

Что такое «хорошо»?

Как создавать качественные ресурсы для маленьких пользователей



❖ Мы, взрослые, не успеваем за детьми. Это можно наблюдать почти в каждой семье: дети быстрее и легче старших поколений осваивают новые технологии, умеют делать все сразу и вообще развиваются так стремительно, что родителям порой остается только следить, в какую сторону идет это развитие. Тенденция проявляется и на уровне общества: юные пользователи так быстро освоились в Интернете, что им не хватает в Сети содержательных занятий, качественного детского контента. Случилось так, что взрослые просто не успели его создать. Отчет, основанный на результатах работы двух европейских исследовательских сетей – EU Kids Online и Net Children Go Mobile, показывает: юных пользователей все меньше и меньше удовлетворяет тот контент для детей, который есть сегодня в Сети.

Первый и главный вопрос в такой ситуации: каковы критерии позитивного детского контента, что такое «хорошо» и что такое «плохо» применительно к сетевым проектам для молодежи. Не менее важно и то, каким образом реализовать детские проекты в Сети – ведь они, как и любые просветительские проекты, как правило, не могут окупаться рекламой или продажей товаров и услуг. И тем не менее создавать хорошие детские ресурсы возможно и необходимо.

Для того, чтобы осмыслить опыт успешных сетевых проектов для детей, в Европе была создана тематическая сеть POSCON (Positive Online Content and Services for Children in Europe – позитивный онлайн-контент и сервисы для детей в Европе). Сеть объединила в себе различные европейские учреждения, организации и компании, занимающиеся развитием детского Интернета, чтобы осмыслить опыт уже состоявшихся экспериментов, попыток, инициатив и сформулировать на будущее некоторые базовые принципы ресурсов для детей.

Как собирались данные

Тематическая сеть POSCON, финансируемая Евросоюзом, имеет целью продвигать и развивать качественный онлайн-контент для детей на европейском уровне. Это междисциплинарная сеть объединяет тех, кто создает детские ресурсы и их владельцев, экспертов из разных стран Европы, дает им возможность обмениваться опытом, идеями и своими наработками. В POSCON входят учреждения и компании из 15 европейских государств – ассоциации создателей контента, провайдеров, исследователей, родителей, а также эксперты в области детских и юношеских медиа. Проект стартовал в октябре 2012 и продолжался до ноября 2014 года. По результатам этой работы вышел финальный отчет.

Сбор данных осуществлялся по следующим позициям: название, URL, страна, где был создан данный сайт, сервис или приложение, рабочие языки. Задавались вопросы о принципах финансирования, провайдере, сервисных возможностях. Основой для выборки служил специально разработанный POSCON набор критериев «Список конкретных критериев для позитивного контента и сервисов».

Сеть POSCON собрала данные о позитивном контенте для детей в 28 европейских странах по 3 категориям:

1300 названий для сервисов и сайтов различного содержания (информация, игры, веб-радио и ТВ, платформы для обмена информацией, блоги или социальные сети для детей);

380 приложений;

36 поисковиков или платформ, таких, как детские браузеры, стартовые страницы, белые списки.

Каким образом собиралась информация? В первую очередь опрашивались учреждения – члены сети POSCON, а также центры поддержки пользователей в рамках общеевропейской сети INSAFE. Сбор данных не был публичным, опрашивались только рекомендованные эксперты.

Использовались и уже существующие белые списки. Значительный вклад внесли немецкий поисковик для детей fragFINN.de, браузер MyBee в Нидерландах. В числе других источников – список рекомендованных сайтов для детей из Чешской Республики, данные о детских приложениях из базы Apps für Kinder, созданной в Немецком институте молодежи (Deutsche Jugendinstitut (DJI)), подборка из 104 приложений и сайтов

из Голландии. Кроме того, были включены 279 сайтов – участников Европейского конкурса за лучший контент для детей (European Award for Best Content for Kids).

Кроме собственно сайтов и приложений, изучался «ландшафт» позитивного контента и сервисов для детей в каждой стране-участнице. Страны давали краткий обзор сегодняшней ситуации: рамочные условия, лучшие практики, наличие специальных программ поддержки, сотрудничество с IT-отраслью, а также специфические проблемы и вызовы. Картину дополнили оценки провайдеров, которые были получены путем специального опроса.

The screenshot shows the POSCON website interface. At the top, there is a navigation menu with links: Home, About POSCON, Members, Positive Content Criteria/ Checklist, Accessibility, Repository, Business & Promotion Models, POSCON BLOG, European Award, and Legal / Contact. The main content area is titled 'WELCOME' and contains the following text: 'The Thematic Network POSCON - Positive Online Content and Services for Children in Europe - brings together institutions, organizations and companies from all over Europe to exchange experience and bring forward the topic of "positive online content and services for children" on European level, on the basis of previous initiatives, experiences and efforts.' Below this, there is a 'LATEST NEWS' section with two items: 'Final POSCON Report AVAILABLE AS DOWNLOAD' and 'Updated "Checklist & Concrete Criteria For Positive Content"'. The first news item includes a thumbnail image and text: 'The Final POSCON Report with all project information, project outcomes as well as statements from the POSCON Network Members is from now on available as free download.' The second news item includes a thumbnail image and text: 'The new version of the POSCON publication "Checklist and concrete criteria for positive content", updated with a new chapter "Towards Accessibility of Online Content and Services for Everyone" is from now on available as free download.'

Критерии качества

Каким образом мы можем создавать качественный онлайн-контент, чтобы дать детям и подросткам положительный и полезный опыт? С целью, как можно более конкретно определить, что же такое позитивный контент для детей, сеть POSCON собрала примеры лучших ресурсов и разработала перечень ориентиров, которые учитывают текущие детские потребности и проблемы.

Позитивный контент и сервисы помогают детям:

- учиться и развиваться, развлекаться,
- приобретать и совершенствовать жизненные навыки,
- развивать воображение,
- развивать творческие способности,
- более активно участвовать в жизни общества,
- более глубоко понимать окружающий мир, общество и культуру,
- открывать новые способности и возможности,
- строить позитивные отношения с семьей и друзьями,
- лучше понимать себя, свое окружение и место в обществе,

Что такое онлайн-контент?

Понятие онлайн-контента включает в себя текст, изображения, аудио и/или видеоматериалы. Онлайн-контент доступен через различные онлайн-сервисы, такие, как сайты, игры, веб-радио и ТВ, платформы для обмена медиаконтентом, блоги, социальные сети, браузеры, поисковики и приложения. Онлайн-контент и сервисы дополняют традиционные сферы, в которых происходит обучение, общение, досуг детей, такие, как школа, семья, сверстники, телевидение и другие традиционные медиа.

- создавать и распространять собственный позитивный контент,

- формировать позитивное видение себя, развивать самоуважение.

Для того чтобы позитивный контент и сервисы действительно «работали» в этих направлениях, они должны быть правильно организованы.

Четко определена целевая аудитория

- Целевая группа понятна.

- Контент, дизайн и навигация учитывают уровень развития целевой группы (физические и умственные способности, эмоциональное развитие).

- Контент/сервис понятен целевой аудитории.

- Предусмотрена информация для родителей, особенно если целевая группа – дети младшего возраста.

Контент и сервисы привлекательны

- Контент или сервис представлен привлекательно для детей той возрастной группы, для которой они предназначены: используются креативные, интерактивные, инновационные, развлекательные и/или образовательные составляющие.

- Используются изображения высокого качества с необходимыми пояснениями.

- Тексты написаны хорошим языком, понятным для целевой аудитории, без ошибок.

- Стимулируется общение и взаимодействие со сверстниками и семьями в онлайн или в реальной жизни.

Контент и сервисы соответствуют требованиям юзабилити

- Навигация удобна пользователям и адаптирована к целевой группе.

- Пользователи не потеряются на сайте: они всегда знают, где находятся.

- URL легкий и доступный. Случайные ошибки в написании не приведут к тому, что дети попадут на нежелательный или вредный домен с вирусами и рекламой.

- Дизайн подкрепляет навигацию и помогает детям безошибочно находить путь на сайте.

- Контент/сервис доступны с различных платформ, устройств, браузеров.

Контент и сервисы безопасны

- Ресурс не может причинить вред детям и подросткам: не содержит оскорбительных или других вредных материалов, таких, как порнография, расизм, агрессия.

- Дети не перенаправляются на другие сайты или сервисы с нежелательным для них контентом.

Контент и сервисы надежны

- Присутствует информация о провайдере или создателе ресурса.

- Есть обратная связь, которая дает возможность родителям и детям обратиться в случае возникновения затруднений.

- Информация о мерах по соблюдению правил приватности видна и доступна целевой группе и родителям.

- Если при использовании сайта видны данные о посетителях, об этом должно быть известно пользователям.

- Если дети могут делиться с другими своими персональными данными, они должны подтвердить, что их родители не возражают.

Если ресурс включает в себя элементы социальных медиа (социальные сети, чат-румы, форумы, гостевые книги, видеоплатформы и другие):

- Необходимо предложить пользователям специальные правила, как использовать сервисы корректно и безопасно (каким образом общаться с другими пользователями, как защищать персональные данные, меры защиты от кибербуллинга и т. д.).

- Если требуется регистрация, необходимо согласие родителей.

Не действуйте в одиночку! Ищите возможных партнёров, причём не только самых очевидных. Ими могут стать университеты, музеи, парки развлечений, ТВ-шоу.

- Там, где это значимо: информация правдива, вовремя обновляется и соответствует заявленным темам.

- Соблюдаются авторские права.

Соблюдаются требования приватности

- На ресурсе соблюдаются общепринятые правила приватности.

- Собираются только те сведения о пользователях, которые действительно необходимы.

- Персональные данные не распространяются. В исключительных случаях (например, доставка приза) четко проговаривается, что данные впоследствии будут уничтожены.

- Должны быть предусмотрены доступные и легкие в использовании механизмы – так называемая «тревожная кнопка» (в случае, если дети нуждаются в помощи или совете, а также если хотят сообщить о нежелательном или вредном контенте или контакте).

- Необходимы постоянный и активный мониторинг и модерация пользовательского контента с тем, чтобы при появлении вредных для детей материалов они были незамедлительно уничтожены.

Если ресурс содержит коммерческие элементы, такие, как реклама,

онлайн-магазин, спонсорская деятельность и т. д.:

■ Коммерческие элементы на детском ресурсе, такие, как реклама или интернет-магазин, необходимо четко отделять от основного контента, отмечать как коммерческие элементы, они должны быть легко узнаваемыми и не содержать того, что не подходит целевой группе по возрасту (например, рекламу или продажу алкоголя и сигарет).

■ Коммерческие элементы не ограничивают контроль пользователя над своими действиями.

■ Должны быть установлены лимиты тех сумм, которые дети могут потратить на сайте или в игре.

■ Методы оплаты должны предусматривать родительский контроль.

Приложения и надежность

Рынок мобильных устройств и приложений постоянно растет. Те позиции, которые сформулированы здесь для позитивного контента, относятся и к приложениям. Однако необходимо назвать и некоторые специфические критерии для приложений.

■ Провайдер приложения информирует родителей о том, какое образовательное содержание несет данное приложение. Эта информация может быть на сайте, в рассылке или в самом приложении, в экстр-меню, предназначенном только для учителей и родителей.

■ Если приложение содержит рекламу, она должна быть четко отмечена и отделена от основного содержания.

■ Издатель приложения является ответственной стороной. Пользователю, как правило, не предоставляется возможность тратить деньги в процессе использования приложения.

■ Приложение защищает пользователя от вмешательств извне. Оно не должно давать возможности контактировать с другими пользователями

или предоставлять доступ для сообщений нежелательного характера.

■ Приложения – это «закрытая» система, которая не дает возможности выйти из него и пойти на внешние сайты, в магазин приложений, в другое приложение, электронную почту, область рекламных объявлений, а также не предусматривает кнопку «поделись».

Где найти деньги

Анализ ресурсов для детей показывает, что подходы к финансированию таких проектов еще должны совершенствоваться. Эффективная бизнес-модель будет способствовать более стабильному существованию уже созданных и производству новых качественных сайтов и сервисов. В первую очередь имеющиеся данные и обсуждения с экспертами показывают, что лучше всего здесь работает смешанный принцип финансирования, когда нет зависимости от одного источника и возможны более гибкие решения при учреждении и реализации таких проектов.

Есть хорошая новость: вложения в качественные и безопасные ресурсы для детей в конце концов становятся прибыльными! Компаниям и инвесторам необходимо больше знать о тех возможностях, которые открываются при создании ресурсов для детей. Больше того – необходимо, чтобы информация о продюсерах и контент-провайдерах, которые уже работают на этом поле, активно распространялась по Европе. Таким образом они будут вознаграждены за свою деятельность и послужат примерами, за которыми последуют другие.

При этом провайдеры и продюсеры не могут делать эту работу одни: им необходима поддержка на национальном или общеевропейском уровне с более широкими возможностями фондирования, финансирования и распространения позитивного контента для детей в целом.

Советы контент-провайдерам и продюсерам

1. Не действуйте в одиночку

– Ассоциации, привлечение новых участников помогут вам стать более заметными, повысить ваш статус среди больших игроков и, следовательно, вы будете более успешными.

– Ищите возможных партнеров, причем не только самых очевидных. Ими могут стать университеты, музеи, парки развлечений, ТВ-шоу. Они могут внести свой вклад в ваши исследования, знания, контент, публицити, развитие сети, дизайн. Ищите партнеров, которые разделяют ваши интересы!

– Если вы не можете победить ваших конкурентов – объединяйтесь с ними!

2. Будьте креативными при поиске финансирования: используйте новые возможности и будьте гибкими

– Партнерство может помочь найти больше денег на проект или разделить сферы ответственности и соответственно расходы. К примеру, вашим партнером может стать школа дизайна.

– Подумайте о потенциале краудсорсинга. Может быть, заинтересовав общественность, у вас получится профинансировать весь ваш проект или его части, отдельное событие, новое приложение.

– Продумайте гибкий план платных услуг, например, подписки, при этом постарайтесь сделать так, чтобы каждый мог позволить себе пользоваться вашим ресурсом.

– Сфокусируйтесь на позитивном PR-эффекте для ваших потенциальных инвесторов.

3. По максимуму используйте возможности бесплатной помощи и поддержки

– Используйте учебники, руководства, различные публикации.

– Прислушивайтесь к советам и идеям тех, кто создал наиболее успешные стратегии распространения своих ресурсов.

Как продвигать детские проекты

Адресный подход «что в этом есть полезного конкретно для вас» предполагает несколько целевых групп и соответственно несколько разных подходов к продвижению детских ресурсов.

Для детей

■ Создавайте развлекательный контент, который помогал бы детям общаться друг с другом.

■ Вовлекайте детей в создание собственного контента.

■ Продвигайте свои ресурсы через различные способы коммуникации: объявления, распространение среди сверстников, через популярных вымышленных персонажей.

Для продюсеров и провайдеров/инвесторов

■ Через отраслевое взаимодействие и обучение: проводите бесплатные тренинги, консорциумы, фокус-группы.

■ Предлагайте базу данных практических решений/советов и открытых источников информации.

■ Привлекайте детей к созданию системы рейтингов для позитивного контента.

Для родителей и семей

■ Информирование по вопросам интернет-безопасности и образования.

■ Распространяйте информацию через: родительские объединения, женские (семейные) журналы, семинары, школы.

Для учителей

■ Информирование по вопросам интернет-безопасности и образования через ваш ресурс или сервис: как сделать процесс обучения легче, а детей счастливее?

■ Создавайте школьные события, адресованные детям и учителям, проводите онлайн-тренинги, участвуйте в программах подготовки учителей в университетах и повышения квалификации педагогов.