

СОДЕРЖАНИЕ И НАПРАВЛЕННОСТЬ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА (6–7 ЛЕТ) НА ОСНОВЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ ВКОНТАКТЕ

Смирнова Е.Ю., Иванова Н.О.

ФГБОУ ВО «Великолукская государственная академия физической культуры и спорта», Великие Луки, e-mail: lenhicpress@mail.ru

В статье рассмотрено новое направление организации и проведения спортивного соревнования в условиях, когда невозможно собрать всех участников мероприятия в одном помещении. Изучены основные социальные платформы, проведен их анализ, определены структура и формы использования. С помощью проведенного опроса нам удалось выявить наиболее предпочтительную социальную сеть для создания аккаунта спортивного мероприятия «Юные Олимпийцы» – Instagram, но в связи с меняющейся ситуацией, связанной с введенными в РФ санкциями и ограничениями, было принято решение о создании официальной группы в социальной сети, которая заняла второе место по актуальности среди опрашиваемых нами пользователей, – ВКонтакте. Выбранная социальная платформа наиболее полно отвечает всем требованиям к проведению спортивного соревнования по физическому воспитанию детей дошкольного возраста (6–7 лет). В связи с ограничениями, связанными с COVID-19, соревнования проходили в новом онлайн-режиме. Онлайн-режим представляет собой проведение прямых трансляций в процессе самих соревнований, информирование, а также предоставление фото- и видеотчета в группе в ВКонтакте. Для возможности организации спортивного соревнования были разработаны механизмы пользования данной платформы всеми заинтересованными сторонами: организаторами соревнований, инструкторами по физическому воспитанию, родителями.

Ключевые слова: физическое воспитание, спортивные соревнования, дошкольники, социальная платформа, ВКонтакте.

THE CONTENT AND ORIENTATION OF PHYSICAL EDUCATION OF PRESCHOOL CHILDREN (6–7 YEARS) BASED ON THE CAPABILITIES OF THE VKONTAKTE DIGITAL PLATFORM

Smirnova E.Yu., Ivanova N.O.

FGBOU VO Velikie Luki «State Academy of Physical Education and Sport», Velikie Luki, e-mail: lenhicpress@mail.ru

The article is devoted to the coverage of a new direction of organizing and conducting a sports competition in conditions when it is impossible to gather all the participants of the event in one room. The main social platforms have been studied, their analysis, structure and forms of use have been carried out. With the help of the survey, we were able to identify the most preferred social network for creating an account for the sports event «Young Olympians» – Instagram, but due to the changing situation related to the sanctions and restrictions imposed in the Russian Federation, it was decided to create an official group on the social network, which took second place in relevance for the users we interviewed – VKontakte. The chosen social platform most fully meets all the requirements for holding a sports competition for physical education of preschool children (6–7 years old). Due to the restrictions related to COVID-19, the competitions were held in a new online mode. The online mode is the conduct of live broadcasts during the competitions themselves, informing, as well as providing photo and video reports in a group in VKontakte. For the possibility of organizing a sports competition, mechanisms have been developed for using this platform by all interested parties: organizers of competitions, physical education instructors, parents.

Keyword: physical education, sports competitions, preschoolers, social platform, VKontakte.

Современная система физического воспитания детей является неотъемлемой частью жизнедеятельности общества. Необходимость физического воспитания социально определена как внешними условиями, так и внутренними факторами. Оно требует гармонизации целей, задач, содержания и способов физического воспитания детей в связи с

изменившимися общественными потребностями и условиями жизнедеятельности. Для его эффективного функционирования необходимо активизировать все процессы информатизации физического воспитания [1].

Спортивные соревнования «Юные Олимпионики» с 2007 г. проводились в очном формате без применения социальных платформ.

ВКонтакте – самая популярная социальная сеть в Рунете [2]. Сеть ВКонтакте популярна у 78% населения России. Активная аудитория в российском сегменте в ВКонтакте на начало 2021 г. составляет 74 млн человек, 54,7% из них женщины, а 45,3% – мужчины.

После интенсивной работы с социальной сетью ВКонтакте были выделены следующие преимущества:

- 1) активность аудитории в сообществах;
- 2) удобные инструменты для отслеживания посещаемости, действий пользователей в сообществе [3];
- 3) множество возможностей взаимодействия с аудиторией в сообществах;
- 4) высокая кликабельность аудитории;
- 5) развитость рекламной сферы;
- 6) возможность быстрой обратной связи (ответ на сообщение, вопрос; принять звонок посредством самой сети ВКонтакте);
- 7) «сарафанное радио», создаваемое пользователями сети ВКонтакте.

Сообщества (группы) в социальных сетях все еще являются эффективным инструментом для коммуникации. Сообщества ВКонтакте – это группы людей, объединенных по интересам. С их помощью формируют лояльную аудиторию, продвигают товары и услуги, получают обратную связь от пользователей.

Цель исследования – описать создание сообщества ВКонтакте для проведения и трансляции в прямом эфире спортивных онлайн-соревнований среди дошкольных образовательных учреждений (ДОУ).

Материал и методы исследования

Нами была создана группа «Юные Олимпионики» из участников и поклонников соревнований «Юные Олимпионики» [4]. Сообщество создано для информирования, увеличения вовлеченности аудитории, а также проведения соревнований в онлайн-режиме в период COVID-19. Приоритет при ведении группы отдается именно общему охвату, а не росту числа подписчиков.

Сообщество предполагает создание короткого адреса: https://vk.com/olympik_vl. Этот адрес можно указывать в виде ссылки в рекламных материалах, в рассылке.

ВКонтакте дает возможность выбора типа групп: открытая, закрытая и частная. В открытую группу может вступить любой пользователь, материалы группы находятся в открытом доступе, поэтому предпочтение отдано именно этому варианту.

Результаты исследования и их обсуждение

При создании группы был выбран формат – мероприятие. Связано это с тем, что так можно обмениваться мнениями, оставлять комментарии, узнавать о последних новостях и событиях при проведении соревнований и т.п. Это некий кружок по интересам. Данный вид сообщества существует с самого создания социальной сети ВКонтакте. Тематика создаваемой группы – спортивные события.

Сообщество предполагает 5 видов руководства, но мы использовали всего 2.

1. Владелец группы – он может быть только один. Обычно это человек, который ее создал. У него неограниченные права на управление группой (например, он может поменять статус группы на публичную страницу). Владелец может передать свои права другому человеку; если передумает, есть 14 дней для аннулирования передачи.

2. Администратор – может назначать и снимать администраторов, изменять название и адрес сообщества.

Специально для соревнований «Юные Олимпионики» были созданы обложка, находящаяся вверху паблика, и кнопка действия, которая находится сразу под шапкой сообщества (рис. 1). Настраивать название и функционал кнопок можно по своему желанию в разделе «Управление». В нашем случае кнопка действия переводит пользователя на официальный сайт соревнований.



Рис. 1. Обложка сообщества «Юные Олимпионики»

Для аватара сообщества была выбрана тематическая картинка с названием соревнований (рис. 2).



Рис. 2. Аватар сообщества «Юные Олимпионики»

Также нами создано меню группы. Меню – это навигатор, набор внутренних ссылок, которые ведут человека в какие-то тематические разделы или блоки. С помощью меню можно выделить важную информацию, и помочь посетителям найти ее. В сообществе «Юные Олимпионики» в меню входят такие разделы, как: «История соревнований», «Организационный комитет», «Официальные представители», «Этапы соревнований», «Конкурс рисунка» и «Технологическая карта».

Раздел со ссылками расположен в правом боковом меню (рис. 3). Он помогает улучшить коммуникацию с пользователями, показав им массу вариантов для связи и общения: это ссылки на другие социальные сети, ссылка на сайт, ссылки на ВК-сообщества партнеров.

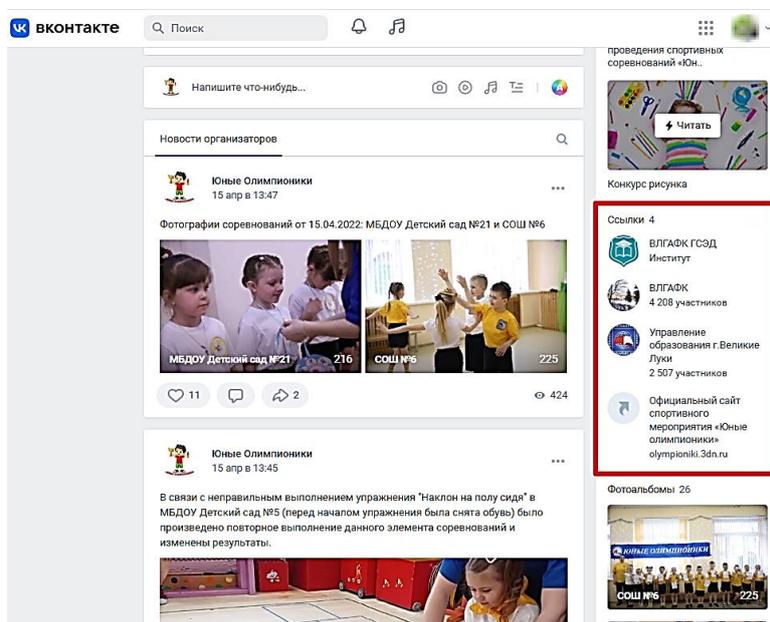


Рис. 3. Раздел «Ссылки» в сообществе «Юные Олимпионики»

Основное место размещения контента – стена. В группе именно там появляются свежие посты и информация.

Существует большое многообразие контента, которое можно опубликовать на стене сообщества, но в нашем случае были выбраны следующие виды:

1) обучающий контент – один из основных видов контента в сотнях групп и сообществ. В сообществе «Юные Олимпийщики» обучающий контент представляет собой публикации в нескольких форматах:

– обучающие статьи и видео (комплекс базовых спортивных элементов, которые выполняются перед основным этапом соревнований и служат для разогрева мышц и подготовки к предстоящим нагрузкам). Также у участников будет возможность обучения и ознакомления с тестовыми заданиями, которые будут проводиться в период проведения соревнований (рис. 4);



Рис. 4. Тестовые задания к интеллектуальному конкурсу «Знатоки Олимпизма»

– инструкции (инструкция для просмотра прямых трансляций, инструкция для проведения прямых трансляций);

2) коммуникативный контент – это вид контента в социальных сетях, побуждающий аудиторию к общению, диалогу, любому варианту взаимодействия. Формат коммуникативного контента в созданной нами группе представляет собой:

– обсуждения, которые подразумевают выявление каких-либо пожеланий и вопросов со стороны подписчиков и, соответственно, обратную связь со стороны организаторов и администраторов сообщества;

– Live-трансляции в прямом эфире в процессе проведения соревнований;

– создание опросов и вопросов в Stories группы (рис. 5);



Рис. 5. Пример вопроса в Stories в группе «Юные Олимпионики»

– конкурсные работы участников соревнований, за которые будут голосовать участники группы для выявления победителя в промежуточном этапе;

3) новостной контент – этот вид контента включает новости соревнований «Юные Олимпионики». Новостной контент содержит в себе анонсы предстоящих событий в период соревнований (дату и график проведения, объявления о различных конкурсах и т.п.) (рис.6);

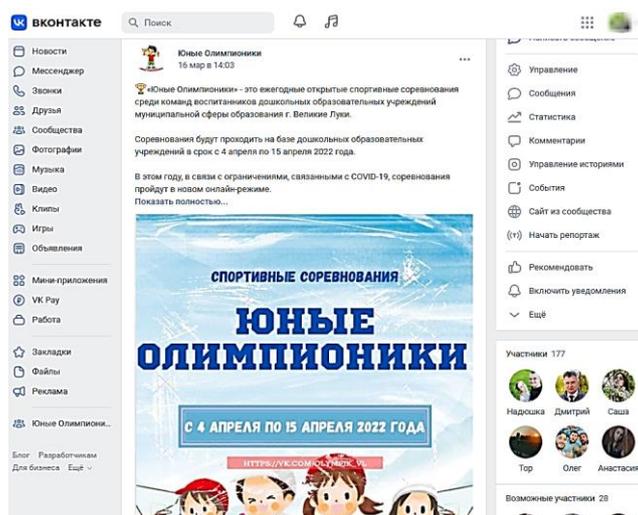


Рис. 6. Анонс соревнований «Юные Олимпионики»

4) репутационный контент – это вид контента, цель которого – сделать более привлекательным имидж мероприятия, поддержать лояльность к нему аудитории. Репутационный контент представляет собой посты, содержащие в себе информацию об истории соревнований, организаторах и спонсорах соревнований;

5) развлекательный контент. В данный формат контента будет включена публикация фото- и видеоматериала с соревнований (рис. 7).

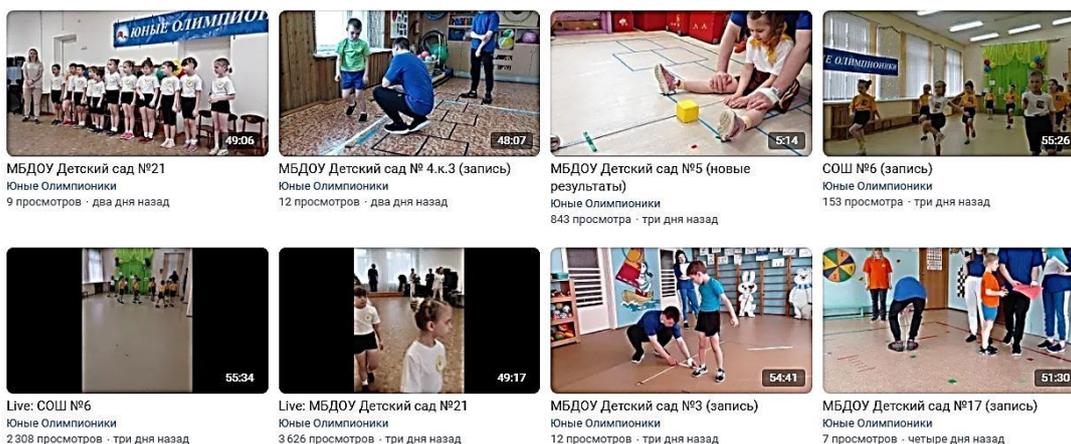


Рис. 7. Видеоматериал с соревнований «Юные Олимпионики»

Закрепленный пост – очень важная часть оформления сообщества в ВК (демонстрируется над лентой публикаций). В качестве закрепленного поста в группе выбран анонс – дата старта соревнований, а далее приведены онлайн-конкурс рисунков и информация о завершении соревнований.

Аналогично показаны статьи, оформленные с помощью вики-разметки, их можно разместить и в правом меню, и как блок в центральной части страницы над лентой новостей; центральное размещение заметнее и даст больше кликов (рис. 8). Точно так же пользователь видит сначала обложки статей – если они единообразны, это улучшает визуальное восприятие сообщества.



Рис. 8. Пример статей, опубликованных в сообществе «Юные Олимпионики»

Из статей состоит созданное меню, а также с помощью данного формата осуществляется постинг в ленту.

Не так давно в ВКонтакте появилась функция Stories в формате фото и видео, там могут содержаться различные стикеры, помогающие создать коммуникацию с подписчиками [5]. Среди наиболее значимых для вовлечения подписчиков аккаунта спортивного мероприятия «Юные Олимпионики» нами были выбраны такие стикеры, как: опросы, мнения.

Опрос подразумевает создание вопроса со стороны администратора аккаунта на фоне фото- или видеоконтента, сопровождающегося двумя или более вариантами ответа. После того как человек проголосовал, администратор видит, сколько процентов пользователей проголосовало за тот или иной вариант.

ВКонтакте есть популярный стикер – мнения в Stories. Он позволяет опрашивать аудиторию в Stories и получать вопросы и мнения от пользователей. Все вопросы, заданные пользователями, администратор профиля получает автоматически.

Каждая Stories может сопровождаться музыкальной аудиодорожкой, а также текстом с применением различных инструментов (масок, эффектов и т.д.). Любая Stories по истечении 24 часов автоматически сохраняется в архив.

Общение с подписчиками соревнований происходит с помощью сообщений – это внутренний мессенджер, созданный для переписки с пользователями. Кроме того, он позволяет отправлять медиафайлы, голосовые сообщения.

Статистика будет собираться автоматически и станет хорошим подспорьем для оценки постов и разработки нового контента с учетом отзывов подписчиков.

Все виды визуального контента созданы с помощью приложения Canva – это самый популярный сервис-редактор изображений. Здесь имеется много готовых шаблонов для оформления разных элементов сообществ, например постов, обложек и меню.

В качестве развлекательной миссии сообщества после проведения соревнований необходимо предлагать подписчикам различные подборки: хороших книг и фильмов; сервисов, открывших бесплатный доступ на время карантина; онлайн-экскурсий и туров; трансляций видеоматериалов, способствующих развитию физических качеств, выносливости; идей для занятий спортом дома; экспериментов и творческих занятий для детей; идей для организации досуга дома.

ВКонтакте представляет собой платформу, которая развивается вместе с человеком, набирая все большую популярность среди общества. Данная площадка охватывает огромную группу людей, предоставляя различного рода контент и занимая не последнее место в повседневной жизни человека.

Выводы

В настоящее время способы коммуникации с участниками и поклонниками спортивных соревнований «Юные Олимпионики» могут существенно отличаться от тех, что были ранее. По причине быстрых темпов роста аудитории и высокой степени вовлеченности пользователей в различные социальные платформы становятся актуальными продвижение и популяризация соревнований в принципиально новом, «свежем», информационном пространстве, представляющим собой группу ВКонтакте.

Данная технология может эффективно использоваться как современный метод совершенствования физического воспитания детей дошкольного возраста.

Список литературы

1. Албегов Ф.Г., Албегова И.Ф. Использование социальных сетей как инновационной технологии в образовании // Личность, интеллект, метакогниции: исследовательские подходы и образовательные практики: материалы I-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Калуга, 20–21 мая 2016 г.). Калуга: Издательство «Эйдос», 2016. С. 192-200.
2. Тулаев Н.А. Особенности функционирования социальной сети «ВКонтакте» // Наука и образование: новое время. 2019. № 6 (35). С. 34-37.
3. Морозова А.А. Мультимедийные возможности социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 1 (31). С. 200-208.
4. Рейтинг социальных сетей. Январь 2021 // RANKING.KZ. [Электронный ресурс]. URL: <http://ranking.kz/ru/a/reviews/rejting-socialnyh-setej-yanvar-2021> (дата обращения: 27.04.2022).
5. Юные Олимпионики // Официальная группа соревнований «Юные Олимпионики» г. Великие Луки. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/olympik_vl (дата обращения: 18.04.2022).