

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: РЕКЛАМА, PR, БРЕНДИНГ, МЕДИА

УДК 37; 316.472.4

Е. С. Сипко

*Ростовский государственный университет
путей сообщения, Ростов-на-Дону*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ «YOUTUBE» В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ БАКАЛАВРОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

В статье рассматриваются методы обучения бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» с использованием платформы YouTube и инновационных технологий, демонстрируются возможности видеохостинга для самостоятельного обучения студентов, а также проводится анализ эффективности данной методики в ходе проведения занятий для бакалавров.

Ключевые слова: Youtube, образование, студенты, бакалавры, обучение.

Введение

Современный подход к образованию подразумевает использование новейших информационных технологий. «С ростом объемов информации в современном мире растет когнитивная нагрузка на студентов. Усвоение учебного материала определяется индивидуальными когнитивными способностями и особенностями его взаимодействия с различными компонентами образовательной среды вуза. В связи с этим высшая школа находится в процессе поиска подходов, обеспечивающих повышение эффективности образовательного процесса. Бурное развитие различных инновационных технологий может решить проблему качественного высшего непрерывного образования, поэтому следует пересмотреть концепцию организации учебной деятельности», – пишут М. А. Морозова, С. А. Климова [9. С. 819].

Как отмечает М. В. Кораблина, «в последнее время стал востребованным термин «smart education», объясняющий новую стратегию развития образования, главная особенность которой – максимальная доступность знаний. Новая мотивация к получению знаний создаётся за счёт активного использования материалов, размещаемых в открытых образовательных ресурсах, соответственно, эти знания, в свою очередь, становятся доступными все большему количеству людей» [6. С. 54].

Преподаватели выстраивают обучающий процесс с включением в него интерактивных занятий, мультимедийных лекций – иначе практически невозможно привлечь внимание студентов, привыкших получать информацию в электронном («экранном») виде. С самого рождения они воспринимали окружающую их действительность через экран телевизора, компьютера, телефона, планшета. Поэтому важно понимать, что обучение будет более эффективным с использованием экрана. «На экранах телевизоров, компьютеров, на рекламных щитах человек находит решения своих насущных и профессиональных вопросов. Реклама охотно подскажет, какую профессию выбрать. Многочисленные баннеры и упоминания брендов в Сети ориентируют, какую выбрать машину, какой купить телефон, куда пойти учиться, где провести вечер. «Экранная культура» является замечательной технологией управления современным “экранным” поколением», – отмечает А. С. Денисюк [2. С. 241].

Сегодня тема медиаобразования является довольно популярной [7; 12; 11; 8; 4]. Исследователи рассматривают общее и профессиональное медиаобразование, направления его развития и проблемы реализации. Вопрос использования в медиаобразовании интерактивных занятий, интернет-коммуникаций мало изучен в научной литературе, но, тем не менее, стоит отметить труды некоторых авторов, которые в той или иной степени его затрагивали. Н. С. Егорова рассматривает платформу YouTube как популярный сервис для образования и досуга современной

молодежи, она предлагает классификацию контента видеохостинга. П. В. Борботько анализирует современные тенденции в системе высшего образования и изучает возможность использования инновационных технологий в ходе образовательного процесса. М. В. Кораблина предлагает использование смарт-технологий, в том числе и видеоуроков, в процессе изучения иностранных языков.

Современная информационная среда предоставляет возможность реализации различных функций (информационных, организационных, рекреативных, образовательных и др.). Использование образовательных ресурсов, располагающихся в сети Интернет, позволяет сделать образовательный процесс актуальным, современным, интересным для аудитории. Однако не все интернет-медиа могут способствовать реализации качественного образования, в связи с чем выявляется необходимость изучения данных ресурсов, определения их функциональной и аудиторной направленности, анализа эффективности использования.

Студенты направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», как правило, являются творческими и разносторонними личностями, готовыми к экспериментам и новым открытиям. Поэтому в их образовании должно быть больше практических занятий, включающих в себя использование интерактивных видеотехнологий. В рамках данной статьи на примере обучения бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» Ростовского государственного университета путей сообщения (РГУПС) будет рассмотрена важность использования информационных технологий в образовательном процессе, особое внимание будет уделено использованию обучающих материалов видеоплатформы YouTube в целях повышения профессиональных компетенций учащихся. Цель работы – изучить возможности интернет-портала YouTube, позволяющие реализовывать самостоятельный процесс обучения, а также проанализировать эффективность методики обучения с использованием информационных технологий; задачи: продемонстрировать особенности специализированных обучающих каналов на портале YouTube, определить возможности использования данного портала во время учебных занятий и для самообразования.

Основная часть

YouTube – популярная видеоплатформа. Ежедневно она пополняется новыми видеороликами различного характера. Стоит отметить, что изначально данная платформа создавалась в качестве сайта знакомств, куда можно было загружать видео о себе. Однако пользователи сами определили будущую стратегию развития видеохостинга и начали выкладывать ролики не только о себе, но и о том, что происходит вокруг. Поэтому создатели платформы провели ребрендинг и сделали YouTube таким, каким мы знаем его сейчас [1]. «По причине простоты и удобства использования YouTube стал популярным видеохостингом и вошел в тройку сайтов по количеству посещений в мире. На сайте представлены как профессионально снятые фильмы, клипы, видеостудии, анимации, так и любительские видеозаписи, включая видеоблоги», – отмечает Н. С. Егорова [3. С. 64].

Видеохостинг YouTube содержит не только видео развлекательного характера. Плюс его в том, что пользователи создают обучающие каналы разного рода: обучение танцам или вокалу, игре на гитаре, работе с фотоаппаратом, обучение работе в графических редакторах, резьбе по дереву, иностранным языкам и т. д. Некоторые из них представляют собой пошаговую инструкцию, направленную на достижение определенного результата, а некоторые видеозаписи имеют формат больших образовательных проектов. Такие каналы пользуются большой популярностью среди зрителей и являются весьма познавательными и необходимыми для самостоятельного обучения [10. С. 166-168].

Курс «Основы медиапроизводства» входит в учебный план бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» (РГУПС), предполагает изучение основ работы в графических редакторах и программах для видеомонтажа. Данную дисциплину студенты изучают в третьем семестре. Следовательно, уже в начале изучения теории и практики рекламы студенты получают навыки создания рекламных макетов, видеороликов, что является необходимым в процессе дальнейшего обучения, прохождении практики на предприятии.

В рамках курса «Основы медиапроизводства» студенты знакомятся с особенностями работы в графическом редакторе Adobe Photoshop. Данный графический редактор является довольно сложным для изучения. Для закрепления теоретических знаний и совершенствования

практических навыков студентам можно рекомендовать ознакомиться с обучающим видеоконтентом. Как упоминалось выше, на платформе YouTube существуют специализированные обучающие каналы. Так, есть большое количество каналов, которые предлагают уроки работы в Adobe Photoshop.

Мы выбрали два канала, которые рекомендуем учащимся: «Фотошоп Кво. Уроки Photoshop для начинающих» и «Уроки Фотошоп».

Уроки на данных каналах выстроены таким образом, что научиться работе в программе сможет даже начинающий пользователь. Первый урок, как правило, предлагает знакомство с базовыми знаниями изучения интерфейса программы. Каждый новый урок становится сложнее и интереснее. Автор урока показывает пошаговые действия при работе с графикой. Студентам необходимо повторять эти действия, тем самым они развивают свои навыки работы в изучаемом графическом редакторе. Как выглядят видеоуроки по работе в графическом редакторе Adobe Photoshop, можно увидеть на рис. 1.

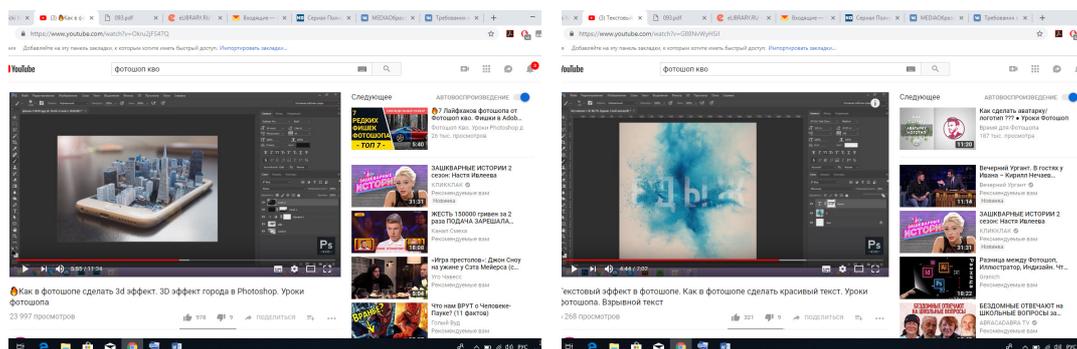


Рис. 1. Уроки работы в графическом редакторе Adobe Photoshop на портале YouTube

Зачастую в группе студентов находятся от 2 до 4 человек, которые имеют базовые навыки работы в изучаемом графическом редакторе, но большинство студентов работать в Adobe Photoshop не умеют. Поэтому такие уроки помогают каждому студенту определить то, какие знания ему необходимо получить о графическом редакторе. Исходя из этого, домашнее задание для студентов можно сформулировать как изучение урока на портале YouTube и его закрепление посредством выполнения собственной работы.

Студентам дается возможность комплексного изучения работы графического редактора в течение одного семестра, в конце которого они представляют к защите готовые рекламные макеты, выполненные с помощью графического редактора Adobe Photoshop. Полученные навыки студенты используют в процессе подготовки работ для студенческих конкурсов по рекламе (например, «Галерея рекламы», «Байбак» и др.). Так, студенты 3-го курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» РГУПС приняли участие в фестивале «Галерея рекламы» и заняли призовое место, представив на конкурс наружную коммерческую рекламу (2017 г.). Ознакомиться с ней можно на рис. 2.



Рис. 2. Наружная коммерческая реклама, подготовленная студентами 3-го курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» РГУПС

Используется платформа YouTube и для формирования теоретической базы учащихся в сфере рекламы. Например, изучая виды рекламных видеороликов, мы демонстрируем студентам яркие примеры вирусной, коммерческой, имиджевой, социальной рекламы, чтобы они лучше понимали отличия одного вида рекламы от другого. Таким образом, студенты с помощью ассоциаций лучше воспринимают теоретическую информацию.

«Можно также предлагать учащимся создание собственных видео в качестве творческого задания (при подготовке такого задания учащемуся нужно подобрать необходимый материал и грамотно его преподнести), а также YouTube предоставляет возможность проведения вебинара, то есть объяснения материала в реальном времени, при этом возможно осуществление обратной связи (комментирование)», – отмечает А. О. Куратёва [5. С. 63].

С целью формирования профессиональных навыков, а также развития творческого мышления можно практиковать прохождение тестов по логике, креативности и т. д., которые представлены на платформе YouTube. В данных видеороликах предлагаются различного рода задания, которые необходимо выполнить за определенный промежуток времени. Примеры таких заданий вы можете увидеть на рис. 3.

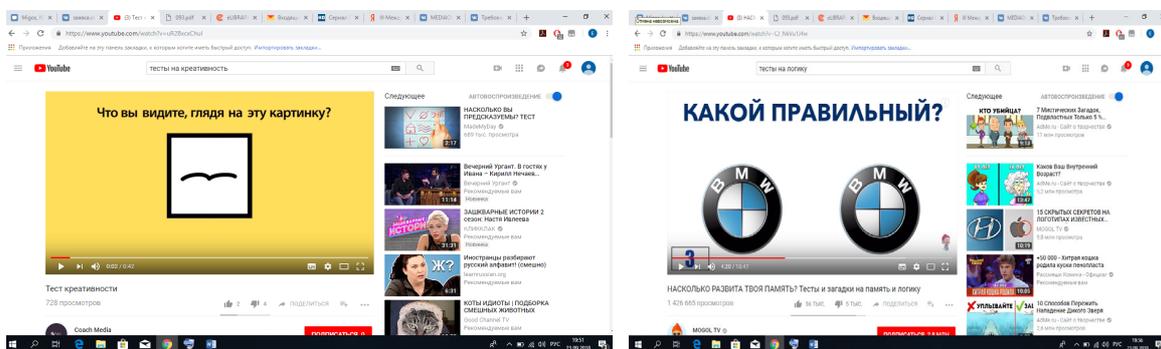


Рис. 3. Примеры тестов на платформе YouTube, используемых во время занятий для студентов

Такие тесты мы предлагаем студентам во время лекционных и практических занятий в качестве «гимнастики для мозга». Как показывает практика, подобные перерывы помогают лучше усваивать теоретическую информацию и развивают креативное мышление.

Заключение

Итак, рассмотрев и проанализировав возможности использования современных технологий и интернет-платформы YouTube в обучении бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», мы выяснили, что подобные способы проведения занятий необходимы. Включение в образовательный процесс обучающего контента, располагающегося на платформе YouTube, способствует закреплению теоретического материала, совершенствованию профессиональных навыков, развитию логики и креативного мышления.

Список литературы

1. Востров, А. История создания YouTube. URL: <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/youtube.html> (дата обращения: 15.09.2108).
2. Денисюк, А. С. «Экранная культура» как технология управления современным поколением // Трансформация научных парадигм и коммуникативные практики в информационном социуме. Томск, 2013. С. 240–243.
3. Егорова, Н. С. Youtube – популярный интернет-сервис для досуга и образования молодежи // Сборник материалов II профессионального форума «Инновационные подходы к работе с молодежью». Курган, 2015. С. 64–68.
4. Киуру, К. В. Содержание обучения технологии работы с новыми медиа в профессиональной подготовке бакалавров рекламы и связей с общественностью // Сибирский педагогический журнал. 2013. № 4. С. 217–222.

5. Куратёва, А. О. Youtube как образовательный ресурс в системе дистанционного обучения // Эволюционное развитие современной науки. Актуальные вопросы медицинской науки и здравоохранения. Волгоград, 2017. С. 62–64.
6. Кораблина, М. В. Смарт-технологии в процессе обучения иностранным языкам // Эмиховские чтения. Тюмень, 2018. С. 52–59.
7. Короченский, А. П. Мирровая журналистика: история, теория, практика. Белгород: ИД «Белгород», 2015. 240 с.
8. Коханая, О. Е. Медиаобразование как фактор информационной безопасности общества // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 3. С. 182–188.
9. Морозова, М. А., Климова, С. А. Использование видео сервиса YouTube на занятиях по иностранному языку // Молодой ученый. 2015. № 3. С. 819–821.
10. Смеюха, В. В., Подобед, Д. А., Сипко, Е. С. Медиакоммуникации современного города: монография. Ростов н/Д: РГУПС, 2017. 174 с.
11. Смеюха, В. В. Медиакоммуникации: теория, практика, профессиональное образование: монография. Ростов н/Д.: РГУПС, 2016. 307 с.
12. Федоров, А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. М.: Директ-Медиа, 2013. 708 с.

USE OF THE “YOUTUBE” PLATFORM IN THE SYSTEM OF MODERN EDUCATION OF BACHELOR TRAINS OF “ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS” TRAINING

Sipko E. S., Rostov State Transport University, Rostov-on-Don, lelksipko@yandex.ru

The “screening” of the life of the modern young generation imposes new approaches to the education system. To attract the attention of students during classes becomes more difficult each time. Teachers build a learning process with the inclusion of interactive classes, multimedia lectures – otherwise it is almost impossible to attract the attention of students who are used to receiving information in an electronic (“screen”) form.

The article discusses the methods of teaching bachelors of the “Advertising and Public Relations” training area using the Youtube platform and innovative technologies, demonstrates the possibilities of video hosting for students’ self-study, and also analyzes the effectiveness of this methodology in conducting classes for bachelors. In this article methods of teaching students in the field of preparation “Advertising and public relations” using the platform YouTube are considered. The article also demonstrates the results of online training for bachelors in the Advertising and Public Relations training area using YouTube video hosting. The author describes and analyzes the ways of interactive learning of bachelors.

Key words: YouTube, education, students, bachelors, training.

References

1. Vostrov A. (n.d.) *Istoriya sozdaniya YouTube* [The history of youtube creation], available at: <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/youtube.html> (accessed 15.09.2018) (in Russ.).
2. Denisyuk, A. S. (2013). Ekrannaya kul'tura kak tekhnologiya upravleniya sovremennym pokoleniem [Screen culture” as a technology of modern generation management]. *Transformaciya nauchnyh paradig i kommunikativnye praktiki v informacionnom sociume* [Transformation of scientific paradigms and communicative practices in the information society], Tomsk, pp. 240–243 (in Russ.).
3. Egorova, N. S. (2015). Youtube – populyarnyj internet-servis dlya dosuga i obrazovaniya molodezhi [Youtube is a popular online service for leisure and education of youth]. *Sbornik materialov II professional' nogo foruma «Innovacionnye podhody k rabote s molodezh'yu»* [Collection of materials of the II professional forum “Innovative approaches to work with youth”], Kurgan, pp. 64–68 (in Russ.).
4. Kiuru, K. V. (2013). Soderzhanie obucheniya tekhnologii raboty s novymi media v professional'noj podgotovke bakalavrov reklamy i svyazej s obshchestvennost'yu [Content of training

technology of work with new media in professional training of bachelors of advertising and public relations]. *Sibirskij pedagogicheskij zhurnal* [Siberian pedagogical journal], 4, pp. 217–222 (in Russ.).

5. Kuratyova, A. O. (2017). YouTube kak obrazovatel'nyj resurs v sisteme distancionnogo obucheniya [Youtube as an educational resource in the system of distance learning]. *Evolucionnoe razvitie sovremennoj nauki. Aktual'nye voprosy medicinskoj nauki i zdavoohraneniya* [Evolutionary development of modern science. Topical issues of medical science and health], Volgograd, pp. 62–64 (in Russ.).

6. Korablina, M. V. (2018). Smart-tehnologii v processe obucheniya inostrannym yazykam [Smart technologies in the process of teaching foreign languages]. *Emihovskie chteniya* [Emikhov Readings], Tyumen', pp. 52–59 (in Russ.).

7. Korochenskiy, A. P. (2015). *Mirovaya zhurnalistika: istoriya, teoriya, praktika* [World journalism: history, theory, practice], Belgorod, 240 p. (in Russ.).

8. Kohanaya, O. E. (2011). Mediaobrazovanie kak faktor informacionnoj bezopasnosti obshchestva [Media education as a factor of information security of society]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Moscow state University of culture and arts], 3, pp. 182–188 (in Russ.).

9. Morozova, M. A., Klimova, S. A. (2015). Ispol'zovanie video servisa YouTube na zanyatiyah po inostrannomu yazyku [Using the YouTube video service in a foreign language class]. *Molodoj uchenyj* [The young scientist], 3, pp. 819–821 (in Russ.).

10. Smeyuha, V. V., Podobed, D. A., Sipko, E. S. (2017). *Mediakommunikacii sovremennogo goroda* [Media communication of a modern city], Rostov-on-Don, 174 p. (in Russ.).

11. Smeyuha, V. V. (2016). *Mediakommunikacii: teoriya, praktika, professional'noe obrazovanie* [Media communications: theory, practice, professional education], Rostov-on-Don, 307 p. (in Russ.).

12. Fedorov, A. V. (2013). *Mediaobrazovanie: istoriya, teoriya i metodika* [Media education: history, theory and methodology], Moscow, 708 p. (in Russ.).

Сипко Елена Сергеевна – редактор фотовидеостудии гуманитарного факультета, ассистент кафедры массовых коммуникаций и прикладной лингвистики, Ростовский государственный университет путей сообщения.

leliksipko@yandex.ru