

**Модестова Татьяна Владимировна,**  
к.п.н., директор, методист ИМЦ Петроградского района Санкт-Петербурга,  
**Баронене Светлана Геннадьевна,**  
к.философ.н., доцент НИУ ВШЭ,  
руководитель ГЭП ИМЦ Петроградского района Санкт-Петербурга  
**Демьянова Ольга Юрьевна,**  
к.психол.н., заведующий ЦНППМ ГАОУ ДПО “ЛОИРО”,  
методист ИМЦ Петроградского района Санкт-Петербурга;  
**Никаноров Рудольф Владимирович,**  
заместитель директора, методист ИМЦ Петроградского района Санкт-Петербурга

## **АПРОБАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГИБКОГО КЛАССИФИКАТОРА НА ПРИМЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ СОЗДАНИЯ СООБЩЕСТВА ИННОВАТОРОВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

В языке, как в зеркале, отражаются изменения культурно-исторического, экономического и политического контекста жизни общества. Цифровизация требует обновления инструментов работы с большими потоками информации, особенно в профессиональной сфере, где необходимо оперативно оценивать содержание и целевую аудиторию информационного блока. Одновременно с интерпретацией информации адресат выбирает канал и средства передачи ответа.

В деловой сфере общения существуют устоявшиеся требования к электронной переписке. Сложности возникают при организации профессиональных сообществ, где участников объединяют профессиональные интересы и желание создать отдельное тематическое пространство для общения.

Одним из ответов на этот запрос стало использование хештегов. Патрушева Л.С. в статье показывает, что хештеги эволюционировали “от средства индексирования к средству коммуникации и реализации творческого потенциала” [1].

Основная функция хештега – индексирование – отступает на второй план, хештеги используются для передачи информации, эмоций, указания на местоположение и событие, для самоописания и самопрезентации, для формирования стиля и создания эстетики внешнего вида текста. Хэштеги помогают рекламировать сообщества и продвигать услуги.

Хештегирование (термин из статьи Патрушевой Л.С., 2024) стало модным процессом, участники сообществ используют как инструмент игрофикации, проявляя лингвистическую креативность. В составе хештегов встречаются необычные метафоры, парафразы и нарушения языковой нормы. По словам автора [1], хештегирование можно рассматривать как значимое смысловое содержание сообщений, отражающее их цель, условия создания, авторское отношение к написанному тексту и ожидание обратной связи - “эмоции” или “реакции” в социальной сети.

В исследованиях виртуальных коммуникаций подчеркивается, что хештеги могут быть словами, словосочетаниями или предложениями, могут содержать эмодзи (иконки с эмоциями). Их используют в качестве подписи после текста или фотографии, в тексте публикации для определения тематической рубрики и как самостоятельные подписи к изображениям.

Авторы статьи предлагают использовать хэштегирование как инструмент реализации гибкого классификатора инноваций в системе образования на примере управления процессом создания профессионального сообщества.

## 1. Описание проблемы

### Проблема:

Классификация – возможность сориентироваться в многообразии объектов. Разнообразие классификаций отражает многочисленные развилки классификаторов, отражающие специфику целей, смыслов, запросов, интересов и намерений пользователей, зафиксированных в процессе целеполагания.

Идеальной классификации не существует. В то же время существует запрос на оптимальные решения в области методов, средств, технологий и управленческих решений, актуальных для поддержания жизнестойкости образовательных организаций (далее - ОО) и высокого качества образования.

Руководители региональных и муниципальных органов управления образованием, руководители ОО, педагоги и специалисты в области детства формируют запросы к обеспечению рабочих и учебных пространств с целью повышения эффективности профессиональных навыков и личностных качеств и устойчивой продуктивности результатов своей работы.

Значительную часть запросов формулируют педагоги-инноваторы, разрабатывающие на местах новые нормы и правила использования/реализации известных педагогических средств и методик.

Специфика запроса – производная от ситуации, обладающей особенностями в каждом отдельном случае и социальной/профессиональной роли пользователя.

**Целевая аудитория (участники апробации):** руководители региональных и муниципальных органов управления образованием, руководители образовательных организаций, педагоги и специалисты в области детства.

## 2. Решение

**Описание решения:** Современный классификатор с функцией поисковика в базе данных: прототип «гибкая настройка»;

### Преимущества:

Возможность для любого субъекта поиска инновационного решения «двустороннего движения» по схеме «размещаю продукт с учетом его специфики – ищу продукт с учетом специфики своего запроса».

**Таблица 1**  
**Запросы субъектов инновационной деятельности в сфере образования**

<b>Руководитель УО (регион, город, район)</b>	<b>Руководитель образовательной организации</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ мониторинг инновационной деятельности в регионе по показателям, важным в рамке фокусов политики</li><li>❖ принятие решения: поддержать финансирование проекта или отклонить?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ поиск инструмента для решения управленческой задачи (например, повышения образовательных результатов обучающихся школы)</li><li>❖ определение уникальности инновационного проекта своей ОО (аналоговый анализ)</li></ul>
<b>педагог - автор продукта</b>	<b>педагог - пользователь продукта</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ понять, существуют ли аналоги</li><li>❖ определить место своего продукта в существующем разнообразии</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ быстро найти вариант решения своей педагогической задачи</li><li>❖ иметь возможность выбора из нескольких вариантов</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ выявить свободную нишу (каких инновационных продуктов пока нет)</li> <li>❖ найти потенциальных партнеров (единомышленников)</li> <li>❖ – самопрезентация и популяризация продукта</li> </ul>	
---	--

### 3. Технология “Гибкий классификатор «Искусство хештега»”

#### Технологические особенности:

Гибкий классификатор «Искусство хештега»

Достоинства:

- не требует специального обучения (достаточно следовать инструкции)
- минимизирует трудозатраты, результаты организации информации, сообществ значительно превышают
- одновременность функций поисковика и обмена информацией/презентация своего результата
- возможность дизайна педагогических сообществ в зависимости от целей и задач их создания

#### 4. Описание апробации гибкого классификатора «Искусство хештега» в рамках организации сообщества педагогов-инноваторов и повышения эффективности их работы в этом качестве.

**Цель использования** - управление эффективностью формирования и развития горизонтальных связей между командами регионального инновационного сообщества на основе упорядочения/оптимизации информации о результатах инновационной деятельности и инновационных продуктов.

##### 4.1. Участниками апробации гибкого классификатора «Искусство хештега» являются:

- педагогическая/управленческая команда - ОО-автор заявки /предложения на создание инновационного продукта, выполняют роль экспертов по отношению к заявкам своих коллег;
- эксперты инновационных проектов;
- координаторы инновационной деятельности/организаторы сообщества инноваторов (например, ответственный методист по инновационной деятельности).

### 5. Алгоритм апробации гибкого классификатора «Искусство хештега»

#### 1 шаг

1. Предварительно организаторы подготавливают на Яндекс.Диске в общем доступе таблицу для совместной работы авторов заявок и экспертов с информацией об инновационной деятельности (Таблица 2).

Таблица 2

Пример таблицы выбора заявок и описания с помощью ключевых слов

№	ОО	Ключевые слова от инноваторов-коллег	Ключевые слова от экспертов	Хештеги от авторов заявки	Хештеги от экспертов

2. Инноваторы и эксперты читают заявку, обращая внимание особенно на те пункты, в которых описаны цели, задачи, тема и авторская идея. Чтение заявки осуществляется за короткий промежуток времени, чтобы достичь эффекта «первого впечатления».
3. После прочтения участники формулируют 5-10 ключевых слов, которые бы отражали основное содержание текста заявки. В выделенной графе можно записывать словосочетания, но они не должны быть развернутыми, рекомендуется включать не более двух слов.

При выборе ключевых слов действует тот же самый принцип, что и в аннотациях – обязательными объектами внимания читающего являются:

- ключевая идея, которую предложили в тексте заявителя,
- цель, то есть образ конечного результата,
- адресная аудитория, пользователи, которые получают выгоды от этого проекта и которые могут быть в нем заинтересованы.

4. Авторы заявок знакомятся с ключевыми словами, составленными их коллегами и экспертами, и дают обратную связь в отношении того, насколько точно предложенные перечни слов отражают содержание их заявки, предмет их разработки в рамках инновационного проекта.

Этот этап апробации стимулирует рефлексию авторского замысла, помогает увидеть новые смыслы в инновационной деятельности, новые способы выстраивания инновационного процесса.

## **2 шаг**

Организаторы подготавливают заранее ссылку на группу в социальной сети “ВКонтакте” и объявляют участникам, что сейчас работа продолжится в группе, которая станет в перспективе объединяющим началом, в нашем случае, это группа «Игротека инноватора».

*Комментарий:*

Что такое [«Игротека инноватора»](#)? Это группа в социальной сети “ВКонтакте”, которая позволяет выстраивать пространство взаимодействия, обмена идеями и опытом с коллегами.

**Сообщество “Игротека инноватора”**



**Рис. 1**

Цель создания группы – создание пространства для профессионального обмена идеями, практиками, значимой для сообщества информацией. В этой группе можно размещать анонсы о мероприятиях, приглашать коллег, размещать пост-релизы, публиковать описание идей или практик работы в сфере инновационной деятельности, а также любую другую информацию, которой пользователи готовы поделиться с участниками сообщества.

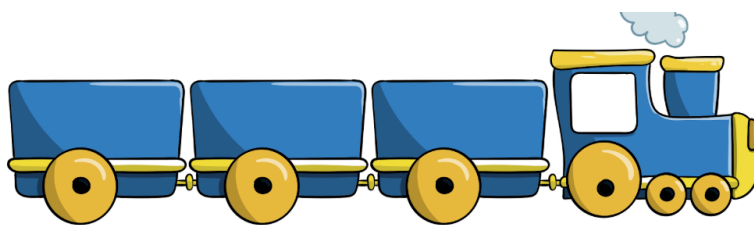
- знакомят с инструментом пользователя группы - хештегом.

### **3 шаг**

На этапе подготовки к вступлению в группу потенциальных пользователей «Игротеки инноватора» организаторы:

1. Предлагают педагогам-инноваторам 5 хештегов, каждый из которых поможет разместить свой материал в рубрике, соответствующей цели инноваторов и тематике их заявки.
2. Предварительно дают информацию о назначении и функции каждого из предложенных хештегов.
3. Представляют содержание и принцип создания 5 хештегов с помощью визуализации образа яркого паровозика (Рисунок 2), где каждый из пяти вагонов последовательно присоединяется к другому вагону и «увеличивает» весь состав.

**Примеры использования хештегов**



#ИгротекаИноватора, #ИМЦПетроградский,  
#ЦНППМ\_ЛОИРО, #Анонс, #Игрофикация

Активация Windows  
Чтобы активировать Windows, перейдите в «Панель задач»

**Рис. 2**

4. Дают комментарии к содержанию образа паровозика.

*Комментарий*

Первый хэштег – «#Игротека инноватора». Это хэштег данной группы, никто другой на всем пространстве «ВКонтакте» этот хэштег не использует, он единственный, авторский и уникальный. Если вы будете этот хэштег использовать для поиска информации и новостей «ВКонтакте», то вы перейдете только в эту группу.

Для примера, в группе уже находятся два других уникальных хэштега. Это хэштег «#ИМЦПетроградский» – хэштег информационного методического центра Петроградского района и хэштег «#ЦНППМ\_ЛОИРО» Центра непрерывного повышения профессионального мастерства (ЦНППМ) Ленинградского института развития образования (ЛОИРО).

#### **4 шаг**

На следующем этапе организаторы формулируют задание для участников так, чтобы они могли создать свои авторские хэштеги, отличающие именно их ОО от других участников группы.

#### Задание:

Педагогам-инноваторам предлагается придумать свой уникальный хэштег, который будет соответствовать конкретной ОО.

У нас уже есть три хэштега, которые являются уникальными идентификаторами: первый выводит сразу на группу «Игротека инноватора», два других – это хэштеги, которые указывают на конкретные образовательные организации.

Для создания гибкого классификатора-поисковика нам необходимо создать хэштеги, которые подходят для **конкретных ситуаций**:

- информационное освещение (пост-релиз),
- анонс предстоящего мероприятия,
- актуальные новости,
- идеи и практики,
- запрос на экспертизу и др.

#### **Классификация хэштегов:**

- хэштег-идентификатор (примеры: #ИгротекаИноватора, #ИМЦПетроградский, #ЦНППМ\_ЛОИРО);
- хэштег-ситуация (примеры: #Анонс, #Практика и др.);
- хэштег-содержание (примеры: #ФункциональнаяГрамотность, #ВСоШ, #Объективность).

Вы можете самостоятельно расширить полный перечень ситуаций, в которых используются хэштеги, посмотрев сообщения, которые уже есть в нашей группе [«ВКонтакте»](#).

Финальный, последний хэштег – это третий вагон нашего паровозика, это уже, смысловой хэштег, который приводит нас с вами непосредственно к содержанию опубликованной новости.

### Основные правила создания хештегов:

Определить цель, согласно которой вы публикуете ту или иную новость.

Сейчас наша цель – поиск информации, размещенной участниками группы «Игротека инноватора» «ВКонтакте».

Создать хештеги из ключевых слов, которые для вас подобрали коллеги-инноваторы и эксперты. К примеру, в тексте заявки были выделены слова/словосочетание «профильные классы».

Теперь мы можем создать хэштег «профильный класс», и тогда вся информация, которая будет опубликована в группе и маркирована данным хэштегом, будет легко находиться посредством этого хештега.

Таким образом, ключевые слова, которые вы сегодня разработали совместно с вашими коллегами-инноваторами и экспертами, станут навигаторами для целенаправленного поиска информации под конкретный запрос.

### **Какие возможности открывает для нас использование современного гибкого классификатора на основе хештегов?**

Используя поиск информации под конкретный запрос, вы сможете найти единомышленников, организовать совместные мероприятия и установить долгосрочное сотрудничество.

Хэштег – это особый формат, это слово, оформленное особым символом - решеткой #. Создавая хештег, необходимо избегать пробелов и каких-либо специальных символов. Не используйте длинных комбинаций из слов, словосочетания должны быть короткими, не более двух слов.

Благодаря нашим совместным усилиям, группа «Игротека инноватора» «ВКонтакте» начала свою работу. Все материалы нашей встречи уже размещены в группе.

**Эффекты от использования гибкого классификатора «Искусство хештега»:** осознание своей уникальности, аналоговый анализ, возможность взаимоэкспертизы, взаимоподдержка, формирование конкурентоспособности, повышение квалификации в режиме неформального обучения и взаимообучения, повышение культуры интернет-пользователя, развитие навыков командной работы, организации педагогических сообществ;

**Потенциал роста/развития:** формирование и развитие инновационной инфраструктуры, укрепление горизонтальных связей, улучшение качества взаимодействия в сети партнеров.

Как показывает апробация, хештегирование может стать эффективным инструментом для создания гибкой системы классификации инноваций в образовательной сфере. Оно позволяет быстро находить информацию об инновационной деятельности, изучать её содержание и формировать профессиональное общение с использованием современных цифровых инструментов. Это может способствовать профессиональному развитию инноваторов в образовании, а также помочь в поиске новых решений и партнёров.

### **Использованные источники**

1. Наволока Юлия Сергеевна Хэштег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (на примере социальной сети "Инстаграм") // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №12-3 (90). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/heshteg-tekst-kak-novyy-format-teksta-v-internet-prostranstve-na-primere-sotsialnoy-seti-instagram> (дата обращения: 21.12.2024).
2. Патрушева Л.С. Хештегирование как новый коммуникативный процесс // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2018. №3. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/heshtegirovanie-kak-novyy-kommunikativnyy-protsess>  
(дата обращения: 20.12.2024).