

Переваги залучення студентів до соціальних мереж

Анастасія Єдинюк

*магістрантка ННІ психології,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: YedyniukAA@krok.edu.ua*

Ольга Петрунько

*доктор психологічних наук,
старший науковий співробітник, професор кафедри психології,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: OlgaPV@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-9023-5265*

Інформаційний посткапіталізм та спричинена ним глобалізація соціального життя, що прийшли на зміну індустріальному етапу розвитку людства, змінили зміст і характер соціальних комунікацій, способи обігу інформації й процеси смислоутворення, системи цінностей, моделі соціальної поведінки тощо. Усе це покликала до життя новий тип постінформаційної, мережевої культури, яка склала серйозну альтернативу екранній культурі ХХ століття (культури аудіовізуальних медіа), та новий вид соціальної комунікації – віртуальну комунікацію у соціальних інтернет-мережах. Відповідні мережеві технології (Web-, Net-, Smart-, Online- тощо) стали реальністю й інструментом мережевого суспільства та його освітніх систем, і в сферу впливу цих технологій особливо занурена молодь [1].

Соціальні мережі і розвинені мережеві технології створили для мільйонів учнів і студентів левову частку їх освітологічного простору і набули ознак альтернативного соціального середовища, в якому відбувається їх міжособистісна й ділова комунікація, реалізуються основні їх інтереси, задовольняються базові соціальні, самоактуалізувальні й гедоністичні потреби, розгортається їх соціалізація та пишеться індивідуальна історія їхнього життя. Це кілька десятиліть тому прогнозував М. Кастельс, який передбачав появу людини нового типу («мережевої людини»), яка, за його переконанням, природно мала з'явитися у «мережевих соціумах» [2].

Вважається, що термін «соціальна мережа» вперше використав соціолог Дж. Барнс в 1954 р., який вважав, що соціальна мережа – це соціальна структура, яка складається з групи «вузлів» (якими є соціальні об'єкти – люди чи організації) та зв'язків між ними. Інакше кажучи, це група соціальних суб'єктів, де один з них є центром, а інші – його «гілками» [3].

До електронних соціальних мереж, наприклад, належать Facebook, Instagram, LinkedIn та інші. Мережу Facebook було створено в США, і відтоді її засновники постійно розширюють її функціональні можливості та додають нові сервіси. Станом на липень 2014 р. кількість користувачів Facebook становила понад один мільярд, а основною її цільовою аудиторією стала молодь, у т.ч. студенти. Використання цієї мережі дає змогу створювати закриті й відкриті спільноти для конкретних цільових аудиторій, здійснювати в їх межах ділову й міжособистісну

комунікацію, реалізовувати дистанційну підтримку різноманітних навчальних програм та курсів тощо. Другий приклад соціальної мережі – Instagram. Ця мережа переважно призначена для обміну фотографіями та іншими візуальними месиджами як всередині неї самої, так і через інші соціальні мережі. Ця мережа дає можливість створювати в т.ч. й освітні проекти, маючи при цьому деякі особливості:

1. аудиторія цієї мережі молодша порівняно з іншими соціальними мережами, а отже застосовувані там способи донесення інформації мають свою, орієнтовану на молодь специфіку;
2. вона має простий, доступний і зрозумілий інтерфейс порівняно із Фейсбуком;
3. вона дозволяє подавати інформацію в різноманітних зручних форматах (фото, текст, короткі відео, довгі відео тощо), завдяки чому користувачеві легко контролювати час на сприймання наданої інформації.

Ці особливості роблять Інстаграм придатним освітнім середовищем, що визнають чимало блогерів й користувачів даної соціальної мережі. Наступний приклад популярної соціальної мережі – LinkedIn. Ця мережа створена для ділового спілкування активних людей та інших зареєстрованих там користувачів, налаштованих на ділові знайомства, на створення та здійснення ділових контактів, в т.ч. через представлення одних людей через посередництво (рекомендації) інших. Усі ці й деякі інші соціальні мережі можуть бути використані як в організованому освітньому процесі, так і для реалізації самоосвіти. Їх використання дає можливість вивчати те, в чому є необхідність; покращує рівень володіння іноземними мовами; полегшує пошук роботи тощо, Соціальні мережі відкривають додаткові можливості для професійного і особистісного спілкування [3; 4].

У сучасному освітньому просторі широко обговорюються можливості і способи взаємодії менеджерів у сфері освіти, викладачів і студентів у соціальних мережах Інтернету (на конференціях, вебінарах, форумах, майстер класах і т. ін.). Спеціальні спостереження показують, що пересічний студент в середньому проводить у соціальних мережах як мінімум дві години, при цьому він не лише витрачає час на перегляд відео, фото та спілкування з друзями, а й здійснює активний пошук відомостей зі спеціальних і загальнонаукових навчальних дисциплін, і зрештою цей час можна вважати таким, що використаний з користю для саморозвитку [4].

Серед очевидних переваг соціальних мереж дослідники виділяють такі:

1. комфортне психологічне середовище для соціальної комунікації, в т.ч. і для не надто впевнених, сором'язливих користувачів;
2. зручні й зрозумілі студентам організація та форми подачі контенту, розраховані на персональний підхід до студентів;
3. різноманітні форми взаємодії та широкий діапазон можливостей для включення в навчальну діяльність;
4. можливість обмінюватися посиланнями на інші електронні носії та

ресурси;

5. можливості фільтрації контенту за певними критеріями, що спрощує пошук потрібного матеріалу;

6. можливість залучення до участі в навчальному процесі експертів, консультантів, фахівців з певних дисциплін;

7. можливість безперешкодно ділитися будь-яким контентом із студентами у будь-який зручний для них час незалежно від місця перебування студента, в т.ч. широкі демонстраційні можливості;

8. можливість для спільного створення навчального контенту замість простого споживання «готової» інформації;

9. руйнування психологічних бар'єрів між викладачем і студентами;

10. обмін інформацією щодо важливих дат і подій, завдяки чому можна дізнаватися про різні заходи, конференції, круглі столи та брати в них участь, а також можливість отримувати нагадування про ці події;

11. створення групових чатів, групових відео зустрічей, дискусій, фокус-груп тощо;

12. можливість проведення онлайн-опитувань та інших форм наукової та навчально-дослідної роботи [5].

Висновок. Залучення сучасних студентів до соціальних мереж має ряд переваг, які в умовах мережевого сьогодення не можуть бути компенсовані традиційними засобами здійснення навчального процесу. Це покладає велику відповідальність на авторів та користувачів цих мереж з компетентного і грамотного їх використання, а отже актуалізує питання про формування інформаційної мережевої культури.

Список використаних джерел

1. Петрунько О.В. Соціалізація студентів у віртуальних соціальних мережах: актуальність проблеми // Педагогічний процес: теорія і практика. Серія Психологія. Вип. 3. К.: Едельвейс, 2016. С. 72-77.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура : [пер. с англ.] / М. Кастельс. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
3. Гуревич Р.С. Интернет і його соціальні мережі в сфері освіти: напрями використання / Зб. наук. пр. III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті». Режим доступу: http://ubgd.lviv.ua/konferenc-/kon_ikt/plen_zasid/Gurevuch.pdf.
4. Палій С.В. Соціальні мережі як засіб комунікації електронного навчання // Управління розвитком складних систем. 2013. Вип. 13. С. 152-156. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Urss_2013_13_30.