

Виноградова Ирина Анатольевна

канд. психол. наук, доцент

ГАОУ ВО «Московский городской

педагогический университет»

г. Москва

DOI 10.31483/r-105091

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕГО И СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С МОЛОДЕЖНЫМИ СООБЩЕСТВАМИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

***Аннотация:** потенциал использования социальных сетей при выстраивании взаимодействия образовательных организаций общего и среднего профессионального образования с молодежными сообществами достаточно разнообразен: это и коммуникация, и предоставление образовательного контента, и трансляция опыта, и воспитательные воздействия. В плане построения данного взаимодействия важно понимание содержательных и организационных механизмов его осуществления, таких как исследование специфики и контента наиболее популярных сообществ в социальных сетях; использование разнообразных форматов взаимодействия с молодежью и их сообществами в социальных сетях; исследование и учет мотивов пользования социальными сетями молодыми взрослыми; соучастие в создании контента социальной сети; понимание специфики цифрового взаимодействия.*

***Ключевые слова:** взаимодействие с молодежными сообществами, молодежные сообщества, социальная сеть.*

По результатам отчета Global Statshot к апрелю 2022 года число пользователей социальных сетей достигло 4,65 млрд. человек и несмотря на снижение прироста по сравнению с апрелем 2020 года, среднегодовой прирост за последний год составил 7,5%. Анализ данных показывает, что 58,7% населения являются пользователями социальных сетей и этот процент увеличивается, если мы считываем этот показатель относительно пользователей старше 13 лет (75,1%

населения). Среднее время присутствия пользователей в социальных сетях в течение дня составляет 2,29 ч. В молодежной среде этот процент значительно выше [11].

В связи со сложившейся социально-экономической ситуацией молодежная аудитория в основном сконцентрировалась в социальной сети Telegram и «ВКонтакте». По сравнению с 2021 годом среднесуточные охваты ВК в августе 2022 года увеличились на 15% (с 43,9 до 50,6 млн человек), аудитория Telegram выросла больше, чем в два раза (с 19,9 млн человек до 42,1) [2].

Приведенную выше статистику важно учитывать при проектировании и апробации системы взаимодействия образовательных организаций с молодежными сообществами посредством социальных сетей.

Потенциал использования социальных сетей при выстраивании взаимодействия образовательных организаций общего и среднего профессионального образования с молодежными сообществами достаточно разнообразен: это и коммуникация, и предоставление образовательного контента, и трансляция опыта, и воспитательные воздействия. Согласно этому социальные сети можно рассматривать в качестве социального института, наряду с образовательными организациями, оказывающими непосредственное влияние на социализацию и развитие молодежи.

При выстраивании взаимодействия образовательных организаций с молодежными сообществами важно понимать социально-идеологическую феноменологию того или иного объединения. Если говорить о формальных молодежных сообществах (Российское движение школьников, Российский спортивный союз молодежи, Российский союз молодежи) [6] то здесь преобладают вертикальные организационные связи и механизмы взаимодействия образовательных организаций с ними могут быть достаточно формализованы и выстраиваются через сетевые организационные связи, координирующие общие дела. В неформальных молодежных сообществах существуют горизонтально-вертикальные организационные связи, они избирательны в своей практике выбора социальных партнеров, но готовы вступать в диалог с государственными учреждениями, в том числе

с учреждениями образования. Неформальные молодежные сообщества отличаются интерактивностью в социальных сетях, избирательностью социальных контактов, практикой анонимного общения, построенного на использовании ников, дающее ощущение самовыражения и «свободы» от узнавания человека в его повседневной обыденности. В качестве примера можно рассматривать взаимодействие образовательных организаций с неформальными молодежными спортивными объединениями, толкинистами, любителями исторической реконструкции, юными дайверами, «патриотами», любителями животных и др. [1].

Рассматривая социальные сети в ракурсе их функционала, можно выделить информационную, коммуникационную, развлекательную, идентификационную, самоактуализирующую и социализирующую функции, что соответствует основным потребностям молодежи во взаимодействии и установлении новых контактов, самоутверждении, личностном и профессиональном самоопределении.

Важным аспектом в плане выявления специфики взаимодействия образовательных организаций с молодежными сообществами становится понимание отношения педагогов к социальным сетям и их активности в них. Так, по данным исследования Панченко И.М., Сурковой И.Ю. только половина педагогов исследованной ими группы положительно относятся к социальным сетям (51, 1%), нейтрально – 43%, негативно – 3% [5]. При этом М.В. Никитин отмечает, что новой российской педагогической нормой становится цифровая педагогика, когда образовательный процесс рассматривается не только в школе, колледже в системе «учитель-ученик», но и во взаимодействии с сетевыми субъектами [4]. Молодые педагоги предпочитают взаимодействие в сети «ВКонтакте», педагоги среднего возраста – «Мой мир», «Одноклассники», предпенсионного и пенсионного возраста – «Одноклассники» [5]. Можно предположить, что данные предпочтения будут «накладывать отпечаток» на выстраивание взаимодействия с молодежными сообществами педагогами разных возрастных категорий.

Анализ практик взаимодействия образовательных организаций с молодежными сообществами через социальные сети позволил выделить несколько направлений:

- социальные акции – акция «Умножай добро online», конкурс «Сказки детского омбудсмена», акции международного движения «Сделаем вместе»;

- образовательные проекты и курсы, развивающие ресурсы – образовательный проект «VK образование», медиа сеть «Домашка» и т. п.;

- вопросы безопасности – как правило, контент представлен информацией о правилах безопасности в различных ситуациях, в том числе освещаются вопросы кибербезопасности, информационные материалы и статьи, в доступной форме объясняющие правовые вопросы, видео ресурсы, ссылки и полезные контакты, квесты, паблики и т. п.;

- досугово-развлекательный контент – юмор, истории, игры, развлекательные подборки. Основная задача такого контента – вовлечение целевой аудитории, формирование доверия;

- новости – анонсы конкурсов, событий;

- интерактивный контент – налаживание общения с подписчиками, уточнение запроса и потребностей целевой аудитории. Основные форматы данного направления – опросы, обсуждения, проблемные посты.

Основные задачи взаимодействия образовательных организаций с молодежными сообществами могут быть определены исходя из основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года, «направленных на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, расширение возможностей для эффективной самореализации молодежи и повышение уровня ее потенциала в целях достижения устойчивого социально-экономического развития» [7].

Анализ теоретических и эмпирических источников по вопросам взаимодействия образовательных организаций с молодежными сообществами через социальные сети позволил выявить ряд механизмов:

- содержательные:

- 1) исследование специфики и контента наиболее популярных сообществ в социальных сетях. Например, в соцсети «ВКонтакте» существует ряд активных

сообществ, через которые можно выстраивать взаимодействие образовательных организаций «Читающие», «Science/Наука» и т. п.

2) использование разнообразных форматов взаимодействия с молодежью и их сообществами в социальных сетях: интерактивы, опросы, чаты, ситуативный контент, конкурсы и т. д. Например, говоря о специфике социальной сети «Одноклассники», можно отметить, что здесь можно регистрироваться детям с 6 лет. В остальных – нижняя возрастная планка для регистрации – 12–16 лет. Аудитория «Одноклассников» предпочитает видео (в день выкладывается почти миллион видеопостов), поэтому выстраивая взаимодействие с молодежными сообществами в данной сети, лучше сфокусироваться на видеоматериале;

3) учет специфики возраста. Используя тот или иной вовлекающий или содержательный контент нужно исходить из возрастных особенностей юношеской аудитории и типа молодежного сообщества. Для длительного взаимодействия с аудиторией можно использовать многоходовые игровые механики (например, олимпиады, квесты и т. п.).

При выстраивании взаимодействия с молодежными сообществами через социальные сети важно понимать мотивы пользователей, то, чем им интересна сеть: общение с друзьями, поиск забавного и развлекательного контента или потребность быть в курсе текущих событий. Учёт данного фактора становится определяющим при подборе контента, механизмов и механик взаимодействия.

Интересны данные исследований, характеризующих динамику моделей поведения молодежи в социальных сетях в связи с взрослением:

- возрастание открытости;
- изменение позиции: от пользователя к создателю контента;
- выстраивание поведения в социальных сетях исходя из ее специфики (коммуникация, поиск информации, образовательный контент и т. п.);
- смещение акцента с развлекательного на развивающий контент [9; 10].

Абсолютное большинство школьников старше 14 лет пользуются социальными сетями. Топ популярных социальных сетей у школьников – «ВКонтакте» (62%), Telegram (58%). Критерии выбора социальной сети: удобный и понятный

интерфейс, защищенность данных от третьих лиц, разнообразие технологий и инструментов для общения, обмена файлами и интеграция с другими платформами [3];

4) исследование и учет мотивов пользования социальными сетями молодыми взрослыми. Так, по данным исследования В.С. Собкина основными мотивами пользования сетями у обучающихся в 5–11 классах являются: возможность общения (63,6%), стремление быть в курсе последних событий (48,9%), «желание развлечься» (44,7%), «получение необходимой информации» (41,4%), «возможность познакомиться с новыми людьми» (30,4%), «желание повысить свой образовательный уровень» (19,0%), «стремление овладеть новыми навыками» (16,1%), «возможность свободно выразить свою точку зрения» (15,2%) [8];

5) соучастие в создании контента социальной сети, когда каждый имеет возможность стать автором или соавтором контента, будь то, комментарий либо небольшой авторский, оригинальный материал;

6) при взаимодействии образовательных организаций с молодежными сообществами через социальные сети большое внимание уделяется коммуникативным возможностям цифрового взаимодействия.

Так, онлайн-дискуссии имеют некоторые отличия от непосредственного взаимодействия:

- во-первых, дается большое количество визуальной информации;
- во-вторых, они асинхронны: участники могут войти в систему в любое время и из любого места, где есть интернет;
- в-третьих, многие дискуссионные форумы допускают «потокосные» соединения, позволяя прикреплять ответ к конкретному комментарию, который вызвал ответ, а не просто отображать его в хронологическом порядке. Это позволяет участникам следить за несколькими темами обсуждения в течение определенного периода времени.

Развитие онлайн-дискуссий в социальных сетях

При проведении онлайн дискуссий важно учитывать следующее:

- подходящая технология (например, программное обеспечение, позволяющее вести тематические обсуждения);
- четкие правила поведения участников в сети, такие как письменные правила поведения для участия в дискуссиях и обеспечение их соблюдения;
- четкие цели обсуждений, понятные участникам;
- выбор подходящих тем, которые интересны представителям того или иного молодежного сообщества;
- установка соответствующего «тона» или требований к обсуждению (например, уважительное несогласие, доказательная аргументация);
- четкое определение ролей и ожиданий участников обсуждений, например, «вы должны дать не менее одного комментария по теме обсуждения»;
- наблюдение за участием отдельных представителей молодежных сообществ и соответствующее реагирование;
- обратная связь;
- организационно-технологические:

1) интерактивность необходимое условие развития любой социальной сети, так как основная цель социальных сервисов – установление и расширение социальных связей. Основные формы интеракций – сообщение, комментарии, лайк, репост, френдинг и т. п. Они могут быть специально разработаны для поощрения взаимодействия между представителями молодежных сообществ. Например, добавив поле для комментариев или предложив пользователям осуществлять выбор из предложенных вариантов, запуская разного рода опросы;

2) структурированность информации предполагает деление материала на группы и подгруппы по определенному критерию, что позволяет легко ориентироваться в информационном поле той или иной социальной сети.

Таким образом, понимание целей, специфики использования различных онлайн-платформ и запросов, потребностей молодых взрослых относительно этого ресурса позволит использовать представленные механизмы для выстраивания взаимодействия образовательных организаций общего и среднего профессионального образования с молодежными сообществами через социальные сети.

Список литературы

1. Беляев Г.Ю. Могут ли в наше время учреждения образования успешно взаимодействовать с молодежными объединениями? / Г.Ю. Беляев // Проблемы современного образования. – 2013. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mogut-li-v-nashe-vremya-uchrezhdeniya-obrazovaniya-uspeshno-vzaimodeystvovat-s-molodezhnymi-obedineniyami> (дата обращения: 06.12.2022).
2. Медиапотребление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLЕНИЕ_DIGITAL_14092022.pdf (дата обращения: 12.01.2022)
3. Мессенджеры в школе: новый каркас учебного процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/messendzhery-v-shkole-novyj-karkas-uchebnogo-processa> (дата обращения: 12.01.2022).
4. Никитин М.В. Управление сетевыми образовательными сообществами СПО: понятийный аппарат, гипотеза исследования / М.В. Никитин // Управление в социальных и экономических системах. – 2017. – №26. – С. 62–64.
5. Панченко И.М. Социальные сети как механизм взаимодействия педагогов в перспективе профессионального роста / И.М. Панченко, И.Ю. Суркова // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2019. – №2 (59). – С. 106.
6. Приказ «О федеральном реестре молодежных и детских объединений, пользующихся государственной поддержкой» от 8 апреля 2019 года №106 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/554249288> (дата обращения: 19.12. 2022).
7. Распоряжение «Об утверждении основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» от 25 ноября 2014 года №2403 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/420237592> (дата обращения: 19.12. 2022).

8. Собкин В.С. Современный подросток в социальных сетях / В.С. Собкин // Педагогика. – 2016. – №8. – С. 61–73.
9. Хахутадзе Н.М.К. Динамика ролевой структуры коммуникативного поведения подростков в социальных сетях / Н.М.К. Хахутадзе, О.И. Самосват, Л.М. Марадзе // Коллекция гуманитарных исследований. – 2017. – №1 (4). – С. 48–53.
10. Щербакова В.А. Паттерны коммуникации подростков в социальных сетях / В.А. Щербакова // Коммуникология. – 2020. – Т. 8. №1. – С. 128–136. – DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-1-128-136
11. Global Statshot [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kepios.com/?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Article&utm_campaign=Digital_2022 (дата обращения: 12.01.2022).