

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В ОБУЧЕНИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИКТ

СОДЕРЖАНИЕ:

Сфера применения социальных медиа

Сетевое взаимодействие и социальное присутствие

Социальные медиа в учебных планах, программах и курсах

Что социальные медиа могут внести в педагогическую практику?

Общество и коммуникативная эволюция

Прагматические перспективы

Стратегические рекомендации

Ссылки

СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Средство социального взаимодействия

Социальные медиа обеспечивают возможность человеческого общения посредством технологий. Иными словами, социальные медиа – это средства социального взаимодействия. Два наиболее очевидных способа использования социальных медиа – создание и укрепление дружеских отношений среди молодежи и налаживание связей для обеспечения своего карьерного роста. Две самые популярные сферы применения социальных медиа – это маркетинг и реклама в политических/идеологических целях. В социальных медиа, как это обычно и происходит в среде Web2.0, пользователи сети становятся ее режиссерами и творцами. В США около 22% общего времени, проводимого пользователями в Интернете, приходится на долю социальных сетей. В декабре 2009 г. Интернет-ресурс Twitter обработал более одного миллиарда

сообщений-постов, что означает в среднем почти 40 миллионов таких сообщений в день. В том же декабре 2009 г. более 25% посещений Интернет-страниц в США приходилось на долю одного из ведущих сайтов социальных сетей, тогда как еще год назад этот показатель достигал только 13,8%. В 2010 г. данная тенденция сохранилась и еще более усилилась.

Сетевые сообщества

Социальные медиа позволяют осуществлять более быстрое, качественное и непрерывное социальное взаимодействие между Интернет-пользователями: учащимися, геймерами, специалистами и просто гражданами, объединенными общими интересами. Уникальная особенность социальных медиа заключается в том, что они помогают Интернет-пользователям находить друг друга, восстанавливая связи с друзьями прошлого, соседями, коллегами или одноклассниками. В основе подобных систем лежит технология Web2.0, которая обеспечивает регистрацию пользователей, присоединяющихся к сети, и отслеживает отношения между ними. В данном контексте привычное толкование понятия «друг» нуждается в пересмотре, так как в традиционном представлении «друг» – это лицо, которое совершило бы для вас поступки, требующие времени и сил, не рассчитывая на получение чего-либо взамен. В дополнение к простому кругу друзей новые социальные медиа позволяют участникам расширять сетевой круг общения, включая в свое собственное сообщество «друзей друзей». Например, пользователи Facebook через свои социальные сети могут найти способы установления связей между различными сообществами, а в LinkedIn круг общения пользователей расширяется с помощью друзей, которые могут представлять их людям, с которыми они никогда бы не познакомились в иных обстоятельствах.

Коммуникация на основе общих интересов

В различных частях света наблюдается тенденция сокращения объема формального образования; в этих условиях возрастает значимость социальных медиа. В частности, все большее распространение получает практика частного, элитного, качественного образования, что неминуемо влечет за собой снижение роли традиционного государственного образования. Эта тенденция связана с тем, что родители, принадлежащие к высшим слоям общества, стараются уйти от налогового бремени и оплачивают частное обучение только своих детей, что ставит под угрозу реализацию одной из важнейших функций образования – социализацию. В данном контексте социальные медиа предоставляют молодежи возможность поддерживать многочисленные контакты, основанные на общих интересах (таких, например, как спорт или творчество).

СЕТЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ

Формирование идентичности

Поскольку в молодежной среде формирование идентичности осуществляется путем социального сравнения, социальные медиа представляют собой нечто большее, чем просто канал социальной коммуникации. Согласно Фестингеру (Festinger, 1954), люди оценивают свои мнения и способности, сравнивая себя со сверстниками, по отношению к которым у них есть родственное чувство. Люди оценивают образы, созданные другими, а затем сравнивают себя, других и идеализированные образы. В основе этой теории лежит гипотеза о том, что человек склонен сравнивать себя с теми людьми, с которыми у него есть большее количество схожих черт. Кроме того, согласно теории когнитивного диссонанса, похожие люди положительно оценивают друг друга (Suls, Martin, Wheeler, 2002). Это основной механизм, который позволяет человеку четко формулировать свои позиции в отношении других людей и групп.

Сетевое общество

Стремительное распространение социальных медиа стало возможным благодаря появлению систем, создающих возможность виртуального и парасоциального присутствия. Термин «виртуальное присутствие» означает опосредованное взаимодействие людей с помощью медийных каналов коммуникации, замещающих личное общение (например, видеоконференции и относительно недавно возникшие сетевые платформы Twitter, Facebook и т.п.). Парасоциальное присутствие – это явление, предполагающее «проникновение» индивида или группы в некое медийное пространство с эффектом отсутствия пространственных ограничений и асинхронии, при котором возникает чувство личной вовлеченности, согласия, сопричастности и последующего взаимодействия в среде тех, кто получает доступ к искомой информации. В данном контексте Web2.0 представляет собой платформу для таких новых социальных явлений, как социальная кластеризация, облачные технологии и, наконец, «сетевое общество», о конечной форме которого мы пока еще не имеем четкого представления (Castells, 2000).

Новая описательная концепция

В заключение необходимо отметить, что основы социальной общности и социальной дистанции по-прежнему относятся к эпохе опосредованного, парасоциального присутствия. Социальные медиа усилили периферические эффекты социального взаимодействия, придав им больший масштаб, динамизм и влияние. Именно эти тенденции гарантируют и усиливают потенциальный образовательный эффект социальных медиа, даже там, где формальное образование пытается «вытолкнуть» их из аудиторий. Причина воспринимаемого антагонизма ясна: молодежь чувствует настойчивое тяготение к социальной реальности «вокруг» образования, но не концентрирует свое внимание и усилия «на» самом образовательном процессе со всеми его сложностями. Понятия «обучение в сотрудничестве» (Dillenbourg, et.al., 2007) и «социальный конструктивизм» (Glaserfeld, 1995) способствовали формированию новых концептуальных систем, которые, однако, до сих пор не используются в качестве инструментов управления процессом обучения и образования «в классных комнатах». Настоящая аналитическая записка содержит описание основных шагов в данном направлении, не претендуя, однако, на статус полноценного плана по широкому внедрению социальных медиа в образование.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В УЧЕБНЫХ ПЛАНАХ, ПРОГРАММАХ И КУРСАХ

Самым популярным способом использования новых медиа в процессе обучения является внедрение наиболее тесно связанных с ними навыков – подходов и компетенций – в перечень навыков, предусмотренных учебным планом и программой. Уже выработано понятие «обучение в области медиа-технологий», которое употребляется в отношении набора минимальных навыков, необходимых студентам для получения доступа к медиа-пространству. Обучение в области медиа-технологий включает в себя сетевой этикет (способность надлежащим образом вести себя в сети, быть вежливым с другими пользователями) и безопасность (в отношении приватности, безопасности, защиты от мошенничества и хакерства). Кроме того, в программу обучения в области медиа-технологий входит профилактика зависимости от компьютерных игр. Обучение в области медиа-технологий рассматривается как учебный курс, подходящий для внедрения в школьную программу по основам использования социальных медиа. Две точки зрения относительно целесообразности данного подхода сводятся к следующему:

1. Социальные медиа (блоги, ресурсы Wiki, Facebook, Twitter, MSN, LinkedIn, Flickr и т.д.) в достаточной мере исследуются учащимися в свободное время. На данный момент в дополнительных школьных курсах, возможно, нет необходимости.
2. Социальные медиа зачастую используются однобоко. Учащиеся развивают односторонние манеры общения в сети, которые в долгосрочной перспективе оказываются бесполезными или неэффективными. Другими словами, необходимо систематическое обучение для того, чтобы сделать молодежь более осведомленной в вопросах использования социальных медиа.

Учителям, которые сами пока не являются опытными пользователями социальных сетей, следует сохранять равновесие между данными подходами. Наиболее действенным способом достижения прогресса в будущем является определение специалистами и учителями ряда понятий и вторичных навыков, которые позволят учителям приблизительно оценивать уровень знаний учащихся и разрабатывать для них соответствующие программы. Данная аналитическая записка содержит эскиз «дорожной карты» внедрения социальных медиа в систему образования. Практическая рекомендация для работников образования заключается в необходимости формирования полного списка понятий и навыков, обеспечивающих грубую оценку уровня знаний учащихся, и разработки на его основе вопросов, которые должны включаться в программы подготовки учителей.

ЧТО СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА МОГУТ ВНЕСТИ В ПЕДАГОГИЧЕСКУЮ ПРАКТИКУ?

Внедрение в школу

Преподавание в классной комнате до сих пор остается основной практикой в начальном и среднем образовании. Каким образом социальные медиа могут стать частью данной парадигмы? Социальные медиа, как правило, относятся к сфере частной жизни учащегося. Лишь очень немногие из них были разработаны таким образом, чтобы отвечать интересам групп учащихся, таким как, например, класс. Обычно данная функция присуща классическим «системам поддержки [электронного] обучения» (Blackboard, Moodle, Sakai). Учитель или школа контролирует состав зарегистрированных пользователей, расписание и организацию этих платформ и использует их для предоставления информации о содержании курсов и объявлений о таких важных мероприятиях учебного процесса, как тестирование и защита выпускных работ. Социальные медиа работают на уровне каждого конкретного учащегося, привлекая его внимание к актуальным проблемам (текущие события, социальная активность, будущее трудоустройство). Если кооперативное обучение в малых группах утвердилось в школе в восьмидесятые годы, то мы полагаем, что социальные медиа докажут свою значимость в грядущем десятилетии. Сегодня доминирующей остается точка зрения, согласно которой обучение и социальные сети несовместимы. Серьезное обучение рассматривается в качестве центростремительного процесса, в котором созерцание, запоминание и отрешение от окружающей реальности играет основную роль. Социальные медиа, напротив, абстрагируют учащихся от этого процесса, повышая их осведомленность о периферийных явлениях (социальный контекст, текущие события и т.д.) и стимулируя их любознательность относительно того, что происходит в социальных сетях («Кто что делает?»). Тем не менее, отношения между обучением в классной комнате и социальными медиа не обязательно антагонистические, о чем свидетельствуют новые требования регулярного (классического) образования.

Школы в местном сообществе и местной экономике

Традиционно, школа являлась тем центром, где обобщенные знания, накопленные людьми в разное время и в различных частях света, передавались местным учащимся. Сегодня наблюдается растущая потребность сделать школу частью местного сообщества и местной экономики. Школа стала тем местом, где молодое поколение сталкивается с возможностями и угрозами общества, в котором оно живет. В начальной и средней школе в развивающихся странах мира эта конфронтация принимает такую форму, которую трудно не назвать пост-колониальной: поскольку школа старается максимально смоделировать западную учебную программу, а ученики, что весьма прискорбно, по окончании школы уезжают из своих поселений в большие города. Полностью противоположный подход заключается в сосредоточении обучения в сельских школах и построении учебных планов и программ вокруг тем, актуальных для данного сообщества. Таким образом, молодежь получает необходимую подготовку для того, чтобы организовать жизнь своего местного поселения в соответствии с принципами устойчивого развития. Примерами могут служить школы, которые фокусируют свой учебный план на использовании учащимися Интернета для получения знаний о том, как расширить или диверсифицировать деятельность своих родителей в сельском хозяйстве и, таким образом, остаться в родном селе, и превратить его в коммерчески успешное предприятие. При этом дисциплины всех предметных областей (от математики до маркетинга и рекламы) активно адаптируются в соответствии с поставленными целями. В данном контексте социальные медиа играют жизненно важную роль, так как они позволяют учащимся находить соответствующие коммерческие сети, отдельных покупателей и т.д. Другими слова-

ми, социальные медиа привносят элементы реального мира в процесс школьного обучения, и, таким образом, готовят учащихся к лучшему будущему в их местных поселениях. Работникам системы образования и разработчикам учебных планов и программ следует задуматься о том, какую роль могут играть социальные медиа в их конкретных местных поселениях и местных экономиках.

ОБЩЕСТВО И КОММУНИКАТИВНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ

Понимание новых теорий

Перед тем, как изучать текущее состояние социальных медиа, следует разобраться в новых теориях эволюции общества, которые появились после 2005 г. В последней книге Мануэля Кастельса «Сила коммуникации» (2009) утверждается, что коммуникационные технологии, такие как сетевые медиа, влияют на существенные аспекты человеческой природы: мышление, воображение и чувство реальности. По мнению Кастельса, лишь те, кто осознает эту трансформацию, имеют шанс на выживание. Речь идет об «управлении через понимание». Наиболее убедительные примеры, которые приводит Кастельс, связаны с современным маркетингом, а также с ролью адресного вещания и СМИ в проведении политических кампаний и идеологических войн между основными мировыми державами.

Адресное вещание

В новом сетевом обществе мгновенных сообщений, социальных сетей и блоггерства – обществе «массовой индивидуальной коммуникации» – политическая жизнь сосредоточена в медиа-пространстве. Одновременно с этим, в большинстве стран наблюдается влияние результатов мирового кризиса политической легитимности, который бросает вызов традиционным представлениям о демократии. Важная роль, имеющая прямое отношение к происходящим институциональным изменениям и принадлежащая социальным медиа, предполагает возможность того, что социальные медиа приведут к глубоким изменениям и в системе образования. Социальные медиа повышают осознание нами того факта, что интеллект человека – это не только личный актив; они также подчеркивают важность внешних источников знаний и распространения процесса познания. Как следствие, образование неизбежно будет ориентировано на актуальные и практически значимые вопросы: сейчас уже недостаточно просто позволить учащимся изучать то, что другие освоили ранее. Теории, направленные на объяснение эволюции общества и процесса коммуникации, признают, что власть средств массовой информации оказалась сосредоточена в руках весьма небольших групп. О том, насколько эта власть контролируется отдельным узким кругом лиц, мы можем судить по недавним событиям с WikiLeaks и по бурной реакции на эти события со стороны дипломатов и общественного мнения в целом. Это означает, что теория Кастельса о хаотической природе коммуникационного воздействия новых медиа ресурсов доказала свою состоятельность. Влияние адресного вещания должно изучаться в каждом обществе для выявления существующих рисков и возможностей.

Социальный авторитет

Если мы спросим себя о том, на чем же основана сила социальных медиа, то придем к концепции «социального авторитета». Люди с определенной репутацией приобретают полномочия на оценку некоторых явлений, и на их мнения ссылаются при изучении данных явлений и консультировании. Как эти люди проходят путь от новичка до обладателя статуса эксперта? Обычно они начинают с того, что наблюдают за другими людьми, участвующими в обсуждении определенной темы. В этом наблюдении

высока доля субъективности: участники социальных медиа знают, что их сообщения редко трактуются буквально. Даже если адресант (отправитель) пользуется высокой степенью доверия, все равно именно адресат (получатель) придает определенное значение и силу воздействия конкретному сообщению. Для компаний, продающих товары, данная неопределенность делает коммерческое использование социальных медиа весьма рискованным предприятием. Рекламное сообщение, в котором подчеркивается качество определенного продукта, может иметь обратный эффект, если это качество не соответствует ожиданиям и опыту пользователей. С другой стороны, информация о том, что новый продукт или услуга обладает высоким качеством или неожиданными достоинствами, также может распространяться достаточно быстро. Похожая амбивалентность присуща и социальным медиа, предназначенным для обучения: «объективные» атрибуты определенной темы могут быть размыты, если учащиеся неправильно ее поняли; однако, если тема все еще нуждается в дальнейшей разработке посредством общественной экспертизы или промышленной апробации, тогда социальные медиа позволяют учащимся критически взглянуть на нее и вынести непредвзятое суждение об этой недостаточно освещенной теме. Яркие примеры таких тем – экология, устойчивое развитие, культурная толерантность, вопросы политики и морали. Их обсуждение через социальные медиа дает возможность учащимся продемонстрировать свое видение и понимание явлений. В результате, следующее поколение будет намного лучше владеть определенной темой, а учащиеся ощутят большую сопричастность к ее разработке.

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Сообщество практики

Особый вид образовательного сообщества – «сообщество практики» (Wenger, 2002), в котором практикующие специалисты делятся своим пониманием и опытом по конкретным вопросам. Его основа – социальный конструктивизм. При этом знания и способность их усвоения рассматриваются как культурное явление, а само по себе участие в сообществе подразумевает наличие альтруистического менталитета. В отношении школьного образования, сообщество практики является удачной базой для изучения процесса подготовки учителей. У нас есть все основания полагать, что новая практика обучения, основанная на использовании социальных медиа, будет развиваться лучше, чем развивалась практика компьютеризированного обучения, так как в последнем случае учителя были просто поставлены перед фактом необходимости освоения новых способов преподавания, с которыми они ранее не сталкивались.

После того как в образовательной практике начнет учитываться фактор социальных медиа, учителей и учащихся неизбежно придется ознакомить со структурой их социальных сетей. Традиционным методом, используемым для анализа структуры дружеских отношений среди учащихся, является социограмма. Тем не менее, на уровне социальных сетей в Интернете сложность структуры гораздо выше, так как мы должны принимать во внимание не только входящие и исходящие дружеские отношения первой степени, но также и структурные компоненты высших порядков. Существует два важных аспекта в анализе социометрических шаблонов:

1. Любое структурное представление является абстракцией реальных человеческих отношений. Прежде чем переходить к формальному отражению их на схеме, необходимо уяснить, что тип и интенсивность отношений в каждом отдельном случае являются важнейшим параметром, который также необходимо принимать в расчет.
2. Использование рекурсивных методов для определения центра структуры (посредством смежности), кластеров (анализ группировок), плотности и соответствий

в структурах, которые содержат циклы, может вызвать проблему ослабления рекурсии. При изучении социальных структур необходимо уменьшать размер каждого последующего рекурсивного шага или, в качестве альтернативы, снижать степень формализма его семантики, например, исключая кодировку односторонних отношений.

Для продвижения экспериментального обучения учителя должны ознакомиться с программным обеспечением анализа социальных сетей, которое позволит им приобрести базовые интуитивные знания для расчета графика и понять сущность рекурсивности (NP-полнота).

Потребность в самовыражении

Социальные медиа становятся сегодня частью системы образования в силу того, что учащимся необходимо общение в группе равных, граница которой не всегда совпадает с границей группы одноклассников. Как видно из пункта 2, количество социокультурных тенденций, которые следует учитывать в нашем анализе, неуклонно растет. Одной из таких важных тенденций является потребность в самовыражении. Она возникает у молодых людей еще до того, как у них появляются конкретные модели для самоидентификации. Задача на будущее – инициировать дидактическую дискуссию с целью выяснения особенностей данного этапа внутриличностной трансформации учащихся и возможностей их использования в процессе интеллектуального обучения. В рамках системы среднего образования подросток начинает получать основной багаж знаний именно в тот период, когда в его ментальном пространстве начинают доминировать процессы формирования личности и пробуждающаяся сексуальность. В результате возникает нежелательный конфликт между приоритетными задачами обучения и центром внимания учащегося. Целесообразно было бы пересмотреть основы школьной педагогики для подростков и юношества таким образом, чтобы наша работа по интеллектуальному обучению соответствовала этапам социализации и эмоционального развития у данной возрастной группы. В качестве площадок для отработки нашей гипотезы по данному вопросу могут служить социальные медиа.

Умение работать в команде

До сих пор мы видели, что «коллаборативное (совместное) обучение» (обучение в сотрудничестве) само по себе недостаточно для повышения успеваемости учащихся. Причина этого в том, что хотя ученики и воспитываются как члены одной команды, практика индивидуальной оценки все равно продолжает доминировать. Учащиеся имеют обостренное чувство эффективности. Мы учим их ориентироваться на реальную жизнь. Тем не менее, сотрудничество в школе не самоцель: недостаточно внедрить коллаборативное обучение только для того, чтобы заставить учащихся почувствовать, что совместная работа с одноклассниками для них важна. Нам нужно найти реальные причины того, почему социальные навыки и стратегическое установление контактов могут пойти на пользу средней школе, и как этого добиться. До сегодняшнего дня чат и блог для учащихся являлись лишь средством отдыха, подобным игре. Основная причина усиления роли социальных медиа и социальных сетей заключается в динамике, определяющей группу сверстников: кто мой лучший партнер для обучения? кто мой лучший партнер для отдыха? кто мой лучший партнер для социального статуса? Ясно, что учащиеся не могут выработать оптимальный алгоритм ответа на подобные вопросы. Мы должны спросить самих себя, нуждаемся ли мы для этого в усилении образовательной программы соответствующим образом, подобно тому, как это происходило с основными дисциплинами в те времена, когда существовала такая общественная потребность. Мы рекомендуем сформировать видение образовательной программы по использованию социальных медиа.

Возможности и риски

Социальные медиа появились благодаря техническим возможностям (технология Web2.0), которые позволили молодежи организовать свое «присутствие» и помогли ей в процессе самоидентификации. Мы становимся свидетелями того, как с возрастом люди переходят от пользования MSN (6–10) к Facebook (10–16) и LinkedIn (16–25). Риски раскрытия личной биографии уже были обозначены ранее. Приватность и безопасность станут серьезной проблемой, так как «социальное хакерство» потенциально может иметь опасные социальные и экономические последствия. Чтобы ограничить такие риски, необходимо интегрировать обучение в области медиа-технологий в регулярную школьную программу в качестве одной из дисциплин, преподаваемых в начальной и средней школе.

Традиционное образование сопротивляется освоению всех возможностей, предоставляемых информационно-коммуникационными технологиями и связанными с ними методами обучения. Конструктивистская парадигма, например, предполагает не только освоение, но и «вытеснение» знаний: учащимся предлагается выражать их интуитивные и контринтуитивные идеи до, в процессе и после формального обучения. Программа, ориентированная на тестирование, замедляет адаптацию конструктивистских методов обучения: зачем изучать второстепенные понятия, затрагивающие тему тестирования, когда и так не хватает времени для изучения всей предметной области? Социальные медиа, в свою очередь, полностью основаны на критерии экзистенциальных потребностей учащегося: Кем я хочу стать? Как я могу усилить свою самоидентификацию посредством неформального взаимодействия со сверстниками? Учителя должны сформировать свое видение этих рисков и возможностей, сопряженных с использованием социальных медиа, и затем решить, какие меры они могут принять со своей стороны.

Тенденции и рекомендации

Целью данной аналитической записки является исследование роли социальных медиа в образовании посредством социального взаимодействия учащихся и учителей. Любой человек может зарегистрироваться в социальной сети, и популярность таких ресурсов растет. В этих условиях задачей ЮНЕСКО должно стать информирование общества о важности социальных медиа для системы образования, а также поиск путей их интеграции в учебный процесс. Системы сетевого общения, такие как Facebook и LinkedIn; микроблоги наподобие Twitter; ресурсы Wiki, MSN и Flickr, являются общедоступными. Аналогично тому, как это происходило с информационно-коммуникационными технологиями, которые были внедрены в образовательный процесс в течение последних четырех десятилетий, наилучшей рекомендацией является «впустить» социальные медиа в классные комнаты для изучения преимуществ и недостатков нового способа социального взаимодействия, который они предлагают. Недавние проекты – такие, как Интернет-сообщества для учителей (например, Mirandanet в Великобритании) – показали, что социальные медиа могут использоваться не только для обмена дидактическими методами и идеями. Они также позволяют обсуждать некоторые вопросы частного характера (например, правовые споры и эмоциональные состояния, связанные с профессиональной деятельностью), которые можно обсуждать с коллегами из других организаций и даже стран, чтобы избежать конфликта интересов в пределах школы.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Социальные медиа в школах еще не являются полноценным средством решения традиционных проблем обучения. Тем не менее, они предоставляют возможности, которые вносят изменения в учебную практику. Например, в условиях непрерывного обучения на протяжении всей профессиональной карьеры, они упрощают процесс ознакомления специалистов с практическими решениями, новыми тенденциями и темами в конкретной профессиональной области.
2. Первый необходимый шаг – позволить учителям оценить потенциал социальных медиа и постепенно протестировать некоторые из их преимуществ во время классных занятий. Это, скорее, даст возможность учителям понять, как социальные медиа влияют на процесс обучения, чем покажет учащимся, какие преимущества они могут из них извлечь. Неотъемлемой характеристикой социальных медиа, прежде всего, является улучшение учебной атмосферы, а не набор прямых инструкций.
3. Актуальная тенденция к интеграции социальных медиа с («серьезным») геймингом не является целью социальных медиа. Сложные вопросы (такие, например, как рост общественного самосознания) непросто объяснить методами непосредственного обучения. Они нуждаются в тщательном изучении и стремлении учащегося экспериментировать, а также в анализе, проводимом учителем на основе фактических данных.
4. Этические вопросы, связанные с внедрением передового опыта в социальных медиа, нуждаются в детальном анализе и занесении в «Передовые практики в области использования социальных медиа в образовательном процессе». По мере появления отчетов об учебной успеваемости мы видим, что социальные медиа становятся связующим звеном между индивидуальным и массовым обучением.
5. Роль социальных медиа в процессе подготовки учителей должна быть четко определена. Молодые специалисты теряют свои навыки в области информационно-коммуникационных технологий, как только начинают работать в школах. Причиной этого является то, что ученики в жестких рамках школьной программы стараются «ускользнуть» от обучения и «расслабиться» в учебной среде, которая предоставляет им большую свободу. Молодые учителя сразу чувствуют эту угрозу, особенно актуальную при опробовании новых методик, и забывают о некоторых преимуществах обучения с помощью таких информационных инструментов, как моделирование и социальные медиа.
6. Перспективы социальных медиа в плане обеспечения гендерного и культурного равенства, а также преимущества, которые они предоставляют людям с ограниченными возможностями здоровья, еще не изучены. Прежде чем пытаться объединять новые практики, предполагающие использование социальных медиа в рамках институциональных образовательных стратегий, необходимо, по крайней мере, двухлетний опыт совместного развития социальных медиа и инноваций современной школьной системы. Тенденция будущего – приватизация школ и допуск других заинтересованных лиц (родителей и предприятий) к участию в этом процессе.

Такие типы организаций, как учреждения базового профессионального образования, специализированные школы и гимназии, вновь оказываются востребованы. Область распространения данной тенденции будет зависеть от социально-политических факторов. В данном контексте социальные медиа представляют собой платформу, дающую возможность учителям и родителям выражать свое мнение и обозначать приоритеты в данном направлении.

ССЫЛКИ

- Castells, Manuel (1996, second edition, 2000). *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I.* Cambridge, MA. Oxford, UK: Blackwell. ISBN 978-0631221401.
- Castells, Manuel (2009,). *Communication power.* Oxford/New York: Oxford University Press. ISBN 9780199567041.
- Dillenbourg, P., & Tchounikine, P. (2007). Flexibility in Macro-Scripts for Computer-Supported Collaborative Learning. *Journal of Computer Assisted Learning*, 23(1), 1-13.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2) 117-140.
- Glasersfeld, Ernst von (1995), *Radical Constructivism: A Way of Knowing and Learning*, London: RoutledgeFalmer.
- Palincsar, A.S. (1998). Social constructivist perspectives on teaching and learning. *Annual Review of Psychology*, 49, 345-375.
- Suls, J., & Wheeler, L. (2000). A Selective history of classic and neo-social comparison theory. *Handbook of Social Comparison*. New York: Kluwer Academic/ Plenum Publishers.

Основная цель настоящей аналитической записки – привлечь внимание ведущих специалистов системы образования (как ее архитекторов, так и экспертов-практиков) к социальным медиа. В отличие от таких традиционных областей как, например, «ИКТ в образовании» и «Мобильное обучение», область применения социальных медиа обладает более широким горизонтом. Социальные медиа стимулируют потребность молодого поколения в социальном присутствии в сети параллельно с непосредственным личным общением, а также могут способствовать воплощению более тонких намерений пользователей, чем просто «поддержка связи» или «получение информации», о чем свидетельствуют многочисленные исследования, начало которым положил труд Мануэля Кастельса «Подъем сетевого общества» (1996).

Важное отличие современных социальных медиа от предыдущих инноваций в области медиа-технологий состоит в том, что первые предоставляют учащимся возможность стать модераторами процесса своего обучения и управлять им самостоятельно. В данной аналитической записке исследуется роль социальных медиа как центростремительного фактора, позволяющего учащимся более активно заниматься исследованием возможностей социальных сетей для обучения, и не концентрироваться только на обычной школьной программе.

Автор: Пит Коммерс

Опубликовано Институтом ЮНЕСКО
по информационным технологиям в образовании
ул. Кедрова, д. 8, корп. 3
Москва, 117292
Российская Федерация
тел.: +7 (499) 129 29 90
факс: +7 (499) 129 12 25
E-mail: iite@unesco.org
<http://www.iite.unesco.org>

© ЮНЕСКО, 2011
Перевод с английского
Напечатано в Российской Федерации