

Особенности образовательных онлайн-продуктов для школьных медиацентров России

Научный руководитель – Черненко Юлия Александровна

Иванова Полина Григорьевна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

E-mail: vanovaar@mail.ru

Обучение медиаграмотности «цифровой молодежи» — это актуальное направление в медиаобразовании школьников, которые являются самыми активными пользователями интернета. Так, по данным Mediascope, мобильным интернетом ежедневно пользуются 85% россиян старше 12 лет, наиболее активные из них в возрасте от 12 до 24 лет [6]. Подростки в среднем проводят в телефоне 6,5 часов в день, уделяя больше всего времени просмотру видео, компьютерным и мобильным играм, общению и социальным медиа [5].

Важно отметить, что подростки любят не только смотреть контент, но и создавать его. Кто-то реализовывает это через собственные аккаунты в социальных медиа, а кто-то становится участниками школьных медиацентров, которых в России насчитывается около 20 тысяч [4]. Средний возраст его участников — 15 лет. Это период подросткового и младшего юношеского возраста, возраст открытия «Я» [Кон И.С., 1978, С. 23].

Школьный медиацентр — «структура, обеспечивающая присутствие и продвижение образовательного учреждения в медиапространстве» [Романов И.В., 2017, С. 37]. Медиацентры развивают навыки написания текстов, создания фото и видео. Поэтому есть необходимость в предоставлении универсальных знаний и инструментария для реализации этой деятельности. Помимо очных проектов, существуют онлайн-проекты для школьных медиацентров, например, от общественно-государственного движения детей и молодежи «Движение первых», в чьих мероприятиях разных форматов приняли участие более 15 млн человек в 2023 году [7].

Образовательный онлайн-продукт в данной работе понимается как продукт в формате онлайн-курса, серии подкастов, лонгрида, который позволяет получать знания на определенную тему и выполнять практические задания. То есть механика та же самая, что и при традиционном очном обучении, только формат — онлайн, с помощью специализированного программного обеспечения. Задача педагога — осуществлять контроль, учащегося — выполнять задания. Однако стоит взять во внимание, что образовательный процесс не должен принять форму, когда ученик полностью предоставлен сам себе, вынужден формировать самостоятельно свой учебный день [1].

29% подростков-респондентов опроса «Ростелекома» активно пользуются образовательными сайтами, цифровыми учебниками, а 21% смотрят видео-лекции в интернете [5]. У онлайн-формата много преимуществ, которые соответствуют медиапредпочтениям подростков: яркое оформление, игровые механики, интерактивные задания. Кроме того, данный формат предоставляет возможность обучаться школьникам из отдаленных регионов страны.

В ходе сравнительного анализа различных медиаобразовательных проектов для школьников России мы выделили следующие типы:

По формату: онлайн-курсы, лонгриды, видеоподкасты и аудиоподкасты.

По целевой аудитории: младшая школа (1-4 классы), средняя школа (5-8 классы), старшая школа (9-11 классы).

По стилю обучения: текстовый, аудиальный, визуальный и смешанный.

По наличию интерактивного компонента: низкая концентрация, средняя концентрация, высокая концентрация.

Таким образом, мы выделили следующие ключевые характеристики образовательных онлайн-продуктов для школьных медиацентров:

- 1) Выбор наиболее привычного и удобного формата видеоуроков: по данным упомянутых исследований, это видеоподкасты и короткие видео.
- 2) Баланс теории и практики: внедрение практических заданий в теоретические блоки.
- 3) Наличие командных заданий: чтобы преодолевать различные информационные барьеры вместе.
- 4) Удобный и интуитивно понятный интерфейс: яркое визуальное оформление, разнообразный дизайн разных уроков, привлекательная инфографика.
- 5) Наличие инструментов удержания внимания пользователей и развлекательного компонента: игровой формат, загадки, юмор, тесты, опросы, вопросы к аудитории и вопросы аудитории, конкурсы.

Источники и литература

- 1) Балясникова Е.В., Скопич Д.Л. Проблемы организации образовательного процесса в удаленном формате // Медиаобразование: медиа как тотальная повседневность : материалы V международной научной конференции (Челябинск, 24-25 ноября 2020) / Под ред. А.А. Морозовой. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2020. – С. 26-30.
- 2) Кон И.С. Открытие Я. – Москва : Политиздат. – 1978. – 367 с.
- 3) Романов И.В., Матанис В.А. Медиацентр в современной образовательной организации: цели и задачи деятельности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – №3. – С. 36-39.
- 4) Более 23 000 медиацентров развивают Навигаторы детства в школах, колледжах, техникумах и училищах России // Вестник образования России. 20.01.2025. – URL: <https://vestniknews.ru/novosti/16041-bolee-23-000-mediatsentrov-razvivayut-navigatory-detstva-v-shkolakh-kolledzhakh-tekhnikumakh-i-uchilishchakh-rossii.html> (Дата обращения: 3.02.2025).
- 5) Виртуальный мир глазами детей. Особенности поведения детей и подростков в сети интернет // Ростелеком. 18.12.2024. – URL: https://www.company.rt.ru/projects/digital_economy_rf/ncit/files/RT-KIDS-2024_light.pdf (Дата обращения: 3.02.25).
- 6) Как россияне используют интернет на смартфоне // Mediascope. 25.09.2024. – URL: <https://mediascope.net/news/2654610/> (Дата обращения: 3.02.25).
- 7) «Четыре миллиона первых»: в «Движении Первых» подвели итоги 2023 года // Газета.ru. 14.12.2023. – URL: <https://www.gazeta.ru/social/2023/12/14/18010975.shtml> (Дата обращения: 3.02.2025).