



БУДУЩЕЕ ЗА ONLINE ОБУЧЕНИЕМ?

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ РАСТЁТ ЗА СЧЁТ ПОНИМАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ УЧАЩЕГОСЯ, КАСТОМИЗАЦИИ КОНТЕНТА И СОЦИАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ОБУЧЕНИИ.

В современном мире онлайн-обучение стало обыденным делом: каждый из нас по несколько раз в день обращается к поисковым системам, чтобы найти ответ на свой вопрос. Именно о такой лёгкости получения знаний (учиться в тот момент, когда это необходимо, и именно тому, что необходимо прямо сейчас) мечтали в крупнейших компаниях несколько десятилетий назад, когда начали оцифровывать обучающий контент и создавать корпоративные системы дистанционного обучения. Первыми переводить в цифровой формат традиционные обучающие образовательные курсы и записывать их на оптических дисках стали в компании Boeing: в 80-х годах прошлого века сотрудники этой авиакосмической корпорации получили возможность просматривать обучающие тексты, аудиозаписи и даже видео прямо на своих рабочих местах.



За три десятилетия индустрия онлайн-обучения прошла колоссальный путь. Сегодня существует огромное разнообразие дистанционных форматов, за которыми стоит совершенно разный пользовательский опыт.

В корпоративном мире управление дистанционным образованием сегодня осуществляется через автоматизированные системы (Learning Management System, LMS). Они позволяют собирать, разработать, хранить электронный учебный материал, администрировать к нему доступ и анализировать успехи учащихся.

Тем не менее будущее LMS-систем вызывает у специалистов много вопросов: они достаточно дороги, требуют длительных сроков внедрения, но при этом не универсальны. С другой стороны, и сами работники не всегда удовлетворены своим пользовательским опытом, ведь дистанционные курсы в LMS-системах не всегда адаптируются под мобильные устройства, а в огромном массиве обучающей информации трудно найти ответ на конкретный вопрос. Сегодня ставка делается на развитие платформенных решений, которые позволяют учитывать запросы слушателей и открывают дорогу к «цифровому обучению» — обучению в том месте и в тот момент, когда оно требуется. В числе основных подходов, позволяющих повысить эффективность дистанционного обучения, эксперты называют персонализацию и кастомизацию учебного

контента, вовлечение работников в создание учебных материалов, а также виртуальную реальность и социальную составляющую.

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ

Персонализация в обучении начинается со сбора данных. Сегодня технологии могут отследить все активности работника, причём как в корпоративной сети, так и на сторонних ресурсах. Информация о том, приступил ли работник к выполнению своей задачи, на какой вопрос искал ответ в корпоративной базе данных, насколько продвинулся в завершении своего проекта, прочёл книгу или посмотрел обучающее видео — всё это может быть собрано и проанализировано. Искусственный интеллект может предложить персональные рекомендации в обучении и развитии.

РАДИ ЧЕГО МЫ ГОТОВЫ ТРАТИТЬ ДЕНЬГИ, ВРЕМЯ, РЕСУРСЫ



Увеличить доход



Сэкономить ресурсы



Избежать ошибок



Получить признание



Стать уникальным

Универсальные мотиваторы, от которых можно каскадировать цели обучения

КОНТЕНТ ПО ТРЕБОВАНИЮ

Формат обучающего контента должен соответствовать ситуации, в которой находится работник. По большому счёту, слушателям должны быть доступны две категории обучающего контента: длинные (типичный пример — электронные курсы от Coursera) и короткие форматы (например, видео в жанре how to*, которого так много на YouTube).

Длинные форматы (Macrolearning) подходят в том случае, если работнику нужно узнать что-то новое и он обладает временем, чтобы вникать в ранее неизвестное.

Когда работник сталкивается с решением производственных задач и у него появляются конкретные вопросы, на помощь должно прийти обучение короткими блоками (Microlearning). Это могут быть видеоролики и тексты с кейсами, примерами и инструментами, когда одна единица контента соответствует решению одной задачи.

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ

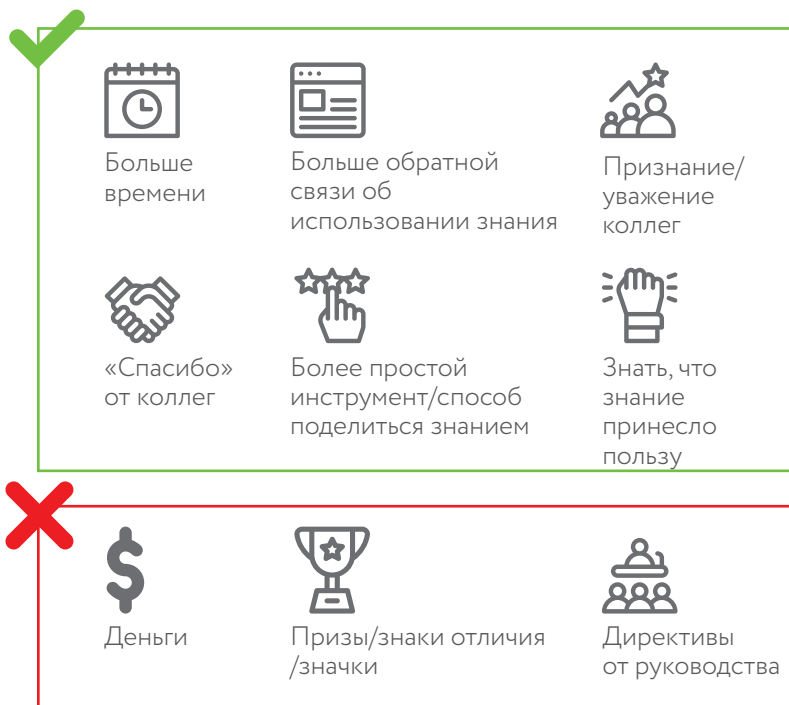
Учебный контент постоянно требует актуализации. Там, где большая организация или разработчики учебных курсов не успевают справиться с этой задачей, имеет смысл привлечь к производству обучающего контента самих работников.

Сегодня передовые организации видят в числе своих основных задач в сфере обучения, во-первых, создание соответствующей инфраструктуры (платформы, облачные решения, удобный пользовательский интерфейс), позволяющей работникам делиться знаниями, и, во-вторых, поддержание среды, в которой принято помогать другим.

Так, например, в РЖД с Сервисным порталом работника интегрирована платформа дистанционного обучения, которая даёт возможность каждому работнику проводить вебинары. Кроме того, портал даёт доступ к сервису «Корпоративное

* how to (англ.) — здесь: как сделать [что-то].

наставничество», который позволяет работникам выступить как в роли наставника, эксперта или внутреннего тренера, так и находить профессионала, готового оказать экспертную помощь.

ЧТО НЕОБХОДИМО ЛЮДЯМ, ЧТОБЫ ДЕЛИТЬСЯ ЗНАНИЯМИ?

Источник: Shell.

А в компании «Московский аэропорт Домодедово» весь внутренний портал строится вокруг идеи управления знаниями. По сути, центром корпоративного интранета стала корпоративная деловая социальная сеть. Такой подход в итоге принёс свои плоды: компания нашла инструмент для быстрого решения задач (за счёт обмена информацией работников из разных подразделений); стало понятно, к кому можно обратиться за помощью; работники стали лучше понимать, чем живёт компания.

Как показывает практика, обучающий пользовательский контент от внутренних экспертов отличается не только актуальностью, но и обладает большой вовлекающей силой, ведь информацию даёт профессионал или руководитель, от которого исходит управленческая инициатива.

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ УСИЛИВАЕТ ВОВЛЕЧЁННОСТЬ В ДИСТАНЦИОННОМ ОБУЧЕНИИ

Дополненная (AR) и виртуальная (VR) реальности позволяют добиться более высокой степени вовлечённости в процесс дистанционного обучения.

Благодаря иммерсивным технологиям информация легче усваивается и лучше запоминается. Так, например, в исследованиях Сбербанка отмечалось, что при использовании VR/AR-средств эффективность обучения повышается в среднем на 20%.

Дополненная реальность (AR) позволяет наложить на окружающее пространство виртуальные объекты. Эта технология получила массовое распространение (вспомните историю с нашумевшей игрой Pokemon Go), и, чтобы ею воспользоваться, достаточно иметь только смартфон. Так, в BMW начинающие механики пользуются интерактивным руководством с дополненной реальностью, которое помогает им быстрее обнаружить и устранить поломку в автомобиле.

Виртуальная реальность (VR) позволяет учащемуся ощутить то, чего на самом деле нет, она имитирует среду и даёт эффект погружения в неё. Этот инструмент хорош там, где работа с реальными объектами слишком дорога или слишком опасна. В РЖД в рамках программы «Цифровая железная дорога» учебные центры компании оснащаются VR-тренажёрами (компьютеры с программным обеспечением, шлемы виртуальной реальности, джойстики) для отработки профессиональных навыков по профессиям «дежурный по поезду», «монтер пути», «сигналист», «бригадир пути», «составитель поездов».

ОНЛАЙНУ НУЖНА ПОДДЕРЖКА: СОЦИАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ И BLENDED LEARNING

«Цифра» очень быстро меняет обучение. Предполагается, что к 2025 году количество онлайн-студентов сравняется с теми, кто учится в стенах университетов¹. Пандемия коронавируса дала дополнительный стимул для цифровизации обучения и привела к росту спроса на дистанционные курсы по всему миру.

Сегодня ключевое препятствие на пути цифровизации обучения связано не с техническими сложностями, а с особенностями человеческой психики: чтобы эффективно учиться, человеку необходима работа в группе или с учителем. По статистике, на массовых открытых онлайн-платформах (МООС) порядка 95% участников бросают онлайн-обучение.

Одна из основных причин прекращения учёбы онлайн — социальная составляющая: учащимся просто не с кем обсудить полученную информацию, некому показать результаты обучения или задать вопрос. Поэтому сегодня производители стараются встроить в дистанционные



При использовании VR/AR-средств эффективность обучения повышается в среднем на 20%

курсы инструменты, позволяющие общаться, а образовательные организации усиливают свои электронные курсы онлайн-взаимодействием и офлайн-активностями.

Так, например, онлайн-тренинги в Корпоративном университете РЖД, которые проводятся на платформе TrainingSpace, теперь включают в себя возможность взаимодействия между участниками. «Наши слушатели получили возможность выполнять онлайн различные упражнения, проводить мозговые штурмы, совместно обсуждать идеи и тут же получать комментарии преподавателя. Ранее такой формат обучения был доступен только очно», — рассказала **руководитель Центра информационных технологий Корпоративного университета РЖД Евгения Ерофеева**.

ГЛАВНОЕ — КУЛЬТУРА

Как показывает практика, онлайн-обучение эффективно работает там, где есть поддерживающая культура самообучения и саморазвития. Недостаточно создать полезный обучающий контент — важно создать условия для применения новых знаний и навыков на рабочем месте. А для этого руководитель должен выделять работнику время для обучения и осмысления полученной информации. Наконец, работник должен иметь право на риск и ошибки, а потом иметь возможность обсуждать их, создавать собственные обучающие материалы, взаимодействуя с наставником, коллегами и со своим непосредственным руководителем. **HR**



¹ Ярослав Кузьминов. Ренессанс профессии школьного учителя и бум онлайн-образования

