

УДК 378.091:004.42

О.С. Воронкін

КЗ „Севєродонецьке обласне музичне училище ім. С. С. Прокоф'єва” Prokofiev Severodonetsk Regional Music

College”

До питання використання додатку Instagram у навчанні студентів вищих навчальних закладів

В статті розглядаються варіанти застосування додатку Instagram у навчанні студентів вищих навчальних закладів. Розкрито основні переваги у використанні Instagram у вищій освіті. Дається характеристика офіційних облікових записів в Instagram українських ВНЗ у порівнянні із світовими університетами. Виявлено слабкі позиції вітчизняних ВНЗ у середовищі Instagram, серед яких: низька частота постів і коментарів, відсутність публікацій з відомостями про викладачів, часткове висвітлення заходів, подій, анонсів. Робиться висновок про необхідність використання соціальних мереж, у тому числі додатку Instagram, у вищій освіті, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності ВНЗ, налагодженню діалогу із потенційними споживачами освітніх послуг, залученню студентів до спільної навчальної та наукової діяльності.

Ключові слова: вища освіта, технологія навчання, соціальні мережі, додаток Instagram

O.S. Voronkin

Communal establishment „S. S.

To the problem of using Instagram application in teaching university students

The article deals with the options of Instagram use in university students training. It reveals the basic advantages of using Instagram in higher education; Describes the official Instagram accounts of Ukrainian universities in comparison with world universities. Weak positions of Ukrainian universities concerning Instagram have been revealed, including: low frequency of posts and comments, lack of publications with information on lectures, partial coverage of activities, events and announcements. The necessity of social networks use including Instagram in higher education has been concluded. In addition, it will improve competitiveness, communication with potential consumers of educational services, student involvement in both academic and scientific activities.

Keywords: higher education, technology Learning, social network, Instagram application

Постановка проблеми в загальному вигляді. За даними компанії Gemius всього в Україні налічується 20,2 млн користувачів Інтернету (станом на липень 2016 р.) [1]. Частка користувачів, які виходять в Інтернет з мобільних пристроїв

складає 6,1 млн чоловік. При цьому 18,3 млн користувачів виходять в Інтернет з комп'ютерів або ноутбуків, ще 1,8 млн – з планшетів (рис. 1).

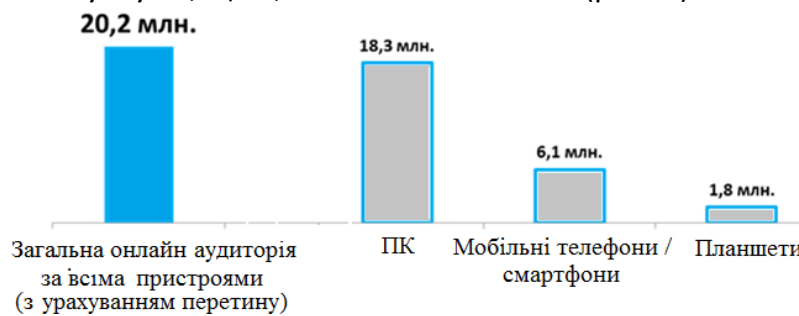


Рис. 1. Інтернет-аудиторія України (джерело: gemiusAudience, липень 2016)

Соціальні мережі на сьогоднішній день є одними з найбільш відвідуваних ресурсів в Інтернеті [2; 3]. За даними дослідницької компанії comScore їх використовують понад 80% від усіх користувачів Інтернету [4]. Все більше навчальних закладів використовують соціальні мережі для анонсування своїх послуг, привернення уваги абітурієнтів та їх батьків (перелік спеціальностей, умови прийому, відомості про професорсько-викладацький склад, матеріально-технічну базу, особливості навчання тощо).

Аналіз досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що теоретичні і практичні аспекти використання соціальних мереж в освіті розглядаються у цілому в ряді робіт (М. Кадемія, В. Вінник, Є. Патаркін, Д. Губанова, Т. Фісенко, М. Черній та ін.), в даний час залишаються не розробленими чіткі методики з використання соціальних мереж у змішаному і дистанційному варіантах навчання [5]. І хоча, з огляду на потребу студентів у спілкуванні в соціальних мережах, окремі викладачі намагаються створювати тематичні групи з дисциплін, розміщувати навчальний контент в ВКонтакте, Facebook та інших мережах [6], однак ефективність застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в освіті залишається невеликою. Саме через це, на думку міністра освіти і науки України Л. Гриневич, ми починаємо програвати „і в методиках викладання, і в осучасненні змісту, і в підготовці вчителів, і в навчанні дорослих упродовж життя” [7].

З кожним роком ситуація змінюється – з'являються нові соціальні мережі, до яких активно долучаються суб'єкти навчального процесу. Прикладом цього може служити орієнтована на візуальний контент соціальна мережа Instagram, аудиторія якої на сьогодні становить понад 5 мільйонів користувачів.

Метою статті є аналіз зарубіжного досвіду використання додатку Instagram в освіті, визначення характеристик облікових записів світових вищих навчальних закладів (ВНЗ) та їх порівняння з вітчизняними навчальними закладами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Instagram – безкоштовний Інтернет-додаток для обміну фотографіями і короткими відеороликами з елементами соціальної мережі, що дозволяє знімати фотографії та відео, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і ряд інших соціальних мереж [8]. Додаток, запущений у жовтні 2010 р., миттєво

завоював суспільне визнання, побивши всі рекорди за кількістю скачувань. У квітні 2012 р. він був придбаний компанією Facebook.

Щодня користувачі Instagram обмінюються понад 80 мільйонами фотографій і відеороликів. У 2014 р. загальна кількість фотографій, розміщених на сервісі, перевищила 30 млрд [9]. Станом на жовтень 2015 р. в Instagram налічувалося 830 000 користувачів з України. Додатокотримав переважну популярність серед користувачів 18–35 років [10].

Він дозволяє оперативно розміщувати контент, використовуючи при цьому мобільний телефон або планшет; застосовувати різні фільтри для обробки зображення; залишати коментарі до фотографій, підписуватися і відписуватися від друзів, а також переходити за хештегами до тематичних груп не тільки з телефону, але і з комп'ютера за допомогою спеціальних web-переглядачів. Функція Direct дозволяє надсилати фото, відео або повідомлення конкретним користувачам зі списку друзів.

Слід звернути увагу на те, що з розвитком Instagram-аудиторії збільшувалася кількість програмних додатків і web-клієнтів, що дозволяють відслідковувати статистичні показники активності облікових записів (статистика постів, коментарів, динаміка використання тих чи тих хештегів тощо).

З метою збереження конкурентоспроможності ВНЗ доводиться постійно шукати нові шляхи для залучення потенційних студентів [11]. Так, університет Стенфорда проводить дні відкритих дверей онлайн у мережі Facebook. Режим організації роботи полягає в тому, що на сторінці університету публікується відео-анонс одного з професорів університету, в коментарях задають питання, кілька тижнів професор на них відповідає. Відео розміщується як на Facebook, так і на каналі університету в YouTube [12].

У табл. 1 наведені характеристики офіційних Instagram-акаунтів (облікових записів) світових ВНЗ. Першу десятку ми відібрали, спираючись на лідерські позиції ВНЗ у рейтингах Times Higher Education-QS 2014-2015 [13] та U.S. News 2016 Best Global Universities Rankings. Акаунти багатьох з них заповнені численними фотографіями матеріально-технічної бази, кампусу, архівних документів, університетських подій, відеороликами про викладачів, а коментарі висвітлюють роботу факультетів і приймальної кампанії. Студенти, використовуючи хештеги, розміщують свої знімки та картинки з особистих блогів. Звертаємо увагу, що деякі відомі заклади не мають офіційних облікових записів, однак користувачі Instagram активно публікують пости про них. Так, публікаціям, що стосуються Массачусетського технологічного інституту присвячується хештег #massachusettsinstituteoftechnology. Станом на серпень 2016 р. нараховується 5500 постів із зазначеним тегом. Відомості про офіційні Instagram-акаунти окремих українських ВНЗ, які нам вдалося знайти, наведено у табл. 2. Якщо порівнювати табл. 1 і табл. 2 бачимо, що інтерес у суспільства до облікових записів українських ВНЗ значно менший, ніж до закордонних. Крім того низька кількість постів, опублікованих вітчизняними ВНЗ вказує на їх слабкі позиції в середовищі Instagram.

Таблиця 1. Top 10 офіційних облікових записів світових ВНЗ у Instagram

ВНЗ	Нікнейм	Кількість		Найбільш використовувані хештеги	Зміст фотографій, коротких відеороликів і коментарів до них			
		Тих, хто підписався	Постів		Матеріальна база, архітектурний корпус	Кампус	Заходи, події, анонси	Відомості про
Гарвардський університет	harvard	285000	656	#Harvard	+	+	+	-
Кембриджський університет	cambridgeuniversity	120000	869	#cambridge; #cambridgeuniversity; #universityofcambridge	+	+	+	+
Оксфордський університет	oxford_uni	114000	493	#OxfordObject; #Oxford	+	+	+	+
Колумбійський університет	columbia	82300	691	#ColumbiaUniversity	+	+	+	+
Принстонський університет	princeton_university	79200	1949	#Princetagram	+	+	+	+
Університетський коледж Лондона	ucl	23200	514	#ucl; #universitycollegelondon	+	+	+	-
Чиказький університет	uchicago	20400	539	#UChicago	+	+	+	-
Імперський коледж Лондона	imperialcollege	13200	333	#imperialcollege	+	+	+	-
Каліфорнійський технологічний інститут	caltechedu	7044	328	#Caltech2016; #caltechditchday; #caltech	+	+	+	-
Федеральна вища технічна школа Цюриха	ethzurich	1029	28	#ethzürich; #ethzurich; #MyETHZurich	+	+	-	-

Таблиця 2. Характеристики офіційних облікових записів українських ВНЗ, що

мають Instagram-акаунти

ВНЗ	Нікнейм	Кількість		Найбільш використовувані хештеги	Зміст фотографій, коротких відеороликів і коментарів до них			
		Тих, хто підписався	Постів		Матеріальна база,	Кампус	Заходи, події,	Відомості про
НТУУ «Київський політехнічний інститут»	ntuukpi	4000	159	#kpi #ntuukpi #kpi	+	+	+	-
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна	karazinuniver	476	100	#karazin #каразіна	+	+	-	-
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	ntu_khpi	439	11	#хпи	+	-	-	-
Національний університет «Львівська політехніка»	nu_lp	261	129	#nulp #львівськаполітехніка	+	+	-	-
Національний гірничий університет	ntu_ua	13	2	-	-	-	-	-

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений нами аналіз зарубіжного досвіду використання додатку Instagram вказує на такі корисні можливості його застосування [14]: 1) фотоколаж або серія фотографій зі списком рекомендованої навчальної літератури; 2) інструкції до виконання завдань у вигляді серії покрокових фотографій; 3) електронні консультації, дискусії; 4) візуальний супровід ключових етапів виконання студентських робіт

(завдань); 5) віртуальна виставка студентських робіт з метою подальшої рефлексії та обговорення, електронне портфоліо; 6) конкурси з елементами гейміфікації; 7) стрічка новин (інформування про студентське життя, анонсування заходів тощо); 8) розміщення фотографій, пов'язаних з різними об'єктами науки, процесів, екосистем.

Для кожної навчальної події доцільно використовувати певний хештег, що дозволить згрупувати їх за тематичними напрямками та спрощуватиме пошук інформації, взаємодію студентів і викладача [15]. Налаштування Instagram дозволяють їхнім користувачам створити співтовариство, в якому й буде проходити навчання [16].

Крім того можемо виокремити такі переваги у використанні Instagram [17]: 1) самовираження; 2) розширення персональної навчальної мережі як наслідок взаємодії з іншими учасниками навчально-виховного процесу (з цією метою викладачами використовуються такі поширені хештеги як #TeachersFollowTeachers, #TeachersOfInstagram та ін.); 3) відстеження інноваційних ідей щодо використання ІКТ в освіті, апробація нових форм і методів навчання; 4) доступ до навчальних ресурсів.

Порівняння характеристик офіційних облікових записів в Instagram українських і зарубіжних ВНЗ вказує на слабкі позиції вітчизняних вишів (незначна кількість акаунтів, низька частота публікацій, коментарів тощо), що свідчить про певну ізольованість і низький рівень контактів із зовнішнім світом.

Таким чином, особливу увагу необхідно приділяти використанню соціальних мереж в освіті, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, налагодженню діалогу з потенційними споживачами освітніх послуг, залученню студентів до спільної діяльності. Використання Instagram в освіті має бути націленим на заохочення креативного мислення, підтримку міжкультурних зв'язків, обмін ідеями, пошук талантів.

Список використаних джерел

1. Базиленко А. 6,1 млн українців виходять в інтернет з мобільних пристроїв [Електронний ресурс] / А. Базиленко. – Режим доступу : <http://watcher.com.ua/2016/08/18/6-1-mln-ukrayintsiv-vyhodyat-v-internet-z-mobilnyh-prystroyiv>. – Назва з екрана.

2. Qualman E. Socialnomics: HowSocialMediaTransformstheWayWeLiveandDoBusiness/ E. Qualman. – 2ndEdition. – USA : John Wiley & Sons, 2012. – 336 p.

3. Антонова О.С. Роль социальных сетей в системе образования / О. С. Антонова, А. А. Колосюк// Финансовая система Украины: проблемы и перспективы развития в условиях трансформации социально-экономических отношений : материалы междунар. научно-практ. конф. (Севастополь, 16–18 мая 2013). – Севастополь : ДІАПІ, 2013. – С. 211–213.

4. Запускалов А. Социальные сети в 2011 году: исследование comScore [Електронний ресурс] / А. Запускалов. – Режим доступу : <http://www.cossa.ru/149/11382>. – Назва з екрана.

5. Шалимов А. Б. Социальные сети как современная образовательная среда

[Электронный ресурс] / А. Б. Шалимов // Дискуссия. – 2013. – № 11 (41). – С. 37–44. – Режим доступа : <http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=974>. – Назва з екрана.

6. Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ / А. С. Воронкин // Образовательные технологии и общество : международный электронный журнал. – 2014. – Том 17. – № 1. – С. 650–675. – Режим доступа : http://ifets.ieee.org/russian/depositary/v17_i1/pdf/21.pdf. – Назва з екрана.

7. Лілія Гриневич запросила ІТ-компанії спільно розробляти нові стандарти вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://mon.gov.ua/usinovivni/novini/2016/06/27/liliya-grinevich-zaprosila-it-kompaniyi-spilno-rozroblyati-novi-standarti-vishhoyi-osviti>. – Назва з екрана.

8. Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram>. – Назва з екрана.

9. Instagram випередив Twitter за кількістю користувачів [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://espresso.tv/news/2015/09/23/instagram_vyperedyv_twitter_za_kilkisty_u_korystuvachiv. – Назва з екрана.

10. Яровая М. Аудитория Instagram в Украине: кто, где и что постит (инфографика) [Електронний ресурс] / М. Яровая. – Режим доступа : <http://ain.ua/2015/10/30/612480>. – Назва з екрана.

11. Галимов Р. Р. Социальные сети как источник информации об абитуриентах / Р. Р. Галимов, И. А. Стефанова // Символ науки. – 2016. – № 1–2. – С. 38–40.

12. Гладких Я. Н. Современные маркетинговые инструменты развития инфраструктуры вуза / Я. Н. Гладких, В. Г. Семенова // Контентус. – 2014. – № 7 (24). – С. 70–78.

13. Топ 200 мировых университетов рейтинга TimesHigherEducation-QS 2014-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uci-asa.com/rejting-the8.html>. – Назва з екрана.

14. InstagraminEducationInfographic [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://librariansonthefly.blogspot.in/2013/06/instagram-in-education-infographic.html>. – Назва з екрана.

15. Шестеркина Л. П. Студенческая журналистика на просторах интернета: вопросы профессионального становления / Л. П. Шестеркина // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 18–23.

16. Заборовская С. В. Социальные сети как виртуальная коммуникативная среда в обучении РКИ / С. В. Заборовская // Проблемы и перспективы языковой подготовки иностранных студентов : материалы X Международной научно-практической конференции (12 октября 2015 г.). – Харьков : ХНАДУ, 2015. – С. 93–97.

17. Persico A. WhyInnovativeTeachersUseInstagram: 7 WaystoBecomeaSociallyConnectedEducator [Електронний ресурс] / А. Persico. – Режим доступа : <https://www.linkedin.com/pulse/why-innovative-teachers-use-instagram-7-ways-become-socially-persico>. – Назва з екрана.

References

1. Bazylenko A. 6.1 million Ukrainian go online from mobile devices[online]/ A. Bazylenko. – Available from : <http://watcher.com.ua/2016/08/18/6-1-mln-ukrayintsiv-vyhodyat-v-internet-z-mobilnyh-prystroyiv>. (in Ukrainian)
2. Qualman E. Socialnomics: HowSocialMediaTransformstheWayWeLiveandDoBusiness/ E. Qualman. – 2ndEdition. – USA : John Wiley & Sons, 2012. – 336 p. (in English)
3. Antonova O. S. Theroleofsocialnetworksintheeducationsystem / O. S. Antonova, A. A. Kolosjuk// Finansovaja sistema Ukrainy: problemy i perspektivy razvitija v uslovijah transformacii social'no-jekonomicheskikh otnoshenij : materialy mezhdunar. nauchno-prakt. konf. (Sevastopol', 16-18 May 2013). – Sevastopol' : DIAPI, 2013. – P. 211–213. (in Russian)
4. Zapuskalov A. SocialNetworksin 2011: research comScore [online] / A. Zapuskalov. – Available from: <http://www.cossa.ru/149/11382>. (in Russian)
5. Shalimov A. B. Socialnetworksasamoderneducationalenvironment [online] / A. B. Shalimov // Diskussija. – 2013. – № 11 (41). – P. 37–44. – Available from : <http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=974>.(inRussian)
6. Voronkin A. S. SocialNetworks: evolution, structureanalysis[online] / A. S. Voronkin // Educational Technology & Society. – 2014. – Vol. 17. – № 1. – P. 650–675. – Available from : http://ifets.ieee.org/russian/depository/v17_i1/pdf/21.pdf. (in Russian)
7. Liliya Ghrynevych invited IT companies together to develop new standards for higher education [online]. – Available from : <http://mon.gov.ua/usinovivni/novini/2016/06/27/liliya-grinevich-zaprosila-it-kompaniyi-spilno-rozroblyatynovi-standarti-vishhoyi-osviti>. (in Ukrainian)
8. Instagram [online]. – Available from : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram>. (in Russian)
9. Instagram surpassed Twitter for more users[online]. – Available from : http://espresso.tv/news/2015/09/23/instagram_vyperedyv_twitter_za_kilkistyukorystuvachiv. (in Ukrainian)
10. Jarovaja M. Instagram Followers Ukraine: who, where and what post (Infographic) [online] / M. Jarovaja. – Available from : <http://ain.ua/2015/10/30/612480>. (in Russian)
11. Galimov R. R. Социальные сети как источник информации об абитуриентах / R. R. Galimov, I. Stefanova // Sciencesymbol. – 2016. – № 1–2. – P. 38–40. (in Russian)
12. Gladkih Ja. N. Modern marketing tools for infrastructure development of the university / Ja. N. Gladkih, V. G. Semenova // Kontentus. – 2014. – № 7 (24). – P. 70–78. (in Russian)
13. Top 200 world universities rankingTimesHigherEducation-QS 2014-2015[online]. – Available from :<http://www.uci-asa.com/rejting-the8.html>. (in Russian)
14. InstagraminEducationInfographic [online]. – Available from :

<http://librariansonthefly.blogspot.in/2013/06/instagram-in-education-infographic.html>.(in English)

15. Shesterkina L. P. Student journalism on the Internet open spaces: professional development question / L. P. Shesterkina // Journalistic annual. – 2015. – № 4. – P. 18–23. (in Russian)

16. Zaborovskaja S. V. Social networks as a virtual communicative environment in the training RKI / S. V. Zaborovskaja // Problemy i perspektivy jazykovej podgotovki inostrannyh studentov : materialy H Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii (October 12, 2015). – Har'kov : HNADU, 2015. – P. 93–97. (in Russian)

17. Persico A. Why Innovative Teachers Use Instagram: 7 Ways to Become a Socially Connected Educator [online] / A. Persico. – Available from : <https://www.linkedin.com/pulse/why-innovative-teachers-use-instagram-7-ways-become-socially-persico>. – Назва з екрана. (in English)