
EMISE OBLIGACÍ		90	0	+ ZMĚNA STAVU OBCHODNÍCH ZÁVAZKŮ		50	50
EMISE AKCIÍ (tržní cena)		50	0	+ ZMĚNA STAVU ZÁVAZKŮ (ODLOŽ.DAŇ)		0	0
PŘÍJMY CELKEM		1.155	1.030	CASH FLOW Z PROVOZNÍ ČINNOSTI		235	185
VÝDAJE (PLATBY) ZA MATERIÁL		300	475	- ZMĚNA STAVU DHM V P.C.		- 150	20
VÝDAJE NA MZDY		60	80	- ZMĚNA STAVU DFM (AKCIE)		- 30	10
VÝDAJE NA ÚROKY A KUPONY		40	50	CASH FLOW Z INVESTIČNÍ ČINNOSTI		- 180	30
OSTATNÍ VÝDAJE BEZ ÚROKŮ A ODPISŮ		130	50	+ ZMĚNA STAVU EMITOVANÝCH OBLIGACÍ		- 10	- 60
DAŇ Z PŘÍJMU – PLATBA		60	90	+ ZMĚNA STAVU DLUHU (ÚVĚRŮ)		70	40
VÝDAJE NA NÁKUP DHM p.c.		150	0	EMISE AKCIÍ (TRŽNÍ CENA)		50	0
NÁKUP DFM (AKCIE)		50	20	- VÝPLATA DIVIDEND		- 20	- 10
SPLÁTKY ÚVĚRŮ		100	10	CASH FLOW Z FINANČNÍ ČINNOSTI		90	- 30
SPLÁTKY OBLIGACÍ		100	60	CASH FLOW Z HOSPODÁŘSKÉ ČINNOSTI		145	185
VÝPLATA DIVIDEND		20	10	CF PROVOZNÍ + INVESTIČNÍ + FINANČNÍ			
VÝDAJE CELKEM		1.010	845	FINANČNÍ MAJETEK – PENÍZE K.S.		250	435
CASH FLOW Z HOSPODÁŘSKÉ ČINNOSTI		145	185				
PŘÍJMY – VÝDAJE CELKEM							
FINANČNÍ MAJETEK – PENÍZE K.S.		250	435				

Zdroj: vlastní výukový materiál

Conclusion

Studenti by si měli na základě pochopení principů peněžního toku a řízení rizik uvědomit základní pravidla financování, měli by dokázat posoudit míru finančních rizik a možnosti jejich zmírňování nebo eliminace, což se promítá do obchodních přístupů (průmět do cenové tvorby a kontraktace, například zvýhodňování prodeje za hotové, důsledného monitoringu pohledávek, využívání faktoringu a forfaitingu apod.), udržování štíhlé produkce, optimální výše pracovního kapitálu a stálých aktiv, tak aby marketingově obchodní podmínky umožňovaly plné využívání produkčního potenciálu, potlačení sezónních a jiných časových výkyvů, využívání finanční páky refinancováním nebo jinou optimalizací struktury zdrojů financování v čase atd.

Těžiště výuky těchto finančních aspektů musí být ve cvičeních, kde by měly být využity názorné didaktické prostředky a výuka by měla probíhat v činnostech na ideálně na bázi případových studií a souvislých ekonomických příkladů z praxe, zadávaných v podobě originálních účetních dokladů a výkazů z aplikační sféry. V takovém případě se úroveň dovedností studentů – následně i úroveň výsledků učení, promítajících se do sumativního hodnocení kurzů – významně pozvedne, což prokazují zkušenosti autorů, přičemž výrazného zlepšení bylo dosaženo i po stránce kvalitativní, projevující se ve zvýšené motivaci studentů a lepšího hodnocení výuky v rámci studentských anket při evaluaci výuky.

References

- [1] DLUHOŠOVÁ, D. (2010), *Finanční řízení a rozhodování podniku*, 3. vydání, Praha: Ekopress, 226 s., ISBN 978-80-86929-68-2.

- [2] CHROMÝ, J. (2011), *Materiální didaktické prostředky v informační společnosti*. Praha: Verbum, 208 s. ISBN 978-80-904415-5-2.
- [3] KRPÁLEK, P., KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K. (2012), *Didaktika ekonomických předmětů*, 184 s. Praha: Oeconomica, nakl. VŠE Praha, ISBN 978-80-245-1909-8.
- [4] SYNEK, M. a kol. (2011), *Manažerská ekonomika*, 5. aktual. vydání, Praha: Grada, 480 s., ISBN 978-80-247-3494-1.

The Importance of Material Didactic Means in the Preparation of Future Teachers at the University of Economics in Prague

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

Abstract

The contribution focuses on the area of material didactic means, their importance and possibilities of application in the preparation of future teachers. The author presents an example of good practice, how it is possible to conceive the teaching of didactic technique and teaching aids in the undergraduate study, and also gives examples of student work.

Keywords

material didactic means, didactic technique, teaching aids, teaching process

Introduction

Pedagogická prax ukazuje, že mnohí učitelia zaraďujú učebné pomôcky a didaktickú techniku do výchovno-vzdelávacieho procesu skôr intuitívne resp. rutinne. Ich primárnym zámerom je pritom iba zvýšenie názornosti, alebo šetrenie časom, ktorý pri výklade alebo vysvetľovaní potrebujú na písanie alebo kreslenie na tabuľu. Samozrejme sa nájdu aj učitelia, ktorí sa zamýšľajú nad tým, do akej miery môžu materiálnymi didaktickými prostriedkami ovplyvniť proces poznávania a tým výrazne skvalitniť priebeh aj výsledky učenia. Mnohé pedagogicko-psychologické výskumy potvrdzujú, že účinnosť vnímania a zapamätávania je priamo závislá od počtu sensorov, ktoré sú aktivované pri osvojovaní poznatkov. Pri vnímaní informácií má najväčší podiel zrak, tzn., že človek v priemere vníma až 83 % informácií vizuálne. Aby bolo vzdelávanie efektívne je potrebné okrem zraku do učenia zapájať i ďalšie zmysly, takže vizuálny sensor by mal byť do učenia zapojený paralelne s auditívnym. Samostatné uplatňovanie názorného učenia na úkor verbálneho môže mať za následok nielen následné zníženie schopnosti slovného prejavu, ale aj obmedzenie schopnosti abstrahovania a zovšeobecnenia konkrétnych predstáv získaných prostredníctvom vizuálnej učebnej pomôcky. Skúsenosti potvrdzujú, že polysenzorická percepcia je základným predpokladom zvyšovania didaktickej účinnosti vzdelávania.

Main part

Materiálne didaktické prostriedky môžu nájsť uplatnenie vo všetkých fázach vyučovacej hodiny a ich výber a spôsob zaradenia by mal zodpovedať úlohe, ktorú majú plniť. Zavádzanie moderných informačných a komunikačných technológií do vzdelávania môže viesť k povzbudzovaniu študentov, aby sa začali viac do vzdelávania zapájať a prispeli k tomu, aby vonkajší svet vstupoval do školy a vo všeobecnosti zmenil spôsob akým sa poskytuje vzdelávanie [1]. Moderné informačné a komunikačné technológie ponúkajú nové formy učenia a vzdelávania, resp. učenia sa, napr. dištančné vzdelávanie a multimediálne vzdelávacie aplikácie. Rýchly rozvoj moderných technológií vyvoláva potrebu premietnuť aktuálne poznatky z oblasti materiálnych didaktických prostriedkov do prípravy budúcich učiteľov [2]. Kľúčovým faktorom pre úspešnú implementáciu je práve osobnosť učiteľa. Jeho odborné kompetencie sú nevyhnutnou podmienkou, pričom dôležitá je i motivácia, ochota učiť sa nové veci a premietnuť ich do pedagogickej praxe. Didaktická technika a

učebné pomôcky sú v súčasnej dobe dôležitým nástrojom, ktorý zvyšuje kvalitu a účinnosť práce učiteľa.

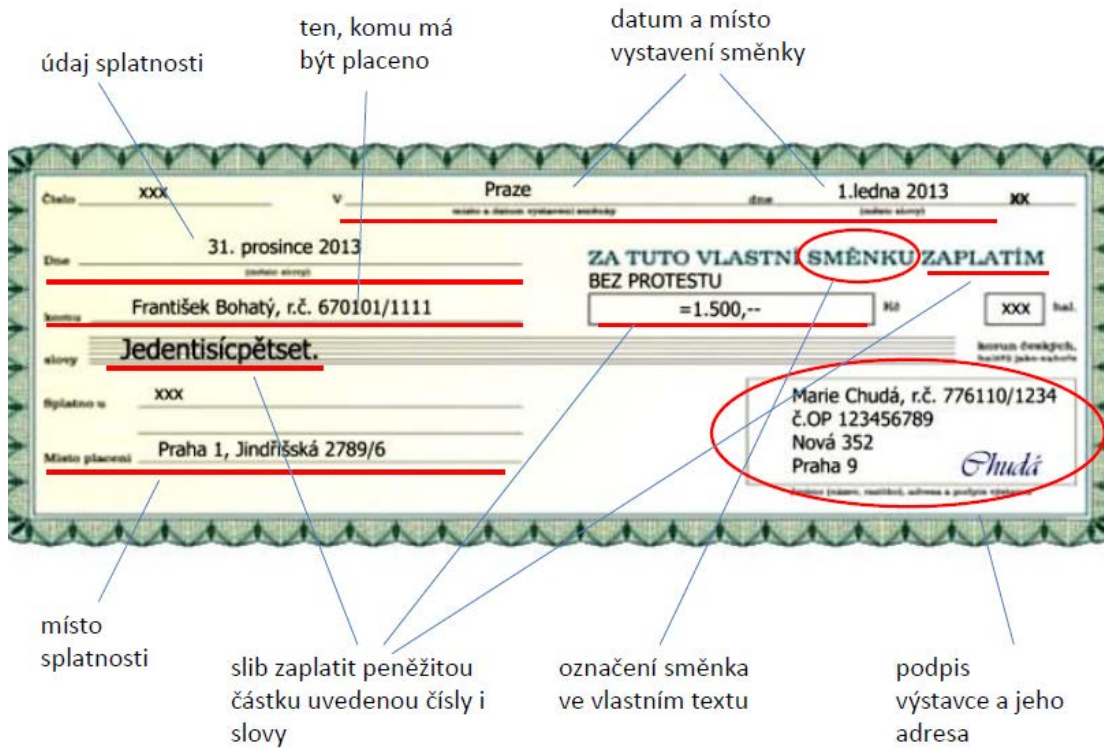
Materiálne didaktické prostriedky v príprave budúcich učiteľov na VŠE v Prahe

Problematika materiálnych didaktických prostriedkov je zaradená v oboch stupňoch štúdia v učiteľskom študijnom programe na Vysoké škole ekonomickej v Prahe, ktoré pripravujú budúcich učiteľov ekonomických predmetov pre obchodné akadémie a vyššie odborné školy a lektorov pre firemné profesijné vzdelávanie. V bakalárskom študijnom programe Vzdelávanie v ekonomických predmetoch je v študijnom pláne zaradený predmet Didaktická technika s časovou dotáciou 0/2, v magisterskom študijnom programe je súčasťou cvičení z Didaktiky ekonomických predmetov. Hlavným cieľom je zoznámiť budúcich učiteľov (lektorov) s možnosťami využitia tradičných i moderných technických didaktických prostriedkov, ktoré je možné využiť pri výuke ekonomických predmetov, naučiť ich prakticky využívať dostupnú didaktickú techniku a navrhovať, resp. tvoriť vlastné učebné pomôcky. Študenti majú možnosť pracovať s interaktívnou tabuľou, dataprojektorom, videotechnikou, vizualizérom a z tradičnej techniky napr. tabuľou a spätným projektorom. Prax nám ukazuje, že vybavenosť mnohých stredných škôl modernými technickými didaktickými prostriedkami nie je požadovanej úrovni. Významnú časť cvičení študenti pripravujú rôzne učebné pomôcky, ktoré následne predvádzajú a popisujú ich didaktickú účinnosť. Ich činnosť spočíva:

- stanovenie štrukturálnych zložiek vybranej učebnice z ekonomiky alebo účtovníctva, návrh na zlepšenie hodnotenej učebnice.
- príprava učebnej pomôcky pre statickú projekciu, popis jej spôsobu zhotovenia, zdôvodnenie jej didaktickej účinnosti a jej zaradenie do vyučovacieho procesu.
- príprava trojrozmernej učebnej pomôcky, zdôvodnenie jej didaktickej účinnosti a jej zaradenie do výuky.
- príprava PowerPointovej (Prezi) prezentácie na vybranú tému, popis spôsobu zhotovenia, zdôvodnenie jej didaktickej účinnosti a jej zaradenie do vyučovacieho procesu.
- príprava ukážky cvičenia, za účelom zvýšenia motivácie žiakov OA, z predmetu ekonomika alebo účtovníctvo s využitím interaktívnej tabule.

V ankete, ktorá sa realizuje vždy po skončení kurzu, majú možnosť študenti hodnotiť kvalitu kurzu. Študenti pozitívne hodnotia predovšetkým jeho praktický prínos pre ich budúcu pedagogickú prax, interaktivitu a hravú formu výuky. Na otázku, čo sa im na výuke nepáčilo sa často objavovala odpoveď: „*Nelíbilo se mi, že práce v hodinách měla hodnotu pouze 30 % z celkového hodnocení a závěrečný test 70 %. Jelikož tento předmět má jen cvičení a ty byly o tom, že jsme na nich na něčem pracovali, myslím, že by to mělo mít větší hodnotu než 30 %.*“ Garantka predmetu reflektovala pripomienky študentov a od akademického roku 2017/2018 je podiel práce na cvičení 40 % ku 60 % záverečný didaktický test.

Ukážky študentských prací:



Zdroj: Zmenka. Bc. Ludmila Jiroušová

Osmisměrka - výsledek

účet	název účtu
013	Software
021	Stavby
112	Materiál na skladě
211	Pokladna
213	Ceniny
221	Bankovní účty
261	Peníze na cestě
321	Dodavatelé
325	Ostatní závazky
343	Daň z přidané hodnoty
412	Ážio (emisní)
421	Rezervní fond
502	Spotřeba energie
512	Cestovné
543	Dary
562	Úroky
582	Škody
601	Tržby za vlastní výrobky

R	O	K	S	O	F	T	W	A	R	E	H	L	Á	S	K	A	B	T	
D	M	A	T	E	R	I	Á	L	N	A	S	K	L	A	D	Ě	A	R	
A	K	A	T	K	A	O	S	T	A	V	B	Y	E	V	W	Q	Z	Ž	
Ň	C	A	G	T	D	I	D	A	K	T	I	K	A	R	A	C	F	B	
Z	A	S	P	O	T	Ř	E	B	A	E	N	E	R	G	I	E	W	Y	
P	R	K	I	E	M	O	Ř	E	W	B	N	M	E	S	X	L	A	Z	
Ř	L	Z	P	M	T	C	E	N	I	N	Y	V	M	Ě	K	R	U	A	
I	A	E	O	W	S	A	W	S	E	Š	I	T	T	U	A	E	Q	V	
D	I	E	K	E	Ú	R	O	K	Y	E	T	S	H	Y	O	Z	Z	L	
A	R	H	L	U	Č	I	T	E	L	G	E	H	T	L	J	E	M	A	
N	A	C	A	I	Á	Ž	I	O	V	C	I	Č	E	D	A	R	T	S	
É	U	E	D	N	L	I	W	Z	A	K	Ú	Z	Y	O	S	V	V	T	
H	U	C	N	E	T	E	O	N	U	Í	H	C	P	D	O	N	D	N	
O	A	R	A	G	N	J	E	P	N	V	M	E	R	A	R	Í	Q	Í	
D	Š	K	O	D	Y	Z	M	V	F	E	T	S	A	V	A	F	A	V	
N	P	E	P	A	Í	H	O	R	D	K	O	T	V	A	J	O	R	Ý	
O	U	C	R	N	S	K	U	L	A	C	R	O	D	A	T	A	N	A	R
T	A	V	E	I	N	V	Í	R	R	E	H	V	A	E	S	D	U	O	
Y	L	P	J	A	G	E	W	J	Y	L	P	N	Z	L	W	A	S	B	
B	O	D	B	H	M	O	K	R	O	G	T	Ě	R	Ě	I	Ž	A	K	
E	A	O	S	T	A	T	N	Í	Z	Á	V	A	Z	K	Y	A	B	Y	

Zdroj: Osem smerovka. Bc. Kateřina Řezníčková

Conclusion

Uvedomujeme si, že nie je možné, aby vysoká škola pripravila budúcich učiteľov na všetky situácie, ktoré im pedagogická prax prinesie. Naším primárnym cieľom je poukázať na možnosti, ktoré moderné didaktické prostriedky prinášajú, akým spôsobom ovplyvňujú

priebeh a výsledky učenia žiakov. Uplatnením zážitkového učenia a pedagogického experimentovania môžeme výrazne ovplyvniť vzťah k moderným didaktickým prostriedkom a k tvorbe učebných pomôcok. Napriek tomu je nutné si uvedomiť, že použitie moderných didaktických prostriedkov nesmie zatieniť vzdelávací obsah. *Príspevok je výstupom výskumného projektu IGA „Implementace metody případové studie a ekonomických her do sekundárního vzdělávání v kontextu rozvoje ekonomického myšlení a zkvalitňování prostupnosti s terciárním vzděláváním“*. F1/31/2015 a tiež výstupom projektu *Fakulty financí a účetnictví VŠE, který je realizovaný v rámci institucionální podpory VŠE IP100040*.

References

- [1] DRIENSKY, D., HRMO, R. 2005. *Materiálne didaktické prostriedky*. Bratislava: MTF STU, 2004. ISBN 80-227-2159-X.
- [2] CHROMÝ, J. *Materiální didaktické prostředky v informační společnosti*. Verbum Praha, 2011. 208 s. ISBN 978-80-904415-5-2

Mediaresource as a Necessary Attribute of the Modern Teacher-Philologist

Svitlana Kryvoruchenko, Pervomaisk elementary school,
krivoruchenko.svetik@gmail.com

Abstract

The article explores the problem of formation critical thinking and activation interest in knowledge in present schoolchildren. Media-resource are considered as modern tool in methodical portfolio of creative teacher. Attention is given to modern methods of teaching that are associated with media resources, as well as the priorities of their use on the lessons of language and literature.

Keywords

media resource, critical thinking, literature lesson, methods of teaching, mental map, media literacy.

Introduction

Проблема формирования личности, которая умеет критически мыслить и объективно оценивать ситуацию, – одна из актуальных в XXI ст. Постановка такого вопроса обусловлена информационно-техническим прогрессом конца XX – начала XXI ст. Согласно аналитике Всемирного экономического форума «Давос-2016», к 2020 году возрастет потребность в таких навыках, как умение решать задачу комплексно, критически мыслить, управлять персоналом, высказывать свою точку зрения и прочее [1].

Main Part

Такая тенденция влечет за собой потребность реформирования системы образования, в частности в Украине. Ведущие педагоги-теоретики страны разрабатывают новые программы курсов в среднеобразовательной школе, которые будут направлены на практическую значимость школьных предметов. Ее составляющей является формирование у школьников ключевых жизненных компетентностей. Среди них умение учиться на протяжении всей жизни, планировать рабочий процесс, критически оценивать полученную информацию и переводить ее в новый формат, осуществлять поисково-исследовательскую работу, а также навыки медиаграмотности, инициативность, предприимчивость и прочее. Сопоставив характерные признаки критического мышления с перечисленными жизненно важными компетентностями, убеждаемся, что соблюдение принципов системности и последовательности в формировании вышеуказанных умений и навыков у молодого поколения поможет воспитать высокообразованных личностей, способных к логическому и объективному мышлению, принятию конструктивных решений.

Внедряя концепцию новой школы, педагоги-практики сталкиваются с существенными трудностями на пути позитивных сдвигов, а именно: отсутствие какого-либо стремления к познанию, неспособность воспринимать и осмысливать текстовую информацию в больших объемах. Возникают вопросы: с чем это связано?

как с этим бороться? как реализовывать новый компетентностный подход в сфере среднего образования?

Согласно теории поколений американских ученых Н.Хоува и В.Штрауса, сформулированной в 1991 году, сегодня воспитываются дети поколения Y и Z, формирование сознания которых проходит в эпоху публичности и цифровой революции [2]. Следовательно, современная молодежь отдает дань моде, она уверена в себе, требует все брендовое, при этом не любит ожиданий. Аналитика Фонда развития интернета показала, что в 2015 году 80% детей школьного возраста проводит в интернете 3 часа; каждый шестой ребенок – около 8 часов в сутки [3]. Здесь находим ответ на один из ранее поставленных вопросов. «Просиживание» в Интернет-сети более 1/3 рабочего времени (в лучшем случае) приводит к деструктивным процессам в сознании личности школьника, которая только формируется. Один из таких – «клиповое» мышление. Исследователи указывают, что «мы воспитали в себе понятие картинок <...>» [4], т.е. понятийное мышление заменено восприятием информации через образ, причем через образ всемирной компьютерной сети Интернет.

Именно «клиповое сознание», свойственное современному школьнику, – явление, которое усложняет реализацию поставленных задач перед учителем-практиком. Следовательно, перед педагогом стоит серьезная задача направить свойственный школьникам тип мышления в нужное русло с помощью тех средств информации, от которых сегодня зависимы дети поколения Z и Y. К таковому относим медиаресурс.

Problem formulation

Поиск методологических и методических подходов в организации учебной деятельности в соответствии с требованиями концепции новой школы, субъектами которой являются дети с «клиповым» мышлением, – одна из главных задач современного творческого педагога. Этот вопрос неоднократно поднимался исследователями, однако представленные работы не исчерпывают всех возможных путей решения проблемы. В рамках этого вопроса наша статья раскрывает один из актуальных способов активизации познавательной деятельности школьников средней и старшей ступеней и формирования критического мышления на уроках литературы и языка посредством доступных медиаресурсов.

Research results

Особую значимость средства массовой информации получают при организации учебного процесса в форме перевернутого урока или урока-исследования в старшей школе, которые предусматривают высокую степень самостоятельности учащихся. При подготовке к таким урокам ученики приобретают навыки работы с учебной литературой по ссылкам, которые предоставляет им учитель, также формируется умение создавать опорный конспект либо презентацию, затем представлять ее перед аудиторией.

В средней школе оправданы уроки интерпретации художественного текста, направленные на развитие критического мышления школьников, формирование навыков «компетентного» читателя. Эффективным в этом подходе будет составление ментальных карт или применение метода кластера.

В процессе работы над смысловой канвой произведения или определения темы и идеи текста учитель вместе с детьми составляет схему взаимосвязанных ключевых слов с доминирующим понятием или образом в центре всей интеллект-карты. К примеру, при изучении литературной баллады «Рукавичка» Фридриха Шиллера (7 класс) учитель предлагает ученикам создать интеллект-карту «Как остаться человеком в

«мире зверей?»» (представлена по ссылке – https://kryvoruchenkosv.blogspot.com/2017/11/blog-post_16.html). Такая карта создается в ходе эвристической беседы о содержании текста. Учитель акцентирует внимание на центральном образе кластера, где представлен человек перед зеркалом (символизирует чистоту человеческой души), и поднимает проблемный вопрос, заявленный в названии карты. Используя прием «замедленного» чтения и метод целостного анализа, ученики с помощью подсказок учителя определяют ключевые слова в тексте (т.е. художественные детали), отображают их в карте, далее раскрывают их значение, а затем вносят в создаваемый кластер. На завершающем этапе построения ментальной карты дети выясняют сложность поединка человека с «миром зверей» и человека с обществом, в котором он живет. На этом этапе урока, возможно, возникнут разногласия и завяжется диспут. Такая форма работы способствует формированию навыков выражать свою мысль, умение толерантно относиться ко взглядам других и пр. Такая методика обучения обеспечивает развитие критического мышления учеников и выбор собственной жизненной позиции в действительном мире, наглядность проделанной работы и, следовательно, запоминание материалов, а со временем самостоятельное создание интеллект-карт по указанному алгоритму.

Создание ментальной карты предполагает наличие технических средств обучения и доступа к сети Интернет. На сегодняшний день существует множество программ, которые под силу ученикам средней вековой категории. Одна из таких – <https://coggle.it/>. Это простой ресурс, с помощью которого ученики могут овладеть сложными понятиями. К примеру, написание эссе – одна из новых форм работы на уроках развития речи в украинской средней школе. Создав в этой программе ментальную карту «Эссе. Его признаки и виды» (https://kryvoruchenkosv.blogspot.com/2017/11/blog-post_81.html), учитель доступно пояснит учащимся суть этого жанра, особенности написания работы.

Практика показывает, что такие формы организации учебного процесса активизируют интерес детей к обучению. Важно правильно спланировать работу с детьми, предусмотреть наличие необходимого оборудования на уроке.

Работа с ментальными картами – не только эффективный метод формирования думающего и самостоятельного поколения учащихся, но и удобный способ организации рабочего времени педагога, написания поурочных планов, независимо от школьного курса, планирование работы методических объединений и пр. Внедряя в практику такой медиаресурс, учитель повышает собственное педагогическое мастерство, воспитывает в себе черты современного творческого учителя – предприимчивость, креативность, мобильность и пр.

Среди актуальных медиасредств на уроках словесности следует также отметить буктрейлеры, которые на этапе сообщения домашнего задания обеспечивают эмоциональную подготовку учеников к чтению художественного текста. Создание буктрейлеров либо плейкастов к прочитанным текстам формирует творческое мышление, развивает фантазию, навыки поисковой работы учащихся. Сравнительная характеристика текста с буктрейлером или плейкастом, в котором ярко выражена индивидуально-авторская интерпретация произведения, на этапе систематизации знаний способствует формированию навыков компаративного анализа, а значит, и развивает критическое мышление учеников.

Демонстрация видеороликов из ресурса YouTube на уроках литературы позволяет креативному учителю прививать навыки медиаграмотности (умение распознавать

правдивую информацию и фейк), усовершенствовать познания в области культуры и искусства через виртуальное общение с известными деятелями культуры, литературоведами на тему изучаемого художественного произведения (к примеру, видеоролик по ссылке <https://www.youtube.com/watch?v=cWeVroKeKlw> раскроет учащимся взгляд на сказку В.Королева-Старого «Хуха-Моховинка» известного в Украине художника Андрея Щербака).

Благодаря ресурсу YouTube, учитель на уроках языка на этапе закрепления умений и навыков может продемонстрировать образцы правильной и неправильной речи, нормативного и ненормативного употребления лексики изучаемого языка. Для анализа можно использовать речь телеведущих службы новостей либо дикторов рекламных роликов. Такая форма работы на уроках языка и развития речи способствует активизации познавательной деятельности учеников, формированию коммуникативных навыков и осознанию практической значимости уроков языка.

Conclusion

Таким образом, медиаресурс – один из необходимых инструментов в работе современного учителя-филолога, педагогическая деятельность которого направлена на формирование предметных компетентностей и жизненно важных умений и навыков учащихся XXI ст.

References

- [1] СЕМЕНЕЦЬ, О. *Критичне мислення – особиста та професійна потреба людини XXI ст.* Основи медіакультури: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх напрямів підготовки. Запоріжжя. 2016. С.7-24.
- [2] *Теория поколений. Формула менеджмента.* Практическое пособие начинающего руководителя. Москва. 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://psixologiya.org/socialnaya/menedzhmenta/2155-teoriya-pokolenij.html?showall=1>
- [3] *Новости от Ukrmedia. 2016* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ukr.media/science/272956/>
- [4] ГИРЕНОК, Ф. *Метафизика пата (косноязычие усталого человека).* Москва. 1995.

Mass Media and Education: Philosophical Phenomenon

Marina Mazorenko, Kharkiv Petro Vasulenko National Technical University of
Agriculture, kafederoculturo@ukr.net

Abstract

The article generalizes the main directions of the interaction between mass-media and education and also defines two main aspects: firstly, mass-media space is not only a subject for philosophical reflection but place where philosophical discourses have been formed correspondingly to the information flows of the cultural life. Secondly, these discourses have philosophical and educational character.

Keywords

media, media reality, information, education, communication. .

Introduction

Философская интерпретация масс-медиа имеет довольно богатую историю, хотя и не очень продолжительную. Последнее обстоятельство объясняется в значительной степени относительной краткостью существования самого феномена, о котором идет речь, по крайней мере в том смысле, который под ним обычно подразумевается.

Начиная с Э. Тоффлера и М. Маклюэна достаточно подробно очерчены контуры информационного общества, но значительно меньше внимания уделено антропологическим основаниям и перспективам этого этапа цивилизационного развития. Тотальный же характер воздействия на сознание и поведение современного человека стал ясен и вовсе в последние годы, когда всевозможные реалити-шоу стали вытеснять из телеэфира сериалы для домохозяек, а разочаровавшиеся в жизни (родителях, сверстниках, школе) подростки переносить в жизнь насилие и жестокость, царящие на экране, создавая, в свою очередь, новые сюжеты для кинематографа.

Main part

Философские аспекты масс-медиа

С началом постмодерна масс-медиа и информационное общество в целом, безусловно, стали предметом обсуждения ведущих философов и социологов современности, но, пожалуй, только сейчас, в той ситуации, которую ряд культурологов обозначают как пост-постмодернизм, в полной мере стали очевидными как масштаб обволакивающей нас масс-медийной реальности, так и все возможные или по крайней мере многие связанные с ней риски.

Этим объясняется неподдельный интерес к явлению медиа, медиальности именно в наши дни, а дефиниция «медиа» и ее производные заявляют о себе гораздо более настойчиво, чем, скажем, в минувшем столетии, когда впервые заговорили о «коммуникационной революции» и «информационном обществе». Это одна из причин того, что сегодня очевиднее стали связанные с медиа риски и вызывает необходимость постоянного аналитического мониторинга обозначенного динамично развивающегося феномена. The contribution should not be longer than 4 pages format A4 (including references, tables, pictures, charts, etc.).

М. Маклюэн призвал сосредоточить внимание не на содержании, а на форме медиа – сообщении. Другими словами, «mediumisthemessage» (средство коммуникации само есть сообщение) означает, что техническая форма, которая используется для перемещения информации, сама по себе также сообщает не менее (если не более) важное, чем очевидный смысл сообщения. Естественно, контент важен, но, по Маклюэну, контент не есть «программирование». «Настоящий контент любого средства распространения информации – это пользователь этого средства. Мы – контент наших медиа. Каждое средство доносит до нас новые формы людей, чьи качества пригодны для медиа» [8, с 10, 90].

М. Маклюэн в своём знаменитом тезисе утверждал революционизирующую функцию технических средств информации в истории цивилизации, так как они, создавая инструментальные языки общения (алфавит, печать, фото, кино, радио, телевидение), формируют характер передачи информации и восприятия мира. Вокруг этого тезиса на протяжении многих лет идут споры, но не отрицается взаимозависимость понятий коммуникации и информации, а, следовательно, и отношения между средствами и формами информационного сообщения, его содержанием и восприятием.

Таким образом, по Маклюэну, сегодня средство коммуникации важнее самого сообщения, т.е. содержание информации зависит, прежде всего, от того, по какому каналу она передана – по радио, по телевидению или в газете. Приоритетное значение в нашу эпоху он отводит электронным (или, как говорил сам Маклюэн, электрическим) средствам, «которые формируют мысли, структурируют наш опыт и определяют наши взгляды на окружающий мир».[8, с. 115]

По мнению Н. Лумана понятием масс-медиа должны быть охвачены все общественные учреждения, которые используют для распространения сообщений технические множительные средства. [7, с. 10] Этот метод подразумевает, что продукцией масс-медиа являются книги, газеты, журналы, фотокопии, ксерокопии и т. п., (весь образовательный процесс).

Масс-медиа все более вторгаются в различные сферы жизни социума, в том числе и гуманитарные исследования, предлагая свое видение тех или иных профессиональных проблем, вынося свои суждения по поводу отдельных ученых и их взглядов. Поскольку в современной культуре абсолютно все является предметом собственно философского или культурологического анализа (культурология является философской наукой о культуре), включая секс, телесность, кулинарию, моду, то в силу масс-медийного характера культуры все обсуждаемые в этой связи обрастают масс-медийной «плотью», становятся не только текстом, который, допустим, сопровождается иллюстрациями, но начинают «звучать», проговариваться, обсуждаться, визуализироваться в различных операционных программах, принимать характер презентаций, интернет-конференций. Слово становится плотью, но не той животворящей, жертвенной, а скорее пожирающей время, силы, интеллект человека, как древний Молох.

Есть еще два формата, которые проблематичны для философских дискуссий, – это перформанс и 3D формат. В последних эстетические функции не могут быть подавлены умозрительными, нравоучительными, собственно коммуникативными. Тем не менее по мере того как собственно коммуникация осознается как тотальный дискурс современного общества и переводится в трехмерный (четырёх-, пяти-) формат, соответствующим образом меняются технические и методологические средства подачи, выявления и обсуждения знания.

Conclusion

Таким образом, взаимосвязь масс-медиа и образования относится к вечным философским вопросам. Они актуализировались в условиях информационного общества, в результате медийного поворота к захвату вездесущими медиа каналами не только умов, но и образно-чувственной локации человека. Для них характерна обоюдная взаимодополняемость. Взаимосвязи масс-медиа и образования предполагает установления общности понимания транзитивных функций медиа контента, его целевой направленности и ответственности перед будущими поколениями.

References

- [1] ЛУМАН, Н. (2005) *Реальность массмедиа*. Москва, Праксис.
- [2] МАКЛЮЕН, М. (2003) *Понимание медиа. Внешнее расширение человека*. – Москва, Канон-Пресс.
- [3] СИВКОВ, Д.Ю. (2009) *Медиа и метафизика*. Санкт-Петербург. Санкт-Петербургское об-во.

Information Activity of the Ukrainian Emigration Media in the Time of the USSR (on the Example of the “Smoloskyp” Magazine)

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

Abstract

The purpose of the article was to reveal the peculiarities of the activities of the mass media created by the Ukrainian diaspora during the twentieth century, on the example of the magazine “Smoloskyp”. Interaction of editorial staff with the world press and international organizations is considered. The work of “Smoloskyp’s” messengers and ways of obtaining samizdat from the USSR are analyzed. The facts related to the history of the magazine are presented, which testify to its role in the reporting of the truthful information about the Soviet system to the world community. Based on the experience of “Smoloskyp”, it has been proved that it was the Ukrainian foreign media that exposed the crimes of Soviet power and were worthy of the opponents of the official ideology of the USSR at the international level.

Keywords

Ukrainian Diaspora, emigration, “Smoloskyp” magazine, USSR, samizdat, communication.

Introduction

The Ukrainian emigration is a phenomenon of history and culture, which increasingly attracts the attention of world researchers. The scale of the activity of foreign Ukrainians is not limited only by the strengthening of ties with the historical homeland. In the twentieth century the Ukrainian community has become one of the most active emigration centers in the world in political, economic and cultural spheres. Famous Ukrainian writers, publicists, cultural and educational, scientific and public figures, who promoted to the restoration and consolidation of national statehood, and enhancement of the international image of Ukraine, went abroad in the 1920's – 1980's. During the building of public-political and publishing organizations, the Ukrainian community acted in conditions of constant confrontation with the Bolsheviks and totalitarian regime in the USSR. One of the most effective means of communicating the truthful information about the situation in mainland Ukraine to the world media was a printed word.

Main part

Directly Ukrainian journalists in emigration played a significant role in informing the world community and mass media of different countries of different continents. Their work was partially researched by world scientists: Victor Satsévich in Canada [8], Olga Hnatyuk in Poland [6]. A number of works by Ukrainian researchers (Oles Obertas, Yuriy Nedugko, Taras Lutchin) also covered fragmentary of Ukrainian media abroad. However, it is only a partial coverage of the topic.

The Ukrainian magazine “Smoloskyp” deserves attention among the Ukrainian mass media, which conducted active information activities on a world scale. Based on his experience, we will consider the information activities of the Ukrainian media in emigration at the world level.

The reasons for the publication of Ukrainian publications outside of their country are obvious. The social and political situation in the USSR of that period of time was characterized by mass arrests, deportations, Russification, and the Holodomor of 1946–1947. The Ukrainian foreign community began to disseminate information about the violation of human rights in the USSR in the world and defend the idea of an independent democratic Ukraine. Emigrants from Ukraine, who settled in Western Europe, American and Australian continents, refused to return to the USSR for political reasons.

Exploring the national-state associations of the Ukrainian foreign community, historian Yuriy Neduzhko noted: “In the 1950s, when the Ukrainian emigration exited hopes for a military scenario for the development of relations between the USSR and the United States, and given the defeat of the UPA, Ukrainian emigration was reorientated to support the military scenarios for the development of events for an informational psychological war against the USSR for the sake of gaining state independence of Ukraine” [2, p. 102]. The state positions of the Ukrainian community also became firmly established because of the sharp confrontation between the USSR and the West during the course of the Cold War.

The main tasks of the foreign community of Ukrainians, in particular, of the media, included the formation of the political structure of Ukrainian emigration and the establishment of relations with the authorities and mass media of the West in order to achieve recognition and support of their activities by the world community.

In connection with the historical events in the USSR and the world, public and professional organizations were actively formed, most of which were controlled by political associations of Ukrainians abroad. In the postwar period, the Ukrainian youth movement in emigration has considerably expanded: the “Plast” scout organization, the youth organization “Sich”, the Central Union of Ukrainian Students, the Union of Ukrainian Youth (which was liquidated by the communist authorities in the USSR in 1930) restored their activities; The Association of Ukrainian Democratic Youth, the Association of Student Associations “Zaruto”, the Ukrainian Youth Studio named after M. Mikhnovsky, Organization of Democratic Ukrainian Youth and others. Ukrainian youth abroad are united in centers for several reasons: first, to secure the material support of the world community and to receive education; and secondly, for the dissemination of reliable information on the socio-political situation in the USSR and the Soviet totalitarian system.

In view of the activity of youth organizations and the need for their own publications, the idea of creating their own publish agency appeared in the student environment of Ukrainians in France. This initiative was supported by the editor-in-chief of the weekly journal “Ukrainian Word” Oleksa Stul-Zhdanovich. During the 1950-1952s the newspaper “Ukrainian Smoloskyp” appeared in the Ukrainian newspaper. The creation of the “Smoloskyp” page is inextricably linked with the figure of Ukrainian Osip Zinkevich. Constantly being in the center of the youth environment of Ukrainian emigrants, Osip Zinkevich organized a release of the “Smoloskyp” page, which in 1952 was transformed into a separate journal.

In the materials of the magazine “Smoloskyp” the events in the USSR, in particular the movement of the sixties, were analyzed in detail, which later went on in the samizdat. In parallel with the publication of the magazine, the editorial staff began work on the issue of book editions. The magazine gradually evolved into the publishing house Smoloskyp. All these changes were caused by the current situation of Ukrainians in emigration and in Soviet Ukraine.

The “Smoloskyp” magazine of 1950–1957, 1960–1968, 1978–1989, despite the difficulty of funding, constant changes in printers, the remote preparation of publications for printing by

non-specialists in philology and editing, became an ideological expression for the aspirations of Ukrainian youth, in particular students, in emigration, as well as for dissidents of mainland Ukraine. An organic extension of the French stage of the magazine “Smoloskyp” became American. After a three-year break, the publication was moved to Baltimore, Maryland.

Representatives of “Smoloskyp”, as accredited correspondents, constantly participated in congresses, conferences and other events – for hearings of Sakharov, the European Writers' Congress in Bulgaria, at the Belgrade Conference, the World Congress of Psychiatrists, to establish contacts with the world media and press agencies. in Hawaii.

The Soviet system tried to discredit and disgrace the “Smoloskyp” activity and other foreign organizations of Ukrainians in various ways in various ways. One of the KGB spokesmen Yuriy Rymarenko in a book “The Anti-Communist Alliance” analyzed in detail the Belgrade Conference (1977–1978) in Czech Republic, during which, in his opinion, «they tried to direct the bourgeois nationalists who were covered by certificates of various kind of self-appointed” news agencies of the type “Smoloskyp” and so on” [5, p. 172]. Y. Rymarenko claims that it was the “bourgeois-nationalist” organization “Smoloskyp” who distributed a provocative letter among representatives of many countries in which CIA mercenaries informed the world community about the manifestations of anti-Semitism in the Ukrainian SSR, inspired by the authorities.

In the conditions of emigration activity of “Smoloskyp” there were other contradictory points. O. Zinkevich in the interview for various periodicals mentioned a sharply negative evaluation of his activities on the pages of the pro-government newspaper «Visty z Ukrainy», which appeared in the USSR in Ukrainian and English. The newspaper printed a lot of materials, the authors of which mentioned the emigration publishers, re-writing the facts of events and biographies. O. Zinkevich gives us some incident fragments, such as: «In 1930 when I was only a few years old!.. I was the director of “Smoloskyp” in Germany and I was a friend of Hitler! It's exactly like that» [4]. On the pages of “Visty z Ukrainy», the founder of “Smoloskyp” was called an agent of the CIA, a chemist who prepares bacteriological weapons against the USSR. In the biography of O. Zinkevich, the authors of this newspaper also tried to enter Yugoslavia, where he had never been. The newspaper “Visty z Ukrainy” released the Society for Cultural Relations with Ukrainians Abroad “Ukraina”, created in 1960 in Kiev on the basis of the republican department of the Soviet Committee “For a Return to the Motherland”. This society in the Encyclopedia of Ukrainian Studies states: “formally his task was to strengthen cultural ties with Ukrainians abroad, to comprehensively familiarize them with the creative activity of the Ukrainian people in the USSR, but in fact this activity was designed to support the pro-Soviet, so called “Progressive” organizations abroad and the spread of provocations among patriotic Ukrainian emigration, its stagnation as “traitors” of the homeland and “bourgeois nationalists» [1, p. 3224-3225]. “Visty z Ukrainy” was issued in Kyiv, but the publication was not available to the population of the Ukrainian SSR, it was addressed only to Ukrainians abroad. The authors of “Visty z Ukrainy” tried to discredit the publishing house “Smoloskyp” and other emigration organizations before the world community.

Saturated with events of human rights protection were for “Smoloskyp” and the 1980s. Speakers of the “Smoloskyp” representatives spoke at press conferences of the International Olympic Committee, in particular at a press conference in 1984, which disclosed information about the premature death of Soviet olympics. During the conference of the International Atomic Energy Agency (IAEA) in Vienna (1986), the issue of the “Smoloskyp” magazine was distributed among the participants on the Chernobyl disaster. This issue was created on

the basis of valuable information about the accident in Ukraine, which was collected by Osip Zinkevich with his colleagues.

“Smoloskyp” activity was well known at the White House in the United States, where representatives of the publishing were invited in 1980s several times to official conferences and meetings with President Reagan, who was interested in the magnitude and potential of the human rights movement in Ukraine.

The courses of messengers under the guidance were organized in “Smoloskyp” by Peter Fedinsky. These courses were attended by ten people. Messengers traveled to Ukraine as tourists or for annual courses of the Ukrainian language in Kyiv for American and Canadian communists organized by the Cultural Relations Association “Ukraine” at the Kyiv University. Messengers of “Smoloskyp” Bohdan Kolos (Toronto) removed from Ukraine memories of a publicist Danylo Shumuk, teacher Halyna Pysetskaya (Baltimore), who several times was in Ukraine, took out the bones of the Ukrainian Sich Riflemen from the destroyed rifle graves along with the cookies.

Messengers, or couriers, “Smoloskyp” who traveled to Ukraine should have sent letters or postcards with pre-agreed brands: a postcard depicting Lenin on the mark meant that they were following the liaison and he was no longer from who does not plan meetings; with the image of Taras Shevchenko on the contrary, everything is alright, the samizdat or the necessary information is received.

A large number of samizdat materials was transported through the Czech Republic. Thus, the student Anna Kotsurova went with the dissident materials, in particular, “Ukrainsky Visnyk”, which were prepared and edited by Vyacheslav Chornovil, from Transcarpathia from Prashov. From there, predominantly Pavlo Grotsky transmitted the magazine to the West, where he reprinted the publishing house “Smoloskyp” (Baltimore), “Suchasnist” (Munich), the Ukrainian Publishing Union (London) not only in Ukrainian, but also in English and French. Publications of the magazine often sounded and quoted in the radio “Svoboda».

A non-periodic leaf “Siege” (1977–1982) was published in “Smoloskyp”, in which the samizdat works from Ukraine about arrests and repressions, short statements and articles. As O. Zinkevich say, “the whole system was developed for the transfer of this bulletin to Ukraine. Different envelopes with different brands from the US, Canada, and several Western European countries sent leaflets to dozens of addresses by writers, artists, scholars, and even party figures” [3, p. 236]. It is still unclear whether this publication was always reaching the addressee, because all the mail went through Moscow, where it could be opened and removed.

It is need to add that tracking and timely stopping all actions of the Ukrainian community abroad, aimed to protecting political prisoners, the totalitarian regime's overseers still failed. The world community, in particular the media, press agencies and international organizations, actively supported the process of defense of human rights in the Ukrainian SSR, in which “Smoloskyp” played an important role.

Hundreds of “Smoloskyp” materials have been reprinted or have become an impetus for the dissemination of information in the world press. The activities of “Smoloskyp” and actual information about life in the USSR were published, in particular, in the American (“Sunday Bulletin”, “New York Daily News”, “Washington Post”), Canadian (“Gazett”, “The Globe and Mail”, “Telegram”), British (“Observer”, “Spectator”), French (“Herald Tribune International”) newspapers.

Conclusions

Information activity of Ukrainian “Smoloskyp” magazine, which was published in France and the USA, is marked by activity at the world level. The editorial group of the “Smoloskyp” magazine closely monitored the situation in mainland Ukraine, in particular the movement of the sixties, which later became a samizdat. The activities of the publishing house and its workers were constantly trying to discredit authors of the Soviet newspaper «News from Ukraine», which was issued in the USSR, specifically for foreign Ukrainians in front of the world community. However, the editorial office has maintained its positive image and authority among the world community. The information activity of the publishing house had two vectors: the first is providing the world community with factual materials on the situation of Ukrainians, repressions and political prisoners in the USSR; the second is the receipt of information and prohibited documents, manuscripts from Ukraine. “Smoloskyp” had its own communications, which transported the samizdat materials from the USSR with the risk. The world community, in particular the media, press agencies and international organizations, actively supported the human rights defense process in the Ukrainian SSR, initiated by the “Smoloskyp”, which confirms the effectiveness of the activity of this Ukrainian cell.

References

- [1] Зінкевич О. “Смолоскип”. In: Енциклопедія українознавства. Словникова частина (ЕУ-ІІ). Париж ; Нью-Йорк, 1976. Т. 8. С. 2920.
- [2] Недужко Ю. В. Українська діаспора в процесі відновлення державної незалежності України (середина 40-х – початок 90-х років ХХ століття): монографія. Луцьк : Волинська обласна друкарня, 2009. 620 с.
- [3] Обертас О. Український самвидав: літературна критика та публіцистика (1960-і – початок 1970-х років) : монографія. Київ : Смолоскип, 2010. 300 с.
- [4] Осип Зінкевич: становлення “Смолоскипа” на Заході і в Україні. Ідеологічно-політичні протистояння української діаспори : інтерв’ю. Розмову вела Алла Миколаєнко. In: Смолоскип. 2014. № 8. С. 1–2.
- [5] Римаренко Ю. І. Буржуазний націоналізм та його «теорія» нації / Ю. І. Римаренко. Київ : Наук. думка, 1974. 382 с.
- [6] Hnatiuk O. Nativists versus Westernizers. Problems of Cultural Identity in Ukrainian Literature of the 1990s. In: Contemporary Ukraine on the Cultural Map of Europe. Armonk ; New York ; London : M. E. Sharpe. 2009. P. 203–218.
- [7] Satzewich V. The Ukrainian Diaspora. London ; New York : Routledge, 2002. 271 p.

Differentiation and Synthesis of Arts Cultural Oriented Methods of Shaping in the Visual Culture of the 20th Century

Victoria Solomatova, Kiev national university of culture and art, Likalive@bigmir.net

Abstract

The article gives an analysis of the synthetic tendencies of forming the visual culture of the twentieth century. The synthesis of arts is defined in temporal and spatial arts as a certain communicative art phenomenon. The interpretation of models of synthetic artistic space as a visual phenomenon is given.

Keywords

visual culture, synthesis of arts, visual rotation, image.

Introduction

Visual culture and whole complex cross-section of the interactions of new art practices, of course, is not a unique phenomenon, and to a certain extent, at the new technological level. It characterizes traditional methods of shaping existed in art. This is an attempt to separate each art form into a unique artistic practice, as well as to integrate artistic potential in the form of ensembles, artistic synthesis, forming what is called "synthesis of arts".

So the main idea is to find out synthetic tendencies completely new process of interaction between artistic practices of visual culture in the framework of modern technologies, communications and the interaction of art practices, art and non-art. Or did it a specific sign of the symbiosis that has always existed from the age in art? The second position seems to be more justified. It cannot be assumed that modern art radically breaks with tradition, forms absolutely new radical syntheses. On the contrary exacerbates the specificity of those artistic implications that occur precisely within the framework of modern technology.

Main part

Analysis of publications and researches

The problems of the art's synthesis as a visual phenomenon were devoted into the works such scientists as A. Bazen, S. Bezklubenko, M. Khrenov, Y. Lezhenky and others. [1; 2; 8; 6]. It is because of the phenomenon of adaptation of the cultural and historical potential of research on the synthesis of arts to determine the specificity of modern visual communications in art remains little investigated.

The aim

The aim of the article is to determine the specifics of synthetic formation in the visual arts of the twentieth century.

It well known that the theories of synthesis of arts are divided into object and subjective.

The object concept is defined by lessing in his "Laocoon" where painting or all spatial art and poetry are different precisely because they were separate objects of reflection having space or time [7]. Specification of imagery in video art is different.

Synthesis depends on the fact that the world is complex, multidimensional and the type of reflection, figurative reflections depend on this complexity and the variety of time and space signs of reality as such as well specifics of the type of arts that enter into synthesis. It is

known that the complexity of the reflection of space-time relations in art is already of Hegel's meaningful dimension. Thus the absolute idea is determined in different arts in different ways. In architecture the most abstract of arts the ideal is defined incompletely, symbolically and poetry. According to Hegel the most complete was reveals the essence of the spirit or the essence of the spiritual expression of an idea or ideal.

Such an approach characterizes the multidirectional, multidimensionality of the world that reflects art, reflects specifically means of presenting imagery as the integrity of the world [5]. The object was a model of the synthesis of arts by contrast. That art does not only model the integrity of reality, the temporal-spatial continuum, but also the integrity of human feelings a sense of sight in particular. These are the visual arts that are mentioned, sense of movement, dynamics, associated with choreographic synthesis, even with theatrical synthesis; hearing aids that form musical syntheses.

All this diversity of the sensual continuum were required its adequate forms of presentation of the sensuality of man.

However, one cannot define either another concept as dominant or give one or another advantage. It seems that they are complementary to each other. Moreover, the artistic image is always polygonal. There is a transcoding of the modality of perception like visual to tactile, tactile on the auditory and others. Distant reception (reflection of the world at a certain distance), proprioception (reflection of the world as a certain gravitational orientation), interception (sensing of the subconscious) are those components that give the possibility of a bulky, polyphonic imagery [4].

Synesthesia as sensory or poly sensor receptive act or the ability to perform acts are precisely the subject dimension of the synthesis of arts which is the basis of the synthesis or synthesis of the arts [4].

It is important to note that the epicenter of synthetic guides a self-sufficient work of art. It is an artwork that becomes the synthetic point of how synthesis occurs, on the basis of which modalities, on the basis of which components.

It's clear to everyone that such types of art as painting, architecture, sculpture can exist on their own, but they can be integrated, for example, in an architectural ensemble, creating their own unique image, which is typical for, for example, a mansion or a profitable home style Modern. No less interesting synthesis took place also during the Renaissance where monumental painting, sculpture, architecture existed in a certain integral complex, which characterized the synthetic guides of the day. But the dominant was optics visual reception as a way of self-realization of a person as a subject of culture, located in the center of the world.

Anthropocentrism had the visual possibilities of presenting the actors of the optical universe. That is the subjects this anthropocentrism determined, in their activity were attracted to optical synthesis the synthesis of arts was formed in the Renaissance city, urbanized, saturated and optically extremely united, complete and full of expressiveness.

It is important to note that the process of interaction between the differentiation and the synthesis of arts is paradoxically genetically equivalent.

The paradox is that the more the art is differentiated, the more arises contemporary art practices. That is an intermediate spheres between art and reality, the more synthetic becomes the art itself, the more it becomes the epicenter of the artistic reality, the inclusion of art in reality as a harmonizing integrative the epicenter of shaping.

The ideas of the synthesis of arts were sharply set at the turn of the nineteenth and twentieth centuries.

Richard Wagner is one of the most interesting conceptual thinkers of music theorists. His idea of the «Gesamtkunstwerk» was a general artistic work thus became a total synthesis and the ideal artistic totality enabled the life affirmation and life-building of the world art and art [3]. Art builds the world as an artistic creation.

That is the idea existed from the age, but in different definitions found epicenters. It can be argued that the culmination of a synthetic and at the same time an optical vision of the world took place in the Art Nouveau style. This is an architectural synthesis. The synthesis of arts in a new way defined itself in the avant-garde in Bauhaus, VĚTĚMĚSI in the avant-garde art, the masters theorists of total synthesis. Among them V. Kandinsky, M. Chekrygin, P. Florensky, P. Filonov and others, who created their original syntheses made it possible for a broader entry into the world.

That is the ideas of universal synthesis in Chekrygin ideas derived from the synthesis of arts, the temple synthesis of arts was taken care of P. Florensky. The unity as a traditional non-church integrity of the sacred type was catholicity as a phenomenon of life, the socialization of life. These are the ideas of the silver age, which became synthetic epicenters of formation, fostered not only the formation of artistic forms but also the pathos itself of the introduction of art into life. The occurrence of art in life took place on the basis of the redefinition of figurativeness not the artistic, as we now see in the context of total visualization of culture, and the modeling of life as a Gesamtkunstwerk as a total work of art.

There are such kinds of art as cinema, architecture, industrial art, design, pop, advertising are those epicenters of synthetic form formation, which were accumulating in the visual culture and make it possible to actualize visual arts as peculiar epicenters of cultural construction.

Thus it can be argued that the synthesis of arts is one of the fundamental, moreover, interpretive-paradigmatic categorical matrices in the culture of the twentieth century exacerbated the portrayal, opacity, and visibility of culture as a whole as the right-sided reflection of the world.

The verbal cultural cultivating as a left-sided reflection of the world complements the image. Now the image or visibility predominates. But this process is not firm because it cannot be said that this will be the case always. One can contemplate a certain cycle, when the visual dominant becomes prominent, then instead of it comes the verbal dominant. And this endless variation, the complementarity of the virtual, visual and verbal dominant, concentration, presentation, information, of course, suggests synthetic. Synthesis could be analyzed as a reflection, as the transformation of reality by means of art.

Synthesis in art as a total orientation, a counterpoint to the differentiation of arts, correlates with artistic syntheses, local practices of a systemic, conglomerate and integrative type of unity of arts under the auspices of artistic creation into various substructures that sometimes do not yet have definitions of arts but present art practices. The evaporation is an art of decorating the environment, where, on the basis of different, installation-type types of environment transformations. There is a space that makes it possible to see this environment as entering into it different kinds of arts.

Performance is a theatrical form of presentation of information that can be based on photos, videos, the theatre as a reality helped formulating element that presents reality as a dramatized one. Body art is a practice associated with bodily attachments, also a very broad palette. It begins with the coloration of the body, with the formation of parity bodily implications the body is applied three times and then it is painted in the form of tattoos, which existed in archaic cultures.

Such works are known in the work of the artist-fashion designer Issey Miyake. Happening is a dramatized art event associated with political campaigns, where actors become manifestations, which, based on the presentation of verbal and non-verbal artifacts, form a unique event in the urbanized space. Land art is a modern garden art where the landscape is conceived as an artistic work.

But not in the traditional sense as the formation of a park or landscape, but as a kind of installation the painting of rocks, for example, comes to the coloring of icebergs, the formation of various ornamental substructures of the landscape, which can only be seen from the plane. All those actions are a kind of artistic art-art-reality. This reality is quite diverse.

In spectacular synthesis had formed peculiar intermediate hybrid forms. Those are the premises where was once a factory. These are spatial zones installed under modern artifacts where a peculiar mystical scene of reality unfolds.

Musical and theatrical symbiosis are found in the visual culture of their forms of expression and reflection on these forms is known as a certain historical "herbarium" of artifacts or a historical set of artifacts can be described as a kind of space for the formation of a synthetic type.

The concept of "synesthesia" (formed from the ancient Greek "syn" – "common" and "aesthesia" "sensation"). For the first time synesthesia was described as a cosmological phenomenon by Pythagoras.

Pythagoras who recorded a sound score of eight notes holds the string at high altitude. Pythagoras also owns the first explication of music as a synesthetic cosmological phenomenon. Space was perceived by the Pythagoreans as the only harmonious instrumental reality and the music of the spheres the music of the sun, the moon becomes the kind of musical orbits that have the potential of such a cosmological vision of musical synthesis.

Color hearing is the synesthetic model that has been formed over the centuries. But the syntheses realized in the nineteenth century by Nikolai A. Rimsky-Korsakov and later by O. Scriabin were the revolutionary in those days. For some reason Scriabin's experience is well known as Rimsky-Korsakov previously faced the problem of the elementary unit of correlation of music and color. It is important that these systems were similar to mechano-determinism or natural-scientific, mathematical and other models of the correlation of color and sound. This sounds, first of all, a kind of metaphorical music.

Nevertheless despite her lack of knowledge the composer uses in his works such as "Sadko" opera the sea litmus are deliberately written in "blue" tonalities. According to the design of the composer, the shades of blue should have dominated the stage scenery. All this provided the basis for certain metamorphoses and Trans-humanism of the metaphorical plan, indicating that the problem of color-musical art became fatal.

O. Scriabin creates a unique impetus for the synthesis of arts. His poem "Prometheus" had a colored score but in itself the mechanics of the combination of color and sound was imperfect. When he played, his wife freely associated color with sound in the form of light bulbs, gave a parallel colored score, indicating a peculiar interpretation of music in the colored major-minority framework, within the classical structure. But in itself the arrangement of the Scriabin type, the color-sound system already had a purely interpretative character. The interpretation deprives Kastel's mechanism of the mechano-determinism that comes from Newton.

The widespread occurrence of synthesizers and synthetic sound instruments has led to the fact that many composers, such as S. Gubaidullina, A. Schnittke have tried to widely use electronic and musical devices in the creation of instrumental music for 60-70 years. But this

fashion has quickly passed. Of course, any synthesizers looked like a mechano determinism feels at Castel, when literally uniquely connects notes (sounds) and their color equivalents.

About the same thing we feel when there is a synthetic sound. Mechano determinism is already a necessary and sufficient horizon, which eliminates the problem of that cosmology was taken care of by traditional culture, from ancient civilizations.

It is important that all experiments were associated with the synthesis of sound and color, or the emergence of synthetic sound through light-colored color implications, sought mediator, mediator.

This mediator became a graphic code a sinusoid, or something else, and certain composer studios did not start from sounding, but the formation of the very intermediate subjective element, that is, a graphic "meta tutor". It was not predictably predictable. Such a game and such, let's say, improvisation in the space of graphic implications and captivating, and disappointing.

The forms of the technological intermediate stage of sound installation allowed the creation of original models of those synthetic formats that at some time remained laboratory experiments. This laboratory experiment was also the work of the Kazan SCB "Prometheus" under the guidance of B. Galeev who analyzed the synesthetic schemes of O. Scriabin. It is easy to see the speculation of this work. The color itself here was purely an analog model comes from a certain sound and is developed in parallel with musical constructions [4].

Consequently it can be argued that the horizon for comprehension of contemporary visual culture or the visual turning is taking place is the horizon of the synthesis of arts and the acquisition of such a complex technological symbiosis that is taking place now. Based on the analysis of those systems of reflection that come from different spheres of knowledge from psychology, philosophy, aesthetics, in particular, specific artistic insights or certain manifestos, programs that are determined not only in the avant-garde form but are proportional, natural to art in general, starting with the treatises of Leonardo da Vinci, Leon Battista Alberti, ending with the works of Vasyl Kandinsky and others.

Of course, the unsurpassed experience as a synthesis of arts as well as the definition of the unique nature of each art as each individual gives a silver age, which is associated with the actualization of the problem of sacredness, eternal values, and unity in both art and social life in general. That is from the different sides from the musical space, from the space of the visual, from the space of traditional-spatial arts to painting, architecture, graphics are far-sighted intentions, jerks that form panoptic vision of modern culture as a kind of synthetic toolkit that can be evaluated in different ways as a certain archeology the experience of archaic vision, cosmologization as a certain herbarium, that is the positivist consensus of psychology, the physiology of perception as a certain artistic creature that seems to be interpreted system based on metaphor and reflection.

It can be noted that there is no universal approach to assessing the problem of the synthesis of arts, and in general, the synthetic form-making in the context of culture. But there are certain cultural milestones that are mentioned, in particular, at the same silver age. That is the peculiarity and synthetic of modern visual culture are connected with various factors, in particular with the socio-cultural realities determined by technological determinants, the transition from industrial civilization to the broad ideological direction of accumulation, integration, experience of creative technology, practice, and all of the achievement that remains in the context of both refined and unelected systems.

The integrative value of the visual culture is determined by its deep metaphysical essence, because it is associated with the right-half-way mode of world modeling given in gestalt, patterns, in certain modules, visual constants, without which the world cannot develop.

The highest manifestation of the synthetics of the twentieth century is not without reason the culture of the silver age, the silver age, which raised the problem of modality, or the inter modality of arts, the interaction of arts, and emphasized the problem of synthesis as a sacral issue that goes beyond the boundaries of everyday life. However, modern synthesis of arts, on the contrary, reduces the sacred component and actualizes the culture of everyday life as a horizon of modern synthetic.

If in the synthetic searches of the culture of the silver age, such broad, intentional intentions as cosmism, religious faith, motives of the fatalistic, apocalyptic vision of the world, existential themes of life and death, good and evil, love and hatred, as well as ordinal orphan, archaic themes, which became a definite way of romanticism and a kind of idealization of personality, then all this context is lost in the modern visual culture, and sociological ways in art sometimes looks like a new type of its banality.

The art culture of the silver age associated with the Middle Ages is not homogeneous. It is mostly a model for assessing contemporary visual and artistic culture in general. There existed here side by side, such trends as neo-impressionism, neo-romanticism, decadence, symbolism, acmes, cubism, futurism, and others.

All of them, to a certain extent led to synthesis and synthesis was determined on the basis of the localization of various intentions, with one or another dominant – musical, theatrical, choreographic, or, conversely, prompted the creation of such myths and concepts as the choral event that offered Vyacheslav Ivanov, orchestras, that is, certain choral structures of the planetary order, giving a grand motive of voice, voice, Christian melodists. This was the model on the basis of which people gathered in the group and this group was planetary marked. This symbolism sometimes looks like a decadent destruction, and sometimes it is perceived as the kind of synthetic that actually has a glider type horizon referred to as a kind of super cultural synthesis.

Folklore and modernity are combined in folk music and folk music in folk music and folk music in folk music and folk music, in folklore, panorama, world of fairs and the cultured ritual actions connected with even the occurrence of Scythian subjects and the realization of personality in the musical creativity in artistic creativity.

The very orientation to pathos, fabulousness were extremely acute in such works as the works of Nicholas Roerich, monumental, theatrical works, sketches to the decoration of the scenery of the Diaghilev seasons in Paris, in the works of Leon Bakst, in the musical works of O. Scriabin, P. Tchaikovsky, S. Taneyev, S. Rachmaninov, I. Stravinsky.

Interactions of arts are difficult and dramatic in the context of modern visual culture. One can speak of the inherent processes that take place within the multiverse of culture, which are formed as polycentric integrity of the artistic type, that is, the artistic image here is diffuse polycentric and is described by such concepts as attractor, semantic and figurative epicenter of artistic interactions. We can talk about local syntheses and syncrezes that arise on the verge of local experiments. In particular, this also applies to clip art and trash culture, glamor culture. That is, there is a contrast to the top and bottom, time and space.

This gives an opportunity to show that the visual culture is polarized. Moreover, synthesis here is a motive that is desirable, but not always synthesis is carried out. He (synthesis) is carried out by one or another dominant, but this dominant indicates only the interaction, the

external connections of arts and artistic practices, in particular, but internal connections are not always explicated, although always desirable.

Conclusion

Eschatology, the catastrophic perception of the life of the early twentieth century exacerbated the problem of supernatural, superhuman Dionysian, apollonian, by F. Nietzsche, the realities of culture. All this testifies to the theurgist of understanding art in the context of breaking the time on the verge of centuries. Somewhat similar happens in our time. Again, the change, and again, is already changing on a larger scale, when the millennium is changing, and there is a new eschatology that correlates with ecological catastrophe, which again produces the problem of a superman, according to F. Nietzsche, the supernatural nature of the mental imaginary_theatrical image that should come into the context of culture, which has already died, according to V. Bychkov, but did not become a post-culture. Of course, post culture is an intermediate technological stage of new positivism, which can be described as a postmodernist, but it is not eternal, the idea of his vision, "cardiac doing," a heart-vision that comes from the "silver age," which again makes man a cosmological epicenter all feelings and all the pan optimum of the relation to the world, becomes the national idea, the idea of the cathedral, which in one way or another is produced by each separate culture.

And this very localism is important as an antithesis of universal optics, trans Atlantics, trans nationalism and trans cultural influences and interactions, in particular the so called, dialogue of cultures did not justify itself. That is all suggests that the problem of synthesis at a new level will be to a certain extent actualization of those cultural and spiritual problems that have a horizon of centuries and millennia. In particular, this is the experience of the silver age a philosophical, messianic, poetic search.

References

- [1] Базен А. Что такое кино? – М.: Искусство, 1972. – 383 с.
- [2] Безклубенко С. Відеологія. Основи теорії екранних мистецтв / Сергій Данилович Безклубенко. – К.: Альтапрес, 2004. – 238 с.
- [3] Вагнер Р. Избранные работы / Рихард Вагнер ;пер. с нем. – М.: Искусство, 1978. – 696 с.
- [4] Галеев Б. Человек, искусство, техника. – Казань : Изд-во Казанского ун-та., 1978. – 264 с.
- [5] Гегель Г.В.Ф. Эстетика / Г.В.Ф. Гегель ; пер.с нем Б.Г.Столпнера . – М.: Искусство, 1968, т. I – 312 с.
- [6] Легенький Ю.Г. Культурология изображения (опыт композиционного синтеза) / Ю.Г. Легенький. – Киев : ГАЛПУ, 1995. – 412 с.
- [7] Лессинг Г.-Э. Лаокоон, или о границах живописи и поэзии / Готхольд Эфраим Лессинг. – М. : Гослитиздат, Ленингр. отд-ние, 1957. – 519 с.

- [8] Хренов Н. А. Зрелища в эпоху восстания масс / Н. А. Хренов. – М. : Наука, 2006. – 646 с.

Usage of Augmented Reality in Education Process

Luboslav Straka, Technologies Faculty of Manufacturing Technologies of the Technical University of Košice with a seat in Prešov, luboslav.straka@tuke.sk

Abstract

One important issue in the modernization of education at all levels of education not only in Slovakia but also in the world is the scope of implementation of innovative ICT in the learning process. With their support may change significantly the established way of traditional education. The use of modern ICT in education also brings with it lots of question marks. The aim of this contribution is to bring one of the innovative forms of teaching with the use of the most modern ICT in the form of augmented reality. It describes the possible applications, as well as restrictions on the use in the educational process.

Keywords

Information & communication technologies (ICT), Augmented Reality (AR), education.

Introduction

Spolu s narastajúcou intenzitou modernizácie IKT je čím ďalej tým viac ovplyvňovaný aj tradičný spôsob výučby. Pod týmto tlakom učebnica v tlačenej podobe, tak ako ju poznáme dnes, postupne stráca svoje dominantné postavenie. Naopak, do popredia sa dostávajú interaktívne študijné materiály [1], akými sú napr. rôzne videoprezentácie, simulačný softvér, virtuálna realita, internet a pod. Ich hlavnou výhodou je dynamika. Tieto elektronické didaktické pomôcky umožňujú nahradiť statické obrazy v učebniciach dynamickými, a tak umožniť študentom sledovať virtuálne objekty zo všetkých strán. Pozorovať tak môžu aj objekty, ktoré sú pre nich v bežnom živote nedostupné. Počas prednášky si tiež môžu vyskúšať rozobratie rôznych technických zariadení. Môžu sledovať ich činnosť resp. preveriť svoje schopnosti pri odhaľovaní porúch týchto zariadení. Vo viacerých vyspelých štátoch sveta už existujú rôzne pilotné aplikácie pre výučbu odborných predmetov s využitím virtuálnej reality. Študenti majú možnosť vidieť a ovládať rôzne technologické celky, môžu im odoberať a pridávať rôzne funkcie bez rizika ich poškodenia. Výučba mnohých profesií [2] s využitím virtuálnej reality tak môže byť veľmi pútavá a efektívna.

Main part

Základná charakteristika virtuálnej reality

Podstata virtuálnej reality [9] spočíva v jej pôsobení na základné ľudské zmysly zrak, sluch, hmat, čuch a chuť. Pre dokonalé zrakové vnímanie, t. j., aby bol obraz reálne pohyblivý, je nevyhnuté splnenie podmienky min. 20 snímkov za sekundu. Čím je táto frekvencia vyššia, tým je obraz vernejší. Prirodzený dojem pohybu objektu človek nadobúda pri frekvencii približne 50 snímkov/s. Pre priestorové videnie objektov, musí byť obraz pre každé oko odlišný. Na to sa používajú špeciálne upravené zobrazovacie zariadenia, ktoré pomocou filtrov zabezpečia, aby každé oko videlo odlišný obraz. Zobrazovacím zariadením vo virtuálnej realite môžu byť rôzne stereoskopické displeje zabudované do prilby alebo špeciálnych okuliarov tak, aby boli v blízkosti očí.

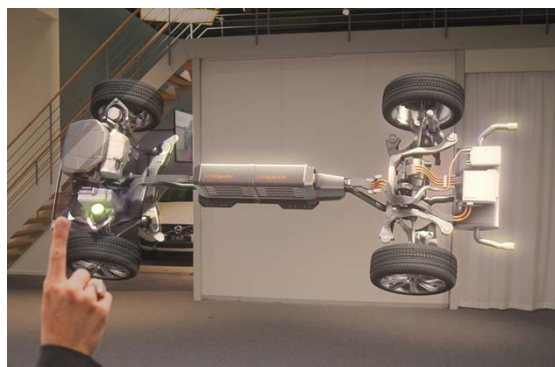


Obrázok 1: Špeciálne okuliare a prilba používané v rámci virtuálnej reality

Individuálne je pre každé oko použitý samostatný zobrazovací panel, ktorým môže byť napr. LCD. Dôležitým parametrom je tiež zorné pole. Ideálne je, ak dosahuje aspoň 120°. Ďalším dôležitým prvkom je špeciálne zariadenie, ktoré podáva informáciu obslužnému počítaču o aktuálnej polohe hlavy a očí. Ak dôjde k zmene ich polohy, počítač musí v reálnom čase vygenerovať nový obraz a zobrazit' ho na obrazovke. Okrem obrazu musí zariadenie virtuálnej reality [12] poskytovať aj pokiaľ možno čo najvernejší zvukový efekt. Ideálne je, ak je riešený podobne, ako aj vizuálny obraz, t. j. stereofónne resp. priestorovo. V prípade aplikácie priestorovo interaktívneho zvuku musí obslužný počítač pracovať s čo najvernejším akustickým modelom vhodným pre dané prostredie. Ďalším dôležitým parametrom virtuálnej reality sú hmatové vnemy. Pre zabezpečenie tohto zmyslu sa používajú zariadenia, akými sú dátová rukavica alebo dátový oblek. Ich hlavnou funkciou je okrem zabezpečenia informácie pre obslužný počítač o pohybe užívateľa poskytovať používateľovi spätnú väzbu vo forme hmatovej a silovej informácie o vlastnostiach priestoru. Ostatné ľudské zmysly ako čuch a chuť doposiaľ vo virtuálnej realite aplikované nie sú. Avšak intenzívne sa pracuje na ich vývoji, ktorý je v súčasnej dobe v štádiu prototypov.

Základné stupne aplikácie virtuálnej reality

Najnižším stupňom vo virtuálnej realite je jej pasívna aplikácia. Princiálne funguje ako film. Takto simulované prostredie môžeme vidieť, počuť a dokonca aj cítiť, no nemôžeme ho modifikovať. Vyšším stupňom virtuálnej reality je jej aktívna aplikácia. V tomto prípade je možné sa vo virtuálnom prostredí ľubovoľne pohybovať, prezerat' si objekty zo všetkých uhlov, vnímať virtuálne zvuky a pod. Avšak ani v tomto prípade nie je možné s virtuálnymi objektmi manipulovať ani virtuálne prostredie modifikovať. Ide len o akúsi „prechádzku“ virtuálnym prostredím. Najvyšším stupňom aplikácie virtuálnej reality je interaktívna. Ide o najdokonalejšiu, ale zároveň o najnáročnejšiu aplikáciu dokonalej virtuálnej reality [13]. Pri tejto aplikácii virtuálnej reality je možné sa vo virtuálnom prostredí nielen voľne pohybovať, ale je možné ho aj ľubovoľne modifikovať. Umožňuje virtuálne predmety uchopiť do ruky, premiestňovať ich, demontovať a naspäť zmontovať ich jednotlivé časti, hrať na virtuálnych hudobných nástrojoch a pod.



Obrázok 2: Interaktívna aplikácia virtuálnej reality [15]

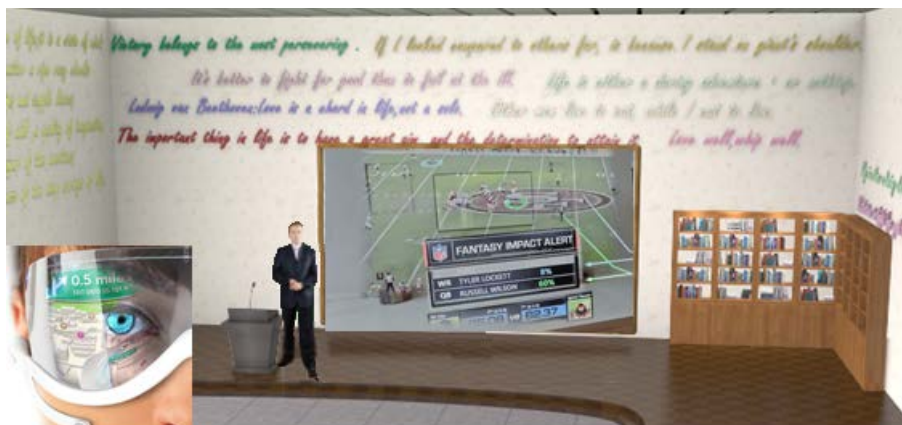
V interaktívnom virtuálnom prostredí je možné vykonávať tréning rôznych úkonov. Napríklad je možné trénovať obsluhu rôznych technických zariadení, montáž jednotlivých dielov technického zariadenia rovnako, ako by tieto operácie boli vykonávané na reálnom technickom zariadení [11]. Zároveň je možné všetky úkony vo virtuálnom priestore zaznamenávať a následne prezerat'.

Virtuálna realita vo vzdelávacom procese

Virtuálna realita nachádza široké možnosti uplatnenia vo vzdelávacom procese na všetkých úrovniach. [3] V procese výučby na vysokých školách [8] je aplikovateľná tak v rámci hromadných prednášok, ako aj pri individuálnych laboratórnych cvičeniach [7]. Ide o inovatívnu edukačnú metódu, ktorej neodmysliteľnou súčasťou sú najmodernejšie IKT. [4,6] Úlohou virtuálnej reality je verné zobrazenie reálnych objektov, ako aj manipulácia s nimi v súlade s javmi a zákonitosťami, ktorým objekty podliehajú v bežnom živote. Navyše umožňujú vzájomnú komunikáciu medzi študentom a vyučujúcim, ako aj študentmi navzájom. [5] Vyučujúci tak vidí presne to, čo aj študenti. Dokáže ich priebežne kontrolovať počas vykonávaných činností. V prípade potreby ich môže usmerniť. Hlavnou nevýhodou virtuálnej reality je však strata priameho kontaktu s reálnym svetom. Študent je obrazne povedané akoby v akejsi bubline alebo sfére pokrytej obrazovkami bez rámkov. Takže na všetky smery je vidieť len virtuálnu realitu. Tento podstatný nedostatok však odstraňuje rozšírená virtuálna realita.

Možnosti aplikácie rozšírenej virtuálnej reality vo vzdelávacom procese

Podstatný rozdiel medzi virtuálnou realitou a rozšírenou realitou spočíva v tom, že používa priehľadnú vrstvu, na ktorej sa zobrazujú informácie, animácie a iné grafické prvky. Takmer vždy ide o prispôsobenie sa podmienkam reálneho sveta. Vďaka množstvu inovatívnych funkcií dokáže rozoznávať skutočnú polohu používateľa, uhol jeho pohľadu, pohyby a podobne. Dokáže tiež zobrazit' reálne prostredie v okolí používateľa, nápisy na budovách alebo vytvorit' model technického zariadenia. V prípade, že dokáže s vytvorenými modelmi technického zariadenia aj manipulovať, vtedy hovoríme o tzv. zmiešanej realite. Pri aplikácii rozšírenej virtuálnej reality vo vzdelávacom procese študent nepríde o periférne videnie, preto môže aj naďalej komunikovať a spolupracovať s ostatnými študentmi, ako aj s pedagógom [10]. Najjednoduchšou aplikáciou rozšírenej virtuálnej reality vo vzdelávacom procese je „obyčajná“ virtuálna trieda.



Obrázok 3: Virtuálna trieda vytvorená v prostredí rozšírenej virtuálnej reality

Okuliare aplikovateľné pre virtuálnu realitu si namapujú skutočné rozmery miestnosti a doplnia ich virtuálnymi objektmi. Študenti tak zrazu môžu v okuliariach okrem skutočných predmetov okolo seba vidieť aj virtuálnu školskú tabuľu, webový prehliadač na stene či rôzne ovládacie prvky, ktoré možno využiť pri vyučovaní. V prípade, že okuliare umožňujú priamu interakciu s holografickými objektmi, tieto objekty možno otáčať, zmenšovať i zväčšovať alebo ľubovoľne presúvať. Výučba odborníkov pre rôzne odvetvia tak môže byť veľmi efektívna. Študenti majú možnosť priamo pred sebou vidieť podrobné opisy jednotlivých častí technického zariadenia.



Obrázok 4: Výučba predmetu časti strojov s využitím rozšírenej virtuálnej reality [16]

Zároveň jednotlivé okuliare možno medzi sebou prepájať a tak môže viacero študentov tímovo pracovať na spoločnom objekte. Navyše táto diaľková interferencia umožňuje vyučujúcemu sledovať presne to, čo vidia študenti a tak ich usmerňovať a kontrolovať. Môže im tiež pridávať ďalšie objekty alebo vrstvy. Vyučovacieho procesu s využitím rozšírenej reality nesie v sebe obrovský potenciál, z ktorého môže následne pomerne efektívne ťažiť aj reálna prax. Namiesto okuliarov možno v prípade rozšírenej virtuálnej reality v rámci vyučovacieho procesu pomerne efektívne využiť aj smartfón. Ten je v súčasnej dobe už prakticky bežnou „výbavou“ každého študenta. Pre bežné účely sú použiteľné takmer všetky typy smartfónov s uhlopriečkou od 4 do 6 palcov. Avšak pre plnohodnotné využitie všetkých funkcií, ktoré v súčasnosti rozšírená virtuálna realita ponúka, je vhodné použitie smartfónov, ktoré majú dostatočný výkon s vysokým Full-HD resp. 4K rozlíšením. Za negatívum aplikácie rozšírenej virtuálnej reality vo vyučovacom procese možno považovať určitý negatívny dopad na zdravie používateľov. Aj napriek tomu, že nebol jednoznačne

preukázaný negatívny dopad používania týchto zariadení na zhoršenie zdravotného stavu používateľov, existujú určité predpoklady. V prípade aplikácie technických zariadení pre rozšírenú virtuálnu realitu s relatívne nízkym výkonom môže dochádzať k nedostatočne rýchlemu vykresľovaniu obrazov. Táto pomalá obnovovacia frekvencia v kombinácii s dlhou odozvou môže citlivým osobám pri zmene polohy spôsobiť určité zdravotné problémy, akými sú bolesti hlavy, závraty, nevoľnosť a pod. Samostatnou skupinou je možný negatívny dopad na poruchy zraku. Aj napriek možnosti nastavitel'ného jasú a OLED technológii, ktorej úlohou je minimalizácia únavy očí, môže pri častom využívaní tejto technológie dôjsť u používateľov k zhoršeniu zrakového vnímania. Všetko však záleží od úrovne technického vybavenia jeho jednotlivých častí a intenzity používania týchto zariadení.

Conclusion

Vplyvom modernizácie IKT a ich postupnou implementáciou do vzdelávacieho procesu [14] sa zároveň mení aj tradičný spôsob výučby. S ich využitím nadobúda vzdelávací proces nové dimenzie. Otvárajú sa mnohé nové možnosti, ktoré pri použití tradičných didaktických prostriedkov v žiadnom prípade nemožno dosiahnuť. V poslednom období sú lídrom v inovatívnych digitálnych didaktických pomôckach rôzne formy virtuálnej reality. Či už jej pasívne využívanie, alebo vo forme interaktivity, ako v súčasnosti najdokonalejšej a najnáročnejšej aplikácii dokonalejšej virtuálnej reality. Cieľom príspevku bolo popísať súčasné možnosti využitia rôznych foriem virtuálnej reality, ako aj rozšírenej virtuálnej reality vo vzdelávacom procese. Popisuje, akým spôsobom rozšírená virtuálna realita otvára nové možnosti pri výučbe odborných technických predmetov na vysokej škole tak v rámci prednášok, ako aj cvičení. Hlavný prínos využívania rozšírenej virtuálnej reality vo vzdelávacom procese možno očakávať vo zvýšení kvality a efektivity výučby. Počas výučby sa majú študenti možnosť oboznámiť s technickými prostriedkami a postupmi, ktoré škola z hľadiska finančného alebo bezpečnostného nemôže v rámci výučby zabezpečiť. Aplikáciou týchto moderných technických prostriedkov vo vzdelávacom procese možno tiež pomerne významne napomôcť k osobnostnému rozvoju študentov, k samostatnosti v rozhodovaní, ale tiež aj k tímovej spolupráci pri riešení náročných technických problémov. Výhody implementácie týchto moderných technológií vo vzdelávacom procese v podstatnej miere prevyšujú negatíva, ktoré sú s ňou v niektorých prípadoch spojené. Za jedno z hlavných negatív pri implementácii týchto technických prostriedkov do vzdelávacieho procesu možno považovať ich vysokú cenu. No vplyvom ich postupného rozmachu možno očakávať, že ich cena dosiahne prijateľnú úroveň. A tak je možné, že v blízkej budúcnosti tieto moderné technológie prinesú úplne novú úroveň vzdelávania aj na Slovensku.

References

- [1] BERKOVÁ, K. Didaktika účetnictví – Vybrané problémy. Rozvoj myšlení v taxonomii podle Blooma. 1. vydání, VŠE, 2016, 140 s., ISBN 978-80-245-2178-7.
- [2] BERKOVÁ, K. - KRÁLOVÁ, A. Analysis of Teaching Styles of Teachers of Economic Subjects, with the Emphasis on Teaching Accounting in Secondary Schools' Education in the Czech Republic. 2nd International Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2015, STEF92, Sofie, 2015, 37-44.
- [3] DRÁBEK, J. – POTKÁNY, M. – GEJDOŠ, P. Využitie e-learningu v procese vzdelávania na vysokých školách, Zvolen 2008, ISBN 978-80-228-1859-9.

- [4] DRTINA, R., CHROMÝ, J. Možnosti standardizace v oblasti elektronického vzdelávání. Media4u Magazine, 8 (X2), 2011,1-7
- [5] CHROMÝ, J. Počítačové sítě ve vzdelávání. In: Technológia vzdelávania, roč. 15, 2007, č. 3, ISSN 1338-1202.
- [6] CHROMÝ, J. – DVORAK, D. – ŠEDIVÝ, J. Business Intelligence approach as communication tool of tutors and teachers in technical education. WSEAS Advances in data networks, communications, computers and materials, 11, 2012, 183-187.
- [7] KRELOVÁ, K. – KRPÁLKOVÁ, K. Využitie informačných a komunikačných technológií vo vyučovacom procese. In: Modernizace vysokoškolské výuky technických predmetů, Hradec Králové, 2007, s. 87-92, ISBN 978-80-7041-752-2.
- [8] MALEGA, P. – MALEGOVÁ, J. Systém hodnotenia vysokoškolského vzdelávania v Slovenskej republike. Trendy a inovatívne prístupy v podnikových procesoch. 14. medzinárodná vedecká konferencia, Košice TU, Sjf, 20111-8.
- [9] MARCINČIN, J. N. Virtuálnou realitou podporované vzdelávanie. In: Zborník CA Systems and Technologies, ŽU Žilina, 2005, s. 98-101, ISBN 3-901509-51-8.
- [10] ŠEDIVÝ, J. Podmienky úspešné integrácie informačných technológií do procesu vzdelávania. Média a vzdelávaní, 2007, s. 48-50, ISBN 978-80-87570-03-6.
- [11] STRAKA, L. Výučba odborných predmetov formou E-learningu. Media4u Magazine, 7 (X2), 2010, 42-45.
- [12] STRAKA, L. – HAŠOVÁ, S. Interactive virtual learning environment. Schola nova, quo vadis? Extrasystem Praha, 2016, p. 174-177, ISBN 978-80-87570-33-3.
- [13] STRAKA, L. – HAŠOVÁ, S. Implementation of modern technologies into the educational process. Média a vzdelávaní 2016.
- [14] TÓBLOVÁ, E. Informačno-komunikačné technológie vo vzdelávání. In: XXI. Didmattech 2008, Eger, Maďarsko, s. 23-27, ISBN 978-963-9894-18-1.
- [15] <http://techbox.dennikn.sk/temy/virtualna-realita-boom-ci-bublina> [cit. 2017-10-27]
- [16] <https://techcrunch.com/2017/04/11/gravity-jacks-poindextar-tracks-objects-smallest-details-for-augmented-reality-anywhere/> [cit. 2017-10-27]

Creation of Multimedia Teaching Utilities

Luboslav Straka, Technologies Faculty of Manufacturing Technologies of the Technical University of Košice with a seat in Prešov, luboslav.straka@tuke.sk

Abstract

The implementation of multimedia teaching utilities within the educational process moves the listener from the passive role to the position of an active participant in the educational process. In addition, using state-of-the-art information and communication technologies, both teachers and students can actively enter the educational process while the technics responds to their stimuli. The learning process becomes more attractive and more interactive with elements of interactivity, because it can simulate different things, virtually browse various technical objects, and so on. In order for the multimedia presentation is attractive for the students, it is necessary to prepare it carefully. The paper describes several basic principles for the proper creation of multimedia presentations suitable for the educational process.

Keywords

multimedia utilities, information&communication technologies (ICT), education process, presentation.

Introduction

The term multimedia presentation has its origin in the Latin word *multus* – a much and *medium* – means, intermediary. We understand it as an expression for the integration of multimedia elements, such as texts, computer animations, audio and video sequences. Their main advantage over classical didactic aids is their interactivity with the ability to influence what we see and hear. The purpose of multimedia teaching utilities in education is to increase the overall effectiveness of the learning process [1]. This, however, puts increased demands of teachers on the digital competencies and skills. The minimal basic skills of each modern teacher are including launching and controlling a multimedia presentation [2]. However, the creation or adaptation of a presentation that has already been created according to the actual needs of a specific lecture already puts slightly increased demands on the pedagogue's skills.

Main part

Creation of multimedia teaching utilities

Making multimedia teaching utilities involves various elements that are mutual interconnected. These elements may be static (text, table, image, etc.) or dynamic (sound, animation, video, etc.). The mutual interconnection of individual elements can be continuously (manual or automatic) respectively using links. In order to achieve the high efficiency of the educational process it is necessary to adhere to a series of basic rules when creating multimedia teaching utilities. When creating a multimedia presentation, it is first necessary to know the target group. This also depends on selecting a suitable and reasoned methodology, compositions, scenario, and environment selection in which the multimedia application will be created. A very important role for interactive control and presentation of the multimedia application it also plays a user interface. It should provide tools for

organizing and modifying it. At the same time, it is important to adhere to the basic rules for working with graphic motifs that enhance the attractiveness of the multimedia presentation. The creation of multimedia teaching utilities [3] can be divided into the following basic steps:

Step No.1 – collection of available information from the area of the solved problem and their selection,

Step No.2 – selection of suitable scenes and a suitable environment,

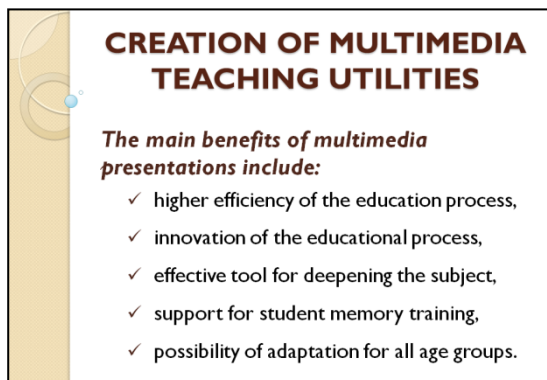
Step No.3 – selecting the optimal mutual interconnection of individual multimedia elements,

Step No.4 – testing and error correction of a multimedia presentation.

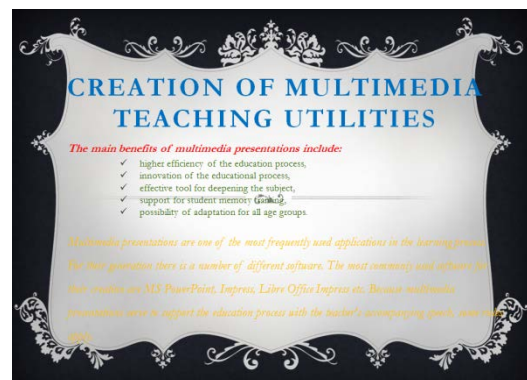
Multimedia presentations are one of the most frequently used applications in the learning process. For their generation there is a number of different software [4]. The most commonly used software for their creation are MS PowerPoint, Impress, LibreOffice Impress etc. Because multimedia presentations serve to support the education process [5] with the teacher's accompanying speech, some rules apply.

When creating a multimedia presentation, you must follow these guidelines:

- the presentation should contain only the most important ideas (the essence of the subject, the most important concepts) that teacher wants to presented to students,
- for to the good text readability and image visibility, it is necessary to choose the contrasting background colours (dark text – bright background and conversely),
- a brief expression of text through bullets with optimal font size (too small or too large font is disruptive),
- the ideal liven up of the multimedia presentation [6] is sound effects and dynamic animations (however, too more sound effects and dynamic animations is disruptive).



a) a suitable



b) unsuitable

Figure 1: Comparison a suitable and unsuitable create multimedia presentation

From the illustrated pictures of the multimedia presentation in Fig. 1 may be visually observed a suitable (image in the left) and unsuitable (image in the right) conceived images. Properly created presentation slides have a good contrast between font colour and background to ensure good readability. The caption font and regular text should be of the appropriate size.

The main benefits of multimedia presentations include:

- higher efficiency of the education process,

- innovation of the educational process,
- effective tool for deepening the subject,
- support for student memory training,
- possibility of adaptation for all age groups.

Advanced applications of multimedia presentations

An advanced application of multimedia presentations is their transformation into video presentations. In this application, you can create a record of the presentation. All its elements such as spoken comment, animation, pointer movements, timing, and more will be stored in the presentation itself. Presentations can be saved in video file format (*.mp4, *.mov alebo *.wmv) or as a set of PowerPoint's clean presentation (.ppsx). The presentation essentially becomes video which can be tracked, for example, in PowerPoint. If a multimedia video presentation is created, the video can be saved in different resolution. Here, however, it should be noted that the higher the video quality, the larger the file.

Table 1 Overview of multimedia video presentation resolution levels

Quality	Resolution	File size	Display device
Presentation quality	1920 x 1080	large	Computers and screens with HD resolution
Internet quality	1280 x 720	medium	Internet and disc DVD
Low quality	852 x 480	small	Portable devices

Video recording of a multimedia presentation in resolution 1280 x 720 can be placed on the web. Students are given the opportunity to view the presentation again from the record in case of absence or deeper learning.

The advantages of multimedia video presentation:

- a spoken comment and movements of a laser pointer may be recorded in the video,
- animations and transitions can be included in the video,
- when playing a video presentation, you do not need to have PowerPoint installed to view your presentation,
- there is no need to control video playback.

Conclusion

The educational process without the use of modern multimedia teaching utilities cannot be imagined at present. However, despite the constant progress of modern technology and increasing pressure on self-education, the teacher's important position cannot be totally excluded. Also in the future, the student will also need help from teachers in the field of education, guidance, motivation to study, consultations on the subject studied, and etc. Modern information and communication means will never completely replace the teacher's function. However, they can fundamentally change its role and behavior as well as the overall effectiveness of the educational process. The aim of the paper was to describe the basic principles of the correct creation of a multimedia presentation for enhancing the effectiveness of the educational process.

References

- [1] DRTINA, R., CHROMÝ, J. Možnosti standardizace v oblasti elektronického vzdělávání. Media4u Magazine, 8 (X2), 2011,1-7
- [2] CHROMÝ, J. Počítačové sítě ve vzdělávání. In: Technológia vzdelávania, roč. 15, 2007, č. 3, ISSN 1338-1202.
- [3] KRELOVÁ, K. – KRPÁLKOVÁ, K. Využitie informačných a komunikačných technológií vo vyučovacom procese. In: Modernizace vysokoškolské výuky technických předmětů, Hradec Králové, 2007, s. 87-92, ISBN 978-80-7041-752-2.
- [4] STRAKA, L. Výučba odborných predmetov formou E-learningu. Media4u Magazine, 7 (X2), 2010, 42-45.
- [5] STRAKA, L. – HAŠOVÁ, S. Implementation of modern technologies into the educational process. Média a vzdelávání 2016.
- [6] TÓBLOVÁ, E. Informačno-komunikačné technológie vo vzdelávaní. In: XXI. Didmattech 2008, Eger, Maďarsko, s. 23-27, ISBN 978-963-9894-18-1.

The Activities of State, Private and Cooperative Publishing Houses on the Production of Fiction in Ukraine (1917 - 1920s)

Ludmula Taran, Kiev national university of culture and art, ludmula.taran@gmail.com

Abstract

This article contains information about publishing of fiction in Ukraine (1917 – 1920th). Revising work of private publish houses of social public organization, analyzing types of editions.

Keywords

publishing of fiction, private publish houses, publish houses of social public organizations, repertory of fiction.

Introduction

Аннотация. Статья посвящена проблемам издания художественной литературы в Украине (1917 – 1920-е годы). Рассматривается деятельность государственных, частных, кооперативных издательств и издательств общественных организаций и объединений.

Main part

После длительного периода притеснений украинского слова, запрета издавать художественную литературу на украинском языке только в начале XX в., в связи с либерализацией общественной и культурной жизни, обусловленной революцией 1905, начали появляться украинские издательства, основанные по инициативе и на средства украинской интеллигенции. Так, в Киеве в конце 19 и в начале 20 века были основаны издательства и издательские союзы – "Вик", "Дзвин", "Час", "Криница", которые в основном издавали художественную литературу. Издательское дело осуществлялась не только в Киеве, но и в других украинских городах – Чернигове, Одессе, Харькове и т.д.

Книговедческие исследования, относящиеся к теме статьи (Ю.Меженка, Е.Грицака, А.Козаченка, Т.Кившар и М.Тимошика), анализируют общие издательские процессы и частично освещают проблемы издания художественной литературы, которая во все времена была тесно связана с развитием литературного процесса и свидетельствовала об определенном уровне духовности общества, поэтому исследования именно этой темы представляется актуальным.

Цель статьи заключается в том, чтобы проанализировать особенности издания художественной литературы в контексте общественно-политической жизни Украины указанного периода, охарактеризовать сеть издательств, выпускавших художественную литературу, описать их репертуар.

Стремительные изменения общественно-политической жизни времен Первой мировой войны, свержение царского режима вызвали новые процессы в обществе. Начинает возрождаться политическая, экономическая и культурная жизнь в Украине. Формирование украинского правительства, восстановление и возникновение различных партий, распространение украинского языка в образовании, науке, других сферах общественной жизни вызвали значительное оживление культурных

процессов. "Особенно поразительными были успехи украинской прессы и книгопечатания." [11, С. 75]

Основы к тому были заложены еще в первый период деятельности Центральной Рады, которая, несмотря на противоречия своей политики, заботилась о развитии национальной культуры и делала для нее "... все возможное, при крайней ограниченности материальных средств и угрожающей ситуации фактической гражданской войны." [4, С. 76]

Режим П. Скоропадского, который пришел к власти весной 1918 года, также уделял внимание развитию национальной культуры. Даже в условиях крайне нестабильной политической власти, жестокой войны и интервенции культурная жизнь в Украине имела значительный подъем.

Период национально-освободительного движения и революции дал мощный толчок к пробуждению творческого потенциала народа. В Украине появляются ежедневные газеты "Нова Рада" под редакцией А. Никовского, "Рабочая газета" под редакцией В. Винниченко и другие), открылись новые учебные заведения (Педагогическая академия, Украинский народный университет в Киеве, университет в Каменце Подольском), созданы Национальная библиотека Украины, Украинская государственная академия искусств. В разных городах Украины начали работать более 80 украинских гимназий, открывались новые школы, а уже созданные переходили на украинский язык преподавания. На фоне подъема украинской культуры ощутимо увеличилась потребность в украинской книге, особенно художественной.

В этих условиях только в течение 1917 года "... возникло 78 издательств, а в 1918 их насчитывалось уже 104." [4, С. 75] Подавляющее большинство издательств выпускало украинскую художественную книгу. Среди них – издательство "Вик", организованное в Киеве еще в 1895 году как издательский кружок творческой молодежи. Оно имело отчетливое либерально-буржуазное направление, к его созданию причастны историки и писатели А. Конисский, В. Доманицкий, А. Лотоцкий, С. Ефремов, Ф. Матушевский. Просуществовало издательство до 1918 г., главным направлением работы была пропаганда украинской классической литературы. Книги издательства "Вик" отличались высокой полиграфической культурой, художественным оформлением и редактированием. Талантливые иллюстрации известных художников Ф. Красицкого, И. Буричка украшали даже небольшие по размеру книги и тем привлекали читателя. Наиболее удачные издания последнего периода деятельности издательства – "Рассказы" С. Васильченко и "История украинской литературы" С. Ефремова.

Достаточно плодотворно работал и издательский союз "Дзвин", основанный еще в 1907 г. В. Винниченко, Л. Юркевичем и Ю. Тищенко. Союз выпускал произведения украинских писателей, а также лучшие образцы зарубежной литературы. Следует особо отметить издание сборника лирической поэзии Р. Тагора "Садовник" (1918 г.).

Большой опыт в издании произведений художественной литературы имело киевское Издательское общество "Час", образованное известными деятелями культуры, писателями В. Короливым-Старым, П. Петрушевским и М. Синицким в 1890 году.

Возобновило свою деятельность издательство "Друкарь", которое было основано в 1917 г. в Петербурге и в том же году перенесено в Киев с книжным магазином и типографией. [2 С. 599]. Переехало в Киев из Москвы и издательское общество "Вернигора", которое преимущественно издавало произведения классической литературы – украинской и переводной.

Следует отметить также работу издательского центра "Грунт", который действовал в Киеве в 1918 г. и специализировался на издании художественной, преимущественно переводной литературы. Здесь выходили серии "Универсальная библиотека", "Народная библиотека", "Театральная библиотека" и другие. Произведения художественной литературы издавало также кооперативное предприятие "Кныгоспилка".

Следует отметить, что в Украине на тот период были созданы условия для развития частного книгоиздания. "Многочисленные частные издательства получали от правительства беспроцентную ссуду, что способствовало активизации их деятельности" [5, С 18). Среди них особенно заметны успехи издательства М.М. Гринченко. Здесь были изданы произведения Б. Гринченко "Среди темной ночи", "Под тихими вербами", "Книга стихотворных сказок". В репертуаре издательства – книги М. Твена, Г.Х.Андерсена, Г. Бичер-Стоу. Эти издания были хорошо иллюстрированы, выходили на хорошей бумаге, отвечали основным требованиям печатного искусства.

Интересной представляется деятельность частного издательства Д.Кащенко в Екатеринославе, которое издавало беллетристику. Здесь же действовало частное издательство "Стежка додому", которое также выпускало преимущественно художественную литературу.

Следует отметить, что издательства и издательские центры действовали не только в Киеве, Харькове, Одессе, Екатеринославе, но и в небольших городах и городках – Виннице, Екатеринодаре, Черкассах, Лубнах, Полтаве, Кобеляках, Ахтырке и др. И хотя такая издательская деятельность часто подвергалась критике [11, С 125], все же свидетельствовала о небывалой тяге украинцев к книге.

Изданию украинской художественной книги способствовали и издательские центры обществ "Просвита", интенсивный рост которых наблюдается с марта 1917г. Материальная база "Просвита" была недостаточной для надлежащего уровня издания, но нехватка книг заставила заниматься издательским делом. В 1917г. возникает 17 издательств, которые назывались "Просвита". Позже возникают другие названия, но в них ясно видим просветительское направление: "Просветительская библиотека" (Полтава), "Ридна стриха" (Могилев на Подоле), "Украинская громада" (Васильков, Троицк), "Украинский Комитет" (Кролевец) и др. [10, С 4].

Издательские планы указанных издательств были незначительными, иногда издавались 2-3 книги, часто небрежно оформлены, на плохой бумаге. Поэтому уже в 1918 г. смогли наладить свою работу только 6 просветительских издательств – в Киеве, Виннице, Золотоноше, Полтаве, Кременчуге и Харькове. Следует отметить Винницу, которая сумела должным образом развить издательскую деятельность и впоследствии приобрести печатное оборудование.

Несмотря на большое количество издательств, утолить голод на книгу все равно не удавалось. "Старые запасы расходятся неслыханным темпом. Что ни напечатай, как ни напечатай – все разойдется,"- вспоминал Ю. Меженко [10, С. 6.] о тех временах.

Это в полной мере касалось и издания художественной литературы. В ситуации, "Когда ни за какие деньги не найти Коцюбинского, Марка Вовчка, Котляревского, даже" Кобзаря "[6, С 4], чувствовалась настоятельная потребность в издании украинской классики.

В 1917 году впервые было осуществлено массовое издание произведений украинской художественной литературы. Вышли "Кобзарь" Шевченко и отдельные издания его

стихов, произведения Л. Украинки "В катакомбах" и "Одержимая", поэма И. Франко "Панские шутки" и басни, произведения Марка Вовчка, М.Коцюбинского, И.Нечуя-Левицкого, В.Пчилки, С. Васильченко, Е.Гребинки, П. Гулака-Артемовского и других. Но, как правило, это были отдельные издания. Что касается многотомных изданий, то их практически не было – не хватало не только хорошей бумаги, но и ощущалось отсутствие редакторов, составителей и просто планового ведения издательского дела.

В условиях большого спроса на книжную продукцию оказалось много технически некачественных книг или просто малостоящих по содержанию. "Общая черта случайности, бесплановости, нецелесообразности и полной анархии в книжном деле» [10, С 4] была присуща всему книжному рынку той поры. Если издавалась книга "немного серьезнее по содержанию и размерам", то она, как правило, была "только переизданием книги предреволюционной» [10, С.4.]. Но даже при переиздании произведений классической литературы случалось много досадных ошибок. Так, "Украинское издательство" в Екатеринославе в 1917 г. выпустило сборник Т.Шевченко "Запрещенные поэзии." Это была перепечатка из напечатанного в Петрограде в 1908 г. "Кобзаря". В сборник вошли произведения: "Сон", "Подземелье" "Кавказ" и другие. Конечно, такое издание было необходимо из-за отсутствия в продаже полного «Кобзаря», но низкий уровень издательской подготовки привел к "...просто скандальным корректурным упущениям: не дали оглавление, не сказали хотя бы пару слов о поэте. Только и того, что дешево. "[7, С 90.] Это касается и издательства "Сияч ", которое выпустило в 1917 г. "Сочинения " П. Гулака-Артемовского, куда было собрано все литературное наследие автора. Александр Олесь на страницах "Книгаря" [8, С 150] об этом издании отметил, что оно не имело "...ни критической статьи, ни биографии поэта. Книга издана недостаточно аккуратно".

И все же, несмотря на все недостатки, издание украинской художественной книги находилось в это время на невиданном подъеме. Рост доли художественной литературы происходил на фоне общего роста книжной продукции. С 1917 г. по 1918 количество изданной литературы на украинском языке возросло с 814 до 1184 названий [9, С 5]. На начало 1918г. общий тираж составил 4 млн. 666 тыс. экземпляров, из них произведений художественной литературы – 652 000 [1, С 22]. К тому же эти данные неполные, поскольку основываются на книгах, которые были напечатаны в основном в Киеве и крупнейших городах Украины. Не принималась во внимание продукция, которую издавали в разных уголках Украины разнообразные частные, кооперативные издательства, отдельные лица, кружки, "Просвита" и другие. Стремительный рост книжной продукции в 1918г. нельзя полностью связать с деятельностью гетманского правительства. Преимущественно выходили книги, которые были запланированы в печать раньше, а под конец 1918г "... книги не было – потому что она была не подготовлена. Книгу и газету начинает заслонять суррогат и афиша, плакат, бабочка. "[10, С 6].

Издание художественной книги в Украине в первые годы советской власти связано с деятельностью Всевыдаву, которое впоследствии было реорганизовано во Всеукраинское государственное издательство (Всеукрдержвидав), а еще позже – преобразовано в Государственное издательство Украины (ДВУ). С деятельностью этого издательства тесно связаны имена известных украинских писателей В.Блакитного, М.Йогансена, П. Тычины и др.

С образованием Всевидаву те издательства, которые начали свою работу в 1917-1918 году, фактически прекратили деятельность.

В условиях гражданской войны была уничтожена почти вся полиграфическая база, а 1920 и 1921 годы были отмечены глубоким бумажным кризисом. "Вместо 60 000 пудов бумаги в месяц, что является крайне необходимым для минимальных потребностей населения республики, Всевидав в 1920 г. имел в месяц по 3-5 тыс. пудов и сейчас получает до 12 тыс." [9, С. 28]. К тому же в 1919 -1920 гг. выходила преимущественно агитационная литература. И только к концу 1920 ВДВ начинает издавать "Универсальную библиотеку", в которую вошли и произведения художественной литературы.

Всего же в 1920 году Всевидав выпустил 15 наименований произведений художественной литературы, если добавить сюда 5 наименований поэтических изданий, то это составляет менее 3% от общего количества изданий (676 экземпляров.) [9, С 31].

Весной 1921 года Всеукраинское государственное издательство выпустило первую стоящую художественную книгу -- сборник Т. Г. Шевченко. Несмотря на определенные недостатки -- как технические, так и художественные — это было довольно значительное издание. Также выходили произведения И. Франко, М. Котляревского, Коцюбинского, Леси Украинки, И. Нечуя-Левицкого, С. Васильченко, Л. Глебова, С. Руданского. Началось издание произведений украинских советских писателей – П. Тычины, В.Блакитного, М. Рыльского, О. Вишни, И. Кочерги и др. Наряду с украинскими классиками выходили произведения российских литераторов – Л. Толстого, Н. Гоголя, А. Чехова, Д. Мамина-Сибиряка, а также произведения зарубежных писателей – Г. Гейне, Г.Х.Андерсена, А. Франса, Жорж Санд, А. Доде, Жюль Верна, О. Уайльда, Эдгара По.

В это время возникает значительное количество государственных и ведомственных издательств, которые существуют не как самостоятельные издательские аппараты, а как специальные подразделения при различных правительственных, административных, научных и других учреждениях. Они издают книги, связанные преимущественно с деятельностью этих учреждений, а издание художественной литературы -- единичные примеры. Так, издательство Культурно-образовательного отдела при губкоме г. Екатеринослава выпустило рассказы В. Винниченко "Темная сила" (1919 г.). Это же издательство издало 2 сборника стихов В. Полищука "Сказание давнее о том, как Ольга Коростень сожгла" и "Взрывы силы", Издательство ЦК КСМУ (г. Харьков) опубликовало сборник стихов В. Чумака "Красный запев" (1920 г.) и другие.

Новая волна оживления издательской деятельности в Украине, и в частности издание художественной литературы, связано с внедрением Новой экономической политики. В это время ожидалось появление множества частных издательств, которые могли бы составить конкуренцию фактически монополисту -- ДВУ. Но из старых издательств, которых в 1918 году насчитывалось 104, возобновили свою работу немногие, но и они должны были зарегистрироваться в Госиздате, который предоставлял им разрешение на издание отдельных книг. И хотя официальное законодательство советского государства позволяло частную издательскую деятельность, "...объективные условия в виде финансовой политики полностью не способствовали этому..." [10, С 21]. Но даже при таких неблагоприятных условиях наблюдался рост частных издательств. Так, если в 1921 г. их было 5, то в 1922 г. – 9, а в 1923г. – 22 (из них 18-украинских, 4

– российские). [10, С 26]. Зато уменьшилось количество кооперативных издательств. Также действовали издательства "Слово", "Союз", "Гольфшторм", "Всеувито."

На этот период приходится деятельность такого издательства, как "Цех каменяри" (Харьков), в котором выходила преимущественно поэтическая книга.

Начало 20-х годов было отмечено взрывом поэтического творчества и приходом в поэзию многих имен. Так, в издательстве "Слово" вышли поэтические сборники М. Рыльского "Синяя даль" (1922г.), П. Филипповича "Земля и ветер" (1922г.) Это издательство отличалось от других тем, что при сравнительно небольшом объеме продукции, выполняло значительную культурную работу. Положительной особенностью его деятельности был подход к книге как к продукту искусства, поэтому едва ли не каждое издание "Слова" всегда было технически безупречным и всегда служило образцом высокой художественной культуры. В целом же период 1922-1923 гг. дал очень мало действительно стоящих в техническом и эстетическом смысле изданий художественной литературы.

Но уже в 1924 г. некоторые попытки "Гарта", "Плуга", "ДВУ", "Червоного шляху" дали хорошие результаты в области издания произведений художественной литературы.

Это в большой степени связано с процессами, получивших в Украине название – "украинизация" и благодаря которым произошли серьезные сдвиги в сфере образования, информации, подготовки кадров, интенсивного развития украинского языка и литературы. "Это достигалось благодаря учету национального фактора в кадровой и культурной политике, а также реализацией специальной программы содействия политическому и культурному развитию меньшинств." [3, С. 118].

Одним из важных направлений украинизации было культурно-образовательное. Поскольку массовая образовательная кампания велась на украинском языке, чувствовалась большая потребность украинских книг и периодических изданий.

Тираж украинских газет с 1924 по 1927 год увеличился в пять раз. Значительно возросли количество и тираж книжной продукции на украинском языке. Так, по количеству названий – с 4508 в 1924 до 5413 в 1928. В 1924- 1925 изданий на украинском языке было 40%, а в 1927 -1928 – 54%.

Главным издателем художественной книги было ДВУ, но в условиях новой экономической политики оно теряло свою монополию. Возникает ряд ведомственных и частных издательств. Многие из них "работали, не зная рынка, не приспособиваясь к нему, часто выступали в нем как конкуренты, проводя параллельную работу". [9, С 10]

В 1923 – 1924 году частные издательства издали 4% всей книжной продукции, а в 1926 – 1927 году – уже 10,1%. Среди частных и кооперативных издательств наибольшее влияние имели "Космос", "Час", "Сяйво", "Рух". Издательство "Рух" издало произведения В. Винниченко – многотомное издание, а также отдельные рассказы этого автора, пьесы. Всего – 27 изданий. В этом же издательстве вышла первая книга В. Гжицкого "Трембитни тоны" (1924 г.). Издавались произведения Г.Хоткевича, Я. Мамонтова, А. Старицкой-Черняховской. В 1927 издательство "Рух" выпустило несколько томов произведений О. Кобылянской и среди них – юбилейный 4-й том, посвященный 40-летию литературной деятельности со вступительной статьей И. Лизанивського и автобиографией юбиляра.

Но впоследствии частный сектор сворачивает свою деятельность, уступает отдельные участки, в которых был до сих пор почти монополистом. Так, детская литература,

которая была приоритетом частных издательств, впоследствии переходит в государственные издательства – ДВУ, "Книгоспилку". А уже в течение 1927-1928 года доля литературы, вышедшей в частных издательствах, снизилась до 6,5%.

Зато создаются новые издательства, например, «Червоный шлях». Это издательство было создано через слияние издательств "Шлях освіти", "Гарт", "Плуг" и по объему изданий почти сравнялось с ДВУ. Главной его целью было издание массовой литературы. «Червоный шлях» издал произведения М. Хвильевого – "В камышах", "Солонский яр" (1924г.), "Преступление" (1924 г.), "Кот в сапогах" (1924 г.), Б. Антоненка – Давыдовича " Рыцари абсурда "(1924 г.), а также поэзии М. Рывьского, В. Сосюры, П. Тычины. С деятельностью этого издательства связано издание произведений П. Панча – "Гнезда старые" (1925 г.), "Там, где ивы над прудом" (1925 г.) и другие.

Художественную литературу в этот период издавали также издательства "Украинский рабочий", "Цех каменяри", "Плужанин", "Западная Украина" и др. Но главным издательством осталось ДВУ. Кроме классики – украинской и зарубежной, выходили также произведения современников – А.Досвитного, А. Копыленко, Г. Косынки, А.Любченко и других. Особое внимание уделялось поэзии. Среди изданий – произведения В. Полищука, А.Журльвой, Т. Осьмачки. Только в течение 1925-1926 гг. издательство выпустило сборник М. Рывьского "Под осенними звездами», В. Сосюры "Юнь", "Тарас Трясило", "Сегодня", "Снега", П. Тычины «Солнечные кларнеты", "Плуг" тому подобное. Неоднократно издавались произведения М. Хвильевого, В. Стефаника, И. Сенченко.

Большую популярность имела драматургия – издавались пьесы М. Кулиша, Я. Мамонтова, Г.Хоткевича. Учитывая читательские потребности, в Государственном издательстве создается юношеский сектор, где выходят художественные произведения для детей и юношества.

Conclusion

Таким образом, мы видим, что издание художественной литературы в Украине в период с 1917 до конца 1920-х годов связано с общими историческими и культурными процессами, которые происходили в государстве. Период свободного, хотя в какой-то степени и хаотического, беспланоно развития издательского дела 1917-1920-х годов сменился периодом упадка и развала в годы гражданской войны. 20-е годы, особенно их середина, обозначены общим подъемом художественной литературы, развития ее течений, направлений, а отсюда – увеличение доли этой литературы в общем объеме изданий. Но уже в конце 20-х годов общие процессы формирования тоталитарного государства накладывают отпечаток на все области жизни общества, в том числе на издательское дело. Начало 30-х годов обозначено введением жестокого цензурного контроля, усилились процессы централизации издательского дела, многие издания были запрещены или уничтожены.

References

- [1] Голос печати: Критико – библиографический журнал. – Х.: Всеукр. Госиздат, 1921.
- [2] Энциклопедия украиноведения.: Т.2.-Львов., 1993.
- [3] Иващенко Н. Л. Воссоздавая историческую справедливость / Н. Л. Иващенко // Культура Украины: История и современность. – вып. 10. – 1994. – С.42.

- [4] История украинской литературы XX века .: В 2 кн., Кн. 1. 1910 – 193гг.: учеб. пособ. / под. ред. В.Г. Дончика. -К.: Лыбидь, 1993. – С.18.
- [5] Кившар Т. И. Украинский книжное движение как историческое явление (1917 – 1923гг.) / Т.И. Кившар. – К., 1996.
- [6] Книгарь: ежемесячный критико-библиографический журнал – 1917. – №1
- [7] Книгарь: ежемесячный критико-библиографический журнал – 1917. – №2
- [8] Книгарь: ежемесячный критико-библиографический журнал – 1917. – №3
- [9] Козаченко А. 10 лет книжной продукции Советской Украины. / А. Козаченко – К., 1929.
- [10] Меженко Ю. Украинская книга времен Великой революции. /Ю. Меженко – К., 1928.
- [11] Пакуль Н. Книга. / Н. Пакуль -К., 1929.

Jan Chromý

Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference

Média a vzdělávání 2017 – Media & Education 2017

Reviewed Papers of the International Scientific Conference

Média a vzdělávání 2017 – Media & Education 2017

Vydal Extrasystem Praha

Myslíkova 27

110 00 Praha 1

Czech Republic

Elektronická publikace

Vydání první

120 stran 8,68 AA

ISBN 978–80–87570–39–5

Praha, 2017

