**Как TikTok и YouTube помогут стать лучшим учителем**

***Учителя, мы должны снова завоевать сердца наших учеников, занятые социальными сетями***

У нас всех есть ученики, которые просто не хотят отрываться от телефонов. За последние годы такие платформы, как *YouTube* и *TikTok* оказались в центре внимания наших учеников, отнимая у них драгоценное учебное время. Вот что я узнал о них и что мы, учителя, можем сделать, чтобы вновь привлечь внимание учеников.

Последние месяцы я увлекся социальными сетями. Сначала *TikTok*, а теперь и *YouTube*, куда я загружаю 5-10 минутные видео о кемпинге и пеших походах с моей женой. Я также загружаю видео в *YouTube shorts*. Это клипы длительностью менее 60 секунд с милым, захватывающим или бессмысленным контентом. Пользователю они выдаются случайно. И либо он лайкает это видео, либо пропускает и листает дальше.

Мои «шортсы» с пролетом реактивного истребителя, медведем, поедающим мусор и краснохвостым ястребом крупным планом, в среднем, набрали около 2000 просмотров. Это не много. Однако, более длинные видеоролики с наших путешествий набирают только около 200-300 просмотров. Кстати, однажды я потратил около 5 или 10 часов за монтажом видео, пытаясь добиться полупрофессионального качества.

Как-то раз ночью, на этой неделе, эта разница в просмотрах навела меня на мысль. Но мысль была не о том, как стать лучшим ютубером, а о том, как быть лучшим учителем.

Алгоритмы *YouTube* (как и алгоритмы других социальных сетей) направлены на то, чтобы набирать просмотры. Чем больше просмотров, тем больше рекламодателей заплатят за продвижение своих товаров. Поэтому *YouTube*, естественно, мотивирует авторов создавать интересные видео.

Мои более длинные видео сняты лучше, но они неинтересны. Даже с 2000 просмотрами мои короткие видео вряд ли интереснее, но они набирают больше просмотров, потому что они короче. Было очевидно, почему количество просмотров, достигнув 1500, стало медленнее расти. Все дело в алгоритмах. *YouTube* знает, есть ли под вашим видео активность (комментарии, лайки, подписки). Если алгоритм видит, что активность низкая – просмотры неизбежно падают.

Человеческий мозг, особенно мозг молодого человека, поглощает огромное количество информации об окружающем мире, и он хочет развиваться дальше. Неважно осознают они это или нет, ученики ищут что-то, чем можно заинтересоваться, что-то увлекательное.

Вот почему многие так любят социальные сети, предлагающие им нескончаемый поток захватывающего, глупого, пугающего, весёлого, пикантного, и да, иногда заставляющего задуматься, контента. Это тот принцип, который используют *YouTube* и *TikTok*, и которым мы тоже должны пользоваться, если хотим полностью завладеть вниманием учеников. Учителя должны придумывать увлекательные и пробуждающие интерес уроки, которые позволят учащимся чувствовать себя хозяевами учебной программы. То, что заставляет учеников пролистывать видео, заставит их полюбить учебу — та же причина, которая заставляет их садиться за телефон, побудит их взять книгу или включиться в дискуссию. Вот почему мои даже самые отстраненные ученики с радостью присоединяются к викторине по интересным фактам в *Kahoot!*.

Даже дни кино, которые когда-то были надежным развлечением для студентов, теряют свою актуальность с появлением *TikTok*. Алгоритмы *TikTok* используют историю поиска пользователей, чтобы оперативно предлагать им похожий контент. Если пользователю становится скучно, он может тут же перейти к следующему видео (спускаясь в бесконечную кроличью нору), потенциально пользователь может пролистать сотни видео в течение нескольких минут в поиске новых. Подобно традиционному обучению в классе, фильмы, обладая широким выбором специфичного содержания, не разрабатываются индивидуально под каждого, и они так же требуют длительной сосредоточенности.

Заинтересованных в получении образования учеников не нужно дополнительно мотивировать, так как они воспринимают традиционное государственное образование как саму цель, и, если у вас есть такие – вы счастливчик. Хотя они, несомненно, ценят и извлекают пользу из уроков, где можно подумать и использовать критическое мышление, они мотивированы оценками, высоким личностным рейтингом и поступлением в колледж. Несмотря ни на что, такие ученики будут выполнять свою работу с удовольствием.

Здесь и кроется решение проблемы, или скорее вопрос: Как нам сделать уроки в классе интереснее, чем ролики в *TikTok*, даже для наименее заинтересованных учеников? Подобно *YouTube*, который вынужден переманивать пользователей у *TikTok*, чтобы оставаться актуальным, учителя должны сражаться за внимание учеников. Мы уже делали это годами, но теперь проблема лишь растет.

Я расскажу вам об одном ученике, назовем его ученик «А», который сидел, уткнувшись в телефон, почти каждое занятие в прошлом семестре. Сперва я лишь сделал ему замечание, но позже был вынужден оставить его после уроков за нарушение правил пользования телефоном в классе. Я звонил его родителям, я говорил с ним наедине о важности успехов в школе, но он вновь и вновь возвращался к просмотру *TikTok*.

Но что-то изменилось во время нашего блока дискуссий. Когда до его группы дошла очередь представлять их презентацию, ученик “А” взял инициативу на себя, сохранял сосредоточенность и привёл мощные, достоверные аргументы. Он был вовлеченным, активным, заряженным и смог продемонстрировать свой интеллект. Он проявил себя как ученик. Все это время телефон был вне его поля зрения, но лишь до конца дня. Это небольшая, но значительная победа.

Стабильное создание увлекательных уроков, позволяющих учащимся овладеть учебной программой, может казаться немыслимым подвигом, но это осуществимо. Неудачи будут случаться. Но при наличии терпения и непоколебимой решимости мы добьемся успеха и увлечем наших учеников.

Неважно хотим ли мы это признавать, но социальные платформы побеждают благодаря простому алгоритму, использующему человеческую психологию. Нам нужен наш собственный алгоритм. Нам нужно вернуть наших учеников*. TikTok* и *YouTube* не смогут заменить хорошее обучение. Эти управляемые алгоритмами платформы, привлекающие внимание, не могут подготовить учащихся к миру за пределами школы.

Автор: Эрик Айснер

**How TikTok and YouTube Made Me a Better Teacher**

***Teachers, we need to steal back our students’ hearts from social media***

We’ve all had students who just won’t stay off their phones. In recent years, platforms like YouTube and TikTok have exploited student attention – robbing them of valuable learning time. Here’s what I figured out, and how we teachers will win them back.

In recent months, I’ve dabbled in social media. First with TikTok and [now with YouTube where I post 5- to 10-minute videos](https://www.youtube.com/@artistic-off-road" \o "https://www.youtube.com/@artistic-off-road) of camping and hiking excursions with my wife. I’ve also uploaded a few YouTube shorts. These are less than 60-second clips of often cute, exciting, or meaningless content that the viewer clicks through at random. They “like” or don’t and move on.

My shorts of a fighter-jet flyby, a bear devouring trash, a close-up of a red-tailed hawk average 2,000 views. That’s not a lot. The longer videos of our trips – ones I’ve spent five or 10 hours editing to semi-professional quality – average only about 200 or 300 views.

Late one night this week, that difference led me to a revelation. But it wasn’t about how I can be a better YouTuber. The revelation was about how to be a better teacher.

The YouTube algorithm (like other social media algorithms) is intended to draw views. The more views, the more advertisers will pay to get their products noticed. So, of course, YouTube incentivizes creators to post stimulating videos.

My longer travel videos are well-produced but uninteresting. Even at 2,000 views, my shorts are barely more interesting but get more views because they are shorter. It was obvious why when these reached 1,500 views, views started to slow down: the algorithm. YouTube knows if your post is getting engagement (comments, likes, subscribers). If the algorithm sees that your video isn’t picking up speed, your views go dark.

The human brain – especially the brain of a young person – absorbs vast quantities of information about the surrounding world, and it wants to be engaged. Whether they know it or not, students are looking for something to be interested in – something stimulating.

It’s why so many love social media that offers up a never-ending stream of exciting, stupid, scary, hilarious, racy, and, yes, sometimes even thought-provoking content. It is this same principle that YouTube and TikTok exploit and which we, too, must harness if we are going to compete for our students’ attention. Teachers must create personally engaging and stimulating lessons that allow students to feel ownership over the curriculum. What makes students love swiping through videos is the same thing that makes them love learning – the same thing that makes them put their phones down and pick up a book or join a conversation. It’s why even my most disengaged student will gladly join a Kahoot! trivia quiz.

Even movie days, that once reliable treat for students, are losing relevance in the face of the TikTok feed. The TikTok algorithm uses search history to feed users personally relevant content at a remarkably fast clip. If a user gets bored, they can immediately go to the next video (down an infinite rabbit hole) – potentially scrolling through hundreds of videos within minutes in their search for more. Much like traditional classroom instruction, movies have broad, content-specific appeal, are not individually tailored, and require a far longer attention span.

Academically motivated students don’t need to be as entertained when they value traditional public education as an end in itself – if you have some of them, consider yourself lucky. Though they undoubtedly appreciate and benefit from thoughtful lessons and critical engagement, students motivated by grades, class rank, and college admissions will do their work with gusto, regardless.

Therein lies the solution – or perhaps the question: How can we make the classroom more engaging than TikTok, especially for our least motivated students? Just as YouTube must steal viewers from TikTok to stay relevant, so, too, must teachers battle for the heart of the viewer. We’ve already been doing it for years, and the conflict is only growing.

I think of one student, let’s call him “A” – who had his phone out in class almost every day last semester. I threatened (and gave) detention for breaking the class cellphone rule; I called his home, I spoke with him one-on-one about the importance of doing well in school, and I tried to personally connect with him. Although he clearly didn’t want to disappoint me, he nonetheless returned to TikTok time and again.

But during our debate unit, something changed. When the day came for his group’s presentation, A took the lead, maintained focus, and developed powerful, authentic arguments. He was present, active, engaged, and his intellect took center stage. The learner within him emerged. All the while, the phone remained out of sight – if only for that day. It was a minor victory but an important one.

Creating consistently engaging lessons that allow students to own the curriculum may be a Herculean feat, but it’s not impossible. We will have our failures. But with patience and a steadfast resolve, we will also have our successes engaging our students.

Whether we wish to acknowledge it, social media platforms are winning with a simple algorithm that harnesses human psychology. We need an algorithm of our own. We need to steal back our viewers. TikTok and YouTube cannot take the place of good teaching. Nor can these attention-grabbing, algorithmically controlled platforms prepare students for the world beyond our classrooms.

*By Eric Eisner*