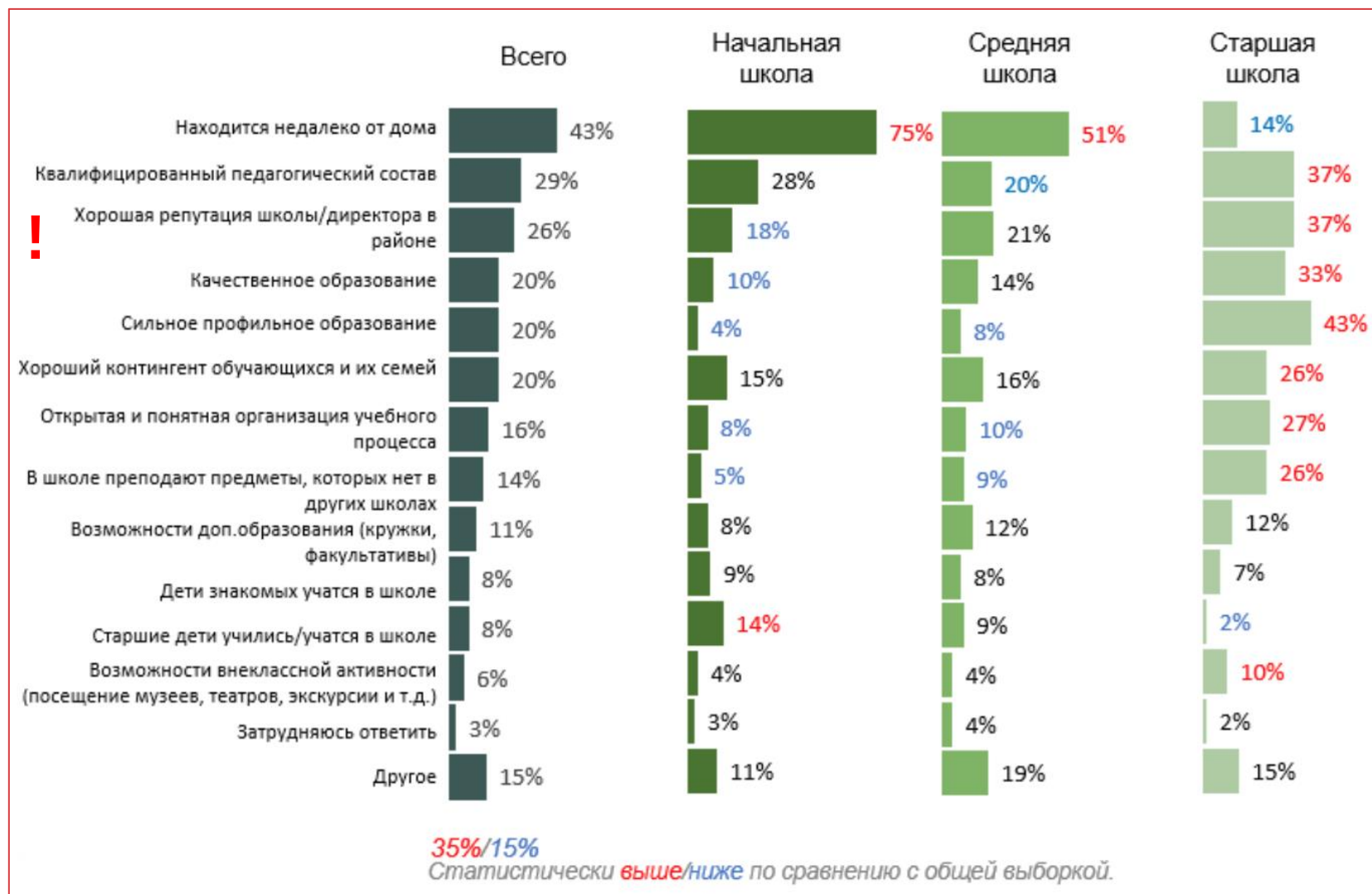


- Милкус Александр Борисович, заведующий лабораторией медиакоммуникаций в образовании Факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ,
- обозреватель по образованию и науке ИД «Комсомольская правда».

Учитель сегодня – как герой шоу «За стеклом»

Из афоризмов народного учителя РФ,
директора ЦО «Царицино» Ефима Лазаревича Рачевского

Как работает бренд школы



Ожидания родителей от
современному учителю:

- Умение вести урок,
- Знание своего предмета,
- Умение коммуницировать
с родителями и учениками,
используя современные
инструменты обратной связи

Основной канал получения информации – чаты в мессенджерах. На втором месте по популярности – электронная почта. Официальный сайт школы занимает третью позицию среди всех каналов коммуникации.

- Жалоба:
- *«У нас учительница выкидывает какую-то информацию в чат, очень часто получается так, что не всю».*

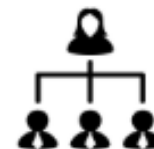
Но при этом!!!

Нужно
индивидуальное
общение

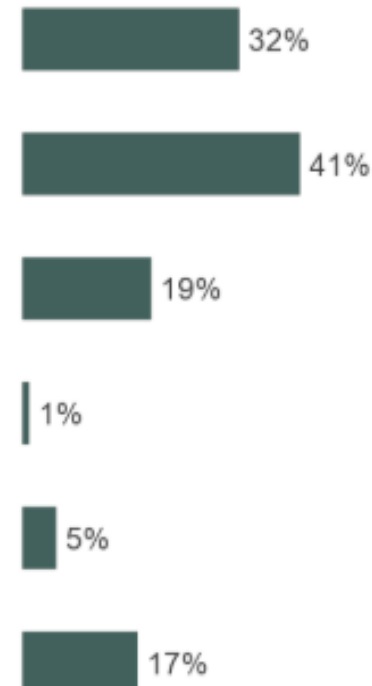
(Ну как дети же...)



Коммуникация
с учителем



Коммуникация с
администрацией



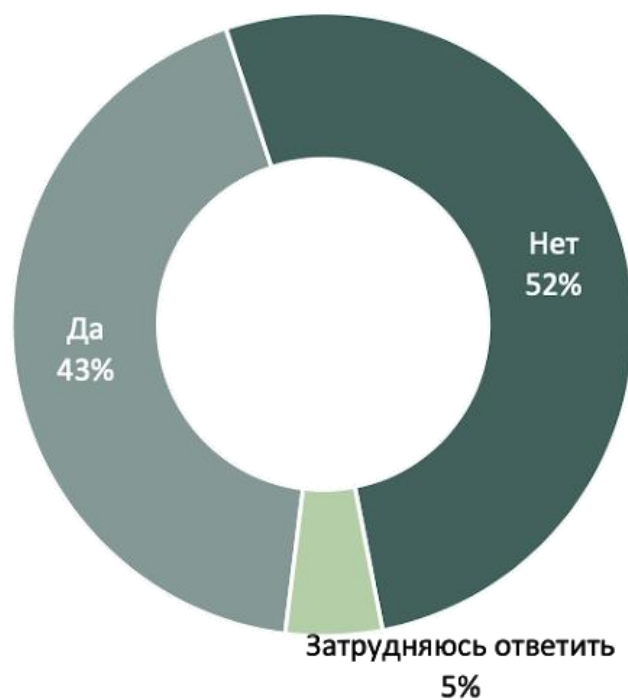
Каналы получения родителями информации - индикатор включенности в процесс обучения ребенка. Чатов и электронного дневника должно бы быть достаточно.

Но! Оказалось., что **только 43% подписаны на социальные сети школы.**

Из тех, кто подписан на группы в социальных сетях, **41% отметили, что это аккаунт в Facebook, 37% следят за Instagram.**

- *«В основном, WhatsApp, а также Instagram они ведут. Там сторис выкладывают, картинки всякие, ну, в основном вот эти [источники новостей], все люди сейчас этим пользуются, на сайт редко заходим» (1 класс).*

Ну и как
с ними
общаться?



Твоя моя не понимает

- Родители видят, что школа меняется довольно быстро, но не всегда понимают эти изменения.
- Что уж говорить о соседях, которые детей в школу не водят?

Какую
информацию
ждут
от учителя

- о методиках преподавания предметов;
- о взаимодействии с учащимися;
- о внешкольной и дополнительной деятельности учащихся;
- об организации регулярных внутренних школьных событий;
- о работе с родителями;
- о работе методических объединений;
- о подготовке и проведении экзаменов.

Вести соцсети или не вести?

- *Формирование профессионального имиджа.*
- Как современный пользователь интернета и социальных сетей, учитель тоже хочет вести себя активно и стараться следовать тенденциям: размещать интересный контент (например, про методику преподавания) или делиться опытом, включая дистанционное обучение. Но учитель должен быть аккуратен в выражениях, стараться не подвергать имидж и репутацию школы сомнению, ведя свой блог.
- Учитель – представитель всей школы.

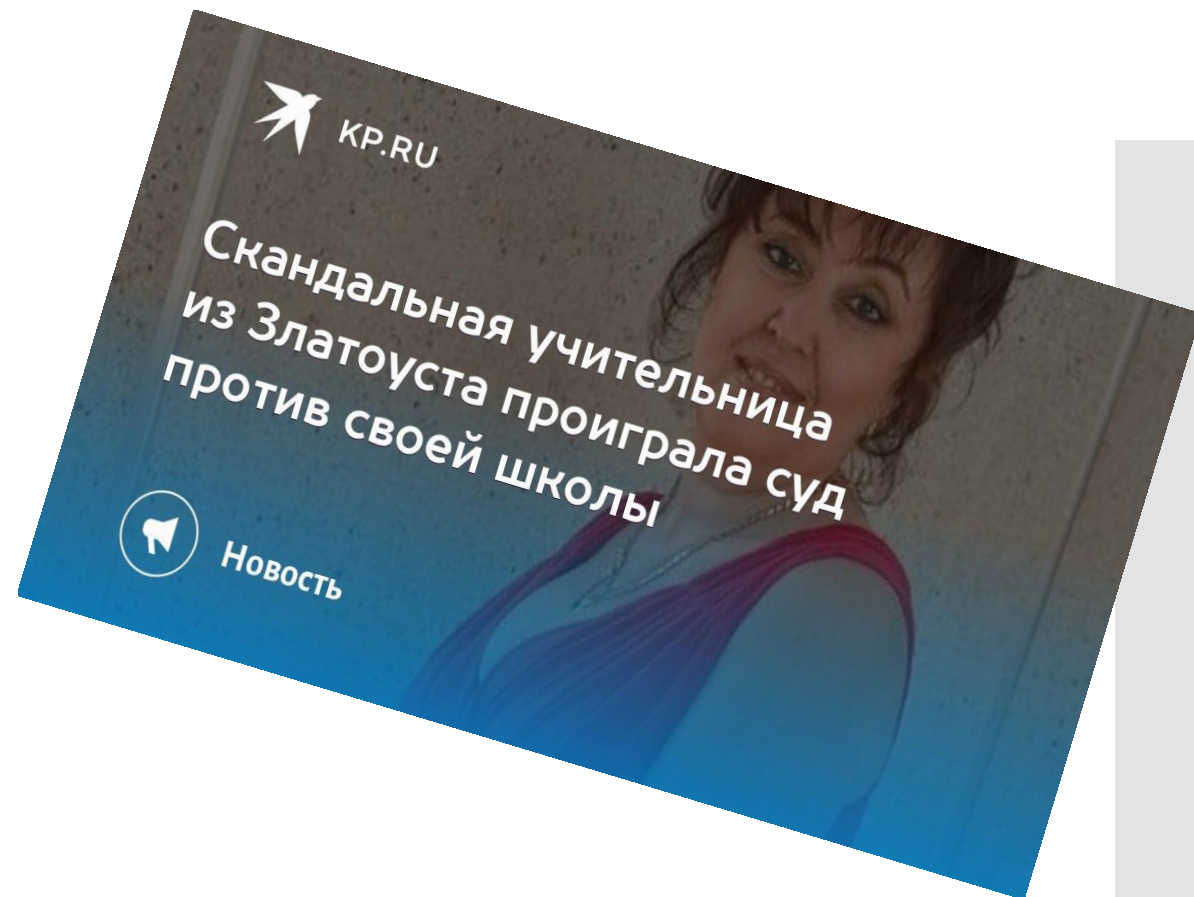
Мины на пути

- *Репосты.* Учителю стоит быть осторожным при размещении репостов на своей странице. Важно помнить, что информация не должна быть недостоверной или заведомо ложной.
 - Страничка может стать ареной для выяснения отношений родителями
-
- А как же личная жизнь?

**Я мстю
и мстя моя ужасна**



**В СМИ
обращается
обиженная
учительница...
Или нервный
родитель.**



**Как реагировать в соцсетях
и вообще в интернете?**

Самый
«непробиваемый»
ресурс -
репутация



От новой среды
не отвертеться.
И внезапный дистант
тому лучшее
доказательство

Вывод:
школам нужно
самим учиться
и учить
школьников
грамотным
и безопасным
медиа-
коммуникациям



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Лаборатория медиакоммуникаций в образовании
март-апрель 2021 г.

Контакты:

Руководитель лаборатории
Александр Милкус

amilkus@hse.ru

Заместитель руководителя лаборатории
Дарья Сапрыкина

dsaprykina@hse.ru

Семинар

1 группа:

Нужно сделать сообщение на сайте школы о лекции про медиакоммуникации, которая только что состоялась. Формат? Оформление? Раздел? Аудитория?

2 группа:

Нужно сделать сообщение в соцсетях школы о лекции про медиакоммуникации, которая только что состоялась. Какие сети? Аудитория? Что будем рассказывать? Как оформим?

3 группа

Нужно сделать сообщение в чате о лекции про медиакоммуникации. Какой чат? Кто аудитория? Набросать само сообщение.

4 группа

Нужно сделать мультимедийный продукт по итогам лекции про медиакоммуникации, которая только что состоялась. Какие инструменты использовать? Аудитория? Что хотим донести?