

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АССОЦИАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И НАУЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ
«СИБИРСКИЙ ОТКРЫТЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (АСОУ)

РАЗВИТИЕ ЕДИНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Материалы
XIV Международной научно-практической
конференции
(Томск, 29–30 сентября 2015 г.)

Издательство Томского университета
2015

ВИДЕОПРОИЗВОДСТВО МООС: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ НОВОГО ФОРМАТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА НА ОСНОВЕ ОПЫТА ТОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

DOI 10.17223/978-5-7511-2392-5/32

Ю.А. Елизарьева

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, 634050,
Российская Федерация, e-mail: elizaryeva@ido.tsu.ru

Рассматриваются проблемы и особенности производства видеоконтента в формате МООС (Massive open online courses) в контексте существующих моделей видеопроизводства ведущих платформ онлайн-образования на основе опыта Томского государственного университета.

Ключевые слова: МООС, онлайн-обучение, видеопроизводство, образовательный видеоконтент.

MOOC'S VIDEO PRODUCTION: PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF THE NEW FORMAT OF LEARNING CONTENT BASED ON THE EXPERIENCE OF TOMSK STATE UNIVERSITY

J.A. Elizaryeva

National Research Tomsk State University

The article deals with the problems and peculiarities of production of video format MOOC (Massive open online courses) in the context of the existing models of the leading video production platforms, online learning, based on the experience of the Tomsk State University.

Keywords: MOOC, online training, video production, educational video.

Первое упоминание в русской педагогической литературе вопроса об использовании «кинематографа» в процессе обучения пришлось еще на 1897 г. История же использования видео в образовании насчитывает уже более пятидесяти лет, после того как в 1951 г. американская фирма «Bing Crosby Enterprises» представила видеомаягнитофон VHS (VideoHomesSystem).

Магнитная запись, просмотр видео и съемка с нескольких камер дали возможность использовать видео в образовании по всему миру: создавались медиатеки записанных лекций профессоров, учебные фильмы по различным предметам, стали появляться российские и

зарубежные учебно-методические комплексы (УМК), в состав которых входили видеоматериалы.

Запускались специальные телевизионные каналы, которые транслировали обучение через Интернет, когда учитель (лектор) читает материал урока (лекции), примерно так же, как и офлайн (в аудитории).

Видео как средство обучения, как видим, используется уже давно. Сегодня от формата «говорящих голов», документальных и научно-популярных учебных фильмов и передач мировое образовательное сообщество пришло к формату МООС (массовых открытых онлайн-курсов), в котором видеолекция является основным содержательным компонентом.

Сегодня мы наблюдаем большое количество разнообразных жанровых форм видеоконтента в Интернете. Согласно последней статистике YouTube, образовательные или обучающие видео обогнали по популярности так называемые «видео с котиками». Но не всякое образовательное видео можно включать в онлайн-курс. В мире складывается определённая тенденция к повышению качества онлайн-образования. Основная ставка делается на формат массовых открытых онлайн-курсов, поэтому стоимость производства их видеоконтента достаточно высока.

Каждая МООС-платформа предлагает университетам свои рекомендации по производству видеоконтента.

Томский государственный университет в своей практике производства онлайн-курсов ориентируется на рекомендации двух платформ-провайдеров («Лекториум» и «Coursera»), при этом учитывая собственные возможности.

К примеру, «Лекториум» советует своим партнёрам перед тем, как приступить к разработке нового МООС, изучить преподавателя и войти с ним в контакт. Такое «изучение» проходит в виде анализа информации, которую можно найти о преподавателе в Интернете, простой видеозаписи его аудиторных занятий (манера изложения материала, внешний вид, индивидуальные особенности и пр.), непосредственного общения. Только после этого продюсер и методист вместе с лектором начинают работу по выстраиванию курса. Это этап препродакшн.

Такая работа очень важна в связи с тем, что видеоконтент, предназначенный для интернет-пространства, – это продукт особого типа: образовательные ролики вынуждены конкурировать за внимание

пользователей сети как с развлекательным контентом, так и между собой. Поэтому лекции должны с первых секунд «цеплять» слушателя. Но проблема в том, что в эти первые мгновения слушатель видит только лицо лектора, который знакомит его с темой и с самим собой.

Томский государственный университет работает с теми преподавателями, которые прошли конкурсный отбор на разработку МООС, следовательно, возможность оценить потенциал лекторов появляется уже только в процессе записи лекций. И это рождает определённые трудности: этапы производства курса не последовательны, они микшируются, накладываются друг на друга, тем более, что сроки всегда довольно сжаты.

Ещё одна трудность заключается в том, что многим преподавателям не хочется потерять основательность и глубину изложения материала в онлайн-формате. Эта очень сложно реализуемая стратегия видеопроизводства – совместить несовместимое (фундаментальность, интерактивность и зрелищность) – заставляет нашу команду ломать себе голову каждый день и пытаться убедить в необходимости упрощения структуры и языка курса преподавателей, которые привыкли читать лекции «так, как привыкли».

Мы в работе над курсами использовали студию ТВЦ ТГУ с хромакеем (синий или зелёный фон) и суфлёром, интерьерные и натурные съёмки, а также специальный реквизит. На своём опыте мы убедились в правильности отказа от суфлёра: речь преподавателя в лекции, таким образом, становится живой, разговорной. Это должно выглядеть как общение через экран, а не как видеозапись обычной аудиторной «пары». Как бы ни был хорошо прописан текст лекции для суфлёра, даже очень хорошее прочтение очень артистичным лектором выглядит неестественно: стеклянный взгляд, глаза, бегущие по строчкам, – всё это представляет преподавателя не как знатока своего предмета, который может убедить, рассказать, увлечь материалом, а как «говорящую голову». Такому лектору слушатель не сильно доверяет.

Теперь мы предлагаем преподавателям готовить для записи не полностью прописанный дословный сценарий, а примерный сценарий лекции. Он выглядит следующим образом: создаётся таблица, которая делится на две колонки: «Аудио» и «Видео». В колонке «Аудио» автор прописывает тезис – то, о чём говорит в этой конкретной части лекции, в колонке «Видео» – то, что в это время происходит на экране (в каком

положении лектор в кадре, текстовая графика, инфографика, анимация, 3D-графика, фото, архивное видео и др.).

Колонка «Видео» особенно важна для осуществления монтажа лекции. Здесь режиссёр монтажа видит то, какой должна быть «картинка», в каком месте следует разместить графику или анимацию и визуально подкрепить речь лектора.

Кроме сценария, на этапе видеопроизводства преподаватели присылают режиссёру монтажа иллюстративные материалы, которые необходимо включать в лекции: изображения, видеоролики, архивные записи, презентации.

Монтажёр – это первый слушатель курса. Поэтому к его советам преподавателям следует относиться внимательно и учитывать их.

После монтажа лекции отправляются на отсмотр преподавателю, который прописывает, что необходимо исправить. После этого видеолекции проверяет корректор на наличие ошибок в текстовой графике.

Финальный этап – «упаковка» курса, или разработка его фирменного стиля. Студия «Лекториум» разрабатывает фирменный стиль ещё на этапе препродакшна. К моменту, когда мы узнали о том, что каждый курс должен иметь свой фирменный стиль, курсы нашего университета уже находились в разработке, поэтому создание фирменного стиля у нас происходило на завершающем этапе видеопроизводства новых курсов.

В гайдлайн по фирменному стилю входит, например, следующее: цветовая гамма, шрифты, стиль анимации и графики и др.

Также фирменный стиль должен соответствовать целевой аудитории курса. Но в большинстве случаев целевая аудитория довольно разнообразна и приходится ориентироваться на всех.

Не следует пренебрегать тщательной проработкой фирменного стиля. Это то, что привлекает слушателя, органично дополняет лектора в кадре, помогает с комфортом донести до слушателя информацию и надёжно закрепить её в его сознании. По сути, это ещё один инструмент привлечения и удержания внимания слушателей. Видеопроизводство курса – это процесс творческий и требует индивидуального подхода. Нет таких курсов, которые легко можно сделать за месяц: хорошие сложные курсы потому и хороши, что требуют много времени на разработку, слабые курсы требуют ещё больше времени, так как необходимо искать подходы, пути и решения для того, чтобы как-то их разнообразить, сделать привлекательными для слушателя. Поэтому дедлайны должны быть адекватными.

Наша команда видеопроизводства МООС сейчас работает в режиме постоянного эксперимента, проб и ошибок, набивания шишек и получения опыта. Но мы можем сказать, что наши курсы уже отличаются от тех, которые разрабатывают другие университеты и студии, своим собственным стилем. Что это за стиль? Что это за атмосфера? Мы пока определить не можем. Но мы над этим работаем.

НЕОБХОДИМЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБЩЕГО И ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ВЫСТРАИВАНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ВУЗАМИ И ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

DOI 10.17223/978-5-7511-2392-5/33

А.А. Ванюкова

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, 634050,
Российская Федерация, e-mail: avanucova@list.ru

Рассматриваются вопросы интеграции общего и дополнительного образования детей. Выстраивание партнерских отношений с вузами и общественными организациями является одним из перспективных инновационных способов решения многих проблем модернизации системы образования. Содержательный компонент процесса интеграции общего и дополнительного образования детей рассматривается на двух уровнях: на уровне содержания образования и на уровне содержания интеграции. Стоит особо обратить внимание на то, что интеграция – это не объединение, а создание сетей, в основе которых не учреждения, а образовательные программы.

Для того чтобы процесс интеграции общего и дополнительного образования детей постоянно развивался, необходимо его обновление содержательно. Поэтому значительную роль необходимо отвести информационному и методическому сопровождению.

Ключевые слова: интеграция, модернизация, образовательная среда, коммуникационные ресурсы.

NECESSARY CONDITIONS FOR EFFECTIVE INTERACTION AND SUPPLEMENTARY EDUCATION AND THE IMPLEMENTATION OF COOPERATION WITH UNIVERSITIES AND PUBLIC ORGANIZATIONS

A.A. Vanykova

National Research Tomsk State University

Integration of general and additional education of children, forming partnerships with universities and community organizations is one of the most promising innovative