

А. Н. Русак

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА**

В статье исследуется образовательный потенциал социальных медиа. Автор рассматривает отличительные особенности социальных медиа как альтернативного инструмента обучения, преимущества и проблемные аспекты социальных медиа как образовательных платформ. Определены типы образовательных ресурсов социальных медиа. Сделан вывод, что, несмотря на рассмотренные проблемные аспекты, необходима дальнейшая работа в этом перспективном направлении в условиях динамично развивающегося информационного общества.

Специфика влияния социальных медиа на разнообразные проекты образовательного характера еще не в полной мере исследована, но все более очевидно, что социальные медиа в контексте онлайн-коммуникации, занимают особое место. Цель данной статьи – определить направления развития образовательного потенциала социальных медиа в условиях цифровизации информационно-коммуникационного пространства сети Всемирной сети. В контексте образовательного аспекта важно понять, насколько социальные медиа могут обеспечить возможность трансформации потребительских предпочтений в получении качественного контента, а также актуализировать свои образовательные возможности.

Направления классификации социальных медиа не имеют единого подхода, к ним относят блог-платформы, онлайн-платформы, социальные сети, мультимедийные и видеохостинги, сервисы обмена сообщениями, различные проекты социальных интернет-площадок, службы сетевого общения, интерактивные интернет-приложения и другие социальные средства коммуникации. При группировке ресурсов и сервисов социальных медиа применяются различные признаки: технические стандарты, роль пользовательского контента и т. п.

Так, в зависимости от выполняемой корпоративной функции, исследователи выделяют типы платформ социальных медиа: блоги; микроблоги; деловые сети или бизнес-сети; совместные проекты; фото- и видеохостинги; корпоративные социальные сети; форумы; социальные игры; социальные сети и другие [1].

Блоги служат инструментом профессионального общения. Образовательный потенциал блогов получает все большее признание, их возможно использовать в качестве инструментов группового обсуждения, коллективной работы над совместными проектами. Videоблоги позволяют сообществу той или иной сети информировать друг друга. Среди преимуществ блогов в образовательной среде можно выделить: развитие аналитического мышления, творческих способностей и самовыражения обучающихся; поощрение обмена образовательными ресурсами между сторонами взаимодействия; возможность обмена ссылками на интернет-ресурсы; визуализация образовательной платформы и другие.

Микроблоги носят более неформальный характер и более интерактивны, чем блоги. С точки зрения пользователей они обладают следующими преимуществами: возможность получения необходимой информации посредством коротких и актуальных сообщений; обмен сообщениями в режиме реального времени, что способствует большей вовлеченности пользователей; возможность постоянного обновления контента [2].

Деловые сети или бизнес-сети часто анализируют с позиции социальных связей [3]. Контент должен соответствовать принятой политике деловых сетей по соблюдению действующих правил надлежащего использования платформ. Выделяют профессиональные сети и сообщества по интересам.

Форумы позволяют пользователям участвовать в обсуждениях сообщества, создавать темы, отвечать на сообщения и публиковать их.

Социальные медиа позволяют использовать эти каналы в качестве модели для настройки собственного контента в соответствии с потребностями обучающихся. Такие технологические инновации порождают новый тип культуры обучения – обучение, основанное на принципах коллективного исследования и взаимодействия [4].

По состоянию на январь 2022 года мировой рейтинг социальных медиа по количеству активных пользователей за месяц выглядит следующим образом: 1) Facebook (2 910 млрд); 2) YouTube (2 562 млрд); 3) WhatsApp (2 млрд); 4) Instagram (1 478 млрд); 5) WeChat (1 263 млрд); 6) TikTok (1 млрд); 7) Facebook Messenger (988 млн); 8) Douyin (600 млн); 9) QQ (574 млн); 10) Sina Weibo (573 млн); 11) Kuaishou (573 млн); 12) Snapchat (557 млн); 13) Telegram (550 млн); 14) Pinterest (444 млн); 15) Twitter (436 млн); 16) Reddit (430 млн); 17) Quora (300 млн) [5; 6].

Каждая платформа социальных медиа предлагает разные сервисы: обмен объявлениями и сообщениями; размещение видеоконтента; проведение онлайн-конференций и лекций в прямом эфире и т.п. Список сервисов различен для разных стран и регионов.

Онлайн-ресурсы имеют не только социальный, но и образовательный потенциал. В образовательных целях наиболее интересны типы платформ, где пользователь может реализовать свои профессиональные компетенции. Например, образовательные каналы, которые продвигает платформа YouTube [7]: Khan Academy (курсы по науке и технике, математике, искусству, гуманитарным наукам и т.д.); TED-Ed (языки, история, наука, коммуникация и другие курсы) и т.п. Социальная сеть ВКонтакте (VK) также предлагает образовательный контент и может выступать как платформа для образовательных марафонов. Например, в сентябре 2021 г. была запущена бесплатная платформа для обучения видеоблогингу – VK Squad, это образовательный проект, позволяющий пользователям получать доступ к обучающим курсам.

Социальные медиа уже в меньшей степени позиционируют себя исключительно как развлекательную площадку, пользователи все чаще оценивают их практическую роль и используют для разных целей, в том числе как альтернативные инструменты обучения. Они обеспечивают получение более гибкого и индивидуального опыта, пользователи могут использовать дополнительный инструмент обучения. Получение доступа к серии курсов с пояснительными видео часто не требует регистрации пользователей.

Согласно работам исследователей, можно выделить несколько основных функций социальных медиа в образовательном аспекте: информационную; коммуникационную; социокультурную и воспитательную.

По данным различных исследований наиболее общими формами, определяющими предпочтения пользователей в образовательной онлайн-среде, являются: аудио-, видеолекции, консультации, практические онлайн-занятия, чат-занятия (занятия с использованием чат-технологий), онлайн-тренинги;

блоги; форумы и т.п. Ошибочно полагать, что создание онлайн-курсов требует значительных инвестиций. В целом пользователи считают, что социальные медиа являются дешевыми и удобными инструментами получения необходимой информации [4].

Использование инструментов социальных медиа в образовательных целях способствует формированию специальных компетенций пользователей: умение осуществлять поиск информации для решения конкретных задач; способность проводить отбор и структурирование необходимой информации; поддерживать активность для получения доступа к различным образовательным ресурсам; осуществлять взаимодействие с другими пользователями в рамках образовательной платформы.

Среди отличительных особенностей социальных медиа можно выделить: интерактивность и мультимедийность; доступность старого контента; возможность мониторинга популярности публикаций; размещение ссылок на другие ресурсы и т.п.

Сервисы и технологии социальных медиа позволяют:

- обеспечивать прямой контакт между сторонами взаимодействия;
- предоставить больше возможностей для электронного обучения (онлайн-курсы становятся все более популярными);
- использовать группы для трансляции лекций в прямом эфире и проведения дискуссий (кураторы курсов могут создавать группы для каждого из своих занятий – как общедоступные, так и закрытые, публиковать вопросы для обсуждения, назначать задания, делать объявления и т.д.);
- создавать форумы для сообщений и чаты для обсуждений тем;
- визуализировать представленный контент, поддерживающий решение образовательных задач.

Социальные медиа предполагают минимальное использование специализированных технологий в качестве дополнительного инструмента обучения в пространстве информационных потоков. Примеры технологий, применяемых сервисами социальных медиа включают: цифровые экскурсии; игровое обучение; интерактивные электронные учебники; онлайн-классы и т.п. [7].

Идентификация пользователя позволяет получить о нем представление и оценить возможность определения образовательных интересов по профилю в социальных медиа для формирования индивидуальных предложений. Однако свой профиль в различных социальных медиа пользователи могут заполнять ограниченным набором базовых атрибутов, не полностью отражающих информацию об их интересах и предпочтениях. Такой фрагментированной информации не всегда достаточно для персонализации и формирования индивидуальных предложений. Может применяться частичная идентификация авторов для формирования пользовательской модели. В условиях цифровизации и формирования информационного общества использование социальных медиа в информационно-образовательной среде увеличилось, что привело как к расширению возможностей, так и затруднениям.

Преимущества социальных медиа как образовательного ресурса можно рассматривать в двух аспектах, со стороны создателей и администраторов курсов, а также со стороны пользователей образовательных платформ.

Со стороны пользователей альтернативных сервисов обучения это:

- дополнение и расширение возможностей выбора предложенных курсов;
- поддержка непрерывного обучения;
- формирование навыков, необходимых в информационном обществе;
- расширение опыта использования коммуникативных технологий;
- получение информации от взаимодействия с другими участниками в режиме реального времени;

- возможность контроля своей собственной среды обучения.

Со стороны создателей потенциальных онлайн-ресурсов это:

- повышение вовлеченности и мотивации пользователей;
- работа в группах над созданием контента;
- создание сервисов для обмена идеями;
- построение системы обучения на базе социальной сети;
- формирование профессиональных сообществ;
- возможность выступления в роли лидера мнений в определенной сфере;
- трансформация стиля обучения.

Обозначим также и аспекты использования социальных медиа в образовательных целях. Это:

1) содержательный аспект предлагаемого курса (многие исследователи считают, что преимущества социальных сетей превосходят риски);

2) недостаточный контроль качества образовательных продуктов.

Направления трансформации инструментов социальных медиа в условиях цифровизации образовательной среды определяют специфику различных методов и стилей обучения в зависимости от сочетания или исключительного использования традиционного и онлайн-обучения. Возможности социальных медиа в информационно-образовательной среде включают: организацию совместной работы и установление взаимосвязи между пользователями, доступ к консультациям экспертов, получение доступа к информации из ряда источников и возможность распространения информации.

Проводимые исследования, показывают, что молодые люди более ориентированы на использование современных технологий и с большей вероятностью предпочтут коммуникационные ресурсы современного онлайн-пространства для решения своих задач [4]. Установлено, что при использовании ресурсов социальных медиа в образовательных целях основным мотивационным фактором, стимулирующим их использование, становятся эффективные и быстрые средства коммуникационных технологий [Там же].

Новые социальные сервисы и коммуникационные медиатехнологии продолжают появляться и уже не являются только средством развлечения, а выступают также платформами для обучения, совместного обучения, взаимодействия с экспертами, тьюторами, другими пользователями и т.п.

Исследования выявили, что ресурсы социальных медиа, в частности, сервисы и технологии открытых образовательных платформ, вносят значительный вклад в удовлетворенность обучаемых, подписчиков соответствующих каналов. Использование социальных медиа приводит к созданию среды для совместного обучения, позволяя учащимся взаимодействовать друг с другом, делиться содержимым контента, обмениваться информацией [4].

В контексте развития образовательного потенциала возможности ресурсов социальных медиа достаточно разнообразны, и аудитория этих ресурсов шире, чем специализированных образовательных площадок, требующих регистрации. Сервисы социальных медиа обладают более динамичным потенциалом совершенствования своего функционала, и одной из доминирующих тенденций является трансформация образовательного стиля

Социальные медиа в информационно-коммуникационном пространстве выступают инструментом взаимосвязи и коммуникации между людьми, способствующие активизации профессионального взаимодействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Aichner, T.* Measuring the Degree of Corporate Social Media Use [Electronic resource] / T. Aichner, F. Jacob // *International Journal of Market Research*. – 2015. – № 57 (2). – Mode of access: https://www.research-gate.net/publication/283073224_Measuring_the_Degree_of_Corporate_Social_Media_Use. – Date of access: 16.02.2022.
2. *Русак, А. Н.* Корпоративный микроблогинг в системе управления внутрифирменной коммуникацией / А.Н. Русак // *Корпоративные стратегические коммуникации: тренды в профессиональной деятельности : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 8–9 окт. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: О. М. Самусевич (отв. ред.) [и др.]*. – Минск, 2020. – С. 330–334.
3. *Öberg, C.* The role of business networks for innovation [Electronic resource] / C. Öberg // *Journal of Innovation and Knowledge*. – 2019. – № 4 (2019). – Mode of access: <https://www.elsevier.es/en-revista-journal-innovation-knowledge-376-articulo-the-role-business-networks-for-S2444569X18300076>. – Date of access: 09.03.2022.
4. *Ansari, J. A. N.* Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning [Electronic resource] / J. A. N. Ansari, N. A. Khan // *Smart Learning Environments*. – 2020. – № 9. – Mode of access: <https://slejournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40561-020-00118-7>. – Date of access: 12.03.2022.
5. Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users [Electronic resource] / Statista Research Department. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. – Date of access: 01.03.2022.

6. Global social media stats [Electronic resource] / DataReportal, Global Digital Insights. – Mode of access: <https://datareportal.com/social-media-users>. – Date of access: 05.03.2022.

7. Can Teachers Have YouTube Channels? [Electronic resource] / EducationCorner. – Mode of access: <https://www.educationcorner.com/can-teachers-have-youtube-channels/>. – Date of access: 11.03.2022.

Поступила в редакцию 17.03.2022