COMSUS

Development of Sustainable
Communications of Higher Education
Institutions in Social Media

РОЗВИТОК СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Co-funded by
the European Union

Варшава - 2023

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Фундація ім. Зофії Заменгоф

РОЗВИТОК СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

ВАРШАВА

2023

Zofia Zamenhof Foundation

DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE COMMUNICATIONS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN SOCIAL MEDIA

COLLECTIVE MONOGRAPH

WARSAW

2023

Reviewers:
Ihor Chornodid
D. Sc. in Economics, Professor of Business Economics and Management Department, Vice-rector for scientific and pedagogical work, Academy of Labour, Social Relations and Tourism (Ukraine)
Teo Tirto
PhD in Economics, Project Manager in FARADI SRL, Researcher, Polytechnic University of Turin (Italy)
Arkadiusz Durasiewicz
Professor, Dr. habil., MBA, DBA, LL.D, Vice rector for Student Affairs and Science, Humanum Collegium Humanum (Poland)

Responsible editors:
Zbigniew Dąbrowski, Editor-in-Chief „Consortio – Journal of Economics, Social Sciences, Law and Education", Chairman, Zofia Zamenhof Foundation (Poland)
Wojciech Duranowski
Ph.D. in Economics, Adjunct, Coordinator of the ERASMUS department, University of Opole, Vice president, Zofia Zamenhof Foundation (Poland)
Liudmyla Huliaieva
Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Academy of Labour, Social Relations and Tourism, Head of the Department of International Projects at Kyiv Business School (Ukraine)
Andrii Oliinyk
Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of International Management, State University of Trade and Economics, the Expert of the Department of International Projects at Kyiv Business School (Ukraine)

Recommended for publication by:
Approved for publication by the the Scientific Council of the Publishing House of Zofia Zamenhof Foundation at the sitting on 08 December 2023.

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph. Edited by Z. Dabrowski, W.Duranowski, L. Huliaieva, A.Oliinyk. Warsaw, Zofia Zamenhof Foundation, 2023. 366 p.

The publication is the result of the project "COMSUS. Development of sustainable communications of Higher education institutions in social media" (project nº 2022-1-PL01-KA220-HED-000090164, Erasmus + program).

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

The materials are printed in the author's edition. Authors bear personal responsibility for the content, accuracy of the provided facts, and originality of the publications.

© Zbigniew Dąbrowski, Wojciech Duranowski, Liudmyla Huliaieva, Andrii Oliinyk (resp. ed.), 2023
© Team of Authors, 2023
© Zofia Zamenhof Foundation, 2023

ISBN 978-83-970242-0-5 (eBook)
DOI: 10.6084/m9.figshare.24814065

Рецензенти:
Ігор Чорнодід
доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємства та менеджменту, проректор з науково-педагогічної роботи, Академія праці, соціальних відносин і туризму (Україна)
Тео Тірто
Ph.D. з економіки, менеджер проєктів в FARADI SRL, дослідник, Політехнічний університет Турину (Італія).
Аркадіуш Дурасевич
Професор, доктор хабілітований, MBA, DBA, LL.D, проректор зі студентських справ та науки, Collegium Humanum - Варшавський Університет Менеджменту (Польща)

Відповідальні редактори:
Збігнєв Домбровський
головний редактор журналу «Consortio – Journal of Economics, Social Sciences, Law and Education», голова Фонду Зофії Заменгоф (Польща)
Войцех Дурановський
Ph.D. з економіки, ад'юнкт, координатор відділу ERASMUS, Опольський університет, віце-президент Фонду Зофії Заменгоф (Польща)
Людмила Гуляєва
кандидат економіних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, Академія праці, соціальних відносин і туризму, керівниця департаменту міжнародних проєктів Київської бізнес-школи (Україна)
Андрій Олійник
кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту, Державний торговельно-економічний університет, спеціаліст департаменту міжнародних проєктів Київської бізнес-школи (Україна)

Рекомендовано до публікації:
Схвалено до друку вченою радою Видавничого Дому Фундації ім. Зофії Заменгоф, на засіданні 8 грудня 2023р.

Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних медіа: колективна монографія. За ред. З. Домбровського. В. Дурановського, Л. Гуляєвої, А. Олійника. Варшава: Фундація ім. Зофії Заменгоф, 2023. 366 с.

Публікація є результатом проєкту «COMSUS. Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних медіа» (проєкт № 2022-1-PL01-KA220-HED-000090164, програма Erasmus+).

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать лише автору (авторам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не можуть нести відповідальність за них.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Автори несуть особисту відповідальність за зміст, достовірність наведених фактів та оригінальність публікацій.

© Збігнєв Домбровський, Войцех Дурановський, Людмила Гуляєва, Андрій Олійник (відп. ред.), 2023
© Колектив авторів, 2023
© Фундація ім. Софії Заменгоф, 2023

ISBN 978-83-970242-0-5 (електронна книга)
DOI: 10.6084/m9.figshare.24814065

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА..... 11

І. СТАЛІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.... 13

Артеменко Ліна, Шендерівська Ліна

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ: ОСОБЛИВОСТІ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ 13

Карчевська Олена

СТАЛІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.... 19

Кирилюк Ірина, Чвертко Людмила

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСАХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 32

Мархонос Світлана

СТОРІТЕЛЛІНГ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ 41

Мелех Любомира, Мелех Богдан

МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ АКТУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ 46

Олійник Андрій, Гуляєва Людмила, Войцех Дурановський

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ 53

Павленчик Наталія, Павленчик Анатолій

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЯК ЕЛЕМЕНТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ 62

Семенчук Тетяна

ПРОСУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ВИКЛИК ДЛЯ УНІВЕРСИТЕТІВ..... 74

Сітак Ірина

ТРАНСФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ЯК УНІВЕРСИТЕТИ ОРІЄНТУЮТЬСЯ НА ЦИФРОВОМУ ЛАНДШАФТІ..... 80

Тарасенко Олеся

РОЛЬ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У ВПРОВАДЖЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ 93

Шкуров Євген

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ УНІВЕРСИТЕТІВ У ТРАНСФОРМАЦІЯХ ОСВІТНЬОГО ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ МІСТА 105

Ятчук Ольга

СТОРІТЕЛІНГ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ..... 113

II. РОЛЬ ТА МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОФЕСІЙНОМУ РОЗВИТКУ ВИКЛАДАЧІВ УНІВЕРСИТЕТІВ..... 120

Гук Ольга, Мохонько Ганна

МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 120

Луценко Ірина

ВИКЛАДАЧ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: РОЗВИТОК ОСОБИСТОГО БРЕНДУ..... 126

Опанасюк Юлія, Мішеніна Галина

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ РОЗРОБКИ ТА ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ ВИКЛАДАЧА В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА 131

Осипова Євгенія

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ ВИКЛАДАЧА УНІВЕРСИТЕТУ 145

Отравенко Олена

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОБОТІ ВИКЛАДАЧА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ВАЖЛИВОГО АСПЕКТУ ЙОГО ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ 152

Соколова Ельміра

ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ВЧИТЕЛІВ ГЕОГРАФІЇ 160

III. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ОСВІТІ ТА НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ 168

Безлуцька Олена

ВИКОРИСТАННЯ МЕСЕДЖЕРА TELEGRAM ЯК ЗАСОБУ ПІДТРИМКИ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ МОРЯКІВ 168

Жук Лариса, Лебедик Леся, Стрельніков Віктор

ТЕХНОЛОГІЯ ІНТЕНСИВНОГО ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАННЯ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ 174

Кришевич Ольга

ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ 183

Романюк Наталія

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ 191

Саранча Ірина

ВИКОРИСТАННЯ FACEBOOK ЯК ЕФЕКТИВНОГО ІНСТРУМЕНТУ СПІЛКУВАННЯ МІЖ ВИКЛАДАЧАМИ ТА СТУДЕНТАМИ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ..... 198

Фурсова Тетяна

USING SOCIAL NETWORKS TO PROMOTE ONLINE EDUCATIONAL PROJECTS 205

Чик Денис, Семегин Тетяна, Долга Тетяна

ІНТЕГРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ЗВО ПІД ЧАС ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ 211

IV. ІННОВАЦІЙНА ПЕДАГОГІКА У ЦИФРОВУ ЕРУ 218

Балагуровська Інна

MODERN METHODS OF INNOVATIVE PEDAGOGY 218

Житченко Ганна, Петренко Людмила, Морозова Юлія

МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ ОНЛАЙН СЕРВІСІВ І РОЗВИТКУ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА..... 223

Тетерук Світлана, Бондар Світлана

ВИКОРИСТАННЯ ОНЛАЙН ДОДАТКІВ ДЛЯ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНІЙ МОВІ: ВИВЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПЕДАГОГІКИ ДЛЯ ЦИФРОВОЇ ЕРИ 233

Южека Роман, Ядловська Ольга

ПИТАННЯ ЩОДО ВИКЛАДАННЯ КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВИХ ДИСЦИПЛІН У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ ІЗ СПЕЦИФІЧНИМИ УМОВАМИ НАВЧАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ 239

V. ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРИ ВИКОРИСТАННІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА 244

Василевська Тетяна, Пітякова Тетяна

ЕТИЧНІ ВИМІРИ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: НАСТАНОВИ ДЛЯ МАЙБУТНІХ УПРАВЛІНЦІВ 244

Власова Валентина, Тарновська Ірина

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЕТИКИ ТА ЕТИКЕТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА 250

Пахота Наталія

ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПЕРСОНАЛУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ 259

Скриник Ліна, Скриник Мирослава

NETIQUETTE FOR DISTANCE LEARNING IN ENGLISH LESSONS..... 266

Соломенна Тетяна

ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ ТА ЕТИКЕТ СОЦІАЛЬНХ МЕДІА В КРАЇНАХ ЄВРОПИ ПРИ ВИКЛАДАННІ КУРСУ «МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В ЄС» 272

Щолокова Ганна, Тараненко Ірина

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ У ЦИФРОВУ ДОБУ: ЕТИКЕТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ..... 278

VI. ІННОВАЦІЙНА ПРАКТИКА ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ: КЕЙСИ, УСПІШНИЙ ДОСВІД, ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ..... 285

Володіна Оксана, Курман Тетяна, Туєва Оксана

ПРОСУВАННЯ ЦІННОСТЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ КОМУНІКАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НА РІЗНИХ РІВНЯХ: ВИКЛАДАЧ, КАФЕДРА, УНІВЕРСИТЕТ (ДОСВІД НАЦІОНАЛЬНОГО ЮРИДИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО) 285

Грона Наталія, Семеног Олена

ОСВІТНІ ПРОДУКТИ «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬСЬКОГО КАМПУСУ» ДЛЯ РОЗВИТКУ М'ЯКИХ НАВИЧОК ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ 292

Гуляєва Людмила

ІНІЦІАТИВИ ПОЛЬСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ ДЛЯ ПІДТРИМКИ УКРАЇНЦІВ-ВИМУШЕНИХ МІГРАНТІВ: АНАЛІЗ ІНІЦІАТИВ 2022 -2023 РОКІВ 305

Доброєр Наталія

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ОСВІТИ: ЯК УНІВЕРСИТЕТИ СТАЮТЬ ЦЕНТРАМИ ОСВІТИ ТА КУЛЬТУРИ В МІСТІ 319

Казанжи Марія, Вдовіченко Оксана

РОЛЬ ВІРТУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА У СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІЙ АДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 331

Політова Анна, Михайліченко Тетяна

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ FACEBOOK ТА INSTAGRAM У ДІЯЛЬНОСТІ ОКРЕМИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 339

Шмаленко Юлія

ІНТЕГРАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В АКАДЕМІЧНУ СФЕРУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОМОЦІЇ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ 346

Омельяненко Віталій, Омельяненко Олена. Вернидуб Максим, Кравченко Юрій

УНІВЕРСИТЕТИ ЯК ІНФРАСТРУКТУРА СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ: ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙ ТА РОЗВИТКУ 352

ВИСНОВКИ 362

ПЕРЕДМОВА

Якими мають бути сучасні університети? Єдину відповідь на це питання дати складно. Однак, останні тенденції розвитку вищої освіти свідчать, що поступово університети відходять від вузької спеціалізації на наданні послуг у сфері формальної освіти, перетворюючись на агентів змін, посилюючи свою роль у суспільстві. Все частіше ми чуємо про так звану «третю місію» університетів, яка розуміється як взаємодія закладів вищої освіти з суспільством задля спільного вирішення актуальних проблем.

У контексті реалізації «третьої місії» університети впроваджують численні ініціативи для сприяння сталому розвитку, інклюзії та рівності, що потребує вміння будувати ефективні комунікації з широким колом стейкхолдерів. У часи постійних викликів – пандемія коронавірусу, зміни клімату, виклики досягнення цілей сталого розвитку, соціальна нерівність та війни, – університети почали активно взаємодіяти з громадами, бізнесом, владою, студентством, інститутами громадянського суспільства на регіональному, національному та міжнародному рівнях. В умовах зростаючої діджиталізації з'явився новий формат такої взаємодії – сталі комунікації з використанням соціальних медіа.

Сталі комунікації (Sustainable Communication) – це більше ніж просто розповідати як університет сприяє сталому розвитку та впроваджує зелені ініціативи (останнє відоме як термін Sustainability Communication). Сталі комунікації передбачають, що весь процес спілкування університету з соціумом побудований у соціально відповідальний та екологічний спосіб, без негативного впливу на суспільство, економіку та планету. В їх основі лежать такі важливі принципи комунікаційної політики, як прозорість, достовірність, інклюзія та гендерна чутливість, відповідальність, етичність, партнерська взаємодія.

У монографії «Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у

соціальних медіа» розкриваються засадничі та практичні аспекти здійснення сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних мережах, аналізується роль та можливості соціальних мереж у професійному розвитку викладачів університетів, в освіті та навчальному процесі вищої школи, досліджуються розвиток інноваційної педагогіки у цифрову еру, етичні аспекти при використанні соціальних медіа, інноваційна практика закладів освіти у контексті сталих комунікацій.

Монографія є результатом досліджень колективу авторів – представників українських університетів та виконана у рамках міжнародного проєкту «COMSUS. Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних медіа» (проєкт № 2022-1-PL01-KA220-HED-000090164, програма Erasmus+). Проєкт впроваджується міжнародним партнерством у складі: Fundacja im. Zofii Zamenhof (Польща), Wismar University of Applied Sciences (Німеччина), Mugla Sitki Kocman University (Туреччина), University Lusofona (Португалія), Київська бізнес школа (Україна). Мета проєкту COMSUS полягає в зміцненні можливостей закладів вищої освіти сприяти спільному створенню стійкого, інклюзивного та сталого суспільства через сталі комунікації з ключовими учасниками у соціальних мережах.

Видання орієнтоване на академічне співтовариство, викладачів, дослідників, студентів та фахівців у сфері вищої освіти, комунікацій та соціальних медіа. Монографія може бути корисною тим, хто цікавиться сучасними тенденціями у вищій освіті, розвитком комунікаційних стратегій університетів, їх взаємозв’язком зі сталим розвитком та соціальною відповідальністю. Рекомендована для використання у навчальних закладах, дослідницьких проєктах та професійній практиці з метою розуміння та впровадження принципів сталих комунікацій у сучасній вищій освіті.

I. СТАЛІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ: ОСОБЛИВОСТІ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ

SOCIAL MEDIA IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS: FEATURES OF PERMANENT COMMUNICATIONS

Артеменко Ліна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту підприємств,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-8585-0252

Шендерівська Ліна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту підприємств,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-3104-9803

Artemenko Lina,
Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of Management,
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute,
Kyiv, Ukraine

Shenderivska Lina,
Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of Management
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Ukraine
Kyiv, Ukraine

Анотація. Авторами проаналізовано основні трактування соціальних медіа та основні переваги соціальних мереж в освітянській сфері. Досліджено

різноманітність соціальних медіа та особливості її використання в закладах освіти. Окреслено основні напрями розвитку соціальних мереж в умовах війни. Розглянуто доцільність використання соціальних медіа в контексті сталого розвитку.

Ключові слова: соціальні медіа та їхні переваги, аналіз соціальних мереж, сталий розвиток, сталі комунікації.

Abstract. The authors of the analyzed the main interpretations of social media and the main advantages of social networks in the field of education. The diversity of social media and the peculiarities of its use in educational institutions are studied. The authors outline the main directions of development of social networks in the conditions of war. The expediency of using social media in the context of sustainable development is considered.

Keywords: social media and their advantages, analysis of social networks, sustainable development, sustainable communications.

Вступ. Зі стрімким розвитком заклади вищої освіти все частіше використовують соціальні медіа для організації освітнього процесу. Соціальні медіа, завдяки своїй популярності серед молоді створюють нові можливості ефективної взаємодії між викладачами та студентами. У цій статті ми розглянемо роль соціальних медіа в контексті вищої освіти, їхні переваги та встановлення стійких комунікаційних зв’язків, що формують інноваційні підходи до навчання та сприяють покращенню навчального процесу.

Мета дослідження – визначення ролі соціальних медіа в освітньому процесі із формуванням стійких комунікаційних зв’язків, визначення переваг та можливостей використання соціальних медіа для покращення якості освіти та збагаченню навчального процесу; розкрити потенціал соціальних медіа для закладів вищої освіти та підкресленні їхньої ролі у створенні стійких та продукт них комунікаційних зв’язків.

Огляд літератури. Дослідженнями проблеми соціальних медіа займаються

багато науковців, зокрема: Каплуненко В.О. [1], Нестеренко В.І. [2], Половинчак Ю. [3], Рудик М. [4], Шульська Н.М. [5].

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах роль соціальних медіа поступово зростає, збільшуються можливості для освітянського простору, зростає кількість користувачів.

Науковці часто розрізняють поняття «соціальні мережі» та «соціальні медіа». Більша частина дослідників схиляється до думки, що «соціальні мережі» - це фактично сайти соціальних медіа. Зарубіжні науковці, як правило трактують «соціальні мережі» як термін з соціології [1].

Соціальні медіа мають різні трактування, наведемо деякі з них:

1) група елементів, які пов’язані між собою, є результатом діяльності людини та проявляються внаслідок комунікації, відгуків та дозвілля;

2) інтернет-сервіси та платформи, що містять різний контент за допомогою якого відбувається комунікація з користувачами;

3) горизонтальний канал поширення інформації, який надходить з різноманітних джерел;

4) ряд онлайнових технологій, завдяки яким користувачі спілкуються, взаємодіють та обмінюються інформацією.

Вцілому соціальні медіа аналізують соціальні мережі для виокремлення закономірностей різних його видів [1].

Викладачі ЗВО можуть використовувати різні соціальні медіа, наприклад: соціальні мережі (Facebook, Google, WhatsApp, Linkedln), ведеосервіси (YouTube, Instagram, Pinterest), мікроблоги (Twitter) та контент-спільноти.

Соціальні медіа є надзвичайно різноманітними і можуть сприяти популяризації викладачів та створення їхнього бренду. До основних переваг соціальних медіа в сфері освіти можна віднести:

1) зростання кількості користувачів (студентів);

2) забезпечення знань в освітньому просторі;
3) збільшення впливу на аудиторію;
4) покращення комунікації в контексту вивчення студентами різних дисциплін;
5) доступність Інтернет сервісів;
6) можливість для викладачів створювати власний контент.

Для викладача також важливим моментом є самопрезентація, тобто презентація власних досліджень, створення певного позитивного іміджу, організація цікавих зустрічей, презентація для студентів власних дистанційних курсів та створення нових каналів для спілкування. Викладачі ЗВО використовуючи соціальні медіа працюють на засадах доброчесності, налагоджують зв'язки зі студентами, забезпечують їх активність в межах дисциплін, організовують дискусійні обговорення проблемних питань, самі створюють якісний контент [4]. Вони мають бути активними учасниками соціальних мереж, володіти навичками комунікації, мати інформаційні компетентності, вміти працювати з інформаційними ресурсами.

Розглянемо потенціал соціальних медіа:

1) активна комунікація та постійна взаємодія зі студентами;
2) формування нового досвіду;
3) безкоштовний доступ до великого масиву інформації;
4) спілкування з різними групами студентів дистанційно;
5) велика кількість Інтернет-мереж;
6) організація індивідуальної роботи для студентів [4].

Повномасштабне вторгнення росії в Україну також вплинуло на популярність соціальних медіа, зокрема студенти, які не мають змоги навчатися через окупацію або знаходження в інших країнах створюють нові можливості щодо інформаційного простору, привернення уваги до різноманітних дистанційних курсів, налагодження

контакту зі студентами, залучення їх до обговорення та дискусій і отримання нових практичних навичок.

В умовах війни найпопулярнішими стають соціальні мережі з яких люди дізнаються про ситуацію в країні, свіжі новини, тому викладачі і студенти досить часто використовують їх в начальному процесі. Соціальні медіа під час війни можуть виконувати соціальну, пропагандистську, мобілізаційну, оперативну, інноваційну функції, а в умовах освітнього процесу ще й освітню та інформаційну. Тобто, з одного боку соціальні мережі формують зручний інформаційний медіапростір, а з іншого боку через велике різноманіття контенту можуть перевантажувати інформацією або взагалі дезінформувати. Саме такі особливості соціальних медіа потребують знаходження балансу в інформаційному просторі та створення якісного контенту.

Сталий розвиток – розвиток, який полягає у стабільному взаємозв'язку між людською діяльністю та середовищем, що в контексті інформаційного простору набуває надзвичайної актуальності. Цілі сталого розвитку повинні бути вбудовані у навчальні програми університетів, інтегруватися в усі аспекти освіти та навчання, а за допомогою соціальних мереж їх адаптація в освітньому процесі буде значно легшою.

В контексті сталих комунікацій викладачам університетів доцільно в межах своїх дисциплін:

1) розвивати та підтримувати сталі комунікації в соціальних медіа;

2) розробляти візуальні матеріали та презентаційні тексти, записувати відео-лекції та вебінари з цікавим контентом;

3) наповнювати власний профіль у соціальних мережах та веб-сайт ЗВО;

4) моніторити соціальні медіа щодо відвідуваності студентів та отримувати зворотній зв'язок щодо удосконалення комунікації;

5) формувати та поширювати інформаційні буклети щодо цікавих освітніх

заходів, круглих столів, конференцій, семінарів, конференцій;

6) взаємодіяти з викладачами інших освітніх установ в напрямку написання та реалізації освітніх та наукових проєктів.

Згідно Концепції ООН у сфері сталого розвитку доцільно дотримуватися балансу в 3 сферах: економічній, екологічній та соціальній, адже саме за рівнем досягнення певних стандартів оцінюють рейтинг країни в цій сфері. Тому, в напрямку забезпечення цілей сталого розвитку мають спільно взаємодіяти: держава, освітня сфера та бізнес. Саме переформатування освіти в контексті соціальних медіа, об'єднання зусиль викладачів та закладів освіти, правильно обрані принципи комунікації, сприятимуть формуванню правильних цінностей у молоді. Завдяки ініціативі сталого розвитку, впровадженню новітніх методів комунікації за допомогою соціальних мереж, вітчизняні університети можуть підвищити свій рейтинг на міжнародному рівні, брати участь у різноманітних освітніх грантових проєктах, наукових дослідженнях, міжнародних програмах [5].

Висновки. Таким чином, в навчальному процесі викладачам доцільно сформувати оптимальне використання соціальних медіа в контексті сталого розвитку: з цікавим контентом, зворотнім зв'язком, швидкою комунікацією між учасниками, наявності чіткої та правдивої інформації, зміненої культури споживання меседжів та наявної візуальної інформації для здобуття студентами теоретичних і практичних навичок в межах дисципліни.

Література

1. Kaplunenko V.O. & Bondarenko S.V. (2022). Osnovni pidkhody do vyznachennia poniattia sotsialni media (ohliad zarubizhnykh ta vitchyznianykh doslidzhen) [Main approaches to the definition of social media (review of foreign and domestic studies)]. *Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva* – Donetskyi natsionalnyi universytet imeni Vasylia Stusa [Bulletin of the student scientific society - Donetsk National University named after Vasyl Stus]. T.2. No 12, 236 – 240 Retrieved from https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9274 [in Ukrainian]. (2023, August, 10).

2. Nesterenko V.I. (2022), Vplyv staloho rozvytku na zminy v zastosuvanni marketynhovykh

komunikatsii [The impact of sustainable development on changes in the use of marketing communications]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University]*. 45, 35-40. Retrieved from http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/45_2022ua/8.pdf [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

3. Polovynchak Yu. (2018). Osoblyvosti interaktyvnoho prostoru sotsialnykh media v konteksti realizatsii manipuliatyvnykh tekhnolohii [Features of the interactive space of social media in the context of the implementation of manipulative technologies]. *Naukovi zapysky.* IPiEND im. I.F. Kurasa NAN Ukrainy [Proceedings. Institute of Problems of Ecology and Nature Management named after I.F. Kurasa of the National Academy of Sciences of Ukraine.]. 5-6 (79-80), pp. 183 – 193. Retrieved from https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/polovynchak_osoblyvosti.pdf [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

4. Rudyk M. (2020). Vplyv sotsialnykh media na formuvannia hromadskoi dumky [The influence of social media on the formation of public opinion]. *Visnyk Lvivskoho universytetu.* Seriia Zhurnalistyka [Bulletin of Lviv University. Journalism series]. 48, pp. 198-206. Retrieved from http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/10560/10625 [in Ukrainian]. (2023, August, 10).

5. Shulska N.M. & Matviichuk N.M. (2017). Sotsialni merezhi yak efektyvne seredovyshche vykladatsko-studentskoi komunikatsii v navchalnomu protsesi [Social networks as an effective medium of teacher-student communication in the educational process]. *Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia [Information technologies and teaching aids]*. Tom 58, № 2, 155-168. [in Ukrainian]. (2023, August, 12).

СТАЛІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

SUSTAINABLE COMMUNICATIONS OF INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION IN SOCIAL NETWORKS

Карчевська Олена,
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри політологічних та культурологічних студій,
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-8046-5208

Karchevska Olena,
Ph.D. in Political sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Political Science and Cultural Studies,
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Розглядається спроможність українських університетів виконувати місію популяризації принципів сталого розвитку через формування

ефективної комунікаційної стратегії у сучасних медіа. Використовуючи нові формати брендингу й сучасні форми комунікації ЗВО стають суб'єктами, які стимулюють оновлення і відкритість до сталого розвитку, створюючи позитивний приклад для інших членів суспільства.

Ключові слова: сталий розвиток, система освіти, університети, сталі комунікації, брендінг, соцмережі, медіаресурси, формати стимулювання уваги.

Abstract. The work examines the ability of Ukrainian universities to fulfill the mission of popularizing the principles of sustainable development through the formation of an effective communication strategy in modern media. By using new branding formats and modern forms of communication, HEIs become subjects that stimulate renewal and openness to sustainable development, creating a positive example for other members of society.

Keywords: sustainable development, education system, universities, sustainable communications, branding, social networks, media resources, attention stimulation formats

Вступ. Розвиток та впровадження світовою спільнотою принципів сталого розвитку та позитивний досвід окремих держав, дозволяє Україні інтегрувати до власної моделі сталості найкращі, ефективні практики. За останні три роки до складу трійки країн-лідерів за напрямком реалізації цілей сталого розвитку ООН входять Швеція, Данія і Фінляндія, вони починаючи з 2020 року, як і в попередні періоди, демонструють найвищі результати в даній сфері [1]. Ці країни відкривають світу власні надбання в питаннях реалізації підходів щодо сталого розвитку та ініціюють процес колективної взаємодії заради майбутнього планети. Україна в цьому рейтингу у 2020 році була 47, а у 2022 році підвищила свій показник і зайняла 37 місце.. Нагадаємо, що це був економічно важкий пандемічний період.

Українська держава вже багато зробила на шляху комплексної модернізації – сприяла оптимізації інформаційної складової у всіх сферах життя суспільства,

розробила й частково впровадила соціальні, політико-правові механізми, які є адекватними щодо реалізації цілей сталого розвитку, але цього недостатньо.

Нам потрібна зміна суспільної свідомості для збалансованого розвитку суспільства, зміни в освіті, у вихованні людей. Тобто необхідна нова філософія – нові моральні орієнтири, формування нової системи цінностей, складових культурного світобачення кожного українця і суспільства в цілому, яка не залежала б від економічних сплесків чи занепадів, зміни політичної влади, у якій би захист і збереження природи, турбота про людину, її життя і дотримання її прав вважались такими ж важливими, як і саме життя. Цю місію мають взяти на себе заклади освіти всіх рівнів, оскільки розвиток людського потенціалу й розбудова суспільства знань є джерелом й водночас головною рушійною силою розвитку країни й суспільства.

Ідеї сталого розвитку надзвичайно популярні в сучасній освіті й активно впроваджуються в закордонній практиці: у Швеції, США, Польщі, Австрії, Німеччині, Великобританії та інших країнах. Українські ЗВО також активно долучаються до цієї роботи, нині в багатьох університетських стратегіях розвитку принципи сталості закріплені як пріоритетні, бо є інтегрованими в щоденну наукову, виховну та аудиторну діяльність освітянських колективів.

Мета дослідження - проаналізувати комунікаційні практики, формати брендингу ЗВО в соцмережах та визначити з них ті, які найкраще сприяють розширенню можливостей українських університетів щодо усталення принципів сталого розвитку.

Огляд літератури. Сучасні дослідники напрацювали достатню кількість пропозицій та рекомендацій по багатьох сферах впровадження цілей сталості, які викладені у вітчизняних та західних наукових публікаціях.

Однією з перших комплексних робіт із зазначеної тематики є путівник «Сталий розвиток в Україні: роль освіти», який виданий за редакцією В. Підліснюк. У путівнику містяться відомості з історії становлення сталого розвитку суспільства

та розкривається роль освіти, надається опис міжнародних та українських законодавчих актів з проблем освіти для сталого розвитку. Також у виданні вказані особливості, визначено завдання, цілі та характеристики освіти, окреслено відмінності екологічної освіти, викладено бачення ролі провідних прошарків населення у процесі впровадження положень освіти для сталого поступу [2]. Інша вчена Л. Федулова, досліджує тенденції розвитку і запровадження цифрових технологій, аналізує стан індустрії 4.0 в Україні та її вплив на досягнення окремих індикаторів ЦСР [3]. Також варто відзначити роботу О. Висоцької, яка видала посібник «Освіта для сталого розвитку» в якому запропонувала методи та технології випереджальної освіти для ефективного розвитку цінностей сталості [4]. Ще назвемо декілька авторів, які зробили внесок у дослідження інструментарію соціальних мереж в PR-практиці вітчизняної вищої школи. Д. Сорочан узагальнює інструментарій соціального медійного маркетингу для просування бренду ЗВО у різних соцмережах [5]. Принципи формування та управління репутацією вишу через технології Інтернет-маркетингу розробляє А. Бахметьєва [6]. Ефективні університетські практики розповсюдження інформації у соцмережах оглядає В. Лаврасік – аспірант Школи журналістики Колумбійського університету на прикладі університетів США та Європи [7].

Виклад основного матеріалу дослідження. Як слушно зазначає українська дослідниця Висоцька О.Є.: «…сьогодні головним виміром освітньої діяльності має бути формування особистості, яка здатна повноцінно жити й активно діяти у новому світі, постійно самовдосконалюватися, адекватно реагувати на зміни в умовах сучасної інформаційно-технологічної революції та цивілізаційних проривів. Саме через освіту необхідно виховувати людину, яка творить й адекватно сприймає зміни та нововведення. Для того, щоб готувати людину й суспільство до інноваційного типу життя, необхідно, щоб освіта мала випереджальний характер і була націленою на майбутнє, на розв’язання проблем нового століття, розвиток ключових

компетенцій вихованців, формування в них нових способів мислення та діяльності» [4, с. 50].

Дійсно, освіта є передумовою та водночас пріоритетним засобом досягнення сталого розвитку. Згідно з Порядком денним на XXI століття освіту визнано як процес, за допомогою якого людина і суспільство можуть повністю розкрити свій потенціал, оскільки вона має вирішальне значення для забезпечення формування цінностей та підходів, прищеплення навичок і заохочення поведінки, сумісної зі сталим розвитком. Важливу роль у цьому процесі відводиться вищій освіті. Сутнісним компонентом сталого розвитку закладів вищої освіти є сприяння задоволенню комплексу інтересів суспільства на основі максимально повного розкриття творчого потенціалу всіх учасників університетської спільноти: студентів, науково-педагогічного складу, обслуговуючого та допоміжного персоналу і менеджменту [8].

Попередні вектори сталого розвитку були вибудовані в такий спосіб, що сфера освіти, а, отже, і ЗВО, виконували переважно сервісну чи допоміжну функцію, сьогодні університети демонструють, що здобувачі вищої освіти не лише набувають знань і навичок, необхідних для сприяння сталому розвитку, але і стають суб’єктами сталого способу життя, створюючи позитивний приклад для інших членів суспільства.

Більшість сучасних університетів – місце, де твориться синергія освітньої, наукової діяльності та інтернаціоналізації. Попри наявні проблеми українські ЗВО відіграють фундаментальну роль у формуванні знань через розвиток процесів навчання, досліджень та соціальної взаємодії; керують політиками проведення наукових досліджень; мають інноваційний потенціал, який є основою нового технологічного укладу [9]; забезпечують розвиток експертного середовища та посилюють міжнародне визнання нашої держави через якісну підготовку фахівців та прогресивні наукові досягнення. Все це є базисом для побудови моделі сталого

розвитку.

На жаль, в більшості випадків, українські ЗВО розуміючи власну місію, реалізують її тільки завдяки власним зусиллям: відстежуючи тренди, підбираючи методи та форми роботи, які сприяють кращій комунікації зі стейкхолдерами різних рівнів, роблять експертизи та генерують корисні ініціативи. Основними каналами популяризації цієї роботи для університетів, окрім класичних аудиторій, стали соціальні мережі. Це пояснюється світовими тенденціями й тим, що генерація молоді та інша прогресивна спільнота віддає перевагу сучасним інтернет-ресурсам.

Отже, розглянемо формати та креативні методи, які допомагають українським ЗВО формувати сталу комунікацію та розширювати ком'юніті людей з «новим мисленням». Але спочатку трішки фактичного матеріалу за 2023 рік:

- є приблизно 5 млрд активних користувачів соціальних мереж у всьому світі;
- майже 59.3% населення світу використовує принаймні одну платформу соцмереж, середній користувач має під'єднання в середньому до семи платформ;;
- соціальні мережі отримали 190 млн нових користувачів за останній рік;
- кількість часу, який ми проводимо в них становить 2 години 26 хв на день.
- найактивнішими є жінки віком 16-24 роки, найменш активними – чоловіки 55-64 років;
- найпопулярнішими соцмережами у світі є Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, Pinterest, Telegram і Whatsapp [10]. Експерти пояснюють зростання популярності соціальних мереж підвищеною гаджеталізацією, а саме широким використанням мобільних телефонів.

Ще певний час тому для вітчизняних університетів корпоративні сайти були найкращим простором для суб'єкт суб'єктної комунікації. Проте сьогодні офіційні сайти значно поступаються соціальним мережам за оперативністю, доступністю і рівністю комунікантів. Популярність різних соціальних мереж у молодих людей, обумовлена легкістю використання і відсутністю плати за присутність в Інтернеті

(на відміну від хостингу офіційних сайтів), що робить їх привабливим інструментом для комунікації ЗВО.

Соцмережі міцно увійшли в життя університетських спільнот оскільки надають можливість для швидкого обміну інформацією та спілкування; забезпечують широке охоплення студентської та стейкхолдерської аудиторій, що дозволяє ЗВО ефективно транспортувати контент на цільову аудиторію та презентувати власну діяльність. Разом з тим, мережеві комунікаційні технології крім зручного і швидкого спілкування з цільовими аудиторіями дозволяють за потреби змінювати хід комунікаційної стратегії безпосередньо під час її проведення, що є важким завданням при використанні інших каналів комунікації, бо вони потребують наперед створеного медійного продукту [6, с. 6].

Основою сталої комунікації є керованість і використання сучасних інформаційних технологій, які дозволяють моделювати сценарії розвитку комунікації, з високою точністю прогнозувати їх результати та обирати з їх числа найбільш прийнятні для конкретної теми та аудиторії. Тому більшість університетів вдало поєднують різні канали соціальних медіа, й використовують як офіційні, так і неофіційні акаунти.

До актуальних можливостей соцмереж, які на часі для університетів (для навчання та викладання), варто віднести: створення відкритих форумів для дискусій; організацію спільної роботи над проєктами та обмін знань; пошук ресурсів, підтримки партнерів для навчання та викладання; можливість ділитися своїми відкриттями та напрацюваннями; проводити швидкі опитування певної наукової проблеми; знаходити меценатів для реалізації наукового проєкту або стажування; обирати додатковий освітній контент та курси, які можна використовувати для поглибленого вивчення конкретних тем; слідкувати за профілями вчених, експертів, лідерів думок, щоб отримувати цінні поради та інсайти в обраних сферах.

Експертами визначається, що для сталої комунікації, а через неї й популяризації бренду ЗВО необхідними є такі складові:

1. Стратегія – для кого має бути контент і через який медіаресурс, з чітким плануванням публікацій (освітні матеріали, інформація про гранти, новини, історії успіху студентів, наукові досягнення тощо).

2. Якісний контент – інформативний та цікавий (єднання текстів, фотографій, відео, інфографіки). Ефективно, якщо контент базується на деталях життя студентів, містить огляди подій та заходів.

3. Взаємодія – коментарі, питання та запити аудиторії. Створіть діалог та відстежуйте інтерес підписників.

4. Хештеги й тенденції – популярні хештеги й актуальні тенденції, для того, щоб контент був більш помітним і поширював аудиторію.

5. Створення спільноти: заохочуйте обговорення й взаємодію між членами вашої спільноти. Можна створити групи для студентів, абітурієнтів, випускників тощо.

6. Історії успіху випускників, їх кар'єрні досягнення та внесок у розвиток громади, або країни. Це сприятиме підвищенню репутації закладу освіти.

7. Відео та прямі ефіри. Відео контент дозволяє краще доносити інформацію та емоції, тому мають бути прямі ефіри з викладачами, екскурсії по кампусу, онлайн-лекції тощо.

8. Співпраця з впливовими особистостями (інфлюєнсерами), на засадах взаємовигідного партнерства.

9. Аналітика та вдосконалення – аналіз контенту, маркірування того, який більше влучає у запит аудиторії. Корекція стратегії, відповідно до інтересів аудиторії.

10. Стимулювання, а не імітація цікавого університетського життя, важливо, щоб контент підсилював позитивний імідж. Як слушно зазначає Трейсі

Плейл: «…Різні представники університетів вже осмислено використовують соціальні медіа, і це має важливе значення для налагодження комунікацій. Але важливо не просто знати хто є у Facebook (та інших платформах), чи кого немає, більш корисно – мати те, чим можна поділитися, щоб бути цікавим» [11].

Помітними недоліками більшості українських ЗВО в реалізації сталої стратегії комунікації, є розбалансування й відсутність системності між стратегіями університету і його структурних підрозділів. Переважна більшість постів не коментується студентами, а узгодженість підмінюється використанням лише корпоративної символіки в створенні контенту. Так не має бути, особливо, якщо йдеться про офіційні канали або офіційні акаунти закладу освіти.

Для подолання проблеми «відірваності контенту» варто дотримуватися певних принципів:

- принципу єдності цілей;
- принципу комплексності, коли всі учасники при плануванні контенту повинні враховувати короткострокові й віддалені наслідки його впливу, як для конкретної кафедри, факультету так і університету в цілому;
- принципу рівності, за яким всі структурні одиниці мають визнаватися однаково значущими;
- принципу відкритості та поінформованості, який означає вільний обмін різними типами даних, в тому числі й про діяльність різних структурних підрозділів;
- принципу взаємозв’язку, тобто університет повинен активно стимулювати обмін ідеями як в межах свого колективу, так і з партнерами, студентами та іншими зацікавленими сторонами;
- принципу відповідальності – правдива та актуальна інформація, яку надає університет або структурний підрозділ, має бути точною та перевіреною, а також має бути забезпечено своєчасне оновлення її в разі необхідності;

- принципу спільної ідентичності, комунікація має сприяти формуванню єдиної спільної ідентичності та цінностей університетської спільноти.

Якщо до зазначених принципів додати креативні формати стимулювання суспільної уваги, які довели високу результативність й успішно впроваджуються окремими ЗВО України, то процес формування сталої комунікації буде значно цікавішим та ефективнішим.

Наприклад, СНУ ім. В. Даля тривалий час, навіть в умовах передислокації, активно розвиває *студентське телебачення*, яке з'єднує навчальну й розважальну діяльність студентів, а також об'єднує декілька поколінь здобувачів. Тут можуть бути навчальні програми, телевізійні проєкти, інтерв'ю з викладачами та відомими особистостями тощо.

Флешмоби та перфомансі на актуальні теми допоможуть активізувати участь студентів та представників громади, а також привернуть увагу регіональних ЗМІ та блогерів. Цей формат використовують багато університетів, оскільки він не потребує значного фінансування і стимулює творчий підхід здобувачів.

Фестивалі, наприклад, «Фестиваль думок», до якого вже чотири роки долучаються університети Луганщини та Донеччини. Фестиваль – це можливість для демонстрації наукового потенціалу й креативних напрацювань колективу ЗВО, і майданчик для налагодження комунікації з широким колом стейкхолдерів.

Університетські видання, які можуть видаватися в друкованій та електронній версіях. Вони фіксуватимуть оригінальні думки, актуальні та креативні ідеї, які легко знайдуть поціновувачів серед знайомих і друзів університетської корпорації. Вдалими прикладами таких видань є – «Калейдоскоп подій та думок» університету Ушинського, часопис студентського життя «Сковорідка» НаУКМА (вже не видається), газета «Університетський меридіан» Центральноукраїнського державного університету ім. В. Винниченка, газета «Університетська думка» Західноукраїнського національного університету та ін.

Таким чином, дуже важливо, щоб в ці важкі часи для країни університети не витрачали свій ресурс на порожні за змістом івенти й активності, які не підкріплені змістом та не пов'язані із загальною метою, яка іноді навіть не сприймається й не підтримується самою університетською спільнотою. Лише скоригувавши візію з метою, завданнями та покладаючись на підтримку відданих професії фахівців більшість українських університетів зможуть запустити процес оновлення ціннісних орієнтацій суспільства, підвищити його довіру до освітніх установ, активізувати соціальну ініціативність до змін в напрямку сталого розвитку через надання якісних освітніх послуг, застосування творчого та креативного підходів до надання знань. Університети мають стати прикладом для інших соціальних інститутів, в тому як функціонувати, генерувати ідеї для осучаснення буття й продукувати соціальні, екологічні та економічні зміни для розвитку механізмів забезпечення сталості в умовах реалій нашої країни.

Висновки.

1. Основою сталої комунікації ЗВО є керованість і використання сучасних інформаційних технологій, які дозволяють моделювати сценарії розвитку комунікації, з високою точністю прогнозувати їх результати та обирати ті, які найбільш прийнятні для конкретної теми та аудиторії. Також комунікативні стратегії ЗВО мають бути скеровані на генерацію нових знань та форм їх надання через інформаційно-комунікативний супровід тими каналами соціальних медіа, які дозволять це зробити максимально ефективно.

2. До актуальних можливостей соцмереж, які на часі для університетів (для навчання та викладання) варто віднести: створення відкритих форумів для дискусій; організацію спільної роботи над проєктами та обміну знань; пошук ресурсів, підтримки партнерів для навчання та викладання. Також можливість ділитися відкриттями та напрацюваннями, проводити швидкі опитування певної наукової проблеми, знаходити меценатів для реалізації наукових проєктів або стажування;

обирати додатковий освітній контент та курси, які можна використовувати для поглибленого вивчення конкретних тем; слідкувати за профілями вчених, експертів, лідерів думок, щоб отримувати цінні поради та інсайти в обраних сферах навчання або викладання.

3. Для забезпечення сталих комунікацій ЗВО в соцмережах необхідно чітко визначити цілі, завдання, методи комунікації та прогнозувати ефекти контенту.

4. Складовими популяризації бренду університетів визначені такі складові: стратегія комунікації; якісний контент; взаємодія через коментарі; хештеги й актуальні тенденції; створення спільноти; історії успіху; відео та прямі ефіри; співпраця з популярними інфлюєнсерами; аналітика та вдосконалення; стимулювання, а не імітація цікавого університетського життя.

5. Помітними недоліками більшості українських ЗВО в реалізації стратегії комунікації, є – розбалансування й відсутність системності між стратегіями університету і його структурних підрозділів. Для подолання такої проблеми варто дотримуватися певних принципів: єдності цілей; комплексності й рівності; відкритості та поінформованості; взаємозв'язку й відповідальності; а також принципу спільної ідентичності.

6. До креативних форматів стимулювання суспільної уваги, які вже успішно апробовані окремими українськими університетами, віднесено: розвиток студентського телебачення, флешмоби та перфоманси на актуальні теми; фестивалі; університетські (студентські) видання про життя університетської спільноти.

Література

1. Sustainable development report (2022). Cambridge University Press. Retrieved from https://dashboards.sdgindex.org/rankings. (2023, September, 1).

2. Stalyi rozvytok suspilstva: rol osvity [Sustainable development of society: the role of education] (2005). Putivnyk / Za red. V. Pidlisniuk ta in. K.: Vydavnytstvo SPD «Kovalchuk» [Guide / Ed. V. Podlisnyuk and others. K.: SPD Publishing House "Kovalchuk"], 88 p. [in Ukrainian].

3. Fedulova L. (2020) Tendentsii rozvytku ta vprovadzhennia tsyfrovykh tekhnolohii dlia realizatsii tsilei staloho rozvytku [Trends in the development and implementation of digital technologies for the implementation of sustainable development goals]. Ekonomika pryrodokorystuvannia i stalyi

rozvytok. Kyiv: DU IEPSR NAN Ukrainy [Economics of nature use and sustainable development. Kyiv: State University of IEPSR of the National Academy of Sciences of Ukraine], No 7 (26). pp. 6–14. [in Ukrainian].

4. Vysotska O.Ie. (2011) Osvita dlia staloho rozvytku: naukovo-metodychnyi posibnyk [Education for sustainable development: a scientific and methodological guide]. Dnipropetrovsk: Roial Prynt [Dnipropetrovsk: Royal Print], 200 p. Retrieved from https://shron1.chtyvo.org.ua/Vysotska_Olha/Osvita_dlia_staloho_rozvytku.pdf. [in Ukrainian]. (2023, September, 6).

5. Sorochan D.V. (2014) Vykorystannia vyshchym navchalnym zakladom instrumentariiu SMM dlia prosuvannia vlasnoho brendu [The use of the SM toolkit by a higher educational institution to promote its own brand]. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriia: Ekonomichni nauky [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences]. 5, 3. p. 57–60. [in Ukrainian].

6. Bakhmetieva A.M. (2018) Vykorystannia vitchyznianymy universytetamy sotsialnykh merezh u PR-komunikatsiiakh [Use of social networks by domestic universities in PR communications]. Communications and Communicative Technologies. 18. p. 1-12. Retrieved from https://core.ac.uk/download/pdf/229300355.pdf. [in Ukrainian]. (2023, September, 7).

7. Lavrusik V. 10 sposobiv, yak universytety obminyuyut'sya informatsiyeyu za dopomogoyu sotsial'nykh merezh [10 Ways Universities Share Information Using Social Media]. Retrieved from https://mashable.com/2009/07/15/socialmedia-public-affairs/#LPBUdvatZPqt/. [in Ukrainian]. (2023, September, 10).

8. Liashenko O.M. Stalyi rozvytok zakladiv vyshchoi osvity: lokalni informatsiino-komunikatyvni aspekty [Sustainable development of higher education institutions: local information and communication aspects]. Vcheni zapysky Universytetu «KROK» [Scientific notes of "KROK" University]. 2020. № 2 (58). p. 97-102. [in Ukrainian]. (2023, September, 6).

9. Suchasnyi universytet – odna z osnovnykh chastyn innovatsiinoi diialnosti krainy [A modern university is one of the main parts of the innovative activity of the country]. Ofitsiinyi sait MON [Official website of the Ministry of Education and Science of Ukraine]. (2021). Retrieved from https://mon.gov.ua/ua/news/suchasnij-universitet-odna-z-osnovnih-chastin-innovacijnoyi-diyalnosti-krayini-rozpochavsya-tretij-den-vseukrayinskogo-forumu-ukrayina-30-osvita-i-nauka. [in Ukrainian]. (2023, September, 11).

10. Ahhren M. (2023) 25+ statystyky sotsialnykh media, faktiv i tendentsii za 2023 rik [25+ social media statistics, facts and trends for 2023]. Retrieved from https://www.websiterating.com/uk/research/social-media-statistics-facts/ [in Ukrainian]. (2023, September, 10).

11. Playle T. (2011) How can a university best use social media for internal communications? *The Guardian.* 2011. 01 Jul. Retrieved from https://www.theguardian.com/higher-education-network/blog/2011/jun/01/universities-social-media-internalcommunications. (2023, September, 10).

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСАХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

USE OF SOCIAL NETWORKS IN MODERN COMMUNICATION PROCESSES OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Кирилюк Ірина,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
Умань, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-9814-195X

Чвертко Людмила,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
Умань, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2788-6991

Kyryliuk Iryna.
Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Technologies,
and Organization of Tourism and Hotel and Restaurant Business,
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Uman, Ukraine

Chvertko Liudmyla,
Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Economic Security,
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Uman, Ukraine

Анотація. Обґрунтовано значення соціальних мереж для закладів вищої освіти в сучасних умовах. Досліджено найбільш ефективні соціальні мережі для формування комунікації з цільовою аудиторією. Виокремлено основні напрями комунікації закладів вищої освіти через соціальні мережі.

Ключові слова: соціальні мережі, комунікація, цифрові технології, інформаційний простір, комунікативний процес, цільова аудиторія, заклад вищої освіти.

Abstract. The importance of social networks for institutions of higher education

in modern conditions is analised. The most effective social networks for forming communication with the target audience have been studied. The main directions of communication of higher education institutions through social networks are highlighted.

Keywords: social networks, communication, digital technologies, information space, communicative process, target audience, higher education institution.

Вступ. Сучасні умови господарювання неможливі без використання цифрових технологій в комунікативних процесах, а їх розвиток набуває все більшого значення й сприяє прогресу світової економіки. Останнім часом практично всі галузі стикаються з необхідністю трансформацій, оскільки нові технології, інновації та моделі споживчої поведінки кардинальним чином змінюють колишні, стійкі моделі.

Сфера освіти є одним із тих сегментів економічної діяльності, де знання і технології постійно взаємодіють, детермінуючи постійні зміни та вдосконалення. Сучасні виклики, обумовлені пандемією COVID-19 та повномасштабною збройною агресією російської федерації проти України, створили відповідні умови функціонування й суттєво вплинули на розвиток цифровізації освітньої діяльності та способи комунікації між її учасниками. Тренди сьогодення вказують на високу інноваційну активність закладів вищої освіти (ЗВО) й усвідомлення суб’єктами ринку освітніх послуг пріоритетності цифрових трансформацій, зокрема й у процесах комунікації.

Мета дослідження - обґрунтування необхідності використання соціальних мереж у сучасних комунікативних процесах закладів вищої освіти та окресленні перспектив їх розвитку в умовах сучасних викликів.

Огляд літератури. Науковий інтерес до дослідження ролі та значення соціальних мереж у сучасних комунікаційних процесах закладів вищої освіти постійно зростає. Зокрема, визначенню впливу соціальних мереж на конструювання комунікативного простору сучасного суспільства присвячені наукові праці К.

Дубняк [4]. У науковому доробку Т. Бондаренко, В. Стеценка, Н. Стеценко та Г. Ткачук соціальні мережі досліджуються як засіб цифрової присутності та формування позитивного іміджу освітньої установи в інформаційному суспільстві [2]. Rutter R., Roper S., Lettice F. у своєму дослідженні демонструють позитивний вплив брендингової діяльності закладів вищої освіти, пов'язаної з використанням соціальних медіа на набір студентів, відзначаючи, що особливо сильний і позитивний ефект виникає, коли університети використовують соціальні медіа в інтерактивному режимі [11]. E. Chen та M. DiVall описують важливість і потенційні підходи до розробки стратегії соціальних мереж, зокрема виокремлюють важливі складові підтримки використання соціальних мереж у діяльності закладів вищої освіти [8]. Song L., Kim L., Chee L. та Muthaloo S. зосереджують увагу на впливі взаємодії в соціальних мережах, що включає соціальну взаємодію, обмін інформацією, спостереження та кількість інформації, на якість взаємовідносин та ефективність бренду в контексті маркетингу у сфері вищої освіти. Вчені обґрунтовують, що така соціальна взаємодія позитивно впливає на якість цих взаємовідносин [14].

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний інформаційний простір з одного боку ускладнює процес комунікації, з іншого – надає нові можливості. Соціальні мережі стали новим засобом комунікативного зв'язку за допомогою якого користувачі глобальної мережі мають можливість реалізувати віддалену взаємодію через спілкування, обмін інформацією та поширення інформації. Соціальна мережа, за визначеннями вчених, це «автоматизований, інтерактивний, багатокористувальницький сервіс, створений для взаємодії людей у групі або групах, в основі якого лежать система «друзів» і система «комьюніті»; контент сервісу завантажується самими учасниками мережі» [4].

Можливість максимального налаштування на цільову аудиторію (географічно, за часом, контекстом, поведінкою користувача, типом товару або

послуги та ін.), здійснення моніторингу та внесення коректив у віртуальному середовищі має значні переваги [1, с. 50]. Інструментарій соціальних мереж є найбільш ефективним методом багатосторонньої комунікації завдяки забезпеченню різними засобами взаємодії – відео, чатами, зображеннями, блогами та ін. [5, с. 38].

З огляду на зростання кількості інтернет-користувачів, розширення доступу до мережі, покращення швидкості з'єднання, стабілізацію обсягів трафіку тощо, інтернет став поширеним явищем з унікальними можливостями. Впродовж останніх років кількість користувачів глобальної мережі Інтернет істотно зросла, зокрема у 2022 р. 66 % населення світу, або 5,3 млрд осіб є користувачами мережі Інтернет (рис. 1).

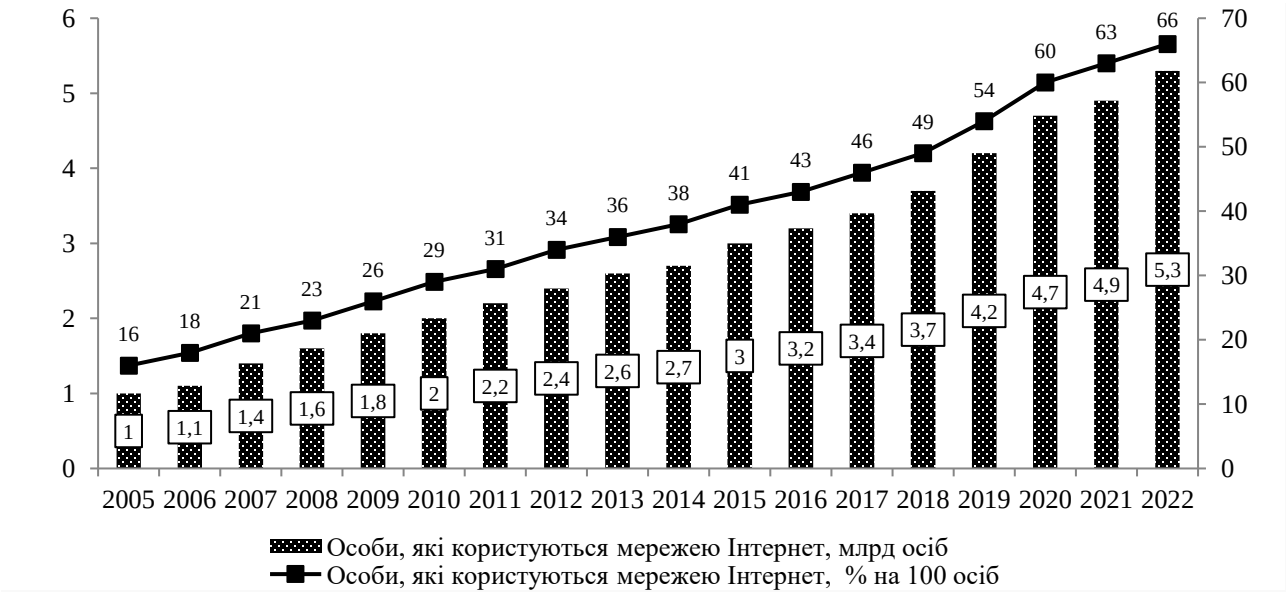

Рис. 1. Динаміка кількості інтернет-користувачів у світі, млрд осіб

Джерело: побудовано авторами за даними [15].

Водночас збільшення кількості інтернет-користувачів зумовлює зростання кількості користувачів, зареєстрованих у соціальних мережах. Зокрема, на початок 2022 р. кількість користувачів у соціальних мережах зросла в 3,1 раза проти показника 2012 р. Впродовж 2021 р. до соціальних мереж приєдналося 424 млн користувачів [9]. На початок 2022 р. кількість користувачів, зареєстрованих у

соціальних мережах становить 58,4% населення світу. За даними Global Web Index користувачі віком 16–64 років щодня проводять у соціальних мережах 2 год 25 хв, тоді як особи віком 16–24 років – майже 3 год [13].

Показники активності різних вікових груп у соціальних мережах представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Показники використання соціальних мереж різними віковими групами

Показники	Facebook	Instagram	TikTok	Twitter	LinkedIn	Pinterest	Snapchat	YouTube
Кількість активних користувачів у місяць, млрд осіб	2,9	2,0	1,0	0,211	0,810	0,431	0,319	2,0
Найбільша група користувачів за віком, років	25-34	18-24; 25-34	10-19	18-29	25-34	50-64	15-25	15-35
Частка найбільшої групи користувачів за віком, %	31,5	31,0; 31,2	25	42	58,4	38	48	-
Час користування мережею в день, хв	33	29	89	31	-	14,2	25	30

Джерело: побудовано авторами за даними [12].

Нині потужними комунікативними платформами, що створюють додаткові можливості для спілкування, інформування, формування власного бренду є Facebook, YouTube, Whatsapp, Instagram тощо (рис. 2).

Посилення конкуренції на ринку освітніх послуг, розвиток технологій та виробництво нових знань зумовило глобальні зміни в діяльності закладів вищої освіти. Необхідність забезпечення відкритості та прозорості освітніх установ обумовила потребу оприлюднення інформації щодо їх освітньої та іншої діяльності. Зауважимо, що механізм регулювання взаємовідносин закладів вищої освіти та їх комунікація через інтернет в Україні регулюється Законом України «Про вищу

освіту» [7], наказом Міністерство освіти і науки України № 166 від 19 лютого 2015 року [3]. Ці та інші внутрішні нормативно-правові документи закладів вищої освіти «інспірували запуск інформаційних компаній у соціальних мережах, що забезпечило поліпшення роботи з питань створення сильного інституційного бренду, популяризації освітнього контенту, інтерактивної комунікації з цільовою аудиторією в сучасному інформаційному суспільстві» [2].

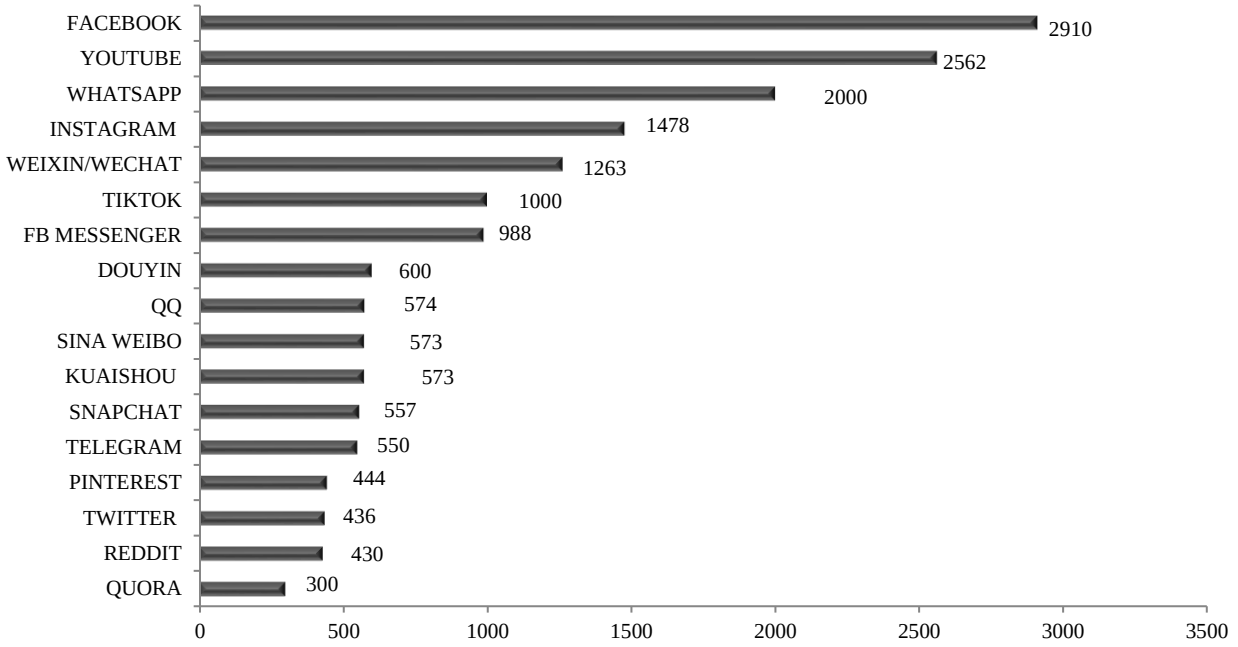

Рис. 2. Найпопулярніші соціальні мережі у світі станом на січень 2022 р., ранжовані за кількістю активних користувачів щомісяця, млн осіб

Джерело: побудовано авторами за даними [10].

Використання якісного контенту в соціальних мережах надає можливість закладам вищої освіти комунікувати з широкою цільовою аудиторією за різними напрямами (рис. 3).

Рис. 3. Напрями комунікації ЗВО в соціальних мережах

Заклад вищої освіти, який активно присутній в соціальних мережах, отримує значні можливості та великі переваги, зокрема:

- швидкий та оперативний спосіб надання інформації абітурієнтам, здобувачам вищої освіти та інших зацікавленим учасникам;
- безплатний та доступний канал навчання (вебінари, лекції) та спілкування між учасниками освітнього процесу;
- пошук абітурієнтів серед аудиторії соціальних мереж (реклама освітніх послуг та презентація конкурентних переваг ЗВО через контент-маркетинг);
- створення спільноти випускників для збільшення популярності та впізнаваності ЗВО;
- публікація вірусного контенту, що поширюється у соціальних мережах без участі ЗВО;
- поширення корисних інформаційних статей та відео для привернення уваги абітурієнтів та збільшення бази підписників соціальних мереж;
- здатність своєчасно реагувати на негативні реакції з боку цільової аудиторії [6, с. 108].

Нині використання освітніми закладами цифрових технологій, які сприяють поліпшенню їх ділової активності, розширенню цільової аудиторії, забезпеченню ефективної діяльності, координації комунікативних процесів, здійсненню контролю результативності і якості послуг, є необхідною умовою для підвищення

конкурентоспроможності ЗВО. Завдяки вільному доступу до інформації, надійності інформації в реальному часі, використанню різноманітних мультимедійних засобів для представлення даних і забезпеченню ефективного обміну інформацією між учасниками спільноти, навчальні заклади використовують соціальні мережі для популяризації освітнього контенту як на національному, так і на світовому рівнях.

Висновки. Соціальні мережі відкривають новий спосіб взаємодії користувачів у глобальній мережі, їх функціонал забезпечує багатосторонню соціальну комунікацію, сприяє швидкому поширенню інформації серед цільової аудиторії. Вагомими перевагами соціальних мереж є можливість точних налаштувань на цільову аудиторію та моніторингу й корекції у віртуальному середовищі.

Зміни в освітній сфері, детерміновані дедалі більшою конкуренцією та розвитком технологій, обумовили необхідність пошуку шляхів забезпечення відкритості та прозорості діяльності закладів освіти. Це призвело до поширення інформаційних компаній у соціальних мережах, які сприяють просуванню інституційного бренду, популяризації освітнього контенту та інтерактивній комунікації з цільовою аудиторією в сучасному інформаційному суспільстві.

Для закладів вищої освіти соціальні мережі в сучасних умовах стали необхідним інструментом, який активно використовується ними в процесах комунікації та популяризації освітнього контенту. Подальше використання соціальних мереж має великий потенціал для покращення комунікативних процесів та розширення впливу закладів вищої освіти і сприятиме їхній успішності та конкурентоспроможності.

Література

1. Bogashko, O. L., Chvertko, L. A. (2018). Perspektyvy zastosuvannia internet-marketynhu na pidpryiemstvakh [Prospects for the application of Internet marketing at enterprises]. Marketynh v umovakh rozvytku tsyfrovykh tekhnolohii, materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Marketing in the context of the development of digital technologies, Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical Internet-Conference]. Lutsk [in Ukrainian].

2. Bondarenko, T. V., Stetsenko, V. P., Stetsenko, N. M., & Tkachuk H. V. (2021). Tsyfrova prysutnist zakladiv vyshchoi osvity u sotsialnykh merezhakh Facebook ta Instagram [Digital Presence of the Higher Education Institutions in the Social Networks Facebook and Instagram]. *Information Technologies and Learning Tools*, 84(4), 271–284. doi: https://doi.org/10.33407/itlt.v84i4.3551 [in Ukrainian].

3. Some issues of publicizing information about the activities of higher educational institutions from February 19 2015, № 166. Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0166729-15#Text [in Ukrainian]. (2015, February)

4. Dubniak, K. V. (2014). Sotsialni merezhi Internet yak zasib obminu informatsiieiu [Internet social networks as a means of information exchange]. *Derzhava ta rehiony. Seriia : Sotsialni komunikatsii [State and regions. Series : Social communications*], 3, 122–126 [in Ukrainian].

5. Kyryliuk, I. (2022). Vykorystannia suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii u turystychnii haluzi [Use of modern information technologies in the tourism industry]. In *Vykorystannia suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii u turystychnii haluzi* [Innovative development of tourism and the hospitality industry: problems and prospects] (pp. 28-44). Uman [in Ukrainian].

6. Nosan, N., Nazarenko, S. (2023). The role of SMM as a means of marketing communications of a higher education institution under martial law in Ukraine [The role of SMM as a form of marketing communications of higher education institutions in the conditions of martial law in Ukraine]. *Modern Economics*, 38, 106–111. doi: https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-16 [in Ukrainian].

7. About higher education from July 1 2014, №1556-VII (2014, July 1). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text [in Ukrainian].

8. Chen, E., & DiVall, M. (2018). Social Media as an Engagement Tool for Schools and Colleges of Pharmacy. *American journal of Pharmaceutical Education*, 82 (4), 354–364 doi: https://doi.org/10.5688/ajpe6562

9. Digital 2022: global overview report. (2022). Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Article&utm_campaign=Digital_2022 (2023, August, 21).

10. Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active usershttps. (2022). Retrieved from https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/ . (2023, August, 21).

11. Rutter, R., Roper, S., & Lettice, F. (2016). Social media interaction, the university brand and recruitment performance. *Journal of Business Research*, 69 (8), 3096–3104. doi: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.025 .

12. Social media demographics to inform your brand's strategy in 2022. (2022). Retrieved from https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/#instagram-demographics. (2023, August, 20).

13. Social media use by generation. (2022). Retrieved from https://www.gwi.com/reports/social-media-across-generations. (2023, August, 20).

14. Song, L., Kim, L., Chee, L., & Muthaloo, S. (2023). The role of social media engagement in building relationship quality and brand performance in higher education marketing. *International Journal of Educational Management,* 37. doi: 10.1108/IJEM-08-2022-0315.

15. World Telecommunication, «Statistics». (2022). Retrieved from https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx. (2023, August, 20).

СТОРІТЕЛЛІНГ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

STORYTELLING AS A MARKETING TOOL IN SOCIAL NETWORKS FOR HIGHER EDUCATION

Мархонос Світлана,
кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства,
Національний авіаційний університет,
Київ, Україна
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6615-5262

Markhonos Svitlana,
Ph.D. in Geography, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Tourism and Country Studies,
National Aviation University,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Дослідження присвячене розгляду сторітеллінгу як сучасному маркетингового інструменту в соціальних мережах. Вища освіта – це саме та сфера, де застосування сторітеллінгу є актуальним та необхідним.

Ключові слова: сторітеллінг, маркетинговий інструмент, соціальні мережі, вища освіта, інноваційні підходи.

Abstract. The study is devoted to the consideration of storytelling as a modern marketing tool in social networks. Higher education is precisely the field where the use of storytelling is relevant and necessary.

Keywords: storytelling, marketing tool, social networks, higher education, innovative approaches.

Вступ. Сторітеллінг як сучасний маркетинговий інструменту в соціальних мережах є важливим для подальшого розвитку вищої освіти, а саме для залучення нових споживачів освітніх послуг. Саме завдяки сторітеллінгу, можна пропонувати новий цікавий контент в соціальних мережах, що буде привертати увагу не лише потенційних студентів, а й залучати до роботи науково-педагогічний персонал.

Мета - дослідити застосування сторітеллінгу в соціальних мережах для вищої

освіти, визначити основні його завдання та напрямки.

Огляд літератури. Проблематику використання сторітеллінгу у сучасних медіа вивчали такі закордонні дослідники, як Х.Айяр, А.Акгун, Д.Брайнт, Д.Вілсон, Р.Гілл, Е.Ердоган, Х.Кескин, П.Монґ, Д.Соле, М.Шумейт. Варті уваги роботи вчених О.Градюшка, М.Маєвської, О.Тодорової.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сторітеллінг – це процес розповіді історій з метою передачі певного повідомлення або створення певного настрою. Цей метод став популярнішим серед маркетологів, оскільки він дозволяє залучити і утримати увагу аудиторії, побудувати емоційний зв'язок із споживачами та підвищити свідомість про бренд [1].

Основна ідея сторітеллінгу в маркетингу полягає в тому, що люди легше запам'ятовують і сприймають інформацію, яка подається у формі історії. Розповідь про бренд або продукт у форматі історії дозволяє створити емоційний контент [3].

До основних ідей використання сторітеллінгу в вищій освіті можна віднести наступні (рис.1):

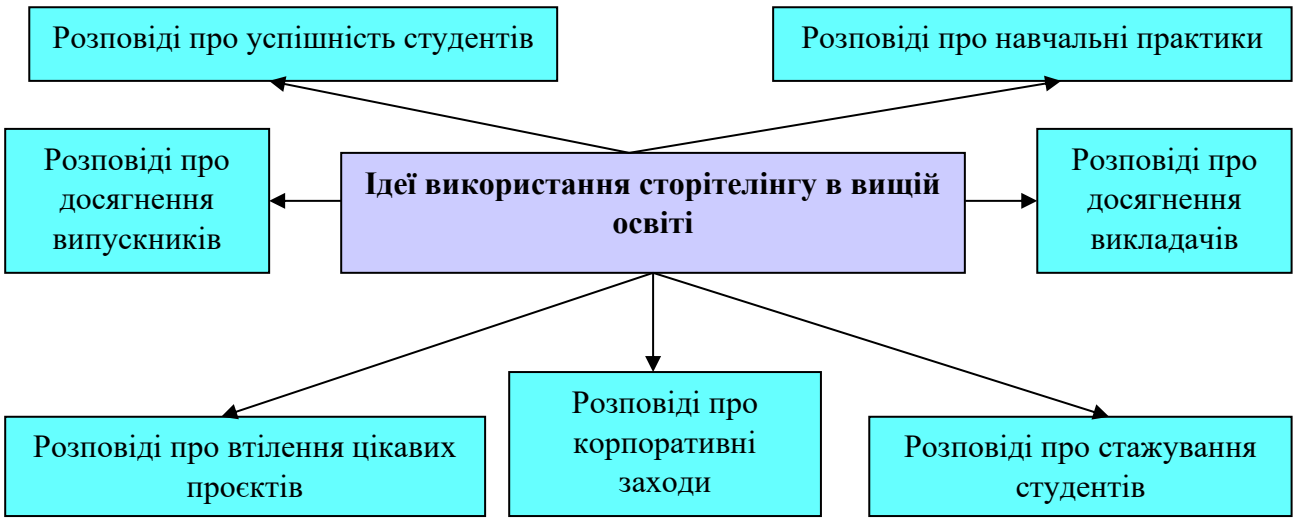

Рис.1. Ідеї використання сторітеллінгу в вищій освіті

Історії можуть бути використані для розповіді про успішність студентів,

досягнення учених, цікаві проєкти та багато іншого. Розповідь за допомогою історій дозволяє створити емоційний зв'язок між учасниками освітнього процесу та збільшити зацікавленість студентів. Додатково, історії можуть бути використані для підвищення впізнаваності навчального закладу, позиціонування його як експерта у галузі та залучення нових студентів.

Завдання для сторітеллінгу в вищій освіті можуть включати:

1. Запрошення студентів розповісти історію про своє найбільш важливе навчальне досягнення. Вони можуть поділитися своїми почуттями, труднощами, які вони зустріли на шляху до досягнення цієї мети, і як вони впоралися з ними.

2. Прохання до студентів розповісти історію про свою найбільш значущу навчальну помилку або невдачу. Вони можуть поділитися своїми враженнями, викликами, які вони зустріли, і як вони змогли з ними справитися і вийти з цього досвіду сильнішими.

Сторітеллінг повинен складатись з кількох ключових елементів, які створюють цікаву та запам'ятовувану історію:

1. Герой: Варто обрати головного персонажа, якими можуть бути студенти, викладачі, випускники або будь-які інші особи, пов'язані з навчальним закладом. Варто поділитися їхніми досягненнями та внеском у своїй області.

2. Перешкоди та виклики: Варто розповідати про реальні проблеми або виклики, з якими зіткнулися герої та як вони їх подолали. Це дозволить створити напруження та зацікавленість у читачів.

3. Розвиток: Варто показати як герої змінювалися та розвивалися під час подолання викликів. Це можуть бути нові знання та навички, які вони здобули, або успішні проєкти, в яких вони брали участь.

4. Вплив: Варто висвітлити позитивний вплив навчального закладу та вищої освіти на життя героїв і, можливо, навіть на суспільство загалом.

5. Емоції: Потрібно вказати на емоційні аспекти історії, які зможуть

співпереживати читачі. Вони можуть відчувати захоплення, натхнення або поділитися викликами, з якими стикнулися у своєму власному навчанні.

6. Візуалізація: Варто використовувати візуальні ресурси, такі як фотографії, відео або ілюстрації, щоб доповнити історію та зробити її більш привабливою.

7. Завершення та виклик до дії: Завершити історію сильним закликом до дії. Це може бути запрошення для студентів ознайомитися більше з навчальним закладом або запросити їх приєднатися до спільноти в соціальних мережах. Ці елементи допоможуть створити захоплюючу та вразливу історію, яка приверне увагу аудиторії в соціальних мережах.

Сторітеллінг є потужним маркетинговим інструментом в соціальних мережах для вищої освіти, оскільки дозволяє ефективно спілкуватись з аудиторією та залучати її увагу. Використання сторітеллінгу у соціальних мережах допомагає створити емоційний зв'язок між учасниками освітнього процесу та спонукати до дії. Історії можуть бути використані для розповіді про успіхи студентів, досягнення викладачів та цікавих проєктів, що підвищує зацікавленість та мотивацію студентів.

Сторітеллінг також може сприяти підвищенню впізнаваності навчального закладу та його позиціонуванню як експерта у галузі, що сприяє залученню нових студентів. Для ефективного використання сторітеллінгу в соціальних мережах необхідно ретельно планувати та створювати цікавий та автентичний контент. Важливо аналізувати та вимірювати результати використання сторітеллінгу, щоб розуміти, як впливає цей підхід на цілі маркетингової стратегії та залучення аудиторії.

Існує кілька методів аналізу та вимірювання результатів використання сторітеллінгу в маркетингу. Ось деякі з них:

1. Відслідковування метрик соціальних мереж: Слідкування за кількістю переглядів, вподобань, коментарів, щоб виміряти вплив сторітеллінгового контенту. Також можна аналізувати залучення аудиторії, спостерігати за зміною

кількості підписників, рівнем залученості та інше.

2. Опитування та відгуки: Варто застосовувати опитування та просити аудиторію відгукнутися про сторітеллінговий контент. Це дозволить отримати безпосередній зворотний зв'язок від користувачів і оцінити ефективність контенту.

3. Аналіз зміни поведінки: Дослідження того, чи зростає пізнавальність або мотивація аудиторії після перегляду сторітеллінгового контенту. Можна використовувати опитування або спостерігати за змінами в активності студентів, наприклад, збільшення кількості запитань або участі в заходах.

4. Відслідковування конверсій: Якщо сторітеллінг використовується для просування конкретних програм або подій, можна використовувати інструменти відслідковування конверсій, щоб дізнатись, скільки людей перейшли зі сторітеллінгового контенту на веб-сайт або зробили конкретну дію.

5. Краудсорсинг аналітики: Варто включити аудиторію в процес аналізу, запросити їх оцінити контент і використати отримані дані для вдосконалення стратегії сторітеллінгу.

6. Порівняння зі статистикою: Порівняння результатів використання сторітеллінгу з іншими маркетинговими стратегіями, щоб оцінити ефективність та визначити, які підходи найбільше привертають увагу аудиторії.

Варто використовувати комбінацію цих методів для отримання повної картини про ефективність стратегії сторітеллінгу.

Висновки. Отже, дослідження, присвячене розгляду сторітеллінгу як сучасного маркетингового інструменту в соціальних мережах, доводить, що цей підхід може бути дуже ефективним для вищої освіти. Використання сторітеллінгу дозволить навчальним закладам збільшити зацікавленість та мотивацію студентів, підвищити впізнаваність та привернути нових студентів. Успішне використання сторітеллінгу вимагає якісного контенту, планування та аналізу результатів.

Література

1. Akgün, A. E., Keskin, H., Ayar, H., & Erdoğan, E. (2015). The influence of storytelling approach in travel writings on readers' empathy and travel intentions. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 207, pp. 577-586.
2. Klymenko I.V. (2012) Reklama yak instrument sotsializatsii ta rozvytku dukhovnosti studentskoimolodi [Advertising as a tool for socialization and spiritual development of student youth]. Naukovyi chasopys NPU imeni M.P.Drahomanova. Seriia 12:Psykholohichni nauky [Scientific journal of the NPU named after M.P. Drahomanova. Series 12: Psychological Sciences]. 37. – pp.136–139
3. Shumate M., Bryant J., Monge P. (2005) Storytelling and globalization: The complex narratives of netwar. Emergence: Complexity and Organization. Vol.7. Iss.3-4. –pp.74–84.

МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ АКТУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

NETWORK TECHNOLOGIES AND DISSEMINATION OF RELEVANT INFORMATION IN A HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Мелех Любомира,
кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри господарсько-правових дисциплін,
Львівський державний університет внутрішніх справ,
Львів, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2936-8426

Мелех Богдан,
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри права,
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнології імені С.З. Гжицького,
Львів, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3125-0163

Melekh Liubomyra,
Candidate of Law, Associate Professor,
professor of the department of economic and legal disciplines of the Institute of Law,
Lviv State University of Internal Affairs,
Lviv, Ukraine

Melekh Bohdan,
Candidate of Sciences in Public Administration,
Associate Professor Associate Professor of the Department of Law,
Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology named after S.Z. Gzycki,
Lviv, Ukraine

Анотація. Одним із важливих завдань відділу зв'язків із здобувачами вищої освіти є інформаційне забезпечення стрічки новин для інтернет-порталу закладу вищої освіти (ЗВО). Ми свідомо беремо термін «інтернет-портал», адже сайт вищого навчального закладу зобов'язаний мати саме такий статус.

Ключові слова. інтернет-сервіси, інтернет-портал, сайт, заклад вищої освіти.

Abstract. One of the important tasks of the department of relations with students of higher education is the information provision of the news feed for the Internet portal of the institution of higher education (HEI). We deliberately use the term "Internet portal", because the website of a higher educational institution is obliged to have exactly such a status.

Keywords. internet services, internet portal, website, institution of higher education.

Вступ. За визначенням, інтернет-портал – це сукупність взаємоз'єднаних безпосередньо та через мережу інтернет апаратних засобів, до яких належать комп'ютери та машинозчитувані електронні носії інформації із заздалегідь записаною на них інформацією та/або виконані з можливістю запису та зчитування інформації у вигляді комп'ютерних програм, баз даних тощо. Він надає користувачеві інтернету різні інтерактивні сервіси, які працюють у рамках єдиного сайту. Налічує велику кількість посилань на інші сайти інтернету, має зручний інтерфейс та переслідує ціль задовольнити якомога більшу аудиторію здобувачів вищої освіти.

Усі портали виконують функції пошуку, а також, надають інтернет-сервіси, наприклад: електронна пошта, стрічка новин тощо. Особливе значення це набуває в умовах електронного кампусу, проєкт якого зараз активно реалізується в багатьох закладах вищої освіти.

Огляд літератури. Ідея роботи порталу — створення чи представлення критичної (найбільшої) маси інтернет-сервісів, якими б можна було залучити до

себе таку кількість користувачів-відвідувачів, яка буде постійно поповнюватися та збільшуватися. Кожен здобувачами вищої освіти має можливість відкрити на сайті персональне робоче місце та отримувати інформаційну підтримку у відповідності зі своїми індивідуальними інформаційними потребами» [1, 120].

Створення, наприклад, бібліотечного веб-сайту, його дизайн не є предметом нашого дослідження, однак деякі елементи його інформаційного наповнення та їх маркетинг варто розглянути предметно, як продукти діяльності відділу.

Інтернет є надзвичайно конкурентним середовищем і тому ефективні веб-сайти мають створюватися в результаті стратегії промоційної діяльності. Ще одна складність – він потребує постійної підтримки аби не втратити своєї актуальності для аудиторії.

Левова частка українських університетських сайтів функціонує державною мовою, але, слід зазначити, що далеко не всі з них повністю україномовні. Вибір мови реалізований на багатьох українських сайтах, проте реалізований теж не завжди добре. Тут, перш за все, даються взнаки ті ж проблеми - посилання «не в мову». Тобто користувач може обрати зручну для себе мову інтерфейсу, але не завжди посилання виводять користувача на сторінки, написані мовою, яку він обрав [2, 390].

Найпопулярнішими сервісами на українських університетських сайтах є різновиди бібліографічних та вебліографічних оглядів. Абсолютна більшість проаналізованих проєктів (83%) містить сторінки з тематичними списками літератури з того чи іншого питання. Тут користувачі можуть не тільки переглядати уже створені списки, але й створювати та адмініструвати власні. Викладачі можуть створити списки із предметів, котрі вони викладають, студенти чи будь-які інші зареєстровані на сайті користувачі теж можуть створювати списки із тематики, у якій вони поінформовані. Користувачі сервісу можуть бачити не тільки списки, а й те, наскільки кваліфікована людина їх створювала. Як результат – у виграші й

здобувачі вищої освіти, і ті, хто допомагає їм створювати бібліографічний продукт, і кінцеві користувачі інформації. Прекрасний, хоча поки унікальний для українського сегмента інтернет, приклад вдало розробленого зворотного зв'язку з користувачами [3, 31].

Наочною формою онлайнового сервісу є віртуальні книжкові виставки. Для кінцевих користувачів стає набагато цікавішим, якщо розробниками додано до бібліографічного списку фотографії обкладинок та анотації до представлених книжок(наукових видань). Поряд із навігаційними сервісами в арсеналі сайтів провідне місце займають пошукові сервіси. Найпоширенішою формою пошукового сервісу є пошуковий сервер. Вище вже зазначалося, що більшість українських сайтів мають електронні каталоги, оформлені як пошукові сервери. Але поняття «пошуковий сервер» значно ширше, ніж «електронний каталог». Якщо сайт великий, то навіть для пошуку потрібної інформації у структурі сайту необхідний пошуковий сервер. Окрім цього, користувачам потрібний і пошук в інтернеті, який ЗВО також може пропонувати зі сторінки власного сайту. З наявністю цих двох видів пошуку стан гірший, ніж із наявністю електронних каталогів [4, 53].

Виклад основного матеріалу дослідження. Проаналізуємо тепер сервісні ресурси українських сайтів, тобто ті, які створюються для допомоги користувачам у їхній роботі. Дуже важливо розробити на сайті дієвий інструментарій для допомоги користувачам, це значно полегшить їхню роботу і вкрай позитивно вплине на їхнє ставлення як до конкретного проєкту, так і до усіх в цілому. Для розробки сервісних ресурсів дуже важливо чітко усвідомити, для кого і для чого створюється проєкт, хто буде його потенційними користувачами, які завдання ставить перед собою ЗВО, створюючи конкретний інтернет-проєкт.

Університетські сайти багаті на інформацію про свої установи. У тому чи іншому вигляді інформація про ЗВО, її основні послуги, режим роботи, адресу тощо наявна на 96% проаналізованих сайтів [5, 35].

Дуже важливим для успішної навігації по сайту є канал новин сайту. Користувачів потрібно постійно інформувати про будь-які зміни в змісті сайта. Саме канал новин сайту є найкращим показником його життєдіяльності, саме цей сервіс відображає те, як адміністрація працює над удосконаленням його структури та змісту.

Важливо налагодити дієвий зворотній зв'язок із тими, для кого сайт створено. Найпростішим та найефективнішим методом є створення гостьових книг сайтів, у яких відвідувачі могли б залишити власні пропозиції, побажання подяки або ж скарги [6, 21].

Віртуальні довідкові служби, які б задовільно функціонували, були наочними та містили фонд виконаних довідок, виявлені одиниці. Користувач може миттєво зв’язатися із сайтом й у режимі реального часу отримати відповідь на свій запит.

У проаналізованому сегменті були знайдені приклади всіх рівнів дизайнерської майстерності: від найпростіших веб-сторінок, створених за допомогою програми Microsoft Word, до зразків професійного веб-дизайну комерційного рівня. Деякі сайти підписані спеціалізованими дизайн-агенціями, деякі створюють організації, яким підпорядковані, є розроблені студентами, ознайомленими з основами веб-дизайну. Різний рівень досвіду відображається в різному рівні якості. Але навіть недосвідченість у веб-дизайні не виправдовує деяких грубих помилок: можна приймати різні рішення щодо дизайну, але варто пам’ятати, що сайт має бути доступним усім, незалежно від апаратної платформи.

Тому, інформаційне наповнення новин або блок останньої інформації підкреслить, що ваш сайт не стоїть на місці, а розвиваєтеся, пам’ятає і турбується про користувачів. Логічно цей розділ помістити на перший план інтернет-порталу.

Також варто вивчати інструменти роботи із аудиторією, які є невід’ємною складовою частиною веб-сайту. Минув той час, коли сайт був мережевою рекламною брошурою. Сьогодні сайт вирішує набагато більше завдань і робить все

ефективніше, зокрема передбачає:

1) опитування відвідувачів – їхнє ставлення/думка про послуги, сервіси, сайт. Зібрати важливу інформацію в мережі набагато простіше й швидше. Для цієї мети на сайт вміщуються опитувальники, голосування, гостьові книги тощо;

2) анкети для відвідувачів – залежно від демографічного портрета постійної аудиторії сайту, його адміністрація може робити відповідні корегування в змісті, розділах і навіть позиціонуванні, тим самим підлаштовуючись під інтереси аудиторії;

3) аналіз поводження користувачів на сайті – власники ресурсу можуть стежити за відвідуваністю сервера, за найбільш популярними маршрутами на сайті, точками входу й виходу відвідувачів, часом, проведеним на кожній зі сторінок тощо. Дана інформація використовується і для оптимізації структури й навігації сайту.

Окрім створення сторінки в соціальній мережі, ефективним є започаткування різних груп, сторінок окремих заходів та подій. Додатково з'являється можливість заявити про себе величезній аудиторії. Група в соціальній мережі – це пряме спілкування з користувачами. Соціальні мережі дають змогу зруйнувати межі – це їх головна перевага. ЗВО може оперативно дізнатися думку користувачів з приводу планованої акції або зміни режиму роботи, з'ясувати їхні побажання, прийняти до уваги доцільність певних змін. Група дає можливість миттєво повідомити велику аудиторію про нові видання, конкурси або заходи і поширити цю інформацію далі в мережі.

Просування в соціальних медіа залежить від вибору форми майданчиків для роботи в соціальних медіа (блоги, сторінка або група в соціальній мережі, відеоканал на хостингу Youtube). Визначальним є стиль, основні принципи, ключові тексти, аватари. Необхідно розробити приблизний перелік тематичних розділів для сторінки, частоту наповнення, використання аудіо- та відеоматеріалів,

приблизний «редакційний план» на перші місяць–два роботи. Спочатку враховується базова інформація для наповнення сторінки на перші два–три тижні її функціонування. Важливо оптимально організувати роботу (порядок створення «редакційного плану» і контенту для наповнення майданчиків у соціальних медіа, розподіл обов'язків) . Контент в соціальних медіа - це привід для бесіди, тому важливо створювати тексти , які передбачають дискусії в коментарях, але виклад інформації мусить бути точним, простим і однозначним [6, 22].

Як показало опитування під час нашого дослідження, найпоширеніший досвід серед ЗВО має одна з найчисельніших і популярних в університетському середовищі соцмереж – Facebook. Вона розвиває переваги своєї інформаційної соціальної платформи, інтегруючи не тільки медіа, а й усі типи контенту, продовжуючи розвивати мережу як засіб авторизації для будь-яких сторонніх сайтів і додатків, що розширить можливості присутності для ЗВО.

Висновки. Отже, аналіз різних публікацій з цієї теми, а також власний досвід дали підстави нам визначити етапи проєктування, створення й підтримки веб-порталу ЗВО: розробка концепції сайту і його дизайну, відбір інформаційного наповнення, програмування, встановлення сайту на комп’ютер провайдеру та web-промоушен сайту.

Література

1. Barabash S. I.(2017) Zv'yazky z hromads'kistyu (PR) ta informatsiyni tekhnolohiyi v bibliotetsi vishchogo navchal'nogo zakladu [Public relations (PR) and information technologies in the library of a higher educational institution]. Kyiv, Avers. 119 p. [in Ukrainian].

2. Tymoshenko N. L.(2016) Korporatyvna kultura: dilovy etyket [Corporate culture: business etiquette]. Kyiv. Znannia, 392 p. Seriya "Vyshcha osvita 21 stolittya [Series "Higher education of the 21st century”]. pp. 389–391. [in Ukrainian].

3. Solovyanenko D. (2015) Strukturnyi analiz ukrayinskoho bibliotechnoho veb-segmentu merezhi Internet [Structural analysis of the Ukrainian library web segment of the Internet]. Bible release No. 3. pp. 26–37. [in Ukrainian].

4. Shevchenko I. (2010) Nova bibliotechna posluga: vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii ta Internetu v bibliotetsi [New library service: use of information technologies and the Internet in the library]; Ukrayinska Bibliina Asotsiatsiya, Tsentr bezperervnoyi informatsiyno-bibliotechnoyi osvity,

Holovnyy tsentr pidhotovky bibliotechnykh pratsivnykiv. K.: Sammit-Knyha [Ukraine Bible Assoc., Continuous Center. inform.-bibl. of education, Head training center for librarians. K.: Sammit-Knyga]. 65 p. [in Ukrainian].

5. Petrytska V. (2010) Komfort obsluhovuvannya ochyima korystuvachiv [Comfort of service through the eyes of users]. Bibliynyy forum Ukrayiny [Bible Forum of Ukraine]. 1. pp. 32–36. [in Ukrainian].

6. Pashkova V. S. (2013) Elektronni resursy, dostupni vsim: proekt Posol'stva SShA v Ukrayini [Electronic resources available to all: the project of the US Embassy in Ukraine] "Internet dlya publichnykh chytachiv. b-k". Bibliyna planeta ["Internet for public readers. b-k". Bible planet]. 4. pp. 20–22. [in Ukrainian].

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SOCIAL NETWORKS TO ENSURE SUSTAINABLE COMMUNICATIONS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Олійник Андрій,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет,
спеціаліст департаменту міжнародних проєктів,
Київська бізнес школа,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-4589-703X

Гуляєва Людмила,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Академія праці, соціальних відносин і туризму,
керівниця департаменту міжнародних проєктів,
Київська бізнес школа,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-0045-8551

Дурановський Войцех
PhD з економіки,
ад'юнкт, координатор ERASMUS департаменту,
Опольський університет,
Ополе, Польща
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3984-6332

Oliinyk Andrii.
Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of International Management,
State University of Trade and Economics,
Kyiv, Ukraine

Huliaieva Liudmyla,
Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance,
Academy of Labour, Social Relations and Tourism,
Kyiv, Ukraine

Duranowski Wojciech,
Ph.D. in Economics,
Adjunct, coordinator of the ERASMUS department,
University of Opole
Opole, Poland

Анотація. Ефективна комунікація має першочергове значення в сучасній вищій освіті, а соціальні мережі є ключовими для поширення інформації та інституційної ідентичності. Інтеграція інструментів штучного інтелекту (ШІ) в освітню комунікацію пропонує керовані даними персоналізовані рішення. Досліджується потенціал ШІ для забезпечення сталих комунікацій вищих навчальних закладів, розглядаються конкретні приклади успішного використання ШІ та сформовано рекомендації.

Ключові слова: сталий розвиток, соціальні мережі, штучний інтелект, вищі навчальні заклади, ChatGPT

Abstract. Effective communication is paramount in today's higher education, and social media is key to spreading information and institutional identity. Integrating artificial intelligence (AI) tools into educational communication offers data-driven, personalized solutions. This study examines the potential of AI to ensure sustainable communications in higher education institutions, examines specific examples of successful use of AI, and makes recommendations.

Keywords: sustainable development, social networks, artificial intelligence, higher

education institutions, ChatGPT

Вступ. У сучасній вищій освіті ефективна комунікація має першочергове значення для успіху. Соціальні мережі стали важливими каналами для поширення інформації та формування інституційної ідентичності. Забезпечення чіткої, послідовної та сталої комунікації сьогодні є стратегічною необхідністю. Одним із шляхів вирішення даного завдання є інтеграція інструментів штучного інтелекту (ШІ) в освітню комунікацію.

ШІ пропонує аналіз даних, автоматизацію та можливості персоналізації, які можуть змінити спосіб залучення вищих навчальних закладів до зацікавлених сторін через соціальні мережі. Ця інтеграція означає значні зміни в управлінні відносинами зі стейкхолдерами та каналах комунікації.

У даній статті розглядається можливості штучного інтелекту в соціальних мережах для стійких комунікацій у вищій освіті. Досліджуються можливості застосування штучного інтелекту і стратегії, керовані штучним інтелектом, що покращують комунікацію.

Мета дослідження - проаналізувати можливості використання штучного інтелекту у соціальних мережах для покращення та підтримки комунікації у вищих навчальних закладах. Реалізацію мети здійснено через розгляд особливостей застосування штучного інтелекту, визначення викликів та їхнього впливу, пропонуючи ідеї та рекомендації щодо підвищення ефективності комунікації в епоху цифрової освіти.

Огляд літератури. ШІ сьогодні знаходиться на ранній стадії розвитку у сфері вищої освіти, але вже зараз є ключовим інструментом для вирішення освітніх завдань майбутнього. Застосування цієї технології може допомогти вирішити велику кількість освітніх проблем та змінити методологію навчання. Однак акцентується увага на необхідності підготовки науково-педагогічних працівників до використання ШІ у педагогічній практиці. Це вимагає засвоєння нових

технологічних навичок для ефективного впровадження ШІ у навчальний процес [1].

Дослідження, присвячені освітнім інноваціям, викликаним застосуванням методів штучного інтелекту, розглядає застосування ШІ в трьох освітніх процесах: навчання, викладання та адміністрування. Науковці зазначають, що основними застосуваннями ШІ в освіті є: прогнозне моделювання, інтелектуальна аналітика, допоміжні технології, автоматичний аналіз контенту та аналіз зображень. Крім того, програми ШІ допомагають вирішувати важливі питання освіти (наприклад, виявлення студентів, які ризикують кинути навчання) і, таким чином, сприяють забезпеченню якісної освіти [7].

У посібнику із навчання ChatGPT, опублікованому під егідою UNESCO, акцентується увага на можливостях ВНЗ використовувати ChatGPT для розробки надійних стратегій залучення спільноти. Враховуючи їх власні специфічні характеристики (географія, місце розташування, потреби громади, місцеві демографічні показники), ChatGPT можна попросити розробити цільові стратегії для покращення добробуту спільноти в цілому. На основі цих стратегій вони могли б розробити комунікаційні кампанії, спрямовані на громаду та з конкретним закликом до дії. Однак даний посібник не містить конкретних рекомендацій, що стосуються соціальних мереж [6].

Аналіз джерел свідчить, що питання використання ШІ у сфері вищої освіти уже активно досліджується. Однак сучасним працям все ще бракує підходів до вивчення застосування ШІ у соціальних мережах для забезпечення сталих комунікацій вищих навчальних закладів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Штучний інтелект (ШІ або AI від англ. Artificial Intelligence) – це галузь комп'ютерних наук, яка займається створенням програм, систем та механізмів, здатних виконувати завдання, використовуючи методи та техніки, які моделюють процеси мислення та рішення природних істот.

Основні характеристики штучного інтелекту включають в себе:

- Машинне навчання (Machine Learning). Системи штучного інтелекту використовують дані для навчання і покращення своєї продуктивності з часом. Машинне навчання дозволяє програмам адаптуватися до нової інформації і виконувати завдання без явного програмування.

- Розпізнавання образів (Computer Vision). Ця галузь ШІ дозволяє комп'ютерам "бачити" та розуміти візуальні дані, наприклад, фотографії і відео. Системи комп'ютерного зору можуть розпізнавати об'єкти, обличчя, емоції і багато іншого.

- Обробка природної мови (Natural Language Processing, NLP). NLP дозволяє комп'ютерам аналізувати, розуміти і взаємодіяти з людьми за допомогою мови. Це застосовується у системах розпізнавання мови, перекладачах, чат-ботах і багатьох інших сферах.

- Логічне мислення і планування. Деякі системи штучного інтелекту можуть виконувати складні завдання, такі як планування маршруту, прийняття рішень у відсутності повної інформації і логічне мислення.

- Робототехніка. ШІ використовується для створення роботів і автономних систем, які можуть виконувати фізичні дії та завдання в реальному світі.

ШІ застосовується в різних галузях, включаючи медицину, фінанси, автономні автомобілі, наукові дослідження, розробку програмного забезпечення та багато інших. Він відкриває нові можливості і вирішує складні завдання, які були раніше недосяжними для звичайних комп'ютерних програм

Використання ШІ в освіті на науці стає все більш помітним. ШІ може стати незамінним помічником у розробці навчальної програми. Він здатен генерувати різноманітний навчальний матеріал, включаючи плани уроків, приклади, презентації, завдання та критерії оцінювання. Наприклад, можна створити план уроку, враховуючи навчальні цілі, або отримати велику кількість прикладів для

пояснення навчальних концепцій студентам. Крім того, інші інструменти штучного інтелекту можуть допомогти у створенні та редагуванні мультимедійного навчального контенту, такого як зображення, відео та документи. Така автоматизація може значно спростити і покращити процес навчання і навчального матеріалу.

Розглянемо основні можливості використання ШІ в соціальних мережах для забезпечення стійких комунікацій у вищих навчальних закладах.

Яскравим прикладом можуть бути чат-боти для підтримки студентів. Вищі навчальні заклади можуть використовувати чат-боти на основі ШІ в соціальних мережах, щоб надавати миттєві відповіді на запити студентів. Такі чат-боти можуть відповідати на поширені запитання, пропонувати вказівки щодо реєстрації на курси та надавати своєчасну інформацію про події та строки, гарантуючи, що студенти отримають швидку та точну підтримку.

Так, наприклад, у технологічному інституті Джорджії багато студентів у магістерському класі штучного інтелекту не знали, що одна з їхніх асистенток, Джил Уотсон, була ШІ.

Приблизно 300 студентів класу публікували близько 10 000 повідомлень за семестр на онлайн-дошці оголошень, з чим майже неможливо впоратися звичайному асистенту. Хоча кількість запитань була великою, однак кількість різних запитань насправді була обмеженою. Тож була створена система, яка могла б відповідати на ці запитання, які постійно повторювалися, і Джилл запам’ятовувала десятки тисяч відповідей з минулих семестрів, щоб надати відповідь для наступних питань.

Виявилось, що віртуальна Джилл була одним з найефективніших помічників викладача, відповідаючи на запитання з 97% рівнем успіху. Вона не змогла відповісти на всі запитання, але, що важливіше, вона не змогла мотивувати студентів або допомогти їм з курсовою роботою. Те, що зробила Джилл, це

звільнила людей-помічників викладачів для більш значущої роботи [2].

Актуальним стає персоналізований контент. Алгоритми ШІ можуть аналізувати вподобання та поведінку студентів у соціальних мережах, щоб адаптувати рекомендації щодо контенту. Наприклад, якщо студент виявляє великий інтерес до певної спеціалізації, програми, факультету чи позакласної діяльності, установа може використовувати ШІ для надання персоналізованих оновлень, пропозицій щодо курсів або запрошень на події, сприяючи залученню та почуттю причетності.

Віртуальні помічники для адміністративних завдань на основі ШІ можуть оптимізувати виконання рутинних робіт, такі як планування зустрічей, керування реєстраціями на події та координація ресурсів деканатів. Це звільняє час співробітників для більш стратегічних комунікаційних зусиль [5].

У 2016 році Університет штату Джорджія представив чат-бота зі ШІ Pounce, який зменшив «літнє танення» на 22%, що означало, що в перший день осінніх занять з’явилося 324 додаткових студента. «Літнє танення» для американських ВУЗів відбувається, коли студенти, які вступили навесні, кидають навчання до початку навчання восени.

Майже 60% студентів штату Джорджія походять із сімей із низьким рівнем доходу, і багато з них першими у своїх сім’ях вступають до коледжу, тому вони потребують індивідуальної уваги, а також фінансової допомоги. Однією з причин, чому вони не доходять до першого дня занять восени, є збентеження через різноманітні необхідні форми та незнання, до якого офісу студентського містечка звернутися за конкретними запитами. У даному випадку ШІ дозволив збільшити ефективність комунікації університету зі студентами.

ШІ дозволяє аналізувати настрої для отримання відгуків. Інструменти аналізу настроїв на основі ШІ можуть відстежувати розмови в соціальних мережах, щоб оцінювати громадську думку та визначати проблемні питання. Тоді установи

можуть активно реагувати на вирішення проблем і підтримувати позитивну репутацію в Інтернеті [8].

Автоматизоване планування соціальних медіа. Інструменти на основі ШІ можуть аналізувати моделі взаємодії в соціальних мережах і автоматично планувати публікації для оптимального охоплення та видимості. Це гарантує, що важливі оголошення, новини та події поширюються тоді, коли цільова аудиторія найбільш активна.

Аналітика даних для прийняття рішень. Аналітика даних на основі ШІ може обробляти величезні обсяги даних із соціальних мереж, щоб надати практичну інформацію. Наприклад, ці інструменти можуть допомогти навчальним закладам зрозуміти ефективність їхніх кампаній у соціальних мережах, відстежувати тенденції інтересів студентів або визначати потенційні сфери для вдосконалення комунікаційних стратегій [4].

Інструментами ШІ, що можуть допомогти у формуванні ідей та контенту для соціальних мереж можуть бути: ChatGPT 3.5, ChatGPT 4.0, Bard AI, Notion AI, wordtune. Більшість з даних платформ є безкоштовними та не потребують спеціального навчання для початку роботи.

Створення ілюстрацій, презентацій, логотипів та інших форм дизайну може бути реалізовано з допомогою таких додатків, як Stable Diffusion, Bing Image Creator, Playground, Midjourney, Dall E 2. Відеоконтент може бути створеною такими інструментами ШІ, як D-Di та EleventLabs.

Платформи Curata або Scoop.it, доповнені можливостями ШІ, та можуть ефективно керувати та створювати контент для соціальних мереж. Вони використовують ШІ для аналізу інтересів, уподобань і поведінки користувачів у веб-переглядачі, відбирають релевантний вміст із авторитетних джерел на основі рекомендацій ШІ, оптимізують вміст за допомогою ключових слів SEO для кращого рейтингу в пошукових системах.

Звичайно, використання ШІ може бути пов’язаним із певними ризиками, що потребують врахування та відпрацювання механізмів їх уникнення чи мінімізації наслідків.

Перш за все, ШІ штучний інтелект може збирати особисті дані, що створює проблеми з конфіденційністю. Також ШІ може надавати упереджені дані, що суттєво впливає на об’єктивність вмісту. Алгоритми ШІ є непрозорими, що не дозволяє повторити один і той самий результат навіть з однаковими запитами. Крім цього, актуальними є етичні питання використання ШІ та можлива технологічна залежність користувачів повністю опиратися лише на результати роботи ШІ. А тому потрібно шукати збалансовані підходи між традиційною роботою з інформацією та використанням ШІ.

Висновки. Отже, інтеграція штучного інтелекту (ШІ) у соціальні мережі може революціонізувати спілкування у вищих навчальних закладах. ШІ пропонує різні можливості, включаючи персоналізовану доставку контенту, ефективні чат-боти, автоматизоване планування соціальних медіа та аналіз настроїв, які можуть значно покращити комунікаційні стратегії. Приклади таких установ, як Технологічний інститут Джорджії та Університет штату Джорджія, демонструють, як чат-боти, керовані ШІ, покращили підтримку та залучення студентів, що зрештою призвело до підвищення рівня вступу.

Персоналізовані рекомендації щодо вмісту та автоматичне планування гарантують, що університети зможуть ефективно охопити цільову аудиторію. Крім того, аналітика даних на основі ШІ надає корисну інформацію для вдосконалення комунікаційних стратегій і моніторингу настроїв громадськості. Однак використання штучного інтелекту в соціальних мережах також створює проблеми, пов’язані з конфіденційністю, упередженістю, прозорістю та етикою. Встановлення балансу між автоматизацією, керованою штучним інтелектом, і людським наглядом має вирішальне значення для вирішення цих проблем.

Література

1. Alotaibi, N. S., & Alshehri, A. H. (2023). Prospers and Obstacles in Using Artificial Intelligence in Saudi Arabia Higher Education Institutions—The Potential of AI-Based Learning Outcomes. Sustainability, 15(13), 10723. https://doi.org/10.3390/su151310723
2. EdTech. (2023). Retrieved from https://edtechmagazine.com/higher/article/2020/01/successful-ai-examples-higher-education-can-inspire-our-future
3. Jokhan, A., Chand, A. A., Singh, V., & Mamun, K. A. (2022). Increased digital resource consumption in higher educational institutions and the artificial intelligence role in informing decisions related to student performance. Sustainability, 14(4), 2377. 14.4: 2377 https://doi.org/10.3390/su14042377
4. Nassoura, A. B. (2022). Applied artificial intelligence applications in higher education institutions: A systematic review. Webology (ISSN: 1735-188X), 19(3). Retrieved from: https://www.webology.org/abstract.php?id=2831
5. Onlinedegrees. (2023) 43 Examples of Artificial Intelligence in Education. Retrieved from https://onlinedegrees.sandiego.edu/artificial-intelligence-education
6. Sabzalieva, E., & Valentini, A. (2023). ChatGPT and artificial intelligence in higher education: quick start guide. Retrieved from https://www.iesalc.unesco.org/wp-content/uploads/2023/04/ChatGPT-and-Artificial-Intelligence-in-higher-education-Quick-Start-guide_EN_FINAL.pdf
7. Salas-Pilco, S. Z., & Yang, Y. (2022). Artificial intelligence applications in Latin American higher education: a systematic review. International Journal of Educational Technology in Higher Education, 19(1), 1-20.. https://doi.org/10.1186/s41239-022-00326-w
8. Sproutsocial. 15 ways to use social media for education. (2023). Retrieved from https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-education/

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЯК ЕЛЕМЕНТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

USING SOCIAL NETWORKS AS ELEMENTS OF THE INFORMATION ENVIRONMENT FOR FORMING THE BRAND OF THE INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION

Павленчик Наталія,
доктор економних наук, професор,
професор кафедри економіки та менеджменту,
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського,
Львів, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-6164-5644

Павленчик Анатолій,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри інформатики та кінезіології,
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського,
Львів, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2205-1883

Pavlenchyk Nataliia,
doctor of economic sciences, professor,
professor of the Department of Economics and Management,
Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture,
Lviv, Ukraine

Pavlenchyk Anatolii,
PhD and associate professor of the department of informatics and kinesiology,
Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture,
Lviv, Ukraine

Анотація. Обґрунтовано об’єктивну необхідність використання закладами вищої освіти соціальних мереж, як елементів інформаційного середовища, з метою просування бренду. Подано авторське визначення поняття бренду ЗВО. Визначено переваги використання соціальних мереж для просування бренду.

Ключові слова: соціальні мережі, заклад вищої освіти, бренд, інформаційне середовище, здобувачі.

Abstract. The study substantiates the objective need for higher education institutions to use social networks as elements of the information environment in order to promote the brand. The author's definition of the concept of the ZVO brand is given. The advantages of using social networks for brand promotion have been determined.

Keywords: social networks, higher education institution, brand, information environment, applicants.

Вступ. У сучасному суспільстві важко уявити сферу, яка б не зазнала впливу інформаційного середовища, при чому, як позитивного, так і негативного. Виклики, з якими зіштовхнулася Україна під час пандемії COVID-19 та повномасштабної війни, зумовили необхідність активнішого використання елементів інформаційного середовища – різних месенджерів, платформ, соціальних мереж з метою

вирішення, як виробничих проблем, так і приватно-побутових питань.

За даними річного звіту Digital 2022 Global Statshot 5,32 млрд людей у всьому світі користуються мобільними телефонами, що становить 67% населення планети. Понад 5 млрд людей постійно користуються інтернетом, при цьому за останній рік їх загальна кількість зросла майже на 200 млн. Чисельність активних користувачів соціальних мереж становить 4,65 млрд, а це 58,7% всього населення планети. Якщо вважати, що соцмережами можуть користуватися люди від 13 років, приблизно три чверті усіх це вже роблять. Користувачі всесвітньої павутини проводять в ній, у середньому, майже по 7 годин щодня. Типовий користувач інтернету зараз проводить в мережі понад 40% свого життя [11].

Враховуючи такий стан «мережевої активності» людей, цілком обґрунтованою є необхідність систематичного використання сучасних он-лайн технологій в освітній сфері. Така необхідність, обґрунтована і у Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки, в якій зазначено, що «Процес глобалізації посилив конкуренцію системи вищої освіти, зокрема через виникнення нових провайдерів освітніх послуг, збільшення можливостей для трудової та академічної мобільності, поширення транскордонної освіти. Це вимагає від закладів вищої освіти спрямування зусиль на залучення кращих студентів і наукових, науково-педагогічних та педагогічних працівників та спонукає органи державної влади до перегляду національних стратегій розвитку з метою запобігання відставанню в секторі вищої освіти» [3]. Відтак, вирішити питання залучення та збільшення чисельності студентів, а також інших учасників освітянської спільноти, пропіарити бренд закладу вищої освіти та викладача, сформувати якісне освітнє середовище та інші чинники, які забезпечують високий рівень якості надання освітніх послуг не можливо без використання елементів інформаційного середовища.

Мета. Метою статті є теоретико-методологічне обґрунтування необхідності використання елементів інформаційного середовища в освітньому процесі закладів

вищої освіти та їх вплив на процес формування бренду ЗВО.

Огляд літератури. Формування, використання та впровадження елементів інформаційного простору та відповідних технологій в освітнє середовище, проблематика яка супроводжує ці процеси є предметом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Вміння раціонально і ефективно використати повний набір інформації в сучасних умовах діджитилізації забезпечує позитивний результат діяльності окремого підприємства [1, с. 65]. Актуальність проблем пов'язаних із використанням елементів інформаційного простору в освітньому процесі та пошук оптимальних шляхів їх вирішення набули максимально важливого значення та активності наукових досліджень під час пандемії COVID-19 та війни в Україні.

Важливість подолання викликів, шляхом цифровізації вищої освіти, розвитку віртуальної мобільності, студентоцентрованого навчання та викладання обґрунтована у «Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки», в якій зазначено, що «Гостра респіраторна хвороба COVID-19, спричинена коронавірусом SARS-CoV-2, зумовила значні зміни в сферах освіти і науки завдяки безпрецедентному поширенню інформаційних технологій та різкому зростанню обсягів інформації, що передаються через глобальні комунікаційні системи. Зокрема, доступ до Інтернету, який до цього сприймався здебільшого як джерело ресурсів для навчання, відкрив нові можливості для використання його як інструменту навчання, а не тільки як електронної бібліотеки. Використання дистанційних інноваційних технологій дало змогу також надати нового значення поняттю "залучення здобувача освіти до освітнього процесу", що раніше визначалося здебільшого його фізичною присутністю на заняттях» [3]. Погоджуємося із авторами Стратегії, що «Розвиток інформаційного суспільства та високотехнологічної економіки потребує масової вищої освіти, вимагає від кожної сучасної людини високого рівня освіченості та здатності до критичного

мислення»[3].

Як зазначають науковці «Соціальні мережі надають такі переваги в освітньому контексті, як співпраця, обмін знаннями, спільні інтереси, активна участь і рефлексивне мислення. Зараз соціальними мережами користуються дуже неоднорідні люди різного віку, рівня освіти, статі, соціального статусу, мови, і культури, які беруть участь і включають соціальні мережі у своє повсякденне життя» [14].

Питання ефективності використання соціальних мереж в освітньому процесі досліджено у праці Черненко А.В., який обґрунтовує необхідність оновлення шляхів, форм, методів, засобів, прийомів навчання за допомогою використання соціальних сервісів, соціальних мереж та їх навчальних додатків зі студентами у закладах вищої освіти. Автор вважає, що «на сучасному етапі розвитку суспільства все більшого поширення набуває питання ефективності використання соціальних мереж в освітньому процесі. Очевидно, що вже неможливо викладати дисципліни традиційно, тому соціальні мережі у навчанні надають можливість додаткового обговорення, консультування, спілкування з кількома групами студентів водночас. Використання соціальних мереж для навчання студентів надає змогу постійно слідкувати за виконанням завдань, що дозволяє налагодити оптимальну співпрацю між викладачем і студентом [4].

Цікавими є результати дослідження проведені науковцями Іспанії, які засвідчили, що «85% викладачів висловлюють негативні думки щодо використання соціальних мереж в освітньому середовищі, і, з іншого боку, 96% студентів підтримують включення цих нових інструментів у навчальний процес» [13]. Поряд з цим, повністю поділяємо позицію науковців, що використання цифрових технологій дозволяє змінюватися учасникам освітнього процесу в бік активної методологічної трансформації, запроваджувати автономність навчання, із високим соціальним компонентом, підкріпленим конструктивізмом, де студент головний

суб'єкт. Як вірно зазначив A. J. Y. Zaidieh, соціальні мережі побудовані та функціонують на ідеї того, що люди повинні знати і взаємодіяти один з одним. Соціальна мережа дозволяє отримати доступ до курсів, доступних на різних сайтах, що дозволяє здобувачам, в будь-який час, стежити за ними он-лайн, не зважаючи на обмеження простору та часу в навчальному процесі. [6]. Поряд з цим, повністю поділяємо думку вченого, що існують і певні перешкоди, які дещо стримують використання соціальних мереж, як освітнього інструменту. Насамперед, це конфіденційність, великі затрати часу та непорозуміння, які неможна вирішити без залучення вербальних способів спілкування.

Багато уваги у працях вітчизняних та зарубіжних науковців приділяється проблемі формування бренду закладу вищої освіти та дослідженню чинників, які впливають на нього. Так, наприклад, C. Chapleo стверджує, що хоча багато університетів достатньо добре доносять свій бренд до ключових зацікавлених сторін, вони не в змозі постійно робити це для всіх аудиторій [9], Поряд з цим, вчений вважає, що внутрішнє управління брендом є особливо важливим в університетах, де співробітники є ключовими дійовими особами в розповсюдженні цінностей бренду через дуже особистий контакт зі студентами в рамках зазвичай тривалого освітнього досвіду [10]. Детально чинники формування бренду, які на думку керівників університетів мають значення для набору студентів, було досліджено у праці [5]. За результатами дослідження авторами було описано десять основних елементів бренду університету, які майбутні студенти враховують під час оцінювання закладів. Це включало освітню ідентичність університету (зокрема щодо того, чи прагнув він розширити програму участі та ступінь різноманітності його студентського контингенту), розташування закладу, можливості працевлаштування його випускників, його візуальні образи та його загальну «атмосферу» (як «дружній», «привітний» тощо). Репутація, спортивні та соціальні умови, навчальне середовище, Пропоновані курси та зв'язки між спільнотами

також вважалися важливими чинниками бренду університету з точки зору потенційного студента.

Ключову роль у формуванні бренду ЗВО багато вчених відводять насамперед – здобувачам. Повністю погоджуємося із вченими, які стверджують, що студенти, які ототожнюють себе зі своїм університетом, сприймають свою долю як переплетену з університетом, що спонукає їх бажання брати участь у підтримці університету [8]. Відтак, престиж бренду університету та його знання є ключовими чинниками ідентифікації закладу вищої освіти. Проте, у працях науковців недостатньо уваги при ділено саме використанню соціальних мереж, з метою пізнавальності бренду та формуванню конкурентоспроможності підприємства освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні умови жорсткої конкуренції на ринку освітніх послуг, зумовлюють необхідність використання закладами вищої освіти різноманітних засобів та способів підвищення своєї конкурентоспроможності, зокрема залучення більшої чисельності здобувачів, підвищення якості освітніх послуг, донесення інформації про заклад до стейкхолдерів, формування та рекламування власного бренду. Як зазначає у своїй праці Pinar, M., Trapp, P., Girard, T., & E. Boyt, T. саме бренд університету складається з різних конструкцій, включаючи сприйняту студентами якість, знання бренду, довіру, лояльність та асоціацію з брендом [16].

Як зазначають Сорока О.В. та Кривцова М.С. формування політики брендингу ЗВО неможливе без наявності кваліфікованих кадрів, здатних інноваційно мислити, готових до впровадження інновацій в усі сфери життєдіяльності суспільства. Викладачі-новатори повинні бути здатні працювати в умовах конкуренції й розуміти, що тільки високий професіоналізм, ініціатива, творчість, інноваційний підхід до освітньої діяльності, здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища допоможуть не тільки витримати конкуренцію,

але й успішно сформувати бренд навчального закладу. Формування політики брендингу ЗВО неможливе без наявності кваліфікованих кадрів, здатних інноваційно мислити, готових до впровадження інновацій в усі сфери життєдіяльності суспільства. Викладачі-новатори повинні бути здатні працювати в умовах конкуренції й розуміти, що тільки високий професіоналізм, ініціатива, творчість, інноваційний підхід до освітньої діяльності, здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища допоможуть не тільки витримати конкуренцію, але й успішно сформувати бренд навчального закладу [2].

Враховуючи наукові надбання вчених та на основі власних досліджень пропонуємо бренд закладу вищої освіти розглядати, як особливу сукупність візуально-інформаційних елементів, які визначають і характеризують унікальність ЗВО та його імідж, формують конкурентоспроможність й емоційне сприйняття зовнішнім середовищем на ринку.

У бренді втілюються та відображаються усі принципи та правила, що діють у певному закладі вищої освіти, його корпоративна культура та цінності, які він популяризує. Бренд ЗВО є своєрідним втіленням іміджу закладу, головною метою використання якого є донести стейкхолдерам основну ідею функціонування університету та достовірну інформацію про нього. При цьому може бути використано різні вербальні та невербальні способи.

Сьогодні конкуренція у сфері вищої освіти надзвичайно зростає. Таким чином, конкуренція за студентів, професорсько-викладацький склад, нові джерела фінансування стала дуже гострою. У цьому контексті університети, які мають сильний відмітний імідж, матимуть кращу позицію, щоб успішно протистояти конкуренції, яка відбудеться найближчим часом. Повністю погоджуємося із авторами, що студенти є важливим активом для університету, оскільки вони створюватимуть відповідний образ того, чого вони навчилися теоретично в реальному бізнес-контексті. Таким чином, на рівні вищої освіти питання глобальної

освіти керівників більше не є вибором для зацікавлених сторін університету - це стало обов'язковим. [7]. У цьому контексті актуальним є дослідження, яке обґрунтовує, що із зростанням он-лайн освіти та дистанційного навчання університети повинні забезпечити ефективне представлення свого бренду на цифрових платформах. Це включає наявність зручного веб-сайту, привабливу присутність у соціальних мережах і позитивні онлайн-огляди [17].

Сучасні конкурентні умови вимагають від закладів вищої освіти використання інноваційних технологій, як в навчальному процесі, так і в процесах управління самими університетами. При цьому, одним із ефективних засобів є використання сучасних технологій, які є найпопулярнішими, особливо серед молоді – потенційних абітурієнтів, соціальних мереж та платформ всесвітньої «павутини». Оскільки соціальні мережі стають все більш популярними, вони позитивно змінили бізнес-середовище, заохочуючи та надаючи можливості для співпраці. Мережі соціальних медіа також покращили обмін знаннями, інновації та побудову стосунків, які дуже швидко зростають серед підприємств. Багато підприємств оцінюють потенціал використання комерційних можливостей цієї технології, яка могла б підвищити залученість співробітників і забезпечити різноманітний вплив на спільну роботу [12].

Соціальні мережі у загальному інформаційному просторі є одним із низки універсальних он-лайн інструментів, особливо рекламно-інформаційного характеру, які успішно використовуються для ефективності ведення господарської діяльності у будь-якій сфері. За даними сайту [15], до найпопулярніших соціальних мереж у світі, якими щомісячно активно користуються понад 1 млрд. осіб входять: Facebook, You Tube, WhatsApp, Instagram, WeChat та TikTok (рис. 1).

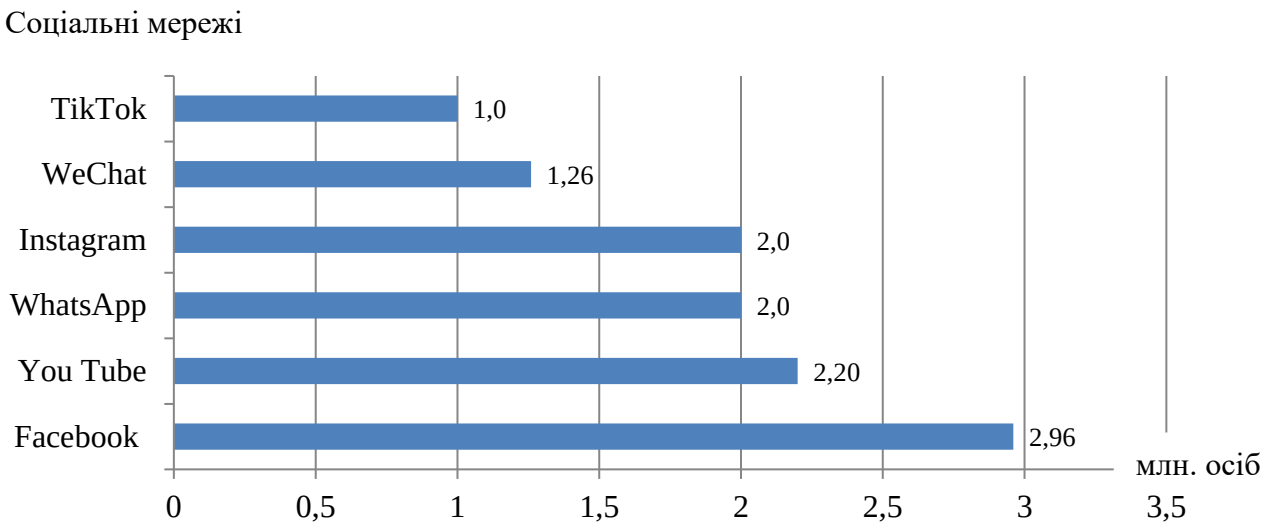

Рис. 1. Рейтинг щомісячних активних користувачів соціальних мереж.

За інформацією електронного видання «PRO ідеї» 78% користувачів Інтернету використовують ті чи інші соціальні медіа, коли шукають більше інформації про бренди. Використання соціальних мереж з метою просування бренду ЗВО дозволяє:

- охопити значну за кількістю аудиторію, до якої можуть входити потенційні здобувачів, їх батьки, науково-педагогічні працівники, адміністрація університету, випускники, роботодавці, представники органів місцевого самоврядування;
- встановлювати та підтримувати постійний актуальний та зворотній зв'язок із користувачами;
- подавати своєчасно та доносити до користувачів інформацію про сам ЗВО, різноманітні заходи та активності, які відбувається в ньому під час освітнього та поза освітнього процесу;
- забезпечувати створення необхідного інформаційного контенту та креативну його подачу.

Для ефективного просування свого бренду, закладу вищої освіти не

обов'язково бути представленим на усіх соціальних мережах, однак на найпопулярніших – необхідно. До того ж активність на усіх платформах повинна бути щоденною. В іншому разі, зацікавлені користувачі отримають інформацію від більш помітного або активного конкурента.

Висновки.

1. Жорстка конкуренція на ринку освітніх послуг зумовлює об'єктивну необхідність використання інноваційних технологій, як в навчальному процесі, так і в процесах управління самими університетами. Одним із ефективних інноваційних засобів популяризації закладу вищої освіти є використання соціальних мереж та платформ всесвітньої «павутини».

2. Бренд закладу вищої освіти – це сукупність візуально-інформаційних особливостей, які визначають і характеризують унікальність ЗВО та його імідж, формують конкурентоспроможність й емоційне сприйняття споживачів освітніх послуг на ринку.

3. Використання соціальних мереж з метою просування бренду дозволяє закладу вищої освіти підвищувати свою конкурентоспроможність, шляхом охоплення значної за кількістю аудиторії, встановлення постійного зв'язку із користувачами, надання своєчасної інформації, створення необхідного інформаційного контенту.

Література

1. Pavlenchyk N. (2022). Informatsiinyi menedzhment ekonomichnoho prostoru [Information management of the economic space]. Sotsialni, ekonomiko-pravovi ta finansovi vyklyky v umovakh hlobalnykh transformatsii: zbirnyk materialiv II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Ternopil – Bratyslava, 30 travnia 2022 roku). Ternopil: ZUNU [Social, economic, legal and financial challenges in the conditions of global transformations: a collection of materials of the II International Scientific and Practical Conference (Ternopil - Bratislava, May 30, 2022). Ternopil: ZUNU.]. 65-68. [in Ukrainian]

2. Soroka O. V., Kryvtsova M. S. (2018). Brend zakladu vyshchoi osvity – osnova konkurentospromozhnosti na rynku osvitnikh posluh [The brand of a higher education institution is the basis of competitiveness in the market of educational services]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho*

natsionalnoho universytetu. Seriia : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo [Scientific Bulletin of the Uzhgorod National University. Series: International economic relations and the world economy.]. 19(3). 65-70. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_19(3)__15. [in Ukrainian]

3. Stratehiia rozvytku vyshchoi osvity v Ukraini na 2022-2032 roky [Strategy for the development of higher education in Ukraine for 2022-2032]. Retrieved from https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2022/04/15/VO.plan.2022-2032/Stratehiya.rozv.VO-23.02.22.pdf. [in Ukrainian]

4. Chernenko A.V. (2019). Vykorystannia sotsialnykh merezh dlia navchannia studentiv u zakladakh vyshchoi osvity [Use of social networks for teaching students in institutions of higher education]. *Teoriia ta metodyka navchannia ta vykhovannia [Theory and methods of teaching and education]*. 46. 166–178. https://doi.org/10.34142/23128046.2019.46.13 [in Ukrainian]

5. Ali-Choudhury, R., Bennett, R. & Savani, S. (2009). University marketing directors' views on the components of a university brand. International Review on Public and Nonprofit Marketing, 6, 11–33. https://doi.org/10.1007/s12208-008-0021-6.

6. Ashraf Jalal Yousef Zaidieh (2012). The Use of Social Networking in Education:Challenges and Opportunities. World of Computer Science and Information Technology Journal (WCSIT). Vol. 2, No. 1, 18-21.

7. Azoury, Nehme M.; Daou, Lindos E.; and El Khoury, Charbel M. (2013) "University Image and its Relationship to Student Satisfaction: Case of the Holy Spirit University of Kaslik, Lebanon," Journal of Executive Education: Vol. 12 : Iss. 1 , Article 4. Retrieved from https://digitalcommons.kennesaw.edu/jee/vol12/iss1/4

8. Balaji, M. S., Roy, S. K., & Sadeque, S. (2016). Antecedents and consequences of university brand identification. Antecedents and consequences of university brand identification. *Journal of Business Research*, *69*(8), 3023–3032.

9. Chapleo, C. (2008). External perceptions of successful university brands. *Int J Educ Adv* 8, 126–135. https://doi.org/10.1057/ijea.2009.9

10. Chapleo, C. (2010). What defines 'successful' university brands? *International Journal of Public Sector Management*, *23*(2), 169–183.

11. Digital 2022 October Global Statshot Report. Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot

12. Kazemian, S., Grant, S.B. (2020). The challenges of internal social networking for higher education: a brief review of the literature. J. of Data, Inf. and Manag. 2, 225–241. https://doi.org/10.1007/s42488-020-00028-w

13. López-Belmonte, Jesús, Pozo-Sánchez, Santiago, & Fuentes-Cabrera, Arturo. (2020). La realidad de la aplicación de redes sociales en el entorno educativo. El caso de una cooperativa de enseñanza de Ceuta. Revista Electrónica Educare, 24(1), 326-347. Epub January 30, 2020.https://dx.doi.org/10.15359/ree.24-1.17

14. Mazman, S.G. & Usluel, Y.K. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, *55*(2), 444-453. Elsevier Ltd. Retrieved August 29, 2023 Retrieved from https://www.learntechlib.org/p/66552/

15. Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users. Retrieved from https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/

16. Pinar, M., Trapp, P., Girard, T., & E. Boyt, T. (2014). University Brand Equity: An Empirical Investigation of its Dimensions. *International Journal of Educational Management*, *28* (6), 616-634.

17. Yaping, Xiao & Huong, Nguyen & Nam, Nguyen & Phan, Quyet & Khanh, Cao & Anh, Dao. (2023). University brand: A systematic literature review. Heliyon. 10.1016/j.heliyon.2023.e16825

ПРОСУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ВИКЛИК ДЛЯ УНІВЕРСИТЕТІВ

PROMOTING SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: A CHALLENGE FOR UNIVERSITIES

Семенчук Тетяна,
кандидат економних наук, доцент,
в.о. завідувач кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Державний університет інфраструктури та технологій
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-7834-1655

Semenchuk Tetiana
Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Acting Head of the Department of the Department of management, public management and administration,
State University of Infrastructure and Technology,
Kyiv, Ukraine

Анотація. У роботі наведена характеристика напрямів міжнародних досліджень з реалізації цілей сталого розвитку в університетах, які відіграють важливу роль у сприянні стійкому розвитку суспільства. Проаналізовано основні складові концепції сталого розвитку закладів вищої освіти та зміст діяльності структур, що беруть участь у процесах розвитку та управління стійкістю. Розкрито основні заходи на кафедрі, як складової університету, які допомагаю реалізовувати цілі сталого розвитку та формувати у здобувача світогляд щодо реалізації цілей сталого розвитку. Обґрунтовано необхідність розробки проєктів сталого розвитку університетів, що включатимуть відповідні вимоги до освітніх установ, які готують фахівців та лідерів бізнесу, покликаних демонструвати суспільно відповідальне ставлення до глобальних проблем.

Ключові слова: сталий розвиток, цілі сталого розвитку, соціальна відповідальність, університети, освіта для стійкого розвитку, заклади вищої освіти

Abstract. The paper describes the directions of international research on the implementation of sustainable development goals at universities, which play an important

role in promoting sustainable development of society. The main components of the concept of sustainable development of higher education institutions and the content of the activities of structures involved in the processes of development and management of sustainability are analyzed. The main activities at the department as a component of the university that help to realize the goals of sustainable development and form the applicant's worldview on the implementation of sustainable development goals are revealed. The necessity of developing sustainable development projects for universities, which will include the relevant requirements for educational institutions that train specialists and business leaders to demonstrate a socially responsible attitude to global issues, is substantiated.

Keywords sustainable development, sustainable development goals, social responsibility, universities, education for sustainable development, higher education institutio

Вступ. Заклади вищої освіти відіграють важливу роль у забезпеченні формуванні та реалізації сталого розвитку суспільства, оскільки саме вони відповідають за формування та надання сучасних якісних знань та досвіду, вони є основними драйверами, суб’єктами соціальних інновацій в мінливому зовнішньому середовищі.

Впровадження принципів та цілей сталого розвитку в європейську систему вищої освіти почалося близько 35 років тому. Зараз це один зі основних та сучасних світових трендів. Отриманий та накопичений міжнародний досвід університетів досить значний і може бути вагомий при розробці концепцій сталого розвитку вищої освіти, які лише зараз починають реалізуватись в окремих вітчизняних університетах.

Відповідно до затверджених 17 Цілей Сталого Розвитку та 169 завдань, які стали підсумковим документом Саміту «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», наша українська національна

система включає 86 завдань та 172 показники для їх моніторингу, що передбачає вирішення широкого спектру економічних, соціо-гуманітарних та екологічних задач, що реалізується на засадах принципу «Нікого не залишити осторонь».

Мета дослідження - сформувати умови для поширення та надання послуг, які дозволять здобувачам, викладачам і науковцям університетів стати агентами змін для реалізації цілей сталого розвитку.

Огляд літератури. Питання формування та просування цілей сталого розвитку за рахунок університетів розглядалось багатьма відомими світовими вченими. Так, на думку А. Бассена,С. Т. Шмітт, C. Stecker [1], в контексті сталого розвитку заклади вищої освіти можуть інтегрувати актуальне питання сталого розвитку у свою діяльність. К.О. Scharmer [2] запрошує університети зосередитися на системній модернізації та розширенні міжорганізаційної співпраці, щоб мати можливість вирішувати проблеми сталого розвитку. М. Бауер та інші [3] стверджують, що університети повинні прийняти стійкий розвиток як інституційний підхід для заохочення трансформаційних практик на всіх рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заклади вищої освіти мають можливість бути рушійною силою, які сприяють змінам – покращенню якістю знань, навичок та компетенцій здобувачів і суспільства, щоб зробити внесок у стійкість, захист навколишнього середовища та інші важливі цілі. Вони повинні підготувати здобувачів стати активними, критичними та відповідальними громадянами та запропонувати можливості навчання протягом усього життя, щоб підтримати їх соціальні ролі.

Вища освіта стала ключовою дійовою особою у досягненні Цілей сталого розвитку ООН. Впровадження принципів сталого розвитку є ключовим аспектом покращення іміджу університету, репутації та якості навчання. Університети з найкращими рейтингами — це ті, які мають стале бачення розвитку своїх студентів та створюють культуру сталого розвитку [4].

Науковцями провідних світових та вітчизняних університетів, напрацьовані концепції сталого розвитку закладу вищої освіти як система поглядів, ідей, що базується на п’яти основних принципах:

- включення питань сталого розвитку до навчальних планів університету;
- включення питань сталого розвитку в дослідження університету;
- побудова поточної діяльності університету на принципах сталого розвитку (використання енергозберігаючого обладнання і технологій, альтернативних джерел і видів енергії, закупівля місцевих харчових продуктів для їдалень та кафетеріїв, використання екологічно чистих засобів для прибирання приміщень, сортування та переробки відходів, використання вторинних (перероблених) матеріалів, економне використання води, розвиток електронних засобів зв’язку та перехід на безпаперову офісну роботу, використання електронних ресурсів у бібліотеці для мінімізації ксерокопіювання тощо);
- створення можливостей для студентів та співробітників університету для набуття навичок поведінки, спрямованої на сталий розвиток (організація велосипедних стоянок, встановлення спеціалізованих урн для сортування сміття і відходів, проведення заходів з благоустрою території тощо);
- розробка програм співпраці та партнерських відносин з іншими організаціями зі сталого розвитку.

Багато провідних університетів світу впроваджують елементи сталого розвитку, які є або системними за своєю природою, або окремими ресурсозберігаючами технологіями. У Великобританії, наприклад, існує багато впроваджених програм і проєктів, як системних, так і окремих екологічних оцінок університетів. Різноманітні програми також існують в США, Канаді, Німеччині, Франції, Ірландії та інших країнах. Більшість університетів Європи і Північної Америки беруть участь в реалізації зелених ініціатив через екологічну політику, розробку планів дій з переходу до принципів сталого розвитку, переосмисленні

навчальних планів і дослідницьких програм [5]. За низкою оцінок понад 1 000 навчальних закладів вже долучилися до рамкових міжнародних декларацій щодо впровадження принципів сталого розвитку у вищій освіті, у тому числі розробки освітніх програм (Вища освіта для сталого розвитку) [6, 7].

Загалом, процес імплементації концепції сталого розвитку в освіті є багато-векторним і багаторівневим. Так в Державному університеті інфраструктури та технологій курс викладання з основ сталого розвитку та соціальної відповідальності для студентів різних рівнів вищої освіти, зокрема магістрів усіх освітніх програм; впровадження принципів сталого розвитку в університетські освітні компоненти та викладання дисциплін у контексті «сталого розвитку» запроваджений з 2014 року.

Наразі кейси щодо успішного його реалізації продовжується і поширюється на всі освітні програми. так було запропоновано на другому курсі під час ознайомлення студентів з цілями сталого розвитку підготувати доповідь-презентацію щодо реалізації сьогодні сталей розвитку особисто та, які цілі планується реалізовувати додатково в майбутньому з обґрунтуванням та конкретними прикладами.

Також, в рамках наукових гуртків «Ефективний урядовець», «Сучасний менеджер» та «Креативне підприємництво» було проведено круглий стіл з метою обговорення питання щодо реалізації цілей сталого розвитку ДУІТ та пропозиціями для реалізації у майбутньому сучасних пропозиції впровадження цілей сталого розвитку університету.

Командою кафедри менеджмент, публічного управління та адміністрування ДУІТ був проведений захист бізнес-ідею Project «Eco-life University» англійською мовою в межах міжнародного проєкту Development of innovative capacity and entrepreneurial competence of Ukrainian universities: sharing best practice of Estonia (UnivEntre) за напрямком «Teaching Entrepreneurship at University», який реалізується за підтримки естонського університету Тарту (University of Tartu) та

організації YEP.

На кафедрі також реалізовується міжнародний проєкт програми Erasmus + WARN «Академічна протидія гібридним загрозам» (610133-EPP-1-2019-1-FI-EPPKA2-CBHE-JP), що є надзвичайно актуальним в сучасних реаліях та для реалізації цілей сталого розвитку університету.

Для реалізації основної цілі щодо якісної совіти, на кафедрі за 2022-2023 навчальний рік було організовано та проведено на високому професійному рівні 2 конференції, III Міжнародна науково-практична конференція «Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці» та Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційний вимір управління соціокультурною діяльністю в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення». В 2023 році на кафедрі менеджменту, публічного управління та адміністрування була відкрита нова науково-дослідна робота «Управління та адміністрування для забезпечення національної системи стійкості України в мінливих безпекових умовах», що дозволить детальніше розглянути реалізацію цілей сталого розвитку, їх принципи, взаємозв'язок з якістю життя населення в Україні.

Висновки. Цілі сталого розвитку як концепт суспільного поступу впевнено стають неодмінною складовою усвідомлення цілісності усіх соціальних, екологічних та економічних процесів, що визначають життя людства. Процес впровадження освіти у галузі сталого розвитку, до якого активно долучені заклади вищої освіти України, характеризується багатовекторністю та багаторівневістю.

Розробка систем оцінки сталості розвитку університетів дозволить в майбутньому врахувати результати соціальних перетворень в провідних світових рейтингах університетів, наприклад, в Академічному рейтингу світових університетів (ARWU), Times Higher Education (THES) та ін. Тоді ефективність реалізації власної програми сталого розвитку також сприятиме репутації університету. Таким чином, перехід системи вищої освіти України до принципів

сталого розвитку є одним зі світових викликів, а накопичений досвід досить великий і повинен бути обов'язково використаний при розробці національної концепції сталого розвитку вищої освіти в Україні.

Література

1. Bassen, A., Schmitt, C. T., Stecker, C. (2017) Nachhaltigkeit an Hochschulen [Sustainability at universities]: entwickeln–vernetzen–berichten (HOCH N) //uwf UmweltWirtschaftsForum [develop–network–report (HOCH N) //uwf UmweltWirtschaftsForum]. 25. 1–2. pp. 139-146. Retrieved from https://link.springer.com/article/10.1007/s00550-017-0450-y [in German]

2. Scharmer, C.O. (2019) Education is the kindling of a flame: How to reinvent the 21st-century university. URL: https://www.huffpost.com/1091entry/education-is-the-kindling-of-a-flame-how-to-reinventb5a4ffec5e4b0ee/59d41c0a9f

3. Bauer, M., Bormann, I., Kummer, B., Niedlich, S., & Rieckmann, M. (2018). Sustainability governance at universities: Using a governance equalizer as a research heuristic. Higher Education Policy, 31, 491-511.

4. Salvioni, D. M., Franzoni, S., & Cassano, R. (2017). Sustainability in the higher education system: An opportunity to improve quality and image. Sustainability, 9(6), 914.

5. Arroyo, P. (2017). A new taxonomy for examining the multi-role of campus sustainability assessments in organizational change. Journal of Cleaner Production, 140, 1763-1774. Retrieved from https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.elsevier-afb2c2c1-7136-3d7ea672-7741d8acd443

6. Waas, T., Verbruggen, A., & Wright, T. (2010). University research for sustainable development: definition and characteristics explored. Journal of cleaner production, 18(7), 629-636. Retrieved from https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2009.09.017

7. Lozano R, Lukman R, Lozano F. J., Huisingh D, Lambrechts W. (2013) Declarations for sustainability in higher education: becoming better leaders, through addressing the university system // Journal of Cleaner Production. Vol. 48. P. 10–19. Retrieved from https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652611003775

ТРАНСФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ЯК УНІВЕРСИТЕТИ ОРІЄНТУЮТЬСЯ НА ЦИФРОВОМУ ЛАНДШАФТІ

SOCIAL MEDIA'S TRANSFORMATIVE IMPACT: HOW UNIVERSITIES NAVIGATE THE DIGITAL LANDSCAPE

Сітак Ірина,
кандидат економних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Харків, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1146-5730

Sitak Iryna,
Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of Management,
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute",
Kharkiv, Ukraine

Анотація. Соціальні медіа стали невід'ємною частиною діяльності закладів вищої освіти, змінивши спосіб комунікації університетів, взаємодії із зацікавленими сторонами та ведення своєї діяльності. Розглядаються різні ролі, які соціальні медіа відіграють у діяльності університету, включаючи залучення студентів, особливості викладання та навчання, розповсюдження досліджень, взаємодію зі стейкхолдерами та основними акторами освітніх послуг, а також кооперації із випускниками.

Ключові слова: університет, соціальні медіа, вища освіта, викладання і навчання, бренд, просування, цифрова трансформація

Abstract. Social media has become an integral part of higher education, changing the way universities communicate, interact with stakeholders, and deliver educational services. The study examines the various roles that social media play in university operations, including student engagement, teaching and learning, research dissemination, engagement with stakeholders and key players in education services, and alumni engagement.

Keywords: university, social media, higher education, teaching and learning, brand, promotion, digital transformation

Вступ. Соціальні медіа революціонізували спосіб спілкування та взаємодії людей. Вивчення його впливу на стосунки між університетом і студентом має вирішальне значення для розуміння того, як ці зміни впливають на динаміку навчальних закладів. Соціальні медіа надають університетам прямий інтерактивний канал для взаємодії зі студентами. Розуміння того, як інтегрувати соціальні медіа в навчальну програму, може підвищити якість освіти. Соціальні медіа також відіграють значну роль у кризовій комунікації. Університети повинні

бути готові ефективно управляти кризами за допомогою цих платформ, щоб захистити свою репутацію та зберегти довіру своїх студентів і зацікавлених сторін.

Аналіз впливу соціальних медіа дозволяє університетам збирати дані про вподобання студентів, моделі залучення та відгуки. Соціальні мережі розширюють охоплення університетів за межі географічних кордонів. Розуміння того, як спілкуватися з іноземними студентами та випускниками через ці платформи, стає все більш важливим у глобалізованому освітньому середовищі. Вивчення впливу соціальних медіа на взаємодію між університетами та студентами є актуальним, оскільки воно допомагає навчальним закладам адаптуватися до мінливих норм спілкування, відповідати очікуванням студентів, посилювати залучення, покращувати наймання та утримання, а також приймати рішення на основі даних для забезпечення високого рівня -якісний освітній досвід в епоху цифрових технологій. Цей напрямок досліджень має важливе значення для того, щоб університети залишалися ефективними та конкурентоспроможними в сучасному освітньому середовищі.

Мета дослідження - всебічний розгляд та аналіз багатогранного впливу соціальних медіа на діяльність університетів. Аналіз має на меті забезпечити детальне розуміння того, як платформи соціальних медіа впливають на різні аспекти вищих навчальних закладів, від залучення студентів і набору до викладання та навчання, розповсюдження досліджень, відносин з випускниками та загального інституційного брендингу. Завдяки системному підходу до аналізу результатів досліджень і найкращих практик ця стаття описує можливості та проблеми, які представляють соціальні медіа в контексті університетів, зрештою скеровуючи навчальні заклади щодо ефективного використання цих цифрових інструментів для досягнення своїх академічних та стратегічні цілей в епоху цифрових технологій.

Огляд літератури. Проведений аналіз літературних джерел підкреслює значний вплив соціальних медіа на різноманітну діяльність університету. Соціальні

медіа стали важливим інструментом для досягнення університетами своїх академічних і стратегічних цілей, починаючи від посилення залучення студентів до підтримки зусиль із набору персоналу, трансформації викладання та навчання, сприяння поширенню досліджень і зв'язкам з випускниками. В роботах Гікас, Дж., Грант, М. М. [3] розглядається роль мобільних пристроїв і соціальних мереж у залученні студентів, а також підкреслюється важливість мобільного доступу до матеріалів курсу та соціальних мереж для спілкування та співпраці. Автори Лі К. та Бернофф Дж. [5] аналізують тематичні дослідження університетів, які ефективно використовують соціальні медіа для зв'язку з майбутніми студентами, використовують такі платформи, як Facebook, YouTube і блоги, для створення сильної присутності в Інтернеті та взаємодії зі студентською спільнотою.

Хью, К. Ф., Ченг, В. С. [4] присвятили свої роботи дослідженню ролі соціальних мереж у відкритих онлайн-курсах та обгрунтовуючи здатність соціальних медіа покращити досвід навчання, сприяючи дискусіям, взаємодії з однолітками та обміну знаннями. Роботи Велеціанос Г. [6] присвячені питанням як такі платформи, як Twitter, блоги та вікі, інтегруються в практику викладання, щоб сприяти спільному навчанню. Айзенбах Г. . [2] досліджував зв'язок між академічними публікаціями, згадками в соціальних мережах і традиційними показниками цитування. Його дослідження підкреслює потенціал соціальних медіа для посилення поширення результатів досліджень. Браунінг Л. та Гандлі В. [1] аналізували використання Твіттера у професійній діяльності, демонструючи, як соціальні медіа можуть залучати випускників, сприяти налагодженню контактів і постійній взаємодії з академічними установами. Оскільки цифровий ландшафт продовжує розвиватися, подальші аналіз та дослідження в цій сфері будуть необхідними для університетів, щоб адаптувати та використовувати весь потенціал соціальних мереж у своїй діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальні медіа відіграють вирішальну роль у просуванні університетів у сучасну цифрову епоху. Вони пропонують університетам потужну платформу для взаємодії з нинішніми та майбутніми студентами, випускниками, викладачами, співробітниками та широкою спільнотою. Ось деякі ключові аспекти ролі соціальних медіа в просуванні університетів:

Набір студентів: платформи соціальних мереж є ефективним способом охопити потенційних студентів. Університети можуть використовувати цільову рекламу та цікавий контент, щоб залучати абітурієнтів, ділитися інформацією про програми, вимоги до вступу, стипендії та життя студентського містечка та, зрештою, збільшити кількість кваліфікованих абітурієнтів.

Залучення та взаємодія: Соціальні медіа забезпечують двосторонній канал зв'язку, де університети можуть безпосередньо взаємодіяти зі своєю аудиторією. Це включає відповіді на запитання, вирішення проблем і виховання почуття спільності серед нинішніх і майбутніх студентів, випускників та інших зацікавлених сторін.

Обмін вмістом. Університети можуть обмінюватися різноманітним вмістом, включаючи статті, відео, вебінари та результати досліджень. Обмін цінним та інформативним контентом не тільки сприяє просуванню університету, але й позиціонує його як лідера думок у різних галузях навчання.

Демонстрація досягнень: Університети можуть використовувати соціальні мережі, щоб відзначати досягнення студентів і викладачів, наукові відкриття, нагороди та відомі історії успіху випускників. Це може підвищити моральний дух в університетській спільноті та продемонструвати прагнення навчального закладу досконалості.

Просування заходів: університети часто проводять такі заходи, як конференції, семінари, спортивні змагання та культурні виступи. Соціальні медіа є

ефективною платформою для просування цих подій, збільшення відвідуваності та взаємодії з учасниками до, під час і після події.

Створення спільноти: соціальні медіа допомагають університетам створювати онлайн-спільноти, де однодумці можуть спілкуватися, ділитися досвідом і співпрацювати. Ці спільноти можуть включати студентські клуби, асоціації випускників та групи за інтересами.

Управління кризою: під час криз, таких як стихійні лиха чи проблеми зі зв'язками з громадськістю, соціальні мережі можна використовувати для надання своєчасних оновлень, обміну інформацією про безпеку та вирішення проблем. Це важливий інструмент для управління кризами та підтримки прозорості.

Аналітика даних: платформи соціальних медіа пропонують надійні інструменти аналітики, які дозволяють університетам відстежувати залучення, демографічні показники аудиторії та ефективність їхнього контенту. Ці дані можуть інформувати майбутні маркетингові стратегії та стратегії охоплення.

Глобальне охоплення: Соціальні медіа виходять за межі географічних меж, що дає змогу університетам охоплювати міжнародну аудиторію. Це особливо цінно для закладів, які прагнуть залучити іноземних студентів і співпрацювати з випускниками по всьому світу.

Таким чином, соціальні медіа є невід'ємною частиною просування університету. Це допомагає університетам зв'язатися зі своєю цільовою аудиторією, підвищити впізнаваність бренду, продемонструвати свої досягнення та створити активну онлайн-спільноту. Ефективні стратегії соціальних медіа можуть призвести до збільшення кількості учасників, покращення репутації та зміцнення відносин із зацікавленими сторонами.

Соціальні медіа стали потужним інструментом для формування та підвищення бренду університетів. У сучасну епоху цифрових технологій репутація та популярність університету тісно пов'язані з його присутністю в Інтернеті, а

платформи соціальних медіа знаходяться в авангарді цієї трансформації. Ось як соціальні медіа впливають і сприяють бренду університетів:

1. Розвиток поінформованості про бренд: Соціальні медіа надають університетам глобальну платформу для створення та поширення повідомлень про свій бренд. Постійно ділячись вмістом, який відображає їхні цінності, досягнення та унікальну ідентичність, університети можуть створити та зміцнити впізнаваність свого бренду серед широкої аудиторії.

2. Взаємодія із зацікавленими сторонами: Соціальні медіа дозволяють безпосередньо взаємодіяти з різними зацікавленими сторонами, включаючи нинішніх і майбутніх студентів, випускників, викладачів, співробітників, донорів і ширшу спільноту. Взаємодія з цією аудиторією на соціальних платформах сприяє розвитку почуття спільноти та приналежності, зміцнюючи лояльність до бренду університету.

3. Прозорість і автентичність: соціальні медіа дозволяють університетам автентично демонструвати свої цінності та культуру. Ділячись враженнями від закулісного життя кампусу, досвідом викладачів і поточними проєктами, університети можуть гуманізувати свій бренд, роблячи його більш зручним і надійним.

4. Реагування на занепокоєння: соціальні медіа також служать життєво важливим каналом для оперативного вирішення занепокоєнь і зворотного зв’язку. Ефективне врегулювання кризових ситуацій і прозора комунікація в складні часи можуть зміцнити прихильність університету до зацікавлених сторін і допомогти захистити репутацію свого бренду.

5. Залучення найкращих талантів: сильна присутність у соціальних мережах може залучити найкращих викладачів, співробітників і студентів. Талановиті люди часто вивчають університети в Інтернеті, перш ніж приймати рішення, і позитивна

та приваблива присутність у соціальних мережах може бути переконливим фактором у їхньому виборі.

6. Лідерство думок: університети можуть використовувати соціальні медіа, щоб утвердитися як лідери думок у різних галузях навчання. Обмін результатами досліджень, експертними думками та змістом, що спонукає до роздумів, може позиціонувати установу як центр знань та інновацій, ще більше посилюючи авторитет бренду.

7. Залучення випускників: Випускники є цінними послами бренду для університетів. Платформи соціальних медіа допомагають університетам залишатися на зв'язку зі своєю спільнотою випускників, сприяючи почуттю гордості та лояльності, що може призвести до посилення підтримки та пропаганди навчального закладу.

8. Цільовий маркетинг: реклама в соціальних мережах дозволяє університетам ефективніше охоплювати конкретні демографічні групи та цільову аудиторію. Такий цілеспрямований підхід може призвести до збільшення кількості студентів та участі в програмах та ініціативах університету.

Соціальні медіа є динамічним і незамінним компонентом зусиль університетського брендингу. Добре реалізована стратегія соціальних медіа може допомогти університетам створити та підтримувати сильну присутність бренду, сприяти залученню, демонструвати свої досягнення та спілкуватися із зацікавленими сторонами на особистому рівні. Це інструмент, який дозволяє університетам формувати свій наратив, демонструвати свої цінності та позиціонувати себе в конкурентному освітньому середовищі.

Соціальні медіа відіграють вирішальну роль у підвищенні якості вищої освіти в університетах з кількох важливих причин:

Покращена взаємодія: платформи соціальних медіа забезпечують динамічне та інтерактивне середовище для взаємодії студентів, викладачів і персоналу один з

одним і з навчальним контентом. Така участь сприяє активному навчанню, заохочує до дискусій і сприяє розвитку критичного мислення, що все сприяє вищій якості освіти.

Доступність ресурсів: платформи соціальних мереж пропонують зручний спосіб обміну освітніми ресурсами, включаючи статті, відео, конспекти лекцій і навчальні матеріали. Така доступність гарантує, що студенти мають велику кількість додаткових матеріалів для підтримки їхнього навчання, покращуючи якість їхньої освіти.

Глобальні навчальні спільноти: соціальні мережі об’єднують студентів і викладачів з усього світу, створюючи різноманітні та інклюзивні навчальні спільноти. Знайомство з різними культурами, поглядами та ідеями збагачує освітній досвід і готує студентів до глобалізованого світу.

Актуальність у реальному світі: університети можуть використовувати соціальні мережі, щоб подолати розрив між теоретичними знаннями та практичними застосуваннями. Завдяки взаємодії з професіоналами, випускниками та експертами галузі студенти отримують уявлення про реальні ситуації, підвищуючи якість своєї освіти.

Спільне навчання: Соціальні мережі сприяють спільному навчальному середовищу, де студенти можуть працювати разом над проєктами, ділитися думками та спільно вирішувати проблеми. Цей спільний підхід не тільки покращує навчання, але й готує студентів до командної роботи та співпраці в їхній майбутній кар’єрі.

Своєчасна комунікація: Соціальні мережі дозволяють миттєво спілкуватися між студентами та викладачами. Ця своєчасна комунікація гарантує оперативне отримання відповідей на запитання, надання зворотного зв’язку в режимі реального часу та ефективну доставку важливих оголошень, що сприяє більш ефективному та якіснішому навчанню.

Реальні програми: соціальні медіа можуть допомогти подолати розрив між навчанням у класі та реальними програмами. Це дозволяє студентам спілкуватися з професіоналами, експертами галузі та випускниками, надаючи уявлення про практичне застосування їхньої освіти.

Підтримка однолітків: Інтернет-спільноти та групи на платформах соціальних мереж можуть надати студентам підтримку та наставництво. Студенти можуть ділитися досвідом, пропонувати академічну допомогу та створювати відчуття причетності, що позитивно впливає на їхній загальний навчальний шлях.

Професійний розвиток: Соціальні медіа-платформи, особливо LinkedIn, пропонують студентам можливість побудувати свої професійні зв’язки, продемонструвати свої навички та дослідити можливості кар’єрного зростання. Цей аспект професійного розвитку покращує якість освіти, готуючи студентів до їх майбутньої кар’єри.

Зворотній зв’язок та оцінювання: педагоги можуть використовувати соціальні мережі для формального оцінювання та зворотного зв’язку. Опитування, вікторини та опитування на соціальних платформах допомагають оцінити розуміння учнями та адаптувати стратегії навчання для покращення результатів навчання та якості освіти.

Інновації та креативність: соціальні медіа заохочують студентів і викладачів досліджувати інноваційні методи навчання та творчі підходи до навчання. Обмін ідеями та проєктами на соціальних платформах сприяє розвитку культури інновацій, що може призвести до покращення освітніх практик.

Покращення на основі даних: аналітика соціальних медіа дає змогу зрозуміти залучення студентів, уподобання та моделі навчання. Університети можуть використовувати ці дані, щоб приймати обґрунтовані рішення щодо розробки навчального плану, методів навчання та послуг підтримки студентів, що, зрештою, покращує якість освіти.

Адаптивне навчання. Деякі освітні технологічні платформи, інтегровані в соціальні мережі, використовують аналітику даних, щоб запропонувати персоналізований та адаптивний досвід навчання. Пристосування навчального змісту до індивідуальних потреб студента призводить до покращення результатів навчання та вищої якості освіти.

Інтеграція соціальних мереж у вищу освіту є важливою, оскільки вона сприяє залученню, співпраці, доступності та актуальності в реальному світі. Це дає студентам можливість брати активну участь у навчанні, спілкуватися з глобальною спільнотою та розвивати навички та мережі, які принесуть їм користь після закінчення навчання, що зрештою сприятиме вищому рівню професіоналізму.

Вплив соціальних мереж на якість вищої освіти в університетах є складним і багатогранним питанням. Хоча соціальні медіа можуть мати позитивний вплив на освіту, вони також створюють потенційні проблеми та ризики, які можуть вплинути на якість освіти. Ось кілька способів, за допомогою яких соціальні мережі можуть сприяти зниженню якості вищої освіти:

Відволікання та знижена концентрація уваги: платформи соціальних мереж створені так, щоб викликати залежність і можуть легко відвернути студентів від навчання. Постійні сповіщення та бажання перевіряти оновлення в соціальних мережах можуть призвести до зниження концентрації та концентрації уваги, що негативно впливає на якість навчання та успішність.

Плагіат і академічна доброчесність: соціальні мережі можуть сприяти плагіату та шахрайству. Студенти можуть використовувати соціальні медіа, щоб ділитися чи купувати академічні роботи, реферати чи навіть відповіді на завдання та іспити, підриваючи принципи академічної доброчесності та знижуючи якість освіти.

Дезінформація та фейкові новини: Соціальні мережі є живильним середовищем для дезінформації та фейкових новин. Коли студенти покладаються

на соціальні медіа для отримання інформації, пов'язаної з їхньою курсовою роботою чи дослідженням, вони можуть зіткнутися з неточною чи упередженою інформацією, яка може призвести до непорозумінь і зниження якості їхньої академічної роботи.

Зниження особистої взаємодії: надмірне використання соціальних медіа може призвести до зниження особистої взаємодії між студентами та між студентами та викладачами. Це може перешкоджати змістовним дискусіям, спільному навчанню та розвитку навичок критичного мислення, які є важливими для високоякісної освіти.

Конфіденційність і безпека. Поширення особистої інформації в соціальних мережах може викликати проблеми з конфіденційністю та безпекою. Студенти можуть бути вразливими до кіберзалякування, крадіжки особистих даних або інших онлайн-загроз, які можуть вплинути на їхнє емоційне благополуччя та загальну академічну успішність.

Проблеми управління часом: Соціальні медіа можуть сприяти проблемам управління часом для студентів. Надмірне використання соціальних медіа може призвести до прокрастинації та втрати часу на неакадемічну діяльність, зменшуючи час і зусилля, які студенти присвячують навчанню.

Вплив на академічні дослідження: Соціальні медіа можуть впливати на академічні дослідження як позитивно, так і негативно. Хоча це забезпечує платформу для обміну результатами досліджень і спілкування з колегами, це також може призвести до швидкого поширення неперевірених або упереджених досліджень, що потенційно може вплинути на якість академічного дискурсу.

Кібербулінг і психічне здоров'я: Кібербулінг на платформах соціальних мереж може мати шкідливий вплив на психічне здоров'я студентів. Студенти, які зазнають кіберзалякування, можуть мати тривогу, депресію та інші проблеми з

психічним здоров'ям, які можуть перешкоджати їхній навчальній успішності та загальному навчальному досвіду.

Висновки. Важливо зазначити, що вплив соціальних медіа на якість вищої освіти може відрізнятися залежно від того, як вони використовуються та як ними керують в університетському контексті. Деякі університети та викладачі активно інтегрують соціальні медіа у свої навчальні стратегії, щоб покращити навчання та залучення. Однак пом'якшення негативних наслідків і сприяння відповідальному використанню соціальних медіа також є важливою проблемою для підтримки якості освіти в епоху цифрових технологій. Підсумовуючи, за умови продуманого та відповідального використання соціальних мереж можна підвищити якість вищої освіти, сприяючи спілкуванню, співпраці, взаємодії та доступу до широкого спектру освітніх ресурсів і можливостей. Однак для університетів і викладачів важливо впроваджувати рекомендації та найкращі практики для ефективного та відповідального використання соціальних медіа в освітньому контексті.

Література

1. Browning, L., & Hundley, V. (2014). Social media: A tool to spread information: A case study analysis of Twitter conversation at the Cardiac Society of Australia & New Zealand 61st annual scientific meeting 2013. Retrieved from: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25109206/
2. Eysenbach, G. (2011). Can tweets predict citations? Metrics of social impact based on Twitter and correlation with traditional metrics of scientific impact. Retrieved from: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3278109/
3. Gikas, J., & Grant, M. M. (2013). Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, smartphones & social media. Retrieved from: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1096751613000262?via%3Dihub
4. Hew, K. F., & Cheung, W. S. (2014). Students' and instructors' use of massive open online courses (MOOCs): Motivations and challenges. Retrieved from: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1747938X14000128
5. Li, C., & Bernoff, J. (2008). Groundswell: Winning in a world transformed by social technologies. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/280179928_Groundswell_Winning_in_a_World_Transformed_by_Social_Technologies
6. Veletsianos, G. (2010). A definition of emerging technologies for education. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/235939794_A_Definition_of_Emerging_Technologies_for_Education

РОЛЬ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У ВПРОВАДЖЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ

THE ROLE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS THROUGH COMMUNICATION STRATEGIES

Тарасенко Олеся,
доцент, Інститут управління інформаційними системами (ISMA),
аспірант, Академія праці, соціальних відносин і туризму,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0009-0007-7284-8819

Tarasenko Olesia,
Assistant Professor of Information Systems Management Institute (ISMA),
Postgraduate Student, Academy of Labor, Social Relations and Tourism,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Вищі навчальні заклади відіграють ключову роль у впровадженні Цілей сталого розвитку (ЦСР) в сучасному суспільстві. Їхній внесок у цей процес забезпечує необхідну експертизу, ресурси, високий рівень освіти. Ефективне впровадження комунікаційних стратегій дозволяє їм налагоджувати зв'язки з громадськістю та партнерами, а також просувати цілі сталого розвитку серед широкого загалу, що в свою чергу дає досягнення цілей сталого розвитку та покращення якості життя нашого суспільства.

Ключові слова: цілі сталого розвитку, вищий навчальний заклад, комунікаційна стратегія, медіа, соціальні мережі, глобальні проблеми.

Abstract. Higher education institutions play a key role in the implementation of the Sustainable Development Goals (SDGs) in modern society. Their contribution to this process provides the necessary expertise, resources, and a high level of education. The effective implementation of communication strategies allows them to establish relations with the public and partners, as well as to promote the Sustainable Development Goals

among the general public, which in turn leads to the achievement of sustainable development goals and improvement of the quality of life of our society.

Keywords: sustainable development goals, higher education institution, communication strategy, media, social networks, global issues.

Вступ. У цьому десятилітті важливе значення надається реалізації Цілей сталого розвитку (ЦСР) на всіх рівнях суспільства. Це свідчить про загальний рух спільноти до стійкого та відповідального розвитку, спрямованого на поліпшення умов життя для всіх. Вищі навчальні заклади, як центри знань та освіти, відіграють ключову роль у цьому процесі. Вони забезпечують необхідну експертизу та ресурси для вивчення та впровадження ЦСР. Крім того, вони формують молоде покоління лідерів, які можуть сприяти досягненню цих важливих цілей.

Ця публікація присвячена аналізу та обговоренню ролі та можливостей вищих навчальних закладів (ВНЗ) у просуванні ЦСР через ефективні комунікаційні стратегії. Вона детально розгляне аспекти цього важливого завдання та надасть рекомендації щодо оптимальних шляхів досягнення цих цілей.

Мета дослідження – провести аналіз ролі ВНЗ у впровадженні ЦСР шляхом застосування ефективних комунікаційних стратегій, що має на меті виявити важливість активної комунікації ВНЗ як каталізатора для досягнення ЦСР, а також проаналізувати успішні практики та визначити потенційні можливості для поліпшення цього процесу. Через вивчення ролі комунікаційних стратегій у реалізації ЦСР, дослідження спрямоване на надання рекомендацій та підказок ВНЗ щодо вдосконалення їхніх підходів до цієї важливої сфери сталого розвитку.

Огляд літератури. Останні дослідження та публікації свідчать про поступове еволюційне перетворення уявлень щодо ролі ВНЗ в досягненні сталого розвитку. Концепція сталого розвитку поступово впроваджується у функціональність та роль ВНЗ, визначає її місію, а також впливає на педагогічні практики та навчальне середовище. Міжнародні організації, зокрема ООН та ЮНЕСКО, активно

розробляють концептуальні документи та політичні рекомендації у сфері роботи ВНЗ в інтересах сталого розвитку. Це вказує на важливість глобальної спільної відповідальності у реалізації цієї концепції. Серед визначених науковців, які внесли значний вклад у цю сферу, можна відзначити М. База, П. Байберхеф, М. Боннетта, Д. Фішера, Н. Ґеріка, Ч.А. Хопкінза, Р. Макіоуна, У. Скотта, Р.В. Стівенсона, А.Д. Урсула, М. Вільямса та багатьох інших. Їхні дослідження вказують на різні аспекти та можливості реалізації роботи ВНЗ в контексті сталого розвитку, а також наголошують на важливості спільних зусиль у цьому напрямку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

1. Комунікаційні стратегії для просування Цілей сталого розвитку. Комунікаційні стратегії для просування Цілей сталого розвитку (ЦСР) - це плановані та організовані підходи до передачі інформації, спрямовані на підвищення усвідомлення, розуміння та активної участі громадськості, організацій та інституцій у впровадженні ЦСР.

Основна мета комунікаційних стратегій для ЦСР - це стимулювати позитивні зміни в суспільстві та глобальній спільноті, спрямовані на забезпечення балансу між економічним розвитком, соціальною справедливістю та охороною навколишнього середовища. Ці стратегії можуть включати в себе:

- створення чіткого повідомлення через формулювання простого та зрозумілого повідомлення про значення та цілі сталого розвитку;
- використання різних медіа, тобто використання різних каналів комунікації, таких як медіа, соціальні мережі, веб-сайти, публічні виступи та інші, для максимального охоплення аудиторії;
- створення глобальної спільноти через залучення людей, організацій та установ до спільного обговорення та вирішення проблем сталого розвитку;
- емоційне залучення через використання емоційно зарядженого контенту для залучення та утримання уваги аудиторії;

- публічні виступи та заходи, це може бути організація конференцій, семінарів, виставок та інших подій для обміну досвідом та ідей щодо сталого розвитку;
- освітні програми та ресурси - розробка навчальних матеріалів та ресурсів, які сприяють усвідомленню та впровадженню принципів ЦСР;
- співпраця з громадськістю та владою, яка відбувається за рахунок роботи з громадськістю, владою та бізнес-середовищем для спільного вирішення проблем сталого розвитку.

Загальна мета таких стратегій - мобілізувати суспільство, бізнес та уряд для спільних зусиль у досягненні Цілей сталого розвитку та забезпечення кращого майбутнього для всіх.

Ми розглянемо більш деталізовано ключові аспекти ефективних комунікаційних стратегій, які дозволяють ВНЗ сприяти реалізації ЦСР. Особлива увага приділемо використанню сучасних медіа-технологій та соціальних мереж.

1. Створення чіткого повідомлення (Message Clarity). Найважливішим кроком є сформулювати чітке та зрозуміле повідомлення про ЦСР та їх значення. Це повинно включати основні поняття та підходи до сталого розвитку, які ВНЗ підтримує.

2. Залучення емоцій (Emotional Engagement). Емоційна залученість студентів та викладачів до ЦСР дуже важлива. Використовуйте історії успіху, особисті історії та приклади впливу, щоб збільшити емпатію та зацікавленість.

3. Використання сучасних медіа-технологій. Створюйте відео, анімації та інтерактивні презентації, які ілюструють ЦСР та їх вплив. Розробляйте веб-сайти або мобільні додатки для зручного доступу до інформації та ресурсів, пов'язаних зі сталим розвитком.

4. Використання соціальних сереж. Створюйте сторінки та групи у соціальних мережах для обміну інформацією, створення спільноти та співпраці студентів та

факультету. Проводьте вебінари, віртуальні лекції та інші онлайн-заходи для активної взаємодії та обговорення ЦСР.

5. Залучення викладачів та експертів. Залучіть факультет та експертів до комунікації ЦСР через власні дослідження, проєкти та публікації. Організуйте семінари та круглі столи, де викладачі можуть ділитися своїм досвідом та знаннями.

6. Звіти та відстеження прогресу. Публікуйте регулярні звіти та оновлення щодо досягнень у реалізації ЦСР. Прагніть до прозорості та відкритості у відстеженні прогресу та досягнень.

7. Залучення студентів до проєктів ЦСР. Створюйте можливості для студентів брати активну участь у проєктах зі сталого розвитку, де вони можуть застосовувати свої знання та навички.

8. Співпраця з іншими установами та організаціями. Розвивайте партнерства з іншими ВНЗ, громадськими організаціями та підприємствами для спільної реалізації проєктів ЦСР.

Загальний підхід до комунікаційних стратегій для просування Цілей сталого розвитку (ЦСР) має бути відмінним прикладом інтегрованого та багатонапрямкового підходу, спрямованого на залучення та усвідомлення принципів сталого розвитку серед всіх членів спільноти ВНЗ. Подолання глобальних проблем вимагає спільних зусиль, та ВНЗ, як осередки знань і інновацій, мають ключову роль у цьому процесі.

Інтегрований підхід означає об'єднання різноманітних засобів комунікації та платформ для максимального охоплення аудиторії. Серед них - медіа, соціальні мережі, веб-сайти, публічні виступи, освітні програми та інші. Важливо, щоб ці канали доповнювали один одного та сприяли ефективній передачі повідомлень про ЦСР.

Багатонапрямковий підхід передбачає різноманітність засобів та форматів комунікації, щоб враховувати різні інтереси, потреби та особливості учасників

спільноти ВНЗ. Наприклад, це може бути співпраця зі студентськими організаціями, проведення вебінарів, організація круглих столів, публікація наукових статей та багато інших форм взаємодії.

Залучення всіх учасників спільноти ВНЗ, включаючи студентів, викладачів, адміністрацію та дослідників, є ключовим для успішної реалізації Цілей сталого розвитку. Комунікаційні стратегії мають стати мостом, що об'єднує усіх цих учасників у спільному зусиллі до досягнення загальних цілей.

Отже, інтегрований та багатонапрямковий підхід до комунікаційних стратегій не лише сприятиме усвідомленню Цілей сталого розвитку, а й стане каталізатором для позитивних змін, спрямованих на покращення якості життя та збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

2. Вплив експертизи ВНЗ на вирішення глобальних проблем. У цьому розділі досліджується, як ВНЗ, завдяки своїй науковій та освітній діяльності, можуть вносити вагомий внесок у вирішення глобальних проблем, пов'язаних з ЦСР. Вплив експертизи на вирішення глобальних проблем означає важливий внесок, який вищі навчальні заклади можуть зробити у вирішенні складних проблем, що стоять перед світом на глобальному рівні. Цей вплив базується на наукових дослідженнях, освітній діяльності та інноваційних підходах, які ВНЗ використовують для здійснення позитивних змін у різних сферах.

Розглянемо за рахунок чого це відбувається:

1. Дослідницька діяльність ВНЗ. ВНЗ є центрами академічних досліджень, де проводяться наукові роботи з найрізноманітніших сфер. Вони мають потенціал для розробки інноваційних рішень та технологій, що вирішують глобальні проблеми в сферах енергетики, екології, охорони здоров'я та інших.

2. Співпраця з міжнародними організаціями та урядами. ВНЗ можуть встановлювати партнерські відносини з міжнародними організаціями, НУО та урядовими структурами для спільного вирішення глобальних проблем. Це може

включати участь у спільних дослідженнях, розробці політик та програм, спрямованих на сталий розвиток.

3. Освітня програма та підготовка фахівців. ВНЗ мають можливість формувати освітні програми, що акцентують на принципах та практиках сталого розвитку. Вони навчають студентів та майбутніх лідерів, як розуміти та впроваджувати цінності ЦСР у різних галузях.

4. Розробка інноваційних технологій та рішень. ВНЗ можуть вносити вагомий внесок у вирішення проблем енергетики, водних ресурсів, збереження біорізноманіття та інших аспектів сталого розвитку через дослідження та розробку нових технологій.

5. Глобальна мережа науковців. ВНЗ є частиною глобальної наукової спільноти. Це дозволяє їм обмінюватися знаннями, дослідженнями та інноваціями для спільного розв'язання глобальних проблем.

6. Вплив на громадську думку та політику. ВНЗ, як центри експертизи, можуть впливати на формування громадської думки та розробку політики в сферах сталого розвитку через публікації, експертні оцінки та консультації.

Дослідження в даному розділі недвозначно підтверджує важливу та незамінну роль ВНЗ у вирішенні глобальних проблем. Їхній внесок у цей процес через високий рівень експертизи, активну наукову діяльність та співпрацю з іншими організаціями є невід'ємною складовою глобальної стратегії просування Цілей сталого розвитку (ЦСР). ВНЗ, завдяки своїм вченим та науковцям, є центрами академічних досліджень, де розробляються інноваційні технології та знаходяться нові підходи до вирішення проблем екології, енергетики, охорони здоров'я та інших сфер. Їхні дослідження та розробки створюють основу для реалізації ЦСР, сприяючи збалансованому розвитку суспільства та охороні природного середовища. Співпраця ВНЗ з іншими організаціями, включаючи урядові структури, неприбуткові організації та бізнес-середовище, відкриває нові

можливості для впровадження ЦСР на практиці. Це дозволяє поєднати зусилля та використати комбінований досвід та ресурси для досягнення спільних цілей. Усі ці аспекти свідчать про те, що ВНЗ є ключовими гравцями у глобальному просуванні Цілей сталого розвитку та впровадженні сталих практик у сучасному суспільстві. Їхня роль у формуванні наукових знань та інноваційних рішень є критичною для створення кращого майбутнього для усіх.

3. Приклади успішних практик. В цьому розділі приводяться приклади конкретних ВНЗ, які вже успішно реалізують комунікаційні стратегії для просування Цілей сталого розвитку.

Приклади успішних практик:

1. **Національний лісотехнічний університет України (Україна).** Цей ВНЗ зокрема спеціалізується на вивченні та просуванні сталого лісового господарства. Вони використовують інтегрований підхід до комунікаційних стратегій, включаючи регулярні лісові екскурсії для студентів, виставки екологічних інновацій та активну участь у глобальних екологічних форумах через соціальні мережі. Вони також регулярно публікують результати своїх досліджень та навчальні матеріали для широкого загалу.

2. **Інститут енергозбереження та енергоменеджменту (Україна).** Цей інститут спеціалізується на розробці та впровадженні енергоефективних технологій. Їхні комунікаційні стратегії включають організацію виставок та демонстраційних заходів для громадськості, активну участь в енергетичних форумах та публікації наукових статей у спеціалізованих журналах. Вони також використовують соціальні мережі для поширення інформації про нові технології та навчальні курси.

3. **Ризький ВНЗ імені Страдіня (Латвія).** Цей ВНЗ спеціалізується на медичній та соціальній сферах. Вони активно впроваджують комунікаційні стратегії для підвищення усвідомлення про важливість здоров'я та соціального

добробуту. Це включає організацію безкоштовних медичних консультацій для громадськості, проведення вебінарів та лекцій з питань здоров'я та соціального захисту, а також активну участь у кампаніях з профілактики захворювань.

Наведені приклади ВНЗ істотно демонструють потенціал, який вони мають як справжні агенти змін у вирішенні глобальних проблем. Ефективне використання комунікаційних стратегій та активна співпраця з різними секторами суспільства роблять їх ключовими учасниками в реалізації Цілей сталого розвитку (ЦСР).

Ці ВНЗ стають важливими прикладами для інших ВНЗ та організацій, які амбіційно прагнуть впроваджувати сталі практики у своїй діяльності. Їхні інноваційні підходи та успішний досвід в комунікаціях демонструють, що кожен ВНЗ може здійснювати вагомий внесок у глобальні процеси сталого розвитку.

Усамітнено кожен приклад свідчить про те, що колективна робота та об'єднані зусилля можуть призвести до значущих змін в усвідомленні, підтримці та впровадженні цінностей сталого розвитку. Ці ВНЗ не тільки формують майбутніх лідерів у відповідних галузях, але й активно сприяють побудові кращого, більш стійкого та збалансованого світу для всіх громадян.

4. Виклики та перспективи. Аналізуючи поточні виклики, з якими стикаються ВНЗ у реалізації комунікаційних стратегій для просування ЦСР, ми дійшли наступних результатів:

1. Розбіжність у рівні свідомості про ЦСР. Одним з основних викликів є різниця в рівні усвідомлення та розуміння проблем сталого розвитку серед різних учасників спільноти ВНЗ. Це може впливати на ефективність комунікаційних стратегій, оскільки потребує диференційованого підходу та вибору способів подачі інформації.

2. Неоднорідність аудиторії. Внутрішня різноманітність студентів, викладачів та адміністративного персоналу може ускладнити вибір оптимальних

комунікаційних каналів та форматів. Різні групи можуть вимагати різних підходів до сприйняття та усвідомлення ЦСР.

3. Конкуренція за увагу. ВНЗ конкурують не лише у сфері навчання, але й у просуванні цінностей сталого розвитку. Середній студент та академічний персонал вже потрапляють під вплив реклами та інформації про ЦСР від інших джерел, що вимагає створення оригінальних та привабливих комунікаційних стратегій.

До можливих перспектив подальшого розвитку ми віднесемо наступне:

1. Персоналізовані підходи. Зростаюча можливість використання аналітики та персоналізації дозволяє створювати спеціалізовані комунікаційні стратегії для різних груп аудиторії. Це дозволяє краще враховувати їхні індивідуальні інтереси та потреби.

2. Використання новітніх технологій. Розширення можливостей використання віртуальної реальності, інтерактивних відео та інших технологічних інновацій може значно покращити ефективність комунікаційних стратегій.

3. Спільнотні платформи. Розвиток внутрішніх спільнотних платформ та форумів дозволяє створювати простір для обговорення та спільної роботи над ініціативами щодо ЦСР.

4. Глобальна співпраця. Залучення до міжнародних ініціатив та проєктів сприяє розширенню впливу ВНЗ у глобальному контексті.

Розвиток комунікаційних стратегій для просування Цілей сталого розвитку є надзвичайно важливою складовою в реалізації сталих практик у ВНЗ. Досягнення успіху в цьому напрямку передбачає вдосконалення та комбінування інноваційних технологій з гнучкими підходами до врахування різноманітності аудиторії.

З урахуванням різних рівнів усвідомлення та інтересів в галузі сталого розвитку, важливо здійснювати персоналізовану комунікацію, спрямовану на конкретні потреби та очікування кожної групи. При цьому використання новітніх

технологій, таких як віртуальна реальність та інтерактивні відео, може значно збільшити ефективність сприйняття інформації.

Особливу увагу слід звернути на створення спільнотних платформ та форумів, що сприяють активному обговоренню та спільній роботі над ініціативами в галузі сталого розвитку. Крім того, глобальна співпраця та участь у міжнародних ініціативах розширює можливості ВНЗ у вирішенні глобальних проблем.

Усе це свідчить про необхідність поєднання зусиль, інноваційних підходів та гнучких стратегій для максимального впливу та усвідомлення ЦСР. Розробка та впровадження таких стратегій стане ключовим кроком в наближенні до глобальних ЦСР та створенні більш стійкого та гармонійного суспільства для наступних поколінь.

Висновки. Вищі навчальні заклади (ВНЗ) відіграють важливу роль у впровадженні Цілей сталого розвитку (ЦСР) шляхом використання ефективних комунікаційних стратегій. На основі аналізу поточних викликів і перспектив подальшого розвитку можна зробити наступні висновки та рекомендації:

1. Розуміння важливості ЦСР. ВНЗ мають добре усвідомлювати важливість ЦСР і їхню роль у їх впровадженні. Це вимагає почати з внутрішнього освітнього процесу та впровадження цінностей сталого розвитку в культурі ВНЗ.

2. Персоналізовані комунікаційні стратегії. Різнорідність аудиторії вимагає персоналізованих підходів у комунікаціях. Важливо розуміти потреби та очікування студентів, викладачів і адміністративного персоналу та відповідати на них відповідними повідомленнями.

3. Використання новітніх технологій. Інноваційні технології, такі як віртуальна реальність та інтерактивні платформи, можуть значно підвищити ефективність комунікаційних стратегій та зробити їх більш захоплюючими для аудиторії.

4. Спільнотні платформи. Створення внутрішніх спільнотних платформ і форумів дозволяє створити простір для обговорення, спільної роботи та обміну ідеями щодо ЦСР.

5. Глобальна співпраця. Участь у глобальних ініціативах і проєктах сприяє розширенню впливу ВНЗ у глобальному масштабі та сприяє вирішенню глобальних проблем.

З даного аналізу до рекомендацій ми віднесемо наступні:

1. ВНЗ повинні активно впроваджувати ЦСР у навчальний процес і формувати цінності сталого розвитку серед студентів.

2. Розробити індивідуальні комунікаційні стратегії для різних груп аудиторії на основі аналізу їхніх потреб та інтересів.

3. Використовувати новітні технології та інноваційні підходи для залучення уваги до ЦСР.

4. Створити спільнотні платформи для обговорення та спільної роботи над проєктами в галузі сталого розвитку.

5. Активно брати участь у міжнародних ініціативах і співпрацювати з іншими ВНЗ та організаціями для досягнення глобальних ЦСР.

Загальною метою є створення ВНЗ, які не лише формують кваліфікованих фахівців, але й активно сприяють реалізації ЦСР, спонукаючи нове покоління до дій та підтримки сталості у всіх сферах життя.

Література

1. Analiz derzhavnykh stratehichnykh dokumentiv shchodo vrakhuvannia adaptovanykh dlia Ukrainy Tsilei Staloho Rozvytku do 2030 roku: Analitychna dopovid [Analysis of state strategic documents on taking into account Sustainable Development Goals adapted for Ukraine by 2030: Analytical report]. (2017) Kyiv : Instytut suspilno-ekonomichnykh doslidzhen [Kyiv: Institute of Socio-Economic Research.]. [in Ukrainian]

2. Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives (2017). UNESCO Education Sector.

3. Tsili Staloho Rozvytku: Ukraina. Natsionalna dopovid [Sustainable Development Goals: Ukraine. National report] (2017). Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy [Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine]. [in Ukrainian]

4. Tunytsia, Yu. Yu., Adamovskyi, M. H., Borys, M. M., Krynytskyi, H. T. (2019). Natsionalnyi lisotekhnichnyi universytet Ukrainy – lider vitchyznianoi osvity i nauky v dosiahnenni tsilei staloho rozvytku [The National Forestry University of Ukraine is a leader of national education and science in achieving the goals of sustainable development]. Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy [Scientific bulletin of NLTU of Ukraine]. 29 (10), 9-17. Retrieved from https://doi.org/10.36930/40291001. [in Ukrainian]

5. Ukaz Prezydenta Ukrainy «Pro Tsili staloho rozvytku Ukrainy na period do 2030 roku» [Decree of the President of Ukraine "On the Sustainable Development Goals of Ukraine for the period up to 2030"] Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text [in Ukrainian]

6. Vysotska O.Ye. (2011) Osvita dlia staloho rozvytku: navch.-metod. posib [Education for sustainable development: educational and methodological guide]. Dnipropetrovsk : Roial Prynt [Dnipropetrovsk: Royal Print]. [in Ukrainian]

7. Vysotska O.Ye. (2008) Rol multymediinykh zasobiv komunikatsii u formuvanni svitohliadu suchasnoi liudyny [The role of multimedia means of communication in the formation of the worldview of a modern person]. Visnyk Cherkaskoho universytetu Seriia: filosofiia. Vypusk 130. Cherkasy: Vyd-vo Cherkaskoho un-tu [Bulletin of the Cherkasy University Series: philosophy. Issue 130. Cherkasy: Cherkasy University Publishing House.] [in Ukrainian]

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ УНІВЕРСИТЕТІВ У ТРАНСФОРМАЦІЯХ ОСВІТНЬОГО ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ МІСТА

DIGITAL COMMUNICATIONS OF UNIVERSITIES IN THE TRANSFORMATION OF EDUCATIONAL AND CULTURAL URBAN SPACES

Шкуров Євген,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та реклами,
Державний торговельно-економічний університет,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-5947-599X

Shkurov Yevhen,
Candidate of Sciences in Philology (PhD),
Associate Professor of the Department of Journalism and Advertising,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Цифрові комунікації університетів відіграють вагому роль у формуванні та функціонуванні освітніх та культурних сторін життя міст. Як культурні та суспільні медіатори, університети використовують цифрові

інструменти для створення діалогу між академічними знаннями та громадськими інтересами. Це сприяє перетворенню віртуально-цифрового та реального міського просторів на майданчик для спільних досліджень, взаємодії та культурного обміну. Цифрова інтеграція університетів у життя міст відкриває нові можливості для особистісного росту мешканців міста, допомагаючи їм реалізуватися як активним учасникам культурного життя. Все це вказує на новий етап у соціокультурному розвитку міста, де освіта та цифрові комунікації стають одними із центральних елементів культурної трансформації.

Ключові слова: вища освіта, цифровізація, місто, розвиток міста.

Abstract. Digital communications of universities play a pivotal role in shaping and operationalizing the educational and cultural facets of urban life. As cultural and societal intermediaries, universities leverage digital tools to bridge academic knowledge with public interests. This fosters the transformation of both virtual-digital and tangible urban spaces into arenas for collaborative research, interaction, and cultural exchange. The digital integration of universities into the urban fabric unveils new avenues for the personal growth of city dwellers, empowering them as active participants in cultural endeavors. This points to a new stage in the city's sociocultural development, where education and digital communications become among the central elements of cultural transformation.

Keywords: Higher Education, Digitization, City, Urban Development.

Вступ. Сьогодні університети стають не просто осередками знань, а й потужними агентами трансформації міста. Університети є центрами культурного обміну та діалогу, вони внесли вагомий вклад у формування міської ідентичності. Освітні заходи, публічні лекції, культурні фестивалі та інші заходи, організовані університетами, збагачують культурний ландшафт міста. Університети виступають як каталізатори урбаністичного розвитку, що стимулює формування нових публічних просторів, культурних та освітніх центрів.

Університети можуть стати центрами, які залучають молодь, місцеву громадськість, а також іноземних студентів і науковців, сприяючи мультикультурності та інклюзивному розвитку міста. Особливо це відчутно в глобалізованих містах, де університети стають місцем зустрічі різних культур, традицій та поглядів. Студенти, викладачі, науковці з усього світу створюють унікальну атмосферу креативності та новаторства, яка впливає на розвиток такого міста як особливого культурного простору.

Мета дослідження - розглянути вплив цифровізації комунікацій сучасних університетів на реалії освітнього та культурного простору міст.

Огляд літератури. Дослідження, представлене в статті, базується на вивченні ролі цифрових комунікацій університетів у формуванні та перетворенні освітнього та культурного простору міст, що обумовило огляд відповідної актуальної літератури із досліджуваного питання. Вагоме значення для розуміння реалій інформаційного суспільства становлять роботи М. Кастельса, де проаналізовано як інформаційні технології та цифрові комунікації переформовують глобальне суспільство, економіку та культуру (Кастельс, 2007; Castells, 2010). Дж. Сіменс аналізує як технології змінюють підхід до здобуття знань в умовах цифрової ери (Siemens, 2005). С. Хан показує, як цифрові технології можуть радикально трансформувати традиційні методи навчання (Khan, 2012). Цифровізована освіта може забезпечити навчання протягом усього життя, в індивідуальному темпі та з доступом до якісних навчальних матеріалів для кожної людини незалежно від її місця проживання. Українські дослідники В. Арешонков (2020), В. Гужва (2019), В. Бабаєв, Г. Стадник та Т. Момот (2019) розглядають цифровізацію вищої освіти із врахуванням українських реалій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Університети активно взаємодіють із міською інфраструктурою, стимулюючи розвиток культурних центрів, бібліотек, музеїв, галерей, театрів і кінотеатрів. Якщо раніше географічне

положення університету обмежувало його основну цільову аудиторію до місцевої громадськості, то зараз, завдяки цифровим технологіям, границі розмиваються. Це може значно простіше перетворити університети на глобальні осередки знань, доступні для кожного. Однак, взаємодія в реальних міських просторах набуває особливого значення в умовах цифровізації. Вона дозволяє студентам і викладачам відчути справжній контекст знань, зрозуміти їхню цінність та сприяти розвитку софт скілс студентів та викладачів. У цьому контексті, університети можуть стати місцем, де цифрова культура зустрічається з живою людською взаємодією, де технології служать інструментом поглиблення розуміння світу та нашого місця в ньому

Сучасні університети виступають не просто як острівці академічного життя, але й як активні учасники громадського діалогу. Цифрові платформи можуть стати майданчиками для наукових дискусій, розповсюдження академічних досліджень та підвищення загальної освітньої грамотності населення. Інтерактивність, доступність та динамічність цифрової комунікації дають університетам можливість взаємодіяти не тільки зі студентами та академічною спільнотою, але й із широким загалом, розширюючи горизонти традиційної академічної дискусії. Сучасні університети повинні бути готові не лише використовувати можливості цифрової комунікації, але й розуміти її філософські та етичні наслідки. Соціальні мережі здатні зробити університет глобальним комунікаційним вузлом. Це веде до того, що культурна та ідентичність певного міста стає відомою на міжнародному рівні.

Соціальні мережі, як інструмент комунікації у сучасному інформаційному суспільстві, не просто передають інформацію, але й формують способи мислення та переживання реальності. У цьому можна побачити відлуння ідей Маршалла Маклюена, який стверджував, що «медіа – це повідомлення». Тобто сама форма комунікації, в даному випадку соціальні мережі, визначає, як ми сприймаємо і розуміємо інформацію. З одного боку, соціальні мережі дають можливість швидко

та ефективно залучати студентів, викладачів, випускників та громадськість до активного діалогу, сприяючи створенню глобальної академічної спільноти. Інформація про новітні наукові дослідження, програми та події ширитися майже миттєво. З іншого боку, така оперативність може призводити до поверхневого сприйняття інформації та нездатності глибоко зануритися в суть питання. Ця нездатність до глибокого занурення може бути відчуттям втрати у світі, де швидкість та обсяг інформації може приглушити можливість до рефлексії та критичного мислення. Соціальні мережі також ставлять під питання повноту спілкування, коли «лайки» та «фоловери» можуть стати метрикою важливості та значущості думок. Отже, поки університети посилюють свою присутність в цифровому просторі, їм варто бути готовими до критичного аналізу цифрових інструментів, враховуючи не лише їхній потенціал, але й можливі небезпеки та слабкі сторони. Це потребує нового підходу до педагогіки, де університети допомагають студентам не тільки набувати знань, але й розвивати навички критичного мислення, медіаграмотності та фактчекінгу.

Водночас, реалізується перехід від локальних знань до глобальної постмодерної інформаційної культури, де границі між автором і читачем, вчителем і студентом, експертом і аудиторією стають менш визначеними. Коли ми розглядаємо цифрові комунікаційні платформи як основний інструмент для університетів у взаємодії з громадськістю, необхідно звернути особливу увагу на те, як ці інструменти впливають на процес пізнання і переосмислення інформації. В сучасному інформаційному суспільстві ми переходимо від епістемології, зосередженої на знанні, до «онтології інформації», де головною є не сама інформація, а її структура, контекст та способи обробки. Це ставить перед університетами новий виклик. Вони не тільки повинні навчати студентів робити висновки на основі доступної інформації, але й формувати посилену здатність критично аналізувати структури та контексти, в яких ця інформація представлена.

Це стосується не лише внутрішніх академічних дискусій, але й ширших соціокультурних дебатів, що відбуваються в суспільстві.

Активна присутність університету в соціальних мережах, комунікація з місцевою громадськістю та взаємодія з регіональними органами влади можуть сприяти формуванню політики розвитку регіону на основі академічних досліджень та інноваційних рішень. Активна комунікація університету в цифровому просторі є не лише інструментом розповсюдження інформації, а й засобом моделювання та популяризації соціокультурних змін. Отже, для університетів цифрова трансформація стає не лише можливістю, а й відповідальністю. Вони можуть впливати на формування громадської думки, просувати академічні дослідження як базу для прийняття рішень на регіональному рівні і сприяти інноваційному розвитку суспільства. Така активність університетів в соціальних мережах вимагає не лише технічної підготовки, але й глибокої філософської, соціологічної та культурологічної рефлексії щодо природи знання та його ролі в сучасному інформаційному суспільстві.

Не лише зміст академічних програм, але й способи їхньої дистанційної реалізації можуть кардинально впливати на освітній процес. Дистанційна освіта через цифрові платформи може сприяти глобалізації знань, роблячи їх доступними незалежно від географічного розташування студента та викладача, але водночас це може внести виклики для глибокого, критичного розуміння матеріалу, адже відносини між викладачем та студентом, характерні для традиційних освітніх установ, перебудовуються. Університети, які активно інтегрують цифрові технології, можуть стати не просто місцями передачі знань, а й епіцентрами культурних змін, в яких нові медіа формують не лише способи навчання, але й загальне сприйняття світу та місце індивіда в ньому. Через цифрові платформи університет стає більш доступним для місцевих жителів, що сприяє поглибленню взаємодії між академічною спільнотою та громадою.

Молодь, яка активно використовує соціальні мережі, може ініціювати та реалізовувати нові проєкти, отримуючи підтримку та визнання від однолітків, академічної спільноти, потенційних інвесторів. Створення віртуальних спільнот дозволяє випускникам, студентам та викладачам підтримувати зв'язок, обмінюватися ідеями та кейсами незалежно від географічного розташування. Університети, які стають лідерами у застосуванні нових технологій, можуть привертати увагу як великих корпорацій, так і стартапів, які шукають співпрацю або інвестиції.

Висновки. Важливо, щоб сучасні університети визнавали потужний потенціал цифрових інструментів та активно інтегрували їх у свої педагогічні та комунікаційні практики. Зрештою, у сучасному світі, де інформація є легко доступною, роль університетів як медіаторів знань переосмислюється. Сьогодні вони стають майданчиками для спільного дослідження, де кожен може взяти участь у створенні та інтерпретації знань. Університети можуть стати активними учасниками в урбаністичних проєктах, вносячи науковий підхід до розробки міських рішень. Легкий доступ до академічних ресурсів може стимулювати громадян до постійного підвищення своєї кваліфікації та особистісного росту, підтримуючи концепцію освіти протягом життя. Місто, у якому цифровізовані комунікації університетів мають значну роль, сприяє перетворенню своїх мешканців із пасивних споживачів інформації на активних учасників культурних та освітніх процесів. Активізація громадян в освітньому просторі може вказувати на поширення демократичних цінностей, де освіченість та грамотність визнаються як ключові фактори для зміцнення демократії та соціальної солідарності. Пошук знань стає наразі не лише інтелектуальним завданням, але й глибоко особистісною місією. Це шлях до осмислення своєї ролі в суспільстві, відкриття своєї ідентичності та автентичності. Сучасні університети, надаючи цифровізовану платформу для цього пошуку, можуть стати місцем, де люди не просто набувають знань, але й знаходять

відповіді на екзистенціальні питання про себе, про суспільство та про сенс життя в цілому.

Література

1. Castells, M. (2007). Internet-halaktika: rozdumy pro Internet, biznes i suspil'stvo [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society. Kyiv]. [in Ukrainian]
2. Areshonkov, V. Y. (2020). Cyfrovizatsiya vyshchoyi osvity: viklyky ta vidpovidi [Digitalization of Higher Education: Challenges and Responses]. Visnyk NAPN Ukrainy *[Bulletin of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine]*, 2(2), 1-6. https://doi.org/10.37472/2707-305X-2020-2-2-13-2 [in Ukrainian]
3. Babaev, V. M., Stadnyk, H. V., & Momot, T. V. (2019). Cyfrova transformatsiya u sferi vyshchoyi osvity v umovakh hlobalizatsiyi [Digital Transformation in the Field of Higher Education in the Context of Globalization]. Komunalne hospodarstvo mist. Ekonomichni nauky [*Municipal Economy of Cities. Economic Sciences]*, (2), 2-9. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_econ_2019_2_3 [in Ukrainian]
4. Guzhva, V. M. (2019). Cyfrova transformatsiya universytetiv [Digital Transformation of Universities]. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta menedzhment. [Eastern Europe: Economics, Business, and Management], (21), 597-604. Retrieved from http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/ [in Ukrainian]
5. Shkurov, Ye., Yenin, M., Kolomiets, T. & Laundra, K. (2021). Globalizatsiyni protsesy v suchasnomu misti [Globalization processes in the modern city]. Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrayiny "Kyivskyi politekhnichnyi instytut". Politolohiya. Sotsiolohiya. [*Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute". Political Science. Sociology]*, 3(51), 19-30. DOI: https://doi.org/10.20535/2308-5053.2021.3(51).246412 [in Ukrainian]
6. Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society. Second edition With a new preface. Retrieved from https://urb.bme.hu/wp-content/uploads/2014/05/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.compressed.pdf
7. Khan, S. (2012). The one world schoolhouse : education reimagined. New York. Retrieved from http://net-workingworlds.weebly.com/uploads/1/5/1/5/15155460/the-one-world-schoolhouse-salman-khan.pdf
8. Siemens G. (2005). Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2. URL: https://jotamac.typepad.com/jotamacs_weblog/files/connectivism.pdf

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

СТОРІТЕЛІНГ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

STORYTELLING AS A COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR DISSEMINATING INFORMATION IN SOCIAL MEDIA: CHALLENGES AND PROSPECTS

Ятчук Ольга,
кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики,
Університет митної справи та фінансів,
Дніпро, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5642-9450

Yatchuk Olha,
Ph.D. in Social Communacation, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Journalism,
University of Customs and Finance.
Dnipro, Ukraine

Анотація. Сторітелінг в контексті міждисциплінарних досліджень може розглядатися як певна комунікаційна технологія, яка поєднує в собі традиційні структури оповідання, з сучасними практиками в соціальних мережах. В данні розвідці розглядається потенційні можливості використання сторітелінгу для формування особистісного бренду в контексті викликів та перспектив для освітян.

Ключові слова: герой, інтерактивність, комунікаційні технології, креативні практики, медіа, особистий бренд, соціальні мережі, сторітелінг.

Abstract. In the realm of interdisciplinary research, storytelling emerges as a compelling communication technology that bridges the gap between traditional narrative structures and contemporary social media practices. This study delves into the potential applications of storytelling as a means to cultivate personal branding, particularly within the educational sphere. By examining the challenges and prospects that educators face, this research aims to uncover the manifold opportunities presented by storytelling in shaping one's personal brand.

Keywords: hero, interactivity, communication technologies, creative practices, media, personal brand, social networks, storytelling

Вступ. Соціальні мережі продовжують відігравати одну з ключових ролей в цифровому світі [3]. Вони допомагають не тільки підтримувати комунікацію між різними учасниками віртуального світу, але і створюють нові можливості для поширення інформації. З одного боку це збільшує інформаційну навалу, що збільшує концентрацію інформаційного шуму, а з іншого боку – виникає потреба використовувати нові комунікаційні технології, які сприяли б виокремленню та створенню індивідуальних характеристик, як ключового фактору привернути увагу – бути «почути». Одною з таких перспективних технологій соціальної комунікації на нашу думку може стати сторітелінг.

Мета дослідження - визначити загальні характеристики сторітелінгу, як комунікаційній технології, визначити її особливості та переваги у використанні в соціальних мережах.

Огляд літератури. Питання сторітелінгу в контексті соціальних комунікацій є мало досліджуваної темою, саме тому основним джерелом матеріалів послуговують міждисциплінарні дослідження з дотичних тем. Так, аудіовізуальна комунікація та технології її інтерактивної взаємодії детально розглянуті в монографії Ольги Ятчук [1], дослідження особливостей наративу, як технології можна знайти в роботі Константіноса Ніколаоу [4], так само як і більш розлоге дослідження використання сторітелінгу у практиках що сприяють підвищенню організованої стійкості що представлено у розвідці Андреа Кампманн та Берхарда Педеля [2], проте класичне розуміння сторітелінгу як інструменту для оповідання історії представлено у класичній праці Крістофера Воґлера [5].

Виклад основного матеріалу дослідження. Сторітелінг — це особлива форма спілкування, яка має деякі переваги перед іншими формами, що підтверджено емпіричними даними [2] Коли ми говоримо про «уміння розповідати

історії» - а саме так можна визначити термін в перекладі на українську, ми говоримо про те, що будь-яка історія несе в себе ключові елементи, які роблять її взаємодії з аудиторією (користувачам, читачами) більш впливовою, а саме :

- виокремлення та запам'ятовування інформації (комплексний вплив на реципієнта);
- персоніфікація подій / історія очами свідка – достовірність, веріфікованість;
- емоційне забарвлення – підсилення взаємодії, підключення емоцій;
- побудова на принципах художньої комунікації (використанні інтриг, стереотипів);
- побудова тривалої взаємодії, у випадку зацікавленості в навичках сторітелера (наратора історій).

Таким чином ми бачимо, що сторітелінг, як технологія побудови повідомлень представляє собою глибинне підґрунтя для побудови та просуванні бренду (особистого або колективного).

Особливої уваги заслуговую сторітелінг розподілений у часі – це нагадує відомий принцип «серіалу» в масовій комунікації, коли історія закінчується в ключовому моменті оповідання, поворотному моменті історії, де спостерігач відчуває що історія може розвиватися принаймні в двох різних напрямах, що активізує його увагу, очікування на продовження історії саме через інтригу сторітелінгу.

Одним з ключових викликів поширення інформації стає можливість створити унікальний контент – так щоб він не дублював стратегії та тактики інших, і в той же самий момент відображав особливі характеристики джерела що поширює інформацію. Наприклад, використання технології самопрезентації – коли в дописах соціальних мереж домінують селфі та персоніфікована інформація може створити інформаційну навалу, яка заблокує сприйняття повідомлень аудиторію,

через те, що усі дописи будуть як раз представлені одноманітними селфі-зображеннями. Аудиторії вже знайомий той прийом, і вона постійно очікує щось нового, саме це підкреслюють численні нові тренди в різних мережах, через постійне оновлення. Тому одним з важливих факторів залишається пошук балансу між трендами та унікальністю, що дозволить створити персоніфікований контент саме через використання різноманітних технологій, і сторітелінг може бути однією з них.

Особливої увагу в мистецтві розповіді історії приділено саме людині – бо усі історії створюються навколо героя. На наш погляд, це є одним з ключових факторів для обирання технології сторітелінгу, для формування стійких зв'язків та формуванні особистісного бренду, бо:

- дозволяє створювати історії що базуються на відомих аудиторії наративах (наприклад, історія Попелюшки, може бути представлена, як історія людини, яка довго працювала, щоб досягти певного успіху);
- дозволяє створювати історії, використовуючи стандартизовані технології (наприклад, в героя повинен бути Антагоніст, навіть в його особі, або за концепцією Воґлера [5], він завжди має пройти певний шлях з випробуваннями – герой описує свій досвід наукових пошуків, де були і проблеми, і відмови);
- історії розвиваються навколо відомих усіх тем, що робить взаємозв'язок між героєм та аудиторією більш міцним (риси героя, хоча і носять індивідуальні характеристики, проте мають і персоніфіковані риси – які саме роблять його історію більш особливою – наприклад, Герой не просто науковець, а науковець, якій без знання мови в період війни опинився в іншій країні і вимушені були шукати роботу і т.п.);
- в концепції шляху героя завжди використовуються подорож в інший світ, але це не завжди інший світ географічно, це може бути світ з новими умовами (наприклад, подорож на конференцію до іншого міста -хоча і локальна, але може

мати нові випробування та відкривати нові характеристики героя).

Таким чином, ми бачимо, що детальне вивчення особливостей нормативної технології, допомагає з одного боку персоніфікувати історію, крізь призму особистісного бренду, а з іншого створює стандартизований процес підходу, які допомагає ефективно опановувати технології поширення інформації.

Саме тому для використання технологій сторітелінгу в соціальних мережах ми можемо виокремити певні виклики, які постають перед авторами контенту:

- виокремлення рис, характерних для Героя, якій може приваблювати цільову аудиторію;
- особливості структури оповідання, з врахуванням драматичних елементів;
- наявність чітко означеної структури оповідання (трьохчасна форма, драматургічні конструкції, або інші структури сторітелінгу поширені в західних практиках візуального мистецтва);
- наявність викликів та їх розв'язання, або шляхів для такого розв'язання;
- використання типових ситуацій, які є зрозумілими для аудиторії.

Таким чином, бачимо, що наявність структурованого сторітелінгу допомагає організувати плідну комунікацію, створити підґрунтя для чіткого та логічного алгоритм створення контенту для соціальної мережі. Враховуючи усі зазначені вищі особливості сторітелінгу, як технології комунікацій, можемо виокремити перспективні напрями для подальшого використання в соціальних мережах:

- створення бренд іміджу обраного типу героя з певними характеристиками;
- підготовка контенту, якій би розкривався засобами драматичного оповідання;
- використання структурних елементів сторітелінгу, як основних кроків організації взаємодії.

Таким чином, спробуємо на прикладі освітянина, як представника професійної спільноти, розглянути можливості подальшого використання

сторітелінгу, в основі комунікаційної стратегії, бо він втілює особливості персоніфікованого бренду (образ Вчителя), він завжди має якійсь досвід, яким готовий поділитися (драматичні елементи оповідання) і він має умовно підготовлену аудиторію, яка або вже знайома з його професійною діяльністю, або налаштована (зацікавлена) познайомитися.

Крім того, використовуючи сторітелінг, як креативну технологію взаємодії можна одночасно задіяти декілька функцій, серед яких :

- мотиваційна (сприяє кращому запам'ятовуванню матеріалу, мотивує як власним прикладом та інше)
- об'єднуюча (допомагає покращити взаємодію між Вчителем та його аудиторією, створює відчуття «близькість», «відкритості»)
- комунікативна (задіє багаторівневий засіб взаємодії)
- інструмент впливу (де використовуючи м'який вплив, сугестію створювати підґрунтя для впровадження важливих повідомлень);
- утилітарна (використання сторітелінгу дозволяє сформувати чіткий алгоритм розуміння, де структурні елементи відомі аудиторії, є певне очікування і це створює додатковий елемент спрощення комунікації).

Образ Вчителя є привабливим типажом для створення бренду, бо дуже чітко відповідає і головну образу Героя для сторітелінгу. Головні місія Вчителя в оповіданні викликати симпатію, розповісти історію, яка захопить аудиторію на гачок. Він може використовувати типаж Опікуна і тоді його головним завданням буде служіння головній меті (або студентам), він може використовувати типаж Творця і тоді його ключовим мотивом для дій буде впровадження інновацій, він може використовувати типаж такого героя як Дослідник, і в такому випадку його головним мотивом може бути звільнення від стереотипів, пошук ідеального світу, може використовуючи мотивацію сили рухатися у бік сторітелінгу як Чародій.

Таким чином, ми бачимо, що для сторітелінгу можна використати більше ніж один типовий образ, що дає можливість кожного разу осучаснити історію, яку розповідає освітянин. Він може одного разу розповісти історію як він Опікувався певними проблемами і намагався їх вирішити, а іншого разу, розповісти про ідеальний всесвіт – і таким чином розкритися як Персонаж дослідника.

Висновки. Таким чином, можемо зазначити, що тема є актуальною та всебічною для подальшого вивчення та дослідження. Впровадження технології сторітелінгу, як комунікаційної стратегії має численні переваги, поглиблює комунікаційний зв'язок, має унікальні риси, притаманні креативним практикам, і у той же самий момент допомагає використовувати нормативно стандартизований алгоритм взаємодії, якій базується на створенні історій навколо головного персонажу (відбудова бренду особистості). Для того щоб ідеї даної розвідки отримала подальший розвиток, та матеріал для дослідження, потрібно детально вивчити особливості проєктування стратегій комунікацій з використанням сторітелінгу, проте вважаємо, що цей напрям комунікації є перспективним та креативним, особливо для освітян.

Література

1. Yatchuk O. (2018). Interactyvne telebachennia: socialno-komunikaciyni modeli ta technologii. [Interactive television: social and communication models and technologies]. Dnipro: UMSF [in Ukrainian].

2. Kampmann, A., Pedell, B.(2022). Using Storytelling to Promote Organizational Resilience: An Experimental Study of Different Forms of Risk Communication. Schmalenbach Journal of Business Research 74, 695–725 https://doi.org/10.1007/s41471-022-00143-x. (2022, December, 01)

3. Simon Kemp. Digital 2023: Global Overview Report. Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report. (2023, January, 23).

4. Nicolaou, C. (2023). The Secret Power of Digital Storytelling Methodology: Technology-Enhanced Learning Utilizing Audiovisual Educational Content. In J. DeHart (Ed.), Enhancing Education Through Multidisciplinary Film Teaching Methodologies. pp. 235-246. IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5394-0.ch013 .

5. Christopher Vogler. (2020) The Writer'S Journey - 25Th Anniversary Edition - Library Edition: Mythic Structure For Writers. Michael Wiese Productions.

II. РОЛЬ ТА МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОФЕСІЙНОМУ РОЗВИТКУ ВИКЛАДАЧІВ УНІВЕРСИТЕТІВ

МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

OPPORTUNITIES OF SOCIAL NETWORKS FOR TEACHERS OF HIGH SCHOOLS

Гук Ольга,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту підприємств,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-8129-8392

Мохонько Ганна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту підприємств,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-2126-6871

Guk Olga,
Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of Management,
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Ukraine
Kyiv, Ukraine

Mokhonko Hanna,
Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of Management,
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Ukraine
Kyiv, Ukraine

Анотація. Здійснене дослідження можливостей соціальних мереж для викладачів у сфері освіти. Проаналізовано сильні та слабкі сторони соціальних мереж в умовах війни, особливості комунікації викладачів і студентів, нові можливості соціальних мереж. Авторами відзначено активне використання соціальних мереж у ЗВО, створення викладачами нового якісного контенту.

Ключові слова: соціальні мережі, соціальні медіа, сильні та слабкі сторони соціальних мереж.

Abstract. The study is devoted to researching the possibilities of social networks for teachers in the field of education. The strengths and weaknesses of social networks in the conditions of war, the peculiarities of communication between teachers and students, new possibilities of social networks are analyzed. The authors noted the active use of social networks in higher education institutions, the creation of new high-quality content by teachers.

Keywords: social networks, social media, strengths and weaknesses of social networks.

Вступ. Проблематика використання соціальних мереж в сучасному інформаційному суспільстві набуває все більшої актуальності та стає важливим інструментом взаємодії в освітянському просторі. Викладачі закладів вищої освіти розширюють власні можливості, виходять за рамки звичайного спілкування, створюють нові платформи для спілкування, обмінюються з колегами та студентами цікавими ідеями, розповсюджують знання. Студенти часто використовують соціальні мережі які можуть стати інноваційним інструментом для їхнього цілеспрямованого використання в освітньому просторі. У статті розглянемо можливості, які відкривають соціальні мережі перед викладачами та проаналізуємо їхні переваги і проблеми, які можуть виникнути в освітній сфері.

Мета дослідження - розкриття сильних та слабких сторін соціальних мереж, а також обґрунтування нових можливостей їхнього використання для викладачів та студентів в галузі освіти.

Огляд літератури. Проблематику соціальних мереж в освітньому процесі були досліджені наступними вченими: Збрицька Т.П. [1], Корсікова К.Г. [2], Черненко А.В. [3] та інші.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальні мережі відкривають великі можливості для викладачів ЗВО з точки зору їх використання в освітньому процесі. Надзвичайно важливим є комунікації викладачів і студентів в процесі опанування дисциплін в умовах невизначеності. Ще зовсім недавно соціальні медіа сприймалися як світ розваг, але згодом відкрили нові можливості перед викладачами в процесі дистанційного навчання та в умовах війни. Соціальні мережі сприяють неформальному спілкуванню, роблять освоєння курсів креативними, цікавими з використанням елементів інтерактивних методик. Однак, не зважаючи на позитивний ефект, соціальні мережі мають і слабкі сторони (таблиця 1).

Створення викладачами безкоштовних дистанційних курсів, які проходять студенти у ЗВО створює можливості для засвоєння нових знань, отримання Soft I Hard Skills та дають змогу студентам проходити їх в зручний час, що в умовах війни є надзвичайно актуально.

Викладачі можуть співпрацювати між собою в різних університетах країни у соціальних медіа, реалізовувати цікаві проєкти, здійснювати міжнародні обміни, проводити вебінари та різноманітні дослідження розширюючи власні можливості. Завдяки активному спілкуванні в соцмережах, створенню власного профілю, пошуку та підтримці зв’язків з іншими користувачами, використанню сучасних технологій навчання, забезпечується більш ефективна робота в дистанційному режимі.

Крім того, використання безкоштовних соціальних мереж дозволяє уникнути додаткових витрат на розробку сайту чи обслуговування серверного обладнання. Тобто викладач, таким чином, швидко взаємодіє зі студентами, використовуючи свої навички комунікації, підвищує їх розуміння щодо дисципліни яка вивчається, залучає експертів-практиків на вебінарах в навчальному процесі.

Таблиця 1

Сильні та слабкі сторони соціальних мереж в умовах війни

№ з/п	Сильні сторони	Слабкі сторони
1	Застосування водночас освітніх та соціальних мереж	Відсутність інструментарію спеціально розробленого для освітнього процесу
2	Розширення роботи зі студентами за допомогою спілкування в певних групах та можливість надання інформаційної підтримки в період дистанційного навчання	Відкритість соціальних мереж може створювати перешкоди та дискомфорт у навчальному процесі як для студентів так і для викладачів
3	Різноманітність форм комунікації та можливість безпосередньо брати участь в режимі он-лайн	Великий масив різноманітної інформації, що може відволікати студентів від навчального процесу
4	Організація індивідуальної роботи з кожним студентом	Інтуїтивність індивідуальних підходів до створення навчальних матеріалів викладачем
5	Підвищення якості проведених наукових та освітніх заходів	Неможливість оцінити часові витрати викладача, що в умовах безперервного навчання робить працю викладача безкоштовною
6	Безкоштовне користування різними платформами, відсутність необхідності платити за розробку сайту та можливість збереження великого масиву інформації, контенту та Google диску	З’являється залежність від соціальних мереж і втрата навичок реального спілкування в соціумі
7	Зручність та активне спілкування зі студентами за допомогою сервісів розсилки	В умовах дистанційного навчання час спілкування в соціальних мережах може зростати і трансформуватися в ненормований час для викладачів понад офіційного навантаження

Джерело: сформовано на основі [1]

Разом із перевагами соціальні мережі мають і недоліки, зокрема:

1) відкритість соціальних мереж може зумовити втрату якоїсь інформації або втручання інших осіб ззовні, що може викликати дискомфорт як у студентів так і у викладача;

2) інтуїтивні підходи до аудиторії та складність підбору усіх необхідних матеріалів;

3) великий потік інформації та різного контенту може відволікати від основних завдань та цілей навчального процесу;

4) викладач витрачає багато часу для організації навчального процесу та комунікації зі студентами, який виходить за межі його навантаження;

5) немає інструментарію який би був розроблений в рамках освітнього процесу;

6) залежність від соціальних мереж та відсутність звичайного спілкування [1].

В процесі дистанційного навчання, соціальні мережі, як інструмент освітнього процесу мають наступні можливості:

1) створення чатів зі студентами (Telegram, Viber);

2) формування дистанційного курсу на платформі Google, Coursera, Moodle;

3) представлення результатів обговорення, або інформації про цікаві проєкти у Facebook, Twitter;

4) формування власного бренду на основі створення блогу з використанням нових технологій, тестування та опитування, запису лекцій та вебінарів в YouTube;

5) підвищення рейтингу викладача за рахунок «лайків» студентів»;

6) розширення досліджень університету;

7) початок співпраці з іншими викладачами та ЗВО.

Активне використання соціальних мереж, створення викладачами лекцій в Ю-туб, використання інтерактивних методик навчання та кейс-технологій, формування нових дистанційних курсів, вебінарів, відео-конференцій активізують

взаємодію між викладачами та студентами, а також створюють передумови для підвищення якості освіти у ЗВО. Безкоштовність навчання і доступність проходження різноманітних курсів дистанційно приваблює багатьох студентів в усьому світі, а викладачів стимулює застосовувати популярні онлайн сервіси в освітньому процесі. Завдяки лекціям в Ю-туб більше часу можна приділити на обговорення дискусійних моментів на практичних заняттях [4].

Висновки. Отже, під впливом соціальних мереж змінюється уявлення про традиційне навчання в університетах, створюються нові форми навчання, відбувається швидка та зручна комунікація з зацікавленими сторонами, розробляються ефективні методики застосування соцмереж, підвищується конкуренція між ЗВО щодо впровадження дистанційних кусів та широкого використання соціальних медіа.

Література

1. Zbrytska T.P. & Tabanova A.I. (2018). Aktualnist vykorystannia instrumentiv sotsialnykh merezh v osvitnomu protsesi [The relevance of using social media tools in the educational process.]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, № 3 (67). Retrieved from http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2018/67/pdf/117-130.pdf [in Ukrainian]. (2023, August, 04).
2. Korsikova K.H. (2019). Osvitni mozhlyvosti sotsialnykh merezh u protsesi navchannia maibutnikh pedahohiv [Educational opportunities of social networks in the process of training future teachers]. *Teoriia i metodyka profesiinoi osvity. Vypusk* 12. T. 1. pp. 115-118. Retrieved from http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/12/part_1/26.pdf [in Ukrainian]. (2023, August, 04).
3. Chernenko A.V.(2019). Vykorystannia sotsialnykh merezh dlia navchannia studentiv u zakladakh vyshchoi osvity [Using social networks for teaching students in higher education institutions]. *Teoriia ta metodyka navchannia ta vykhovannia*. pp. 166-178. Retrieved from http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/methodics/article/view/2538 [in Ukrainian]. (2023, August, 04).
4. Sotsialni media v suchasnii osviti: svitovi tendentsii. (2023). Stattia ta analityka [Article and analysis]. Retrieved from https://osvita.ua/vnz/high_school/28665/ [in Ukrainian].

ВИКЛАДАЧ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: РОЗВИТОК ОСОБИСТОГО БРЕНДУ

TEACHER IN SOCIAL NETWORKS: BUILDING AND DEVELOPING A PERSONAL BRAND

Луценко Ірина,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Одеський національний економічний університет?
м. Одеса, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-9613-4307

Lutsenko Iryna,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor,
Associate Professor of Finance Department,
Odessa National Economic University,
Odesa, Ukraine

Анотація. Висвітлено особливості розвитку особистого бренду викладача вищого навчального закладу у соціальних мережах. Визначено види контенту, що використовуватимуться викладачем з метою розвитку особистого бренду. Виокремлено спеціалізовані наукові соціальні мережі та інтернет платформи.

Ключові слова: викладач, вища освіта, особистий бренд, соціальна мережа, цільова аудиторія, контент

Abstract. The peculiarities of the development of the personal brand of a teacher of a higher educational institution in social networks are highlighted. The types of content that will be used by the teacher for the purpose of developing a personal brand have been determined. Specialized scientific social networks and Internet platforms are singled out.

Keywords: teacher, higher education, personal brand, social network, target audience, content

Вступ. В умовах сьогоденних реалій науково-педагогічному працівнику, з метою конкурентоспроможності на ринку вищої освіти, необхідно бути не тільки високим професіоналом-експертом у своїй царині, мати інноваційний підхід до освітньої діяльності та швидко реагувати на зміни, а й важливим є сформувати та

розвити особистий бренд, що відповідатиме запитам цільової аудиторії, сприятиме розвитку освітніх програм та спеціальностей.

Найактуальнішою платформою для створення унікального бренду науково-педагогічного працівника та його розвитку може стати акаунт у соціальній мережі, яка є засобом не просто масової, але глобальної комунікації зі студентами, колегами, стейхолдерами, встановлення міжнародного партнерства для наукової роботи та стажування.

Мета дослідження - висвітлення сучасних особливостей розвитку особистого бренду викладача вищої освіти у соціальних мережах.

Огляд літератури. Питання особистого бренду у своїх наукових працях висвітлювали такі зарубіжні вчені як Ф. Котлер, Б. Грем, Т. Пітерс, Х. Чанг, Е. Анн, Л. Бріджен, Г. Полеак, Х. Х'ю, В. Свамітан, Г. Брукс та інші. Окремі аспекти саме особистого бренду викладачів вищої школи досліджували й вітчизняні науковці: Н. Безрукова, Д. Пінчук, С. Данилюк, Т. Кадлубович, В. Осадчий, І. Сердюк, Д. Лихачев, та В. Пятниченко, Л. Савенкова, В. Осадчий, І. Сердюк, Д. Черняк, та інші. Науковці у своїх працях висвітлюють дослідження персональних сторінок викладачів у мережі Інтернет, визначають роль й місце персонального сайту науково-педагогічного працівника в процесі формування власного цифрового іміджу, аналізують особливості просування бренду викладача через глобальну мережу Інтернет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше, дефініцію «особистий бренд» визначив» Т. Пітерс у своїй авторській праці «The brand called You», як це все, те, що інші люди думають про нас [1]. Аналіз досліджень інших науковців щодо трактування поняття «особистий бренд» дозволяє стверджувати, що відповідна дефініція визначається як: особистість, образ, складова іміджу, індивідуальність людини, її якостей та можливостей.

Отже, на нашу думку, особистий бренд - це образ особистості, заснований на якісних характеристиках, експертності, професійних вміннях та навиках.

Створення особистого бренду у соціальних мережах наразі доступно й актуально кожному користувачу, а викладачам особливо, оскільки вони можуть бути лідерами думок та експертами у своїх галузях. Викладач може розвивати особистий бренд та створювати контент у будь-якій найбільш сприятливій для нього соціальній мережі. Так, за даними компанії We Are Social та Meltwater [2] найбільш використовуваними у 2023 р. є: Facebook - 2 958 млрд; YouTube - 2 514 млрд; Whatsapp та Instagram - 2 000 млрд; WeChat - 1 309 млрд; TikTok - 1 051 млрд; Fb messenger - 931 млн; Douyin - 715 млн; Telegram - 700 млн; Snapchat - 635 млн; Kuaishou - 626 млн; Sina Veibo - 584 млн; Twitter - 556 млн; Pinterest - 445 млн. В Україні ж, на нашу думку, найбільше респондентів користуються Telegram, YouTube, Facebook, Viber, Instagram, TikTok, та Twitter. Проте, викладачу необхідно обрати ті соціальні мережі, які є доцільними для його цільової аудиторії, сфері діяльності, бажаним цілям та можливостям по створенні контенту. Експерти рекомендують звернути увагу на такі канали як [2]:

- Facebook це 7-й за цінністю бренд та 1-й за відвідуваністю сайт у світі, 53% користувачів зізнаються, що на їх рішення щодо покупок впливає Facebook. 23,1 млн українців є користувачами мережі (Facebook, Instagram, Messenger);
- Instagram як соціальна мережа вимагає якісних фото та конкретного стилю публікацій, орієнтується на візуальну складову, однак вимагає додаткового текстового супроводу. Важливо проаналізувати чи зможете ви щодня генерувати контент;
- YouTube є другим за величиною у пошуковій системі у світі, доступний у понад 100 країнах та на 80 мовах, налічує 2 млрд користувачів.

Досліджуючи та аналізуючи особливості розвитку персональних брендів у соціальних мережах різних блогерів, саме викладачу вищої освіти доцільно використовувати наступні види контенту, а саме:

- інформаційний контент – викладач у соціальних мережах надає актуальну інформацію про себе та про сферу освіти.

- корисний контент – відповідний контент створюється з метою формування та зміцнення статусу експерта в сфері освіти своєї галузі, поширювання інформаційного впливу та залучення цільової аудиторії. Саме завдання цього контенту показати викладача як професіонала у своїй галузі. У якості корисного контенту на своїй сторінці соціальної мережі викладач демонструє актуальні тренди, кейси та новини із позиції фахівця, проводить тренінги та майстер класи, ділиться думками експертів своєї освітньої галузі, надає посилання на навчальні посібники автором яких він є, розробляє відео інструкції або відео презентації, проводить нетворк-заходи, онлайн-інтерв'ю тощо.

- репутаційний контент – завданням викладача є створення позитивної репутації свого особистого бренду, а саме: висвітлювати відгуки та подяки, надавати поради відповідно своєї сфери діяльності, викладати цікаві новини, фото та звіти з іміджевих заходів, колаборації з відомими експертами сфери своєї діяльності, згадки у засобах масової інформації, підвищення своєї кваліфікації тощо;

- розважальний контент – окремі матеріали, що розміщуватиме викладач у своєму акаунті соціальної мережі мають у аудиторії викликати настрій посмішку і бажання поділитися постом або статтею з однодумцями. Так, корисну та наукову інформацію можна оформити сучасно, креативно та яскраво. Завдання цього контенту забезпечити пізнаваність акаунту викладача та найбільше охоплення цільової аудиторії. Викладач у якості розважального контенту на своїй сторінці може виставляти меми, жарти, опитування, тести, цитати, проводити конкурси,

розіграші, флешмоби тощо.

Втім, з метою розвитку особистого бренду у соціальних мережах, викладачу необхідно розробити гарний дизайн своєї сторінки, визначити спосіб та емоції з якими подаватиметься інформація, як говорити та одягатися; активно публікувати пости, відео, робити контент не одноманітним, достатньо взаємодіяти з аудиторією, давати реакції на коментарі, постійно надавати актуальну інформацію, заохочувати аудиторію до дій тощо.

Варто відмітити, що наукова робота, професійний розвиток, а також популяризація персонального бренду вченого, наразі, неможлива без спеціалізованих наукових соціальних мереж та інтернет платформ. Вони є корисними для відстеження новин у відповідній сфері досліджень, пошуку необхідних для наукової роботи статей, монографій, джерел, а також дозволяють належним чином представити себе світовому науковому товариству [3] . Серед них варто відзначити наступні. Серед них відмітимо наступні:Academia.edu, ResearchGate, Scientific Social Community, Mendele, myExperiment, Adult Learning in Europe (EPALE), Google Scholar.

Висновки. Отже, викладачу вищого навчального закладу особистий бренд у соціальній мережі надасть поштовх в розкритті унікальних особистих якостей, зробить науковця креативним, пізнаваним, зміцнить його авторитет. Крім того, це дозволить легше використовувати підхід до викладання та взаємодіяти з цільовою аудиторією

Література

1. Peters, T. (2023) The brand called you. Fast company. Retrieved from https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you (Accessed 10 September 2023).
2. Yak pobuduvaty osobystyy brend u sotsialniy merezhi [How to build a personal brand in a social network]. (2023) Retrieved from https://blog.agrokebety.com/AgrokebetyPRO_W4 (Accessed 10 September 2023) [in Ukrainian].
3. Shandra R. (2023) Sotsialni merezhi ta elektronni platformy dlya naukovtsiv [Social Networks and Electronic Platforms for Scholars]. Retrieved from https://osvita.ua/vnz/76103/ (Accessed 10 September 2023) [in Ukrainian].

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ РОЗРОБКИ ТА ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ ВИКЛАДАЧА В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR TEACHER CONTENT DEVELOPMENT

Опанасюк Юлія,
кандидат економічних наук, доцент,
ст. викладач кафедри управління ім. Олега Балацького,
Сумський державний університет,
Суми, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1123-8474

Мішеніна Галина,
кандидат економічних наук, доцент, науковий співробітник,
Клайпедський університет,
Клайпеда, Литва
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-4366-1864

Opanasiuk Yuliia,
PhD, associate professor, senior lecturer of Oleg Balatskiy department of management,
Sumy State University,
Sumy, Ukraine

Mishenina Halyna,
PhD, associate professor, researcher,
Klaipeda University,
Klaipeda, Lithuania

Анотація. Сучасна область педагогіки переживає зміну своєї парадигми, яка спричинена впровадженням штучного інтелекту в процес створення освітнього контенту для учнів. Це дослідження окреслює інструментальну роль ШІ у допомозі викладачам у створенні та поширенні контенту через соціальні медіа-платформи, тим самим створюючи більш інтерактивне та збагачене навчальне середовище. Досліджується потенціал використання штучного інтелекту (ШІ) для полегшення та розширення взаємодії викладачів і студентів на платформах соціальних мереж Facebook, TikTok, Instagram і Twitter. Використовуючи технології штучного інтелекту, ці платформи можна перетворити на динамічні навчальні середовища, які сприяють персоналізованій взаємодії, забезпечують цільовий зворотній зв'язок

і заохочують спільне навчання. Наведено приклади використання штучного інтелекту для покращення взаємодії викладачів і студентів у соціальних мережах, сприяння академічному зростанню, збагачення освітнього досвіду.

Ключові слова: штучний інтелект (ШІ), контент, соціальні медіа.

Abstract. The modern field of pedagogy is undergoing a paradigm shift driven by the integration of artificial intelligence (AI) into the creation of educational content for students. This research delineates the instrumental role of AI in assisting educators in generating and disseminating content through social media platforms, thereby creating a more interactive and enriched learning environment. This study explores the potential use of artificial intelligence (AI) to facilitate and expand interactions between educators and students on popular social media platforms such as Facebook, TikTok, Instagram, and Twitter. By harnessing AI technologies, these platforms can be transformed into dynamic learning environments that foster personalized engagement, provide targeted feedback, and encourage collaborative learning. The article provides examples of how artificial intelligence can be leveraged to enhance educator-student interactions on social media, promote academic growth, and enrich the educational experience.

Keywords: artificial intelligence (AI), content, social media.

Вступ. В сучасних умовах соціальні медіа привертають значну увагу як педагогічний інструмент в закладах вищої освіти. Вони розглядаються як засіб підвищення залученості та взаємодії студентів, сприяння спільному навчанню та полегшення обміну знаннями (Al-Rahmi and all, 2015). Використання соціальних медіа-платформ, таких як Facebook, Twitter та Instagram, дає можливість студентам та викладачам спілкуватися поза межами традиційної аудиторії (Kabilan, M. K. and all, 2010). Це дозволяє обмінюватися ідеями, ресурсами і відгуками в більш неформальній і доступній формі. Крім того, соціальні медіа можна використовувати для сприяння активному навчанню через створення та обмін мультимедійним контентом, групові дискусії та онлайн-вікторини (Manca, S., 2016). Дослідження

показали, що інтеграція соціальних медіа у вищу освіту може призвести до покращення результатів навчання студентів, підвищення мотивації та участі, а також покращення навичок комунікації та співпраці (Selwyn, N., 2009). З іншого боку, викладачі закладів вищої освіти також мають педагогічне, організаційне та методичне навантаження. Тому, виникає потреба акумуляції часу для формування контенту для соціальних мереж. І в цьому також може допомогти ШІ, при чому як при розробці плану контенту, його перекладі та формування ілюстративного матеріалу.

Мета дослідження - критично оцінити роль штучного інтелекту (ШІ) у підвищенні ефективності та охоплення створення та просування педагогічного контенту в соціальних мережах. Дослідження зосереджується на трансформаційному потенціалі ШІ-інструментів, які сприяють створенню педагогічного контенту, який відгукується студентам. Також, в роботі наведено комплекс інструментів формування стратегії розробки та просування контенту. В цілому, наукова робота має на меті підкреслити ключову роль ШІ у реформуванні процесу створення та розповсюдження освітнього контенту в цифрову епоху.

Огляд літератури. В роботі було розглянуто актуальні публікації, які вивчають застосування штучного інтелекту (AI) у сфері освіти та медіа.

В роботі Kaput M. (2022) йдеться про роль штучного інтелекту для соціальних медіа при формуванні маркетингової політики. Автор зазначає, що AI - це технологія, яка дозволяє машинам імітувати людський інтелект, використовуючи алгоритми машинного навчання та обробки природної мови. AI може допомогти маркетологам генерувати, редагувати, оптимізувати та персоналізувати контент для різних соціальних платформ та аудиторій. В роботі наводяться приклади AI-інструментів, які можуть допомогти маркетологам з такими завданнями, як генерація ідей для контенту, написання та перевірка тексту, створення або покращення візуального або аудіо- контенту, аналіз та оптимізація ефективності

контенту тощо. Автор також вказує на переваги та виклики використання AI для соціальних медіа, такі як збереження часу та зусиль, покращення креативності та якості, збільшення охоплення та залученості, підтримка професійного розвитку, а також етичні, педагогічні та технологічні проблеми.

Oladipo T. (2023), визначає шість способів застосування AI для створення контенту. Автор розглядає AI як потужний помічник для контент-мейкерів, який може допомогти їм подолати творчий ступор та збільшити продуктивність. Автор демонструє, як AI може допомогти контент-мейкерам з такими завданнями, як генерація ідей для контенту для різних каналів, написання або редагування текстового контенту за допомогою генерації природної мови (NLG) та обробки природної мови (NLP). Автор також надає приклади AI-інструментів, які можуть допомогти контент-мейкерам з кожним з цих завдань.

В звіті UNESCO (2020), представлена вибірка ініціатив з AI в освіті, які сприяють досягненню Цілі 4 сталого розвитку (SDG 4). Звіт був складений як звіт за підсумками Тижня мобільного навчання (MLW), провідної конференції ООН з ІКТ в освіті. Звіт містить 28 ініціатив з AI в освіті, які були обрані з понад 100 поданих пропозицій. Ініціативи класифікуються за їх внутрішньою орієнтацією на такі області: забезпечення інклюзивного та справедливого використання AI в освіті; використання AI для покращення освіти та навчання; сприяння розвитку навичок для роботи та життя в епоху AI. Звіт також має на меті показати можливості та обмеження AI в освітньому контексті, а також видати рекомендації для політики та практики в сфері освіти.

В роботі Hannele Niemi and all (2023) було проведено дослідження застосування AI для навчання та проєктування майбутнього. Робота є результатом спільної роботи групи фахівців та експертів з AI і освіти з різних країн. Книга складається з 20 розділів, які охоплюють розмаїття тем, пов'язаних з AI в навчанні, таких як: розширення навчання та благополуччя протягом життя; AI в іграх та

симуляціях; AI-технології для освіти та інтелектуальних навчальних систем; етичними питаннями та соціальною справедливістю у AI; AI для культурної освіти; AI для глобального громадянства; AI для сталого розвитку тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інструменти зі штучним інтелектом полегшують розробку контенту, пропонуючи низку функціональних можливостей, таких як предиктивне генерування тексту, персоналізація контенту та аналітика. Ці функції дозволяють викладачам створювати контент, який не тільки цікавий, але й відповідає різноманітним навчальним потребам студентів.

Створення вмісту для різних платформ і аудиторій може бути трудомістким і складним. Саме тут може стати у нагоді штучний інтелект (ШІ), який може надати викладачам інструменти та ресурси, які можуть автоматизувати або розширити деякі завдання, пов’язані зі створенням і просуванням контенту. Наприклад, штучний інтелект може:

- *генерувати ідеї контенту для різних каналів* на основі цілей викладача, його аудиторії та тем, що його цікавлять. ШІ може аналізувати попередній контент викладача, уподобання та відгуки аудиторії, а також тенденції та найкращі практики в цій галузі, щоб запропонувати актуальні та оригінальні теми для нового контенту (Kaput, 2022; Oladipo, 2023).

- *Писати або редагувати контент* за допомогою генерації природної мови (NLG) і обробки природної мови (NLP). ШІ може використовувати NLG для створення текстового контенту на основі заданої підказки. Наприклад, заголовка, ключового слова або резюме. ШІ може використовувати NLP для перевірки та покращення граматики, орфографії, стилю, тональності контенту (UNESCO, 2020).

- *Створювати або покращувати візуальний чи аудіоконтент* за допомогою комп'ютерної обробки та синтезу мовлення. Наприклад, за допомогою AI сервісів можна створювати або модифікувати зображення, відео або анімації на основі заданого опису або прикладу. ШІ, також, може використовувати синтез мови для

створення або редагування голосових записів або підкастів на основі заданого сценарію або транскрипту.

- *Оптимізувати або персоналізувати контент* для різних платформ і аудиторій за допомогою машинного навчання та аналізу даних. ШІ може використовувати машинне навчання для аналізу ефективності контенту на різних каналах і за різними показниками, такими як перегляди, лайки, коментарі, поширення та конверсії.

- ШІ також може *використовувати аналітику даних для сегментації та профілювання аудиторії* на основі її демографічних даних, уподобань, поведінки та відгуків. Ґрунтуючись на цих знаннях, ШІ може допомогти викладачам оптимізувати або персоналізувати свій контент відповідно до різних платформ і аудиторій.

Використання ШІ для розробки контенту викладача в соціальних мережах може мати кілька переваг як для викладача, так і для студентів (таблиця 1).

Таблиця 1

Переваги використання інструментів та сервісів штучного інтелекту для викладачів та студентів

Переваги для ля викладачів	**Переваги для студентів**
1. Заощадити час і зусилля, автоматизувавши або спростивши деякі завдання, пов'язані зі створенням контенту. 2. Підвищити креативність і якість, надаючи нові ідеї та пропозиції щодо покращення контенту. 3. Збільшити охоплення та залученість, оптимізуючі контент для різних платформ і аудиторій. 4. Підтримувати професійний розвиток, надаючи зворотний зв'язок і рекомендації щодо вдосконалення навичок і знань.	1. Надавати більш різноманітний та актуальний контент, що відповідає їхнім інтересам та потребам. 2. Покращити результати навчання, надаючи більш цікавий та ефективний контент, який підтримує їхні когнітивні та емоційні процеси. 3. Покращити досвід навчання, надаючи більш інтерактивний та персоналізований контент, який адаптується до їхнього темпу та вподобань. 4. Сприяти навчанню впродовж усього життя, надаючи більш доступний і недорогий контент, до якого вони можуть отримати доступ у будь-який час і в будь-якому місці.

Наведемо декілька прикладів того, як штучний інтелект може допомогти викладачам створювати та просувати контент для найпопулярніших платформ соціальних мереж, таких як Facebook, TikTok, Instagram і Twitter :

1. *Facebook:* Facebook - це платформа соціальної мережі, яка дозволяє користувачам ділитися текстом, зображеннями, відео, посиланнями та іншими типами вмісту зі своїми друзями та підписниками. Викладачі можуть використовувати Facebook, щоб створювати сторінки чи групи для своїх курсів чи тем, а також публікувати вміст, який може інформувати, навчати чи розважати своїх учнів. AI може допомогти викладачам створювати контент для Facebook, генеруючи ідеї контенту на основі цілей викладача, аудиторії та тем, що цікавлять викладача. ШІ також може допомогти вчителям писати або редагувати текстовий вміст за допомогою генерування природної мови (NLG) і обробки природної мови (NLP). Наприклад, інструмент штучного інтелекту під назвою FeedHive може допомогти викладачам переробляти наявний вміст і створювати умовні публікації на основі ефективності їхніх попередніх публікацій (7 AI-Powered Content Creation). Інший інструмент штучного інтелекту під назвою OwlyWriter може допомогти викладачам створювати підписи та ідеї щодо вмісту для кожної соціальної мережі. Також популярні інструменти для цієї мети - ChatGPT, Bard, Bing, DALL-E, Claude.

2. *TikTok:* TikTok – це платформа для обміну відео, яка дозволяє користувачам створювати короткі відео з музикою, фільтрами, наклейками та іншими ефектами. Викладачі можуть використовувати TikTok, щоб створювати веселі та захоплюючі відеоролики, які можуть продемонструвати їх особистість, навички чи знання. Штучний інтелект може допомогти викладачам створювати контент для TikTok, виробляючи або покращуючи візуальний або аудіовміст за допомогою “комп’ютерного зору” та синтезу мовлення. А також, допомогти оптимізувати або персоналізувати свій контент для різних аудиторій за допомогою машинного навчання та аналізу даних. Наприклад, інструмент штучного інтелекту під назвою

Lumen5 може допомогти викладачам перетворити свої публікації в блогах або статті на відео з музикою, зображеннями та текстом (7 AI-Powered Content Creation Tools). Інший інструмент штучного інтелекту під назвою InVideo може створювати відео професійного вигляду за допомогою шаблонів, переходів і анімації. Також корисним буде AI сервіс Runaway та інші.

3. *Instagram:* Instagram – платформа для обміну фотографіями, яка дозволяє користувачам ділитися зображеннями або відео (сторіз, рілз) за допомогою фільтрів, підписів, хештегів та історій. Педагоги можуть використовувати Instagram для створення візуально привабливого контенту, який може продемонструвати їхню роботу, проєкти чи події. Штучний інтелект може допомогти створити контент для Instagram, генеруючи або змінюючи зображення чи відео на основі заданого опису чи прикладу. AI також може оптимізувати або персоналізувати контент для різних платформ і аудиторій за допомогою машинного навчання та аналізу даних. Наприклад, інструмент штучного інтелекту під назвою Flick може допомогти викладачам перетворити свої ідеї щодо вмісту в кілька публікацій із хештегами, підписами та зображеннями. Ще один інструмент штучного інтелекту під назвою Vista Social може допомогти викладачам об’єднати багато каналів соціальних мереж і планувати публікації (7 AI-Powered Content Creation Tools).

4. *Twitter:* Twitter - платформа мікроблогів, яка дозволяє користувачам ділитися короткими повідомленнями або твітами з хеш-тегами, згадками, посиланнями та медіа. Зазвичай викладачі використовують Twitter, щоб ділитися оновленнями, новинами, думками чи ресурсами зі своїми підписниками. За допомогою AI можна створювати контент для Twitter, генеруючи або редагуючи твіти за допомогою генерації природної мови (NLG) і обробки природної мови (NLP). ШІ також може допомогти контролювати та покращувати свою присутність у соціальних мережах за допомогою інтелектуального соціального прослуховування та аналітики. Наприклад, інструмент штучного інтелекту під

назвою Audiense може допомогти викладачам сегментувати та профілювати свою аудиторію на основі її демографічних показників, уподобань, поведінки та відгуків. Інший інструмент штучного інтелекту під назвою Hootsuite Insights може допомогти вчителям проаналізувати ефективність їхніх твітів за різними показниками, такими як перегляди, лайки, ретвіти та відповіді.

Основні інструменти штучного інтелекту для допомоги викладачу у створенні контенту наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Основні інструменти штучного інтелекту для створення контенту викладача

Інструменти	**Функціонал**
Інструменти для генерації контенту	
Grammarly	Робить літературне редагування під визначений стиль та перевірку граматики
OpenAl's gtp3	Допомагає створити текстовий контент
Canva	Допомагає створити візуальний контент та презентації
Аналітичні інструменти та аналіз залученності	
Google Analytics	Допомагає виявити зміни контенту та поведінку користувачів на веб-сайтах
SEMruch	аналіз трафіку веб-сайту та ефективності ключових слів для пошукової оптимізації
Інструменти управління соціальними мережами	
Buffer	допомагає збирати та публікувати контент на різних платформах соціальних мереж
Hootsuite	надає функціональні можливості для розподілу, розміщення та аналізу взаємодії в соціальних мережах

Отже, ми можемо зробити висновок, що ШІ може допомогти викладачам заощадити час і зусилля, підвищити креативність і якість, збільшити охоплення та залученість, а також підтримати професійний розвиток.

Тим не менше, слід зазначити, що використання штучного інтелекту викладачами для розробки контенту в соціальних мережах також пов'язане з певними проблемами і ризиками, які необхідно враховувати. Серед основних викликів і ризиків слід виділити:

1. *Етичні питання*, пов'язані з правом власності, конфіденційністю, безпекою та підзвітністю контенту, створеного штучним інтелектом або за його допомогою. Викладачі мають переконатися, що вони володіють правом використання даних та інструментів, наданих ШІ, а також, що вони захищають особисту інформацію про себе та свою аудиторію від несанкціонованого доступу або зловживань. Викладачі несуть відповідальність за якість і точність контенту, створеного ШІ або за його допомогою, розуміючи, що вони визнають джерела та внесок штучного інтелекту в їхній контент.

2. *Педагогічні питання*, пов'язані з узгодженням, інтеграцією, оцінкою та модерацією контенту, створеного за допомогою ШІ. Викладачі повинні забезпечити відповідність контенту, створеного за допомогою ШІ, їхнім навчальним цілям, стандартам навчальних програм і критеріям оцінювання. Важливо, щоб він був інтегрований в існуючий контент і педагогічні стратегії, а також оцінювався на предмет його ефективності та впливу на результати навчання. Необхідно, щоб такий контент модерувався на конкретну тематику та був актуальним для цільової аудиторії .

3. *Технічні питання*, пов'язані з доступністю, надійністю, зручністю використання та сумісністю інструментів і ресурсів, що надаються штучним інтелектом. Викладачі повинні забезпечити доступ до надійних і зручних інструментів і ресурсів, які можуть підтримати процес створення контенту з метою

ефективного і раціонального їх використання. Також, викладач повинен мати можливість усунути будь-які проблеми або помилки, які можуть виникнути.

Приведемо приклади, як штучний інтелект може бути використаний для покращення взаємодії викладачів і студентів у соціальних мережах, сприяння академічному зростанню та збагачення освітнього досвіду.

1. *Персоналізований відгук і рекомендації.* Алгоритми штучного інтелекту можуть аналізувати дії студентів у соціальних мережах, такі як дописи, коментарі та оцінки «подобається», щоб отримати уявлення про їхні інтереси, уподобання та стилі навчання. Використовуючи ці дані, штучний інтелект може надавати індивідуальні відгуки та рекомендації учням, допомагаючи їм вивчати відповідний навчальний контент і ресурси. Наприклад, система на базі штучного інтелекту може рекомендувати навчальні відео, статті чи форуми на основі взаємодії окремих студентів у соціальних мережах, таким чином пристосовуючи процес навчання до їх потреб.

2. *Інтелектуальні чат-боти для допомоги.* Інтеграція чат-ботів на основі штучного інтелекту в платформи соціальних мереж дозволяє учням негайно звертатися за вказівками та підтримкою до викладачів. Ці інтелектуальні чат-боти можуть допомогти студентам роз’яснити сумніви, надати пояснення та запропонувати ресурси, пов’язані з предметом. Наприклад, учень, якому важко розібратися з математичною концепцією, може взаємодіяти з чат-ботом штучного інтелекту, який розуміє його запит і пропонує покрокові пояснення або направляє його до відповідних онлайн-посібників чи практичних вправ.

3. Моніторинг і втручання в реальному часі. ШІ можна використовувати для моніторингу взаємодії в соціальних мережах між викладачами та студентами, забезпечуючи безпечне та шанобливе середовище. Аналізуючи тон, настрої та контекст розмов, алгоритми штучного інтелекту можуть ідентифікувати випадки кіберзалякування, невідповідної поведінки чи будь-якої форми переслідування. Це

дозволяє вчителям оперативно втручатися, надаючи необхідну підтримку та керівництво учням. Крім того, алгоритми штучного інтелекту можуть визначати моделі незалученості або відсутності участі, дозволяючи вчителям активно задовольняти потреби учнів і надавати додаткові ресурси чи заохочення.

4. *Адаптивне навчання та генерація контенту*. Алгоритми ШІ можуть аналізувати діяльність студентів у соціальних мережах, щоб отримати уявлення про їхні сильні та слабкі сторони та сфери інтересів. Використовуючи ці знання, штучний інтелект може створювати адаптивні навчальні шляхи та контент, які задовольняють навчальні потреби окремих учнів. Наприклад, система штучного інтелекту може рекомендувати спеціальні навчальні ігри, вікторини або інтерактивний контент для закріплення концепцій, які учні вважають складними на основі їх взаємодії в соціальних мережах. Такий персоналізований підхід заохочує активну участь і сприяє глибшому розумінню предмета.

5. *Спільне навчання та формування груп*. ШІ може сприяти формуванню студентських навчальних груп або проєктних команд на основі спільних інтересів і додаткових навичок. Аналізуючи взаємодію студентів із соціальними мережами, алгоритми штучного інтелекту можуть ідентифікувати потенційних співавторів, розвиваючи почуття спільності та заохочуючи навчання «рівний-рівному». Наприклад, система штучного інтелекту може запропонувати студентам зі схожими інтересами створити віртуальні навчальні групи, дозволяючи їм ділитися ресурсами, обговорювати ідеї та співпрацювати над завданнями чи проєктами.

Висновки. Отже, платформи соціальних мереж стали потужним педагогічним інструментом, що сприяє створенню спільних та інтерактивних навчальних середовищ. Викладачі можуть використовувати штучний інтелект та новітні AI сервіси для аналізу даних з цих платформ, щоб оцінити залученість студентів і відповідно адаптувати контент, сприяючи створенню динамічної і гнучкої навчальної екосистеми.

Синтез штучного інтелекту з соціальними мережами в освітньому секторі обіцяє трансформаційний зсув у розробці контенту. Автоматизуючи рутинні завдання, ШІ дозволяє викладачам більше зосередитися на творчих аспектах створення контенту, тим самим потенційно підвищуючи якість і актуальність навчального матеріалу.

Крім того, інтеграція інструментів ШІ може потенційно сприяти розвитку культури постійного вдосконалення розробки контенту, оскільки аналітика ШІ може дати уявлення про ефективність контенту, що дозволить вдосконалити контент на основі даних.

Штучний інтелект має величезний потенціал, щоб революціонізувати взаємодію викладачів і студентів на платформах соціальних мереж. Використовуючи алгоритми та технології ШІ, такі соціальні мережі, як Facebook, TikTok, Instagram і Twitter, можна перетворити на потужні освітні інструменти. Завдяки персоналізованому зворотному зв’язку, інтелектуальним чат-ботам, моніторингу в реальному часі, адаптивному навчанню та спрощенню спільного навчання штучний інтелект може покращити освітній досвід, сприяючи змістовній взаємодії та сприяючи академічному зростанню викладачів і студентів.

Однак, використання штучного інтелекту для розробки контенту для викладачів також створює певні проблеми та ризики, які необхідно вирішити. Наприклад, етичні проблеми, пов’язані з правом власності, конфіденційністю, безпекою та підзвітністю контенту; педагогічні питання, пов'язані з узгодженням, інтеграцією, оцінкою та модерацією змісту; і технічні проблеми, пов’язані з доступністю, надійністю, зручністю використання та сумісністю інструментів і ресурсів.

Таким чином, викладачі повинні знати про можливості та обмеження використання штучного інтелекту для процесу створення та просування контенту,

а також використовувати його відповідально та ефективно для вдосконалення своїх практик викладання та навчання.

Література

1. Al-Rahmi, Waleed & Othman, Mohd & Mi Yusuf, Lizawati. (2015). The Role of Social Media for Collaborative Learning to Improve Academic Performance of Students and Researchers in Malaysian Higher Education. The International Review of Research in Open and Distributed Learning. 16. https://doi.org/177-204. 10.19173/irrodl.v16i4.2326.
2. AI for Social Media: Everything You Need to Know - Marketing AI Institute. Retrieved from https://www.marketingaiinstitute.com/blog/ai-for-social-media
3. Artificial intelligence in education. (2023). UNESCO. Retrieved from https://www.unesco.org/en/digital-education/artificial-intelligence
4. Kabilan, M. K., Ahmad, N., & Abidin, M. J. Z. (2010). Facebook: An online environment for learning of English in institutions of higher education? The Internet and Higher Education, 13(4), 179-187. https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2010.07.003.
5. Manca, S., & Ranieri, M. (2016). Is it a tool suitable for learning? A critical review of the literature on Facebook as a technology-enhanced learning environment. Journal of Computer Assisted Learning, 32(6), 503-514. DOI: https://doi.org/10.1111/jcal.12007
6. 7 AI-Powered Content Creation Tools for Social Media Managers - Hootsuite. Retrieved from https://blog.hootsuite.com/ai-powered-content-creation/
7. Hannele Niemi, Roy D. Pea, Yu Lu. AI in Learning: Designing the Futur ISBN 978-3-031-09686-0. https://doi.org/10.1007/978-3-031-09687-7
8. Kaput, M. (2022). What Is Artificial Intelligence for Social Media? Marketing AI Institute. Retrieved from https://www.marketingaiinstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media
9. Oladipo, T. (2023). 6 Applications of AI for Content Creation. Buffer. Retrieved from https://buffer.com/resources/ai-content-creation/
10. Selwyn, N. (2009). Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. Learning, Media and Technology, 34(2), 157-174. DOI: https://doi.org/10.1080/17439880902923622
11. The 11 best AI tools for social media management in 2023 - Zapier. Retrieved from https://zapier.com/blog/best-ai-social-media-management/
12. The Impact of Artificial Intelligence On Social Media. Retrieved from https://socialmediaexplorer.com/content-sections/news-and-noise/the-impact-of-artificial-intelligence-on-social-media/
13. UNESCO. (2020). Artificial Intelligence in Education: Compendium of Promising Initiatives. Retrieved from https://www.unesco.org/en/digital-education/artificial-intelligence

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ ВИКЛАДАЧА УНІВЕРСИТЕТУ

USE OF SOCIAL NETWORKS TO FORM A PERSONAL BRAND OF A UNIVERSITY TEACHER

Осипова Євгенія,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Державний університет інфраструктури та технологій?
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-3266-1164

Osypova Yevheniia,
PhD in Economics,
Associate Professor at the Department of Management and Public Administration,
State University of Infrastructure and Technologies,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Розглянуто організацію комунікаційного процесу для підвищення ефективності взаємодії учасників освітнього процесу через особистий бренд викладача. Проаналізовано основні тенденції та вимоги для формування успішного бренду викладача, який дозволить підвищити конкурентоспроможність закладу вищої освіти.

Ключові слова: викладач, бренд, цифровізація, соціальні мережі, комунікації.

Abstract. The study considers the organisation of the communication process to improve the efficiency of interaction between participants in the educational process through the personal brand of a teacher. The main trends and requirements for the formation of a successful teacher brand, which will increase the competitiveness of the represented higher education institution, are analysed.

Keywords: teacher, brand, digitalisation, social media, communications.

Вступ. Стрімкий розвиток інновацій в освіті, діджиталізація суспільного, наукового та освітнього секторів зумовили актуалізацію питань формування та просування персонального бренду викладача. Зростання інтенсивності інформаційних потоків, обумовлене глобалізацією, інформатизацією та

інноваціями, з одного боку, ускладнює комунікаційну взаємодію між учасниками освітнього процесу, а з іншого - надає додаткові можливості для комунікації та просування цінностей навчальних закладів.

Мета дослідження - вивчення можливостей використання соціальних мереж для формування особистого бренду викладача університету та сили впливу таких чинників як: унікальність і доцільність символу бренда, довіра до викладача, надійність отриманої інформації, специфічні інтереси і потреби здобувачів освіти, зворотній зв'язок. Для формування пропозицій по просуванню цілей сталого розвитку, які визначені в місії та стратегії закладу вищої освіти автором проаналізувати можливості та інструментарій соціальних мереж.

Огляд літератури. Дослідженню основних проблем формування брендингу компанії присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених-маркетологів, таких як: Т. Гед, Жан-Ноель Капферер, В. Смілянець та інші. Аналіз концептуальних засад створення успішних брендів, моделей брендингу спостерігається у дослідженнях вітчизняних фахівців - О. В. Зозульова, Ю. Нестерової, О. Ю. Малинки. О. Біловодська, Е. Райс, Д. Траут, Р. Честнат, Я. Якобі вивчають складні теоретико-методологічні питання лояльності споживачів до бренду, позиціонування товарної та сервісної пропозиції компаній, формування та просування персонального бренду.

Однак в умовах зростаючої діджиталізації соціальної, освітньої, наукової комунікаційної взаємодії відчувається відсутність необхідних досліджень формування особистого бренду освітян і науковців у цифровому світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток цивілізації, зумовлений зростанням ринкової економіки, урбаністичними процесами, розвитком засобів масової інформації та інформаційних технологій, призвів до зміни культури постіндустріального суспільства, в якому ми зараз функціонуємо. Відбувається зміна смислових орієнтирів: глобалізація формує ринкові відносини між людьми, коли людське спілкування можна порівняти з процесом «купівлі-продажу» у

висококонкурентному середовищі. Але тема особистості залишається актуальною в усіх традиційних суспільствах. З розвитком суспільства, зокрема, економічними та політичними змінами, відбувається відхід від усталених норм та соціальної нерівності. Це призводить до появи в суспільстві незалежної, вільної людини, яка може існувати та здійснювати свою діяльність з врахуванням власних особливостей, які може використовувати для просування цінностей, які їй притаманні. Сучасні досягнення в галузі комунікаційних технологій сприяють створенню нового типу економічних, соціальних і культурних відносин між людьми. Фактично суспільство вступило в глобальну інформаційну епоху, де комунікаційні мережі та смислові конструкти конкурують між собою в боротьбі за маніпулювання масовою свідомістю та відкривають нові можливості в освітній сфері.

Розуміння сучасних технологічних інструментів допомагає репрезентувати себе в інформаційному середовищі, де наявність особистого бренду є необхідністю для викладача, і саме сучасні платформи, такі як Facebook, Youtube, Instagram, Telegram та Tik Tok стають платформою, яка дозволяє бути почутим та знайти спільну мову зі здобувачами вищої освіти. Сьогодні велика кількість українських викладачів мають свій сайт чи блог, де можуть розміщувати не тільки інформацію про себе, а й корисну та цікаву інформацію для здобувачів. Ефективним є також публікування власних розробок – конспектів занять, методичних матеріалів, робочих програм, програм вебінарів, анкетування, завдяки чому забезпечується обмін досвідом та отримання зворотного зв’язку від освітянської спільноти. Таким чином, з інформації на сайті чи блозі викладача можна отримати максимум інформації про його професійну діяльність. Окрім сайтів та блогів, викладачі також мають свої сторінки в соціальних мережах, де публікують не тільки події особистого життя, фотографії, а також посилання на корисні ресурси Інтернету, рекламну інформацію закладу освіти, в якому працюють [1].

Соціальні мережі зробила своєрідний переворот в комунікації, якщо ще кілька

років тому відомим вислів трактував, що якщо людини немає в соціальній мережі, то її взагалі не існує. З точки зору здобувача, викладач не зможе їх зацікавити і підняти свій авторитет, якщо не є активними користувачем соціальних мереж. Пандемія та військовий стан вимушено перевели більшу частину освітніх послуг в Україні в дистанційний формат. Викладачі змушені були швидкими темпами переводити викладання в режим on-line, вивчати новий інструментарій, освоювати нові освітні платформи, поглиблювати знання цифрових технологій.

Розвиток особистого бренду викладачів є корисним як закладу вищої освіти, так і конкретній людині. І якщо прізвище викладача та особливості викладання знають не тільки у своєму навчальному закладі, а й поза межами —це успіх. Окрім цього, формуються довірливі стосунки між здобувачами та викладачами. Коли викладач є авторитетом, то йому чи їй вдається гуртувати навколо себе людей.

Особистий бренд — це те, що думають про вас інші, як про професіонала чи особистість. Це тривалий процес, який будується не один рік та починається з визначення для себе, навіщо вам це потрібно і що ви хочете отримати на виході. Складові особистого бренду представлені на рис.1.

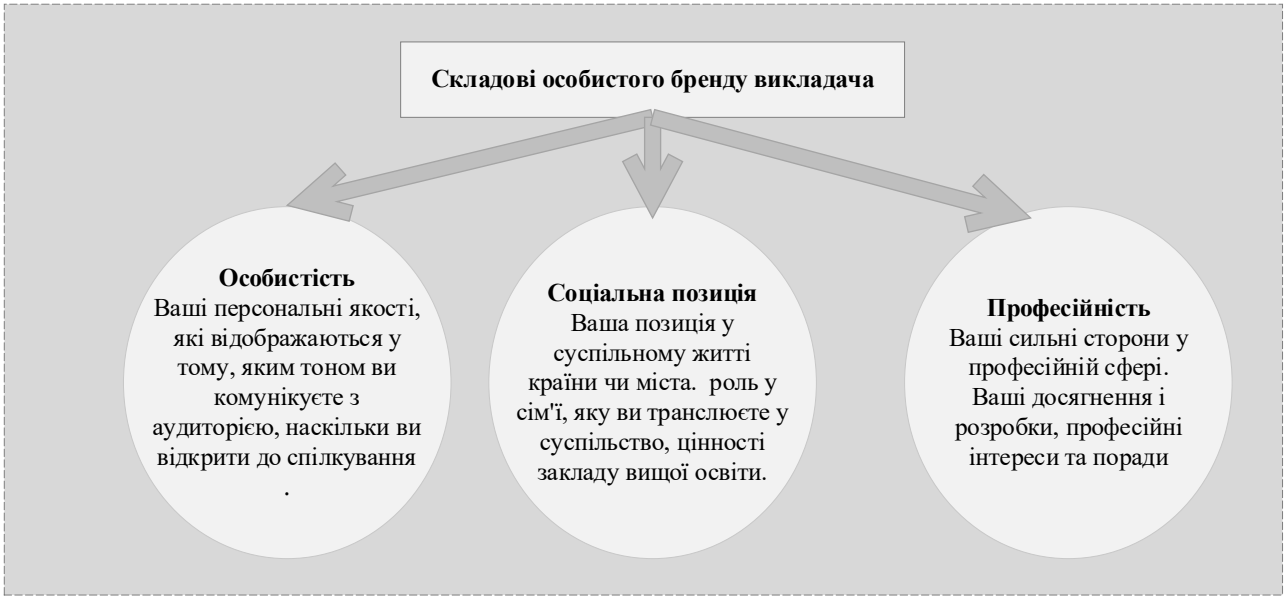

Рис. 1. Складові особистого бренду викладача

Джерело: сформовано автором

Успішний персональний бренд базується на професіоналізмі, популярності та репутації. Перший аспект приходить з досвідом і залежить від особистого внеску в розвиток. Однак популярність і репутація - це зовнішні ресурси, які можна отримати, якщо ретельно розробити і дотримуватися стратегії просування власного бренду. Контент в соціальних мережах оцінюється з таких позицій: [2]

1. Актуальність для соціальних мереж.

2. Подача.

3. Грамотність.

4. Цікавість.

До сучасних напрямів, які допоможуть створити особистий бренд викладача можна виділити такі:

1. Чесність і щирість. Відкриваючи соціальні мережі, здобувачі хочуть бачити реальні життєві історії, знайти те, що буде їх мотивувати. Важливо спостерігати за людиною, яка є носієм автентичності та цінності і не приховує своїх поглядів.

2. Соціальна відповідальність. В умовах пандемії та воєнного стану мати сильний особистий бренд важливо як ніколи. Концепція бренд-комунікації змінилася в бік різкого збільшення фактору соціальної відповідальності. Освітній простір потребує сильного викладача, який показує, як впливати та реагувати на нові виклики.

3. Експертність. Це розвиває довіру людей до особистості. Корисний контент - активне ведення сторінок у соціальних мережах, де людина ділиться інсайдами зі свого навчального закладу, повідомляє про нові розробки, розповідає корисні лайфхаки. Коли ми асоціюємо конкретного викладача з конкретним університетом і довіряємо йому - це велика цінність.

4. Зворотний зв'язок з аудиторією. Одностороння асиметрична комунікація ще ніколи не приводила ні до чого успішного. У цьому контексті особистий бренд - це

справжній викладач, який цінує і поважає свою аудиторію та активно з нею комунікує.

5. Публічна благодійність. Особистий бренд передбачає трансляцію життя, де викладач ділиться певними особистими моментами і робить це щиро, але існує певний стереотип, що про добрі справи потрібно мовчати, але це не зовсім правильно, навпаки, про це потрібно писати і подавати приклад іншим [3].

6. Інтерактивний контент. Виражається в залученні та взаємодії з аудиторією. Яскравий приклад - коли викладач використовує соціальні мережі для залучення людей через опитування, запитання та листи, прямі ефіри, запитуючи їхню думку з певних питань, піднімаючи та обговорюючи важливі проблеми.

7. Креативність, оригінальність та ініціативність. Цікаво спостерігати за людьми, які самі себе творять, розвиваються, діляться своїми досягненнями та обговорюють свої невдачі. Захоплююче бачити трансформацію, невдачі, а потім історію успіху.

8. Експериментувати з новими каналами та платформами. Іноді важливо вийти за межі однієї стандартної соціальної платформи, адже це дозволить розширити аудиторію та знайти себе в інших форматах і контентах.

9. Соціальна роль. Ніхто, крім вас самих, не може сказати вам, ким ви є насправді. Важливо вибрати те, що ви готові показати і поділитися зі своєю аудиторією. Для того, щоб бути цілісним, необхідно визначити свої соціальні ролі. Адже ті емоції та енергія, які залишаються, є найціннішими, адже тексти можна забути, а емоції - ні.

Для викладача, бути в «тренді» — це означає бути на «ти» з TikTok, Instagram, Facebook. Telegram, Vaber, Google Workspace for Education. Як мінімум необхідно знати, як працюють ці ресурси, а максимум — брати з соцмереж приклади для викладання. Одним з інструментів, як можна презентувати себе викладачу — власний сайт-портфоліо. Це і є інвестиція у свій бренд. Портфоліо із зібраним

власним освітнім продуктом є своєрідним капіталом, основою для професійного зростання та підвищення кваліфікації викладача [4].

Висновки. Соціальні мережі в тому вигляді, в якому вони існують сьогодні, переросли свій попередній статус віртуального засобу комунікації і стали новим повноцінним медіапростором, який надає нові можливості для поширення та обміну інформацією. Викладачеві важливо обрати ті канали комунікації, які є найбільш релевантними для бажаної цільової аудиторії. Для кожного це буде по-різному, і одна й та сама соціальна мережа не завжди буде доречною для різних особистостей. Під час формування особистого бренду викладача необхідно комплексно ураховувати аспекти професійного вигорання, особистий розвиток, власні інтереси та вимоги закладу, в якому працює викладач. Яскравий особистий бренд дає можливість викладачу отримати авторитет серед здобувачів та колег, допомагає підвищити самооцінку, розширює додаткові можливості. Особистий бренд викладача допомагає у формуванні позитивного іміджу та підвищенні довіри до самого закладу вищої освіти.

Література

1. Kasian S.Ya.(2022). Prosuvannia personalnoho brendu v naukovii sferi: uchast v iventakh, spivpratsia [Promotion of a personal brand in the scientific field: participation in events, cooperation]. Materialy III Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy» [Materials of the III International Scientific and Practical Conference "Business, Innovations, Management: Problems and Prospects"]. Kyiv. pp. 225-226 [in Ukrainian].
2. Basu T. (2018) How to Build a Personal Brand (Complete Guide to Personal Branding). Tyler Basu. Retrieved from: https://www.thinkific.com/blog/personal-brandingguide/ .
3. Yak komunikuvaty tak, shchob vas pochuly: porady dlia osvitnikh upravlintsiv [How to communicate so that you are heard: tips for educational managers]. Pro.Svit zminiuie diialnist [Pro.Svit changes activities]. Retrieved from: http://prosvitcenter.org/komunikatsii_dlia_osvitian [in Ukrainian].
4. Ross MakHil. (2016). Keruvannia vashym profilem u sotsialnykh merezhakh. TeacherToolkit. Retrieved from: https://www.teachertoolkit.co.uk/2016/11/11/social-media-protection/.

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОБОТІ ВИКЛАДАЧА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ВАЖЛИВОГО АСПЕКТУ ЙОГО ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ

THE USE OF SOCIAL NETWORKS IN THE WORK OF A TEACHER OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION AS AN IMPORTANT ASPECT OF THEIR PROFESSIONAL DEVELOPMENT

Отравенко Олена,
кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувачка кафедри теорії та методики фізичного виховання,
Державний заклад «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»,
Полтава, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8308-5895

Olena Otravenko,
Ph.D. in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Theory and Methods of Physical Education,
State Institution Luhansk Taras Shevchenko National University,
Poltava, Ukraine

Анотація. Проблема розвитку особистості викладача в закладі вищої освіти дуже важлива та розглядається нами у професійному контексті на основі формування його професійних і особистісних якостей у знаннях, спілкуванні та самовдосконаленні, професійної мобільності, накопиченні досвіду з використання соціальних мереж. Нами запропоновано подолання негативного впливу війни на розвиток Університету, інформування здобувачів освіти про важливі події та оновлення, приймати участь в грантових проєктах, міжнародних освітніх програмах, забезпечувати можливість онлайн-консультацій та спільну роботу над проєктами через соціальні мережі.

Ключові слова: соціальні мережі, професійний розвиток викладача, заклад вищої освіти, якість освітнього процесу, змішана та дистанційна форми навчання.

Abstract. The problem of teacher's personality development in a higher education institution is very important and is considered by us in a professional context based on the

formation of their professional and personal qualities in knowledge, communication and self-improvement, professional mobility, and the accumulation of experience in the use of social networks. We propose to overcome the negative impact of the war on the development of the University, inform students about important events and updates, participate in grant projects, international educational programs, provide online consultations and collaborate on projects through social networks.

Keywords: social media, professional development of teachers, higher education institution, quality of the educational process, blended and distance learning.

Вступ. Ефективність діяльності викладача ЗВО визначається його науково-дослідницькою роботою зі студентами, вмінням залучати здобувачів освіти до творчої співпраці з використанням сучасних соціальних мереж, формувати в них прагнення до знань за допомогою новітніх методик та технологій. За таких умов студенти охоче беруть участь в обговоренні наукових проблем, що проводяться кафедрами, у наукових конкурсах, вебінарах, тренінгах, науково-практичних конференціях різного рівнях [1, с. 228]. Зокрема, у Державному закладі «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» під час воєнного стану застосовуються змішана та дистанційна форми навчання.

В останні роки змішана та дистанційна форми навчання широко розповсюджені за кордоном, де мають назви: Blendid Learning, Hybrid Learning, Mixed-Model Instruction та ін.» [2, с.12]. Починаючи з 2019 року, з початку COVID-19, потім, з 24 лютого 2022 року у зв’язку з введенням воєнного стану, практично 100% закладів вищої освіти України активно використовують змішану та дистанційну форми навчання.

Процес якісної професійної підготовки майбутніх фахівців у закладі вищої освіти буде ефективним, якщо студенти будуть залучатися до різних форм освітньої та науково-дослідної роботи з дотриманням принципів доброчесності, неформальної освіти та активного обговорення сучасних проблем сталого розвитку

у соціальних мережах.

Мета дослідження - провести аналіз сучасного стану з можливостей використання викладачами соціальних мереж під час змішаної та дистанційної форми навчання з метою підвищення якості освітнього процесу, професійного розвитку викладачів університетів та надати методичні рекомендації.

Матеріал і методи дослідження: аналіз та узагальнення наукової та методичної літератури за темою дослідження; педагогічні спостереження, соціологічні методи дослідження (онлайн-опитування з використанням сучасних соціальних мереж та платформ).

Дослідження проводилося у навчально-науковому інституті фізичного виховання і спорту ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» в рамках проходження Міжнародного стажування за Міжнародною онлайн-програмою підвищення кваліфікації викладачів ЗВО «Сила соціальних мереж у професійному розвитку викладачів університетів: особистий бренд, інструменти для освітніх продуктів, просування цінностей сталого розвитку».

Огляд літератури. Деякі аспекти даної проблеми вивчали такі науковці, як: В. Кюрчев, О. Ломейко, К. Самойчук, (2021) «Реалізація змішаної форми навчання студентів у закладах вищої освіти» [2]; O. Otravenko, O. Shkola, V. Zhamardiy, O. Sokolenko, O. Pavliuk, O. Hadiuchko (2022) «Analysis Of The Current State Of Training Of Future Specialists In Physical Culture And Sports In The Conditions Of Distance Learning» [3]; Griban, G., Oleniev, D., Sirenko, R., Zhyla and others (2021) «Methodology for the professional speech competence formation of the students of higher education institutions of physical culture and sports» [4]. У свою чергу А. Черненко розглянула можливість використання в освітньому процесі онлайн- додатків: Flashcards, Docs, SlideShare, Ted, Babylon, Studify, weRead, Study Groups. Завдяки цим додаткам, здобувачі освіти зможуть краще створювати та обмінюватися документами Microsoft Office у мережі Facebook, створювати презентації,

реалізовувати групові проєкти, обмінюватися думками та писати коментарі [5, с. 173].

Виклад основного матеріалу дослідження. У державному закладі «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» активно використовуються такі соціальні мережі, як: Facebook, Instagram, You Tube, Tik Tok та ін. Причому викладачам найбільше подобаються такі мережі як: Facebook та You Tube, а здобувачі вищої освіти більш активні в Instagram та Tik Tok.

Соціальні мережі є важливим інструментом для викладачів у закладах вищої освіти під час дистанційного та змішаного навчання. Однією з вимог до викладача є уміння володіти інструментами для дистанційної роботи, зокрема Zoom, Google meet, Microsoft Teams, Skype, Освітній портал та ін.

У Положенні про дистанційну роботу та гнучкий режим робочого часу в ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» [6], зазначено, що дистанційна робота – це форма організації праці, за якої робота виконується працівником поза робочими приміщеннями чи територією власника або уповноваженого ним органу, у будь-якому місці за вибором працівника та з використанням інформаційно-комунікаційних технологій (http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/polojdistant_work_28.05.21.pdf).

Слід зазначити, що викладачі і студенти навчально-наукового інституту фізичного виховання і спорту беруть активну участь у організації і проведенні міжнародних конференціях, у тому числі і Міжнародних, які проходять завжди на платформі ZOOM із запрошенням стейкхолдерів, відомих науковців, учителів та тренерів. Протягом усього періоду навчання студентам надається цілеспрямована та систематична консультаційна допомога при виконанні творчих проєктів, написанні тез, статей, наукових робіт. Крім того, створюються творчі групи та студентські товариства, враховуються їх наукові інтереси та здібності, які висвітлюються у соціальних мережах [7].

Стратегія розвитку ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» спрямована на здійснення змін, що підвищують якість надання освітніх послуг і конкурентоспроможності Університету, визначення перспектив розвитку ЛНУ в умовах повномасштабної війни росії проти України та дії воєнного стану на території України, а також у період повоєнного відновлення. Також у Стратегії розвитку ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», одним із пріоритетних напрямків ЛНУ є зміцнення популярності та просування на освітянському ринку через організацію PRдіяльності, що спрямована на цільові аудиторії різних вікових груп за допомогою традиційних та інноваційних комунікаційних каналів (http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/univ_development_strategy_2019-2025_zminy.pdf) [8].

У ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка» широко використовується Освітній портал «MOODL» та Цифровий репозиторій ЛНУ, які значно допомагають студентам швидше опановувати освітні компоненти навчальних дисциплін, якісно виконувати практичні й творчі завдання, підвищувати навички самоконтролю та самоосвіти.

Протягом 2022-2023 н. р. були проведені соціологічні методи дослідження (онлайн-опитування (96 студентів I-IV курсів, денної форми навчання, за допомогою Google Forms), за допомогою яких ми визначили мотиви та інтереси до видів рухової активності та спорту, ставлення студентської молоді до організації освітнього процесу на різних онлайн-платформах під час карантинних обмежень з використанням різних соціальних мереж. Викладачі кафедри теорії та методики фізичного виховання розробили дистанційні курси з фахових дисциплін. Методичне забезпечення освітнього процесу передбачає, поряд з традиційними формами, впровадження новітніх технологій навчання; широке використання ресурсів локальної мережі кафедри ТМФВ, навчально-наукового інституту фізичного виховання і спорту, університету в цілому, використання мережі Інтернет, сучасних

мультимедійних програмних засобів, сайту дистанційного навчання Moodle «Освітній портал ЛНУ імені Тараса Шевченка», соціальні мережі Viber, Facebook, YouTube, Instagram, Telegram, Skype для активної комунікації та спілкування; зміни у форматі контролю використання онлайн-тестів та виконання творчих завдань [3]. Разом з тим, найбільшу популярність у ЛНУ імені Тараса Шевченка серед студентів набрали Освітній портал «Moodle» (83,3 %) та Zoom (77,8 %).

Серед недоліків є те, що ЛНУ імені Тараса Шевченка є двічі переміщеним закладом вищої освіти. Складними умовами праці викладачів пов'язані як з відсутністю житла для переміщених осіб, так і спричиняють переїзд викладачів до інших міст та за кордон. Слід зауважити, що під час повномасштабної війни росії проти України значна кількість потенційних студентів виїхали за кордон, а також скорочено фінансування галузі освіти в умовах воєнного стану.

Тому необхідно: а) активізувати участь викладачів, студентів та науковців у розробці та реалізації проєктів і програм сталого розвитку; б) вдало розвивати й поглиблювати міжнародне, міжуніверситетське співробітництво на основі виконання спільних наукових програм, грантів, тренінгів; в) тренінгові вправи спрямувати на релаксацію, взаєморозуміння, комунікацію, емпатію; г) використовувати ІКТ-технології та соціальні мережі для професійного розвитку та підвищення якості освітнього процесу в ЗВО; д) інформувати міжнародне середовище про діяльність ЛНУ через офіційний сайт, соціальні мережі, інформаційні буклети англійською мовою; є) участь викладачів, студентів та науковців в міжнародних проєктах, форумах, конференціях [8].

Очікувані результати:

1. Активна маркетингова політика.
2. Подолання негативного впливу війни на розвиток Університету.
3. Участь в грантових проєктах, міжнародних освітніх програмах.

4. Публікації статей у міжнародних наукових журналах, які індексуються у Міжнародних базах даних Index Copernicus, Scopus, Web of Science.
5. Фандрайзинг. Залучення ресурсів необхідних для реалізації прєктів та грантів.
6. Позитивний вплив університету на сталий розвиток територіальних громад, регіонів, країни та ін.

Серед пропозицій для викладачів ЗВО можна виокремити:

1. Створити групу чи сторінку для курсу (Освітнього компоненту навчальної дисципліни).
2. Надавати студентам відеозаписи лекцій та онлайн-консультації.
3. Обговорення тем лекційних та практичних занять.
4. Спільна робота над проєктами через соціальні мережі.
5. Інформування здобувачів освіти про важливі події та оновлення.
6. Заохочення студентів до взаємодії та залучення до науково-дослідної роботи. Консультування щодо написання тез, статей.
7. Участь у конференціях, онлайн-вебінарах, тренінгах, майстер класах.
8. Моніторинг успішності студентів.
9. Отримання зворотного зв'язку.

Висновки. Соціальні мережі є важливим інструментом для підвищення професійного розвитку та професійної мобільності викладача у закладах вищої освіти. Проблема розвитку особистості викладача в закладі вищої освіти дуже важлива та розглядається нами у професійному контексті на основі формування його професійних і особистісних якостей у знаннях, спілкуванні та самовдосконаленні, професійної мобільності, накопиченні досвіду з використання соціальних мереж. Ми розглянули цю проблему саме під час змішаної та дистанційної форм навчання.

Отже, необхідно постійно саморозвиватися та самовдосконалюватися, підтримувати позитивну атмосферу, бути готовими до змін, аналізувати, оволодівати навичками сучасних інформаційних та інтерактивних технологій, забезпечувати можливість онлайн-консультацій через соціальні мережі, заохочувати студентську молодь давати зворотний зв'язок щодо курсу та способу його проведення через онлайн-опитування у соціальних мережах. Це допоможе значно покращити якість навчання.

Перспективою подальших досліджень є вивчення наукової проблематики молоді в регіоні з використанням соціальних мереж.

Література

1. Otravenko, O. V. (2019). Innovacijni metodi navchannya yak osnova yakisnoyi profesijnoyi pidgotovki majbutnogo vchitelya fizichnoyi kulturi. [Innovative Teaching Methods as a Basis for High-Quality Professional Training of Future Physical Education Teachers]. ISSN: 2414-0325. Open educational e-environment of modern University, special edition, pp. 222–230. doi: DOI: https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019s21. [in Ukrainian].
2. Kyurchev, V., Lomejko, O., Samojchuk, K. (2021). Realizaciya zmishanoyi formi navchannya studentiv u zakladah vishoyi osviti. [Implementation of the mixed form of education in higher education institutions]. Udoskonalennya osvitno-vihovnogo procesu v zakladi vishoyi osviti: zbirnik naukovo-metodichnih prac. Tavrijskij derzhavnij agrotehnologichnij universitet imeni Dmitra Motornogo. Melitopol: TDATU [Improving the educational process in a higher education institution: a collection of scientific and methodological works. Dmytro Motorny Tavri State Agro-Technological University. Melitopol: TDATU]. 24. pp. 12-17. [in Ukrainian].
3. Olena Otravenko, Olena Shkola, Valeriy Zhamardiy, Olena Sokolenko, Olena Pavliuk, Oleksandr Hadiuchko. Analysis Of The Current State Of Training Of Future Specialists In Physical Culture And Sports In The Conditions Of Distance Learning. Journal of Positive School Psychology. 2022, Vol. 6, No. 8, 6018-6031.
4. Griban, G., Oleniev, D., Sirenko, R., Zhyla and others (2021). Methodology for the professional speech competence formation of the students of higher education institutions of physical culture and sports. Applied Linguistics Research Journal, 5(6), 157-167. doi: https://doi.org/10.14744/alrj.2021.71245.
5. Chernenko, A. V. (2019). Vikoristannya socialnih merezh dlya navchannya studentiv u zakladah vishoyi osviti. [The use of social networks for teaching students in higher education institutions.]. Teoriya ta metodika navchannya ta vihovannya. № 46. 166–178. doi: https://doi.org/10.34142/23128046.2019.46.13. [in Ukrainian].
6. Polozhennya pro distancijnu robotu ta gnuchkij rezhim robochogo chasu v DZ «Luganskij nacionalnij universitet imeni Tarasa Shevchenka». (2021). [Regulations on remote work and flexible

working hours at the State Institution Luhansk Taras Shevchenko National University]. http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/poloj_distant_work_28.05.21.pdf. [in Ukrainian].

7. Otravenko, O.V. (2020). Formation of digital competence of future physical education teachers in innovative environment. Pedahohika formuvannia tvorchoyi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh [Pedagogy of creative personality formation in higher and secondary schools], №70, T.3. 180-184. DOI: https://doi.org/10.32840/1992-5786.2020.70-3.33.

8. Strategiya rozvitku Derzhavnogo zakladu Luganskij nacionalnij universitet imeni Tarasa Shevchenka 2019 – 2025 roki (zi zminami). [Development Strategy of the State Institution Luhansk Taras Shevchenko National University 2019 - 2025 (as amended)]. URL: http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/univ_development_strategy_2019-2025_zminy.pdf . [in Ukrainian].

ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ВЧИТЕЛІВ ГЕОГРАФІЇ

EXPERIENCE IN USING THE TELEGRAM CHANNEL AS A TOOL FOR THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF GEOGRAPHY TEACHERS

Соколова Ельміра,
старший викладач кафедри математичної, природничої та технологічної освіти,
Комунальний заклад вищої освіти «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради»,
Дніпро, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2430-751X

Sokolova Elmira,
senior teacher of the Department of Mathematical, Natural and Technological Education,
Communal institution of higher education "Dnipro Academy of Continuing Education"
of the Dnipropetrovsk Regional Council",
Dnipro, Ukraine

Анотація. У роботі здійснено аналіз побудови комунікаційної платформи у соцмережі, шляхом створення телеграм-каналу «Спільнота вчителів географії Дніпропетровщини» для реалізації наукової теми кафедри, вирішення актуальних наукових, методичних та організаційних завдань співробітників кафедри щодо посткурсової підтримки вчителів географії та розвитку бренду кафедри математичної, природничої та технологічної освіти.

Ключові слова: соціальні медіа, онлайн-комунікація, спільнота вчителів географії, освітній бренд

Abstract. The work analyzed the construction of a communication platform in the social network by creating a telegram channel "Community of Geography Teachers of the Dnipro region" for the implementation of the scientific topic of the department, solving the actual scientific, methodical and organizational tasks of the department's employees regarding post-course support for geography teachers and developing the brand of the department of mathematics, natural sciences and technological education.

Keywords: social media, online communication, geography teacher community, educational brand.

Вступ. Соціальні мережі сьогодні вже стали надпотужним інструментом для спілкування, спілкування та обміну інформацією. Та при цьому цей вплив не обмежується тільки особистими взаємодіями, але також і поширюється на різноманітні професійні сфери. У контексті управління у системі вищої освіти слід звернути увагу на вплив платформ та соціальних мереж для академічного зростання, розвитку та популяризації науки в цілому.

Мета дослідження - висвітлення досвіду використання телеграм-каналу, визначення його ролі і потенціалу у підтримці здійснення наукової теми кафедри, професійного розвитку викладачів, вирішення актуальних методичних та організаційних проблем.

Огляд літератури. Значення соціальних медіа на освітній сектор було досліджено у працях К. Годлевської, Ф. Майнаєва, Г. Мільчевської, О. Сусської, А. Бахмєтьєвої. Деякі проблеми в організації публічної комунікації закладів вищої освіти висвітлені у працях Г. Почепцова, Б. Потятника, Л. Городенко. Унікальний інструментарій соціального медійного маркетингу для просування особистого бренда закладів вищої освіти у соцмережах узагальнює Д. Сорочан, М. Сорока, М. Рудий.

Виклад основного матеріалу дослідження. Неможливо недооцінити роль і потенціал соціальних мереж у підтримці професійного розвитку викладачів

закладів вищої освіти. Від мережевих можливостей до доступу до ресурсів і сприяння співпраці, платформи соціальних медіа кардинально змінили спосіб взаємодії науковців з колегами в своїй галузі, а також у різних дисциплінах. Крім того, ці платформи дозволяють викладачам ефективніше взаємодіяти зі своїми здобувачами освіти, сприяючи постійному спілкуванню та надаючи додаткові навчальні матеріали. Оскільки технології продовжують швидко розвиватися, для викладачів вкрай важливо стратегічно використовувати інструменти соціальних медіа, щоб залишатися в авангарді педагогічних досягнень і вдосконалювати свою власну практику викладання на благо майбутніх поколінь.

Науковою темою кафедри математичної, природничої та технологічної освіти комунального закладу вищої освіти «Дніпровська академія неперервної освіти» Дніпропетровської обласної ради було визначено як «Розвиток предметних компетентностей вчителів природничих, математичних та технологічних дисциплін». Саме тому перед викладачами постали нагальні проблеми щодо кардинального оновлення освітніх програм курсів підвищення кваліфікації, зокрема розрахованих на вчителів географії усіх кваліфікаційних категорій. Враховуючи процеси реформування загальної середньої освіти, особливо в процесі впровадження концепції «Нова українська школа» є необхідність не тільки у якісній реалізації курсів підвищення кваліфікації, досягненні очікуваних результатів, розвитку фахових предметних компетентностей, але й можливості здійснення посткурсової підтримки з вчителями у тому чи іншому вигляді. Звичайно відповідно до плану-графіку роботи закладу вищої освіти систематично здійснювались різноманітні методичні заходи, а саме вебінари, онлайн-практикуму, круглі столи, тощо. У процесі такої взаємодії автором було помічено, що певні заходи проводились ніби у режимі «запізнення», і тому носили скоріше репрезентативний характер, аніж надання реальної оперативної допомоги, поради для вчителів, які її потребували. Інструментом для подолання цього режиму

«запізнення» було обрано створення телеграм-каналу. Попередньо автором було здійснено SWOT-аналіз щодо використання можливостей телеграм-каналу для професійного розвитку вчителів географії Дніпропетровщини (таблиця 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз щодо використання можливостей телеграм-каналу для професійного розвитку вчителів географії Дніпропетровщини

Аспекти	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Внутрішні аспекти				
Доступність	Зручний інструмент для швидкого об'єднання вчителів	Обмежений функціонал (неповністю досліджений на початку використання)	Постійне навчання та використання оновлених інструментів	Конфіденційність та безпека
Інтерактивність	Можливість проведення обговорень та обміну досвідом	Проблеми з приватністю	Розвиток спільноти, залучення колег з інших областей	Конкуренція
Актуальність	Надання актуальної інформації та новин щодо навчання географії у ЗЗСО, проведенні інтелектуальних змагань учнів	Залежність від інтернету	Обмін досвіду між спільнотами інших областей України	Технічні проблеми
Можливість візуалізації	Оперативне надання інфографіки, поширення записів відео зустрічей, майстер-класів, тощо	-	-	-
Зовнішні аспекти				
Неперервне навчання вчителів	-	-	Відкритість для нових ідей	Відмова доступу, проблеми з реєстрацією на необхідні курси підвищення кваліфікації
Розвиток спільноти	-	-	Співпраця та обмін досвідом	Технічні проблеми

Внаслідок того, що телеграм-канали тільки но набували своєї популярності та виникненні великої кількості питань щодо безпеки та питань конфіденційності учасників автором було обрано створити закриту групу шляхом додавання вчителів спочатку зі списку активної частини творчої спільноти вчителів географії. Така закрита група носила скоріше інформаційний характер щодо надання оперативної інформації щодо проведення заходів, надсилання інструктивних листів, методичних рекомендацій та найновіших посібників. З часом учасники групи запрошували колег і група отримала можливість розвитку [1, с. 68]. Проте, спільна комунікація у такому режимі доступу була досить обмежена і неефективна. З настанням повномасштабної війни в Україні, особливо актуальним для вчителів стала можливість постійної та зручної комунікації, спільного обговорення та вирішення проблем у будь-який час. Саме тому закриту групу було переформатовано шляхом створення публічного телеграм-каналу «Спільнота вчителів географії Дніпропетровщини» (рис. 1).

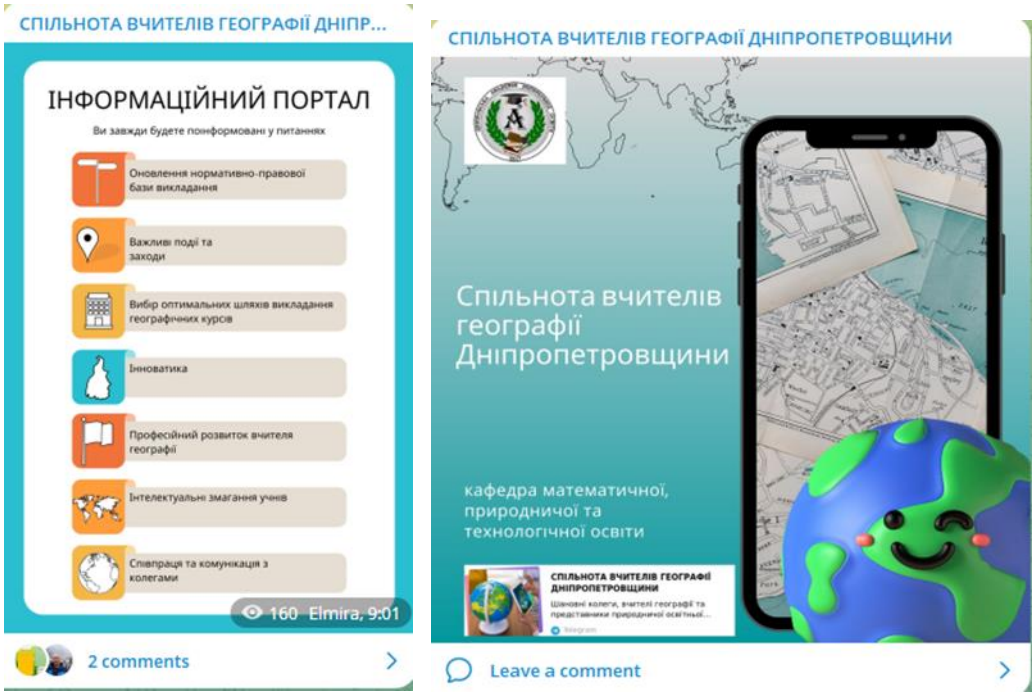

Рис. 1. Початкова інфографіка спільноти

Також в процесі підготовчої та організаційної роботи було складено перелік конкурентних спільнот та груп, які також потенційно могли приваблювати вчителів географії Дніпропетровської області. До цього переліку було віднесено вайбер-групу «Спільнота Вчителів Географії», вайбер-групу «Географія НУШ», вайбер-групу «Урок географії», вайбер-групу «Географія_Генеза», телеграм-канал «GEO-вчитель», фейсбук-групу «Вчителі географії online». Спільним недоліком цих груп на погляд автора було зловживання рекламно-інформаційними дописами, які зовсім не стосувалися професійної орієнтації колег та велика кількість пропозицій щодо продажу або купівлі методичних матеріалів, що таким чином перетворювали професійні спільноти на невеликі маркет-плейси, в яких дублюються матеріали та ще й виникають питання щодо дотримання принципів доброчесності продавцями. Після аналізу переваг та недоліків конкурентних спільнот вже були вибудовані більш чіткі орієнтири щодо модерування та правил комунікції у телеграм-каналі.

Перевагами такого вибору комунікаційної платформи стали можливості швидкого приєднання нових учасників та поширення внутрішніх новин до інших спільнот та груп, швидкий пошук у спільноті новин чи необхідної інформації через використання хештегів, проведення онлайн-стрімів у зазначений та попередньо обговорений час, комунікація через спільний чат, можливість реагування на кожний допис, накопичення та збереження потужної інформаційної бази: файли, лінки, світлини, карти. Режим «оповіщення та сповіщення» каналу дозволяє надсилати повідомлення всім підписникам одночасно, що корисно для розсилки важливої інформації, оголошень, подій. Режим «обговорення та коментарі» дозволяє учасникам каналу обговорювати інформацію, яка надходить від модератора, коментувати повідомлення та обмінюватися думками та ідеями через коментарі, ставити запитання ділитися своїм досвідом. Режим «поділ ресурсів» надає доступ для поширення навчальними матеріалами, методиками викладання, рекомендаціями щодо підручників та іншими корисними ресурсами. Режим

«опитування та голосування» телеграм-каналу дозволяє проводити опитування та голосування серед учасників, щоб зрозуміти популярність ідей чи вибрати найкращий варіант у вирішених питаннях. Можливості надання зворотного зв'язку полягає у надсиланні приватних повідомлень один від одного для подальшого обговорення конфіденційних питань або для отримання особистої допомоги. Спільні проєкти та ініціативи отримали можливість для швидкої реалізації через використання спільних віртуальних дошок, таких як padlet, conceptboard, jamboard. Викладачі можуть співпрацювати над спільними проєктами, ініціативами або науковими дослідженнями, обмінюючи ідеї та ресурси через канал. Для автора модерування саме телеграм-каналу також мало позитивні переваги у відслідковуванні за реагуванням на той чи інший допис для визначення актуальних матеріалів на той чи інший період часу [2, с.176]. Використання таких хештегів як #методичнийлайфхак, #терміновановина, #конкурси-змагання стало зручним інструментом для рубрикування матеріалів та швидкого пошуку необхідної інформації.

У процесі розвитку каналу, збільшення спільноти та ефективності діяльності автором було подано результати роботи каналу для участі у Всеукраїнському щорічному конкурсі «Молодий вчений року» за період 2022 р. Після проходження двох етапів оцінювання: першого експертного оцінювання та другого етапу відкритого голосування з максимальним результатом було отримано переможне І місце у блоці «Популяризація науки», номінації «Науковий телеграм-канал» та урочисте вручення диплому лауреата у м. Києві представниками Ради молодих вчених при Міністерстві освіти та науки України. Такий величезний суспільний відгук та підтримка колег в черговий раз доводить величезне значення соціальних медіа у реалізації наукової теми кафедри та побудові особистого бренду викладача.

Рис. 2. Диплом лауреата

Висновки. В ході дослідження було встановлено, що використання телеграм-каналу є ефективним інструментом для підтримки наукової теми кафедри та розвитку викладачів географії. Результати участі у конкурсі "Молодий вчений року" свідчать про високу оцінку його внеску у популяризацію науки. Вказане підкреслює важливість використання соціальних медіа для досягнення наукових та методичних цілей, а також для формування позитивного образу та репутації викладача географії.

Література

1. Sychenko, V.V, Rybkina, S.O. and Sokolova E.T. (2020), "*Suchasni tendentsii rozvytku orhanizatsiinykh struktur u systemi upravlinnia zakladamy vyshchoi osvity*" ["Current trends in the development of organizational structures in the management system of higher education"]. *Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia [Public administration and customs administration]*, vol. 4 (27), pp. 68–73. [in Ukrainian]
2. Sokolova E.T. (2021), "Teoretyko-metodolohichni zasady doslidzhennia innovatsiinykh upravlinskykh form u systemi vyshchoi osvity Ukrainy" ["Theoretical and methodological principles of research of innovative management forms in the system of higher education of Ukraine"]. Modern Economics, vol. 29 pp. 176–181. [in Ukrainian]

III. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ОСВІТІ ТА НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

ВИКОРИСТАННЯ МЕСЕДЖЕРА TELEGRAM ЯК ЗАСОБУ ПІДТРИМКИ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ МОРЯКІВ

TELEGRAM MESSENGER AS A TOOL FOR THE EDUCATION PROCESS SUPPORT DURING DISTANCE EDUCATION OF FUTURE SAILORS

Безлуцька Олена,
кандидат історичних наук, доцент, доцент,
кафедри соціально-гуманітарних дисциплін та інноваційної педагогіки,
Херсонська державна морська академія,
Херсон, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0257-2163

Bezlutska Olena,
Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor Department of Humanities of Kherson State Maritime Academy,
Kherson, Ukraine
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0257-2163

Анотація. В публікації проаналізовано значення роль соціальних мереж в освітньому процесі в умовах дистанційного навчання. Обґрунтовано актуальність застосування месенджерів для покращення якості підготовки майбутніх моряків. Розглянуто переваги і недоліки використання Telegram у викладанні дисципліни «Психологія професійної діяльності». Висвітлено досвід ведення телеграм-каналу, чату та чат-боту для здобувачів морської освіти. Зроблено висновок, що використання соціальних мереж забезпечує студентоцентроване навчання та викладання.

Ключові слова: професійна підготовка моряків, соціальні мережі в освіті, Telegram, дистанційне навчання.

Abstract: The publication analyses the importance of the social networks role in the educational process for distance learning. The relevance of messengers usage to improve the quality of training of future sailors is justified. The advantages and disadvantages of Telegram in teaching the discipline "Psychology of professional activity" are considered. The experience of maintaining a Telegram channel, chat and chat-bot for students of maritime education is covered. It was concluded that the use of social networks ensures student-centered learning and teaching.

Keywords: professional training of sailors, social networks in education, Telegram, distance learning.

Вступ. Підготовка фахівців річкового та морського транспорту має свою специфіку. Тривалу частину свого навчання здобувачі вищої морської освіти повинні перебувати на плавальній практиці на борту морського судна. Починаючи з третього курсу студенти, зазвичай, мають конкретний семестр для практики, однак досить часто вони змушені відходити від установлених рамок. З огляду на це в Херсонській державній морській академії (ХДМА) вже тривалий час практикується змішане навчання. Основною платформою online навчання майбутніх моряків є навчальна платформа LMS MOODLE проте, викладачі академії активно використовують у навчальному процесі соціальні мережі Facebook, WhatsApp, Instagram, Telegram, Twitter, Google +, Linkedin, YouTube та інші. Саме перераховані месенджери дозволили підтримати освітній процес в умовах неочікуваних та вимушених карантинних обмежень та продовжують забезпечувати навчання без втрати якісних показників в умовах воєнної агресії. Що і обумовлює актуальність теми дослідження.

Мета дослідження – проаналізувати значення одного з найпопулярніших месенджерів – Telegram – в підготовці майбутніх фахівців річкового та морського транспорту.

Огляд літератури. Особливості професійної підготовки моряків в умовах інформатизації освітнього процесу вивчали як вітчизняні так і зарубіжні дослідники. Так питання формування професійних компетентностей та soft skills у майбутніх суднових офіцерів висвітлювали В. Чернявський, С. Волошинов, А. Лещено, М. Бабишина, О. Безбах, А. Юрженко. Використання соціальних мереж в підготовці фахівців різних професій розглядали Носенко О., Шевчук Р., Петрович О., Петрович Р., Пойда О. та інші.

Виклад основного матеріалу дослідження. Опитування здобувачів освіти ХДМА проведене у 2018 році показало, що 100% з респондентів на судні мають доступ до мобільних пристроїв – смартфон, планшет. У свою доступ до ноутбуків та комп'ютерів мала лише половина опитуваних. Що ж стосується швидкості роботи мережі Інтернет та зручності роботи з електронними засобами в умовах судна, то перевагу респонденти надали саме смартфону та планшету.

Наступним етапом стало проведення опитування серед здобувачів освіти в ХДМА найбільш популярного та зручного для них месенджеру, а також проводився аналіз можливостей соціальних мереж. Результати опитування показали, що найчастіше в умовах судна майбутні моряки користуються Telegram 96%, WatsAp 75%, Viber 73%, Facebook Messenger 46%, Instagram Messenger 44%.

Аналіз можливостей соціальних мереж як засобу підтримки освітнього процесу проводили за наступними критеріями: доступність; вартість та наявність реклами; функціональність; безпека; синхронізація на різних пристроях та внутрішня пам'ять. Лідером проведеного аналізу по усіх зазначених позиціях став Telegram.

Як і в інших месенджерах в Telegram можна листуватися, пересилати фото, а також звукові та відео повідомлення. Однак, він має ряд переваг і можливостей. Так, наприклад, Telegram дозволяє пересилати файли формату RAR-архів. Крім того, обмеження розміру файлів в даному месенджері до 1,5 Гб. Доступне Cloud

зберігання даних. Вкладка «Обране» дозволяє переслані самому собі повідомлення зберігати у віддаленому сервері. Ще однією перевагою Telegram є його синхронізація з пристроями. Обраний месенджер працює однаково гарно на платформах Android, WindowsPhone, IPhone. Зручним є й те, що можна заходити до свого облікового засобу одночасно з багатьох пристроїв. Інформація передається достатньо швидко [2].

Для підтримки освітнього процесу корисною є можливість створювати групові чати до 200 учасників, а у супергрупах можна організувати спілкування до 10 тисяч осіб. У кожній з таких груп є адміністратор/и, що можуть модерувати повідомлення, видаляти та додавати учасників. Плюсом є те, що крім власне створеного каналу, можна запропонувати студентам приєднатися до додаткових, спеціалізованих телеграм-каналів, що створені з освітньою метою.

Перевагою Telegram є також можливість створення чат-ботів. Бот дозволяє інформувати, консультувати, відповідати на питання, проводити опитування та вікторини, шукати інформацію, автоматично розсилати студентам завдання та нагадувати про термін здачі. Використання боту дозволяє зібрати та швидко проаналізувати дані, що, наприклад, дозволить викладачеві зрозуміти, які теми викликають у здобувачів найбільше проблем у засвоєнні інформації і потребують додаткових пояснень. До недоліків чат-боту віднесемо відсутність прямого контакту викладача та студента [1].

З метою більш якісного оволодіння майбутніми моряками компетентностями означеними в силабусі дисципліни «Психологія професійної діяльності» було створено телеграм канал, чат для спілкування та чат-бот. В Telegram каналі здобувачі освіти мають можливість переглядати навчальні відео, читати та переглядати додаткову інформацію з дисципліни. Крім того, в телеграм каналі студентам надаються корисні посилання на інші телеграм-канали, сайти, інші ресурси покликані допомогти підтримувати ментальне здоров’я майбутнім морякам

під час проходження практики. Розміщуються телефони організацій, що забезпечують підтримку, в тому числі й анонімну, представникам морської галузі. В Telegram пропонуються здобувачам психологічні самотестування для кращого самопізнання, наприклад, розуміння власної стресостійкості. Виставлено, також відео-медитацій, які можуть практикувати моряки в умовах судна; інформацію про культурні відмінності представників різних національностей, задіяних в морській галузі.

В телеграм чаті курсу дублюються завантажені в LMS MOODLE відео-лекції та практичні завдання, що дозволяє, наприклад, студентам за відсутності на лекційному занятті в комфортних умовах переглянути лекційне заняття; задати питання викладачеві; прокоментувати переглянуте; поділитися з викладачем та однокурсниками власним досвідом стабілізації психологічного здоров'я в умовах судна та інше. Що ж стосується практичного заняття, як приклад, здобувачам освіти пропонується проаналізувати аварійну ситуацію причиною якої став людський фактор на морі. Це може бути реальна або штучно створена ситуація. Здобувачі освіти аналізують ситуацію; визначають, які дій спричинили аварійну ситуацію; пропонують своє вирішення, що могло б запобігти виникненню аварійної ситуації або зменшити її негативні наслідки. Спілкування у телеграмі дозволить студентам всебічно розглянути «ситуацію», проаналізувати її з різних точок зору. Важливим є те, що вони зможуть у будь-який час повернутися до вже пройденої теми.

Здобувач освіти, що перебуває на практиці, може звернутися за консультацією до викладача в особисті повідомлення. Це може бути не лише освітня, а й психологічна консультація. Особливо під час першої практики, майбутні моряки потребують особливою психологічної підтримки.

Створений чат-бот дозволяє донести студентам інформацію організаційного спрямування та відповісти та типові питання щодо дисципліни. Після вивчення кожної з тем, за допомогою чат-боту проводимо тестування, а студент після

оцінювання має можливість побачити правильну відповідь та проаналізувати свої помилки. Бот Telegram дозволяє проводити різні вікторини, що є досить популярними серед студентів та дозволяють їм відволіктися та сприяють кращому засвоєнню дисципліни. Використовуємо також бот проводячи Feedback-опитування після складання заліку. Що дозволяє врахувати потреби здобувачів освіти та вдосконалити якість освітнього процесу.

Серед основних недоліків Telegram є можлива втрата інформації вразі блокування месенджеру.

Висновки. Таким чином, використання Telegram дозволяє зберегти якість освітнього процесу в умовах дистанційного навчання. Зменшується кількість непідготовлених здобувачів освіти. Покращується якість підготовки, завдяки доступності інформації та наявності додаткових корисних ресурсів. Можливим є залучення до освітньої діяльності студентів, що перебувають на практиці на морському судні. Налагоджено зворотній комунікативний зв'язок між викладачем та слухачами дисципліни. Зменшується кількість проблем пов’язаних з організаційними питаннями. Тож можна констатувати, що Telegram-підтримка забезпечує студентоцентроване навчання і викладання.

Література

1.Petrovych O.B., Petrovych S.D., Poida O.A. (2022). Use of Telegram-Channel in Formation the Readiness of Future Teachers of Ukrainian Language and Literature to their Professional Activity. Information Technologies and Learning Tools. 88 (2), pp. 152-166.

2. Sutikno T., Handayani L., Stiawan D., Riyadi M., Subroto I. (2016). WhatsApp, Viber and Telegram which is Best for Instant Messaging? International Journal of Electrical and Computer Engineering, № 3 (6), pp. 909-914.

ТЕХНОЛОГІЯ ІНТЕНСИВНОГО ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАННЯ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

TECHNOLOGY OF INTENSIVE ELECTRONIC LEARNING USING SOCIAL NETWORKS

Жук Лариса,
адвокат, старший викладач
кафедри конституційного, адміністративного та фінансового права,
Академія праці, соціальних відносин і туризму,
Київ, Україна

Лебедик Леся,
доктор педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри мистецтвознавства та позашкільної освіти,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка,
Полтава, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-6538-6256

Стрельніков Віктор,
доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри філософії і економіки освіти,
Полтавська академія неперервної освіти ім. М. В. Остроградського,
Полтава, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-8822-9517

Zhuk Larysa,
lawyer, senior lecturer of the Department of Constitutional,
Administrative and Financial Law,
Academy of Labour, Social Relations and Tourism,
Kyiv, Ukraine

Lebedyk Lesya,
D.Sc. in Pedagogy, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Art Studies
and Extracurricular Education,
Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University,
Poltava, Ukraine

Strelnikov Viktor,
D.Sc. in Pedagogy, Professor,
Professor of the Department of Philosophy and Economics of Education,
M. V. Ostrohradskyi Poltava Academy of Continuous Education,
Poltava, Ukraine

Анотація. Розглядаються дев’ять етапів технології інтенсивного

електронного навчання із застосуванням соціальних мереж: лекційні – 1) підготовчий, 2) ключовий; робочі – 3) завдання із повною системою опор, 4) завдання зі стислою системою опор, 5) навчання без опор, але повільно, 6) оволодіння навичкою, рух без опор, вільно; завершальні – 7) підсумкове узагальнення, 8) контроль, 9) корекція знань і умінь.

Ключові слова: інтенсивне електронне навчання, теорія навчання, навчання із застосуванням соціальних мереж, технологія навчання.

Abstract. Nine stages of the technology of intensive electronic learning with the use of social networks are considered: lecture – 1) preparatory, 2) key; working – 3) tasks with a full system of supports, 4) tasks with a compressed system of supports, 5) learning without supports, but slowly, 6) mastering a skill, movement without supports, freely; final – 7) final generalization, 8) control, 9) correction of knowledge and skills.

Keywords: intensive e-learning, learning theory, learning using social networks, learning technology.

Вступ. Серед технологій навчання у системі вищої і неперервної освіти, які пропонують сучасні андрагогіка і педагогіка вищої школи, потребують теоретичного обґрунтування такі з них, що презентують появу нових можливостей електронних соціальних мереж і електронних засобів навчання. Інтенсифікацію навчання уможливлюють саме електронні засоби навчання із застосуванням соціальних мереж, бо вони дають змогу поєднати можливості мозку людини (як «комп'ютера», створеного природою) із можливостями комп'ютера (створеного самою людиною). У педагогічній теорії вже розкрито й охарактеризовано основи навчання, виховання і розвитку особистості, закладені теоретичні підвалини для інтенсивного навчання із застосуванням соціальних мереж.

Мета дослідження - визначення теоретичних передумов для організації технології інтенсивного електронного навчання із застосуванням соціальних мереж. Завдання статті: а) визначити сутність запропонованої концепції

інтенсивного електронного навчання; б) сформулювати особливості технології електронного навчання із застосуванням соціальних мереж; в) виділити чіткі етапи розробленої технології інтенсивного електронного навчання із застосуванням соціальних мереж.

Огляд літератури. Увага вітчизняних науковців як психолого-педагогічного, так і філософського напрямів до вирішення проблем інтенсифікації навчання (В. Биков, Л. Буреннікова, Р. Гуревич, М. Жалдак, Н. Журавська, В. Зайчук, М. Кадемія, Г. Козлакова, А. Кузьмінський, П. Лузан, О. Пінчук, С. Сисоєва, В. Стрельніков, М. Фіцула, С. Шинкаренко, Л. Юшкова та ін.) засвідчує існування широкої наукової бази для проєктування технології інтенсивного електронного навчання із застосуванням соціальних мереж, здатної до прискорення освітнього процесу, скорочення термінів навчання й освіти без зниження їхньої інформаційної цілісності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відразу зазначимо, що технологія інтенсивного електронного навчання із застосуванням соціальних мереж, є системою поглядів на освіту і навчання на основі логіки побудови наукового знання. Важливою є означена технологія для вирішення основної проблеми освіти, якою є не засвоєння величезного обсягу знань, що постійно збільшується («дати знання»), не орієнтація в потоці все зростаючої інформації («навчити вчитися»), а проблема прямо протилежна: пошук і вироблення унікальних знань, у яких назріла особистісна потреба («допомогти вирішити власний проєкт»).

Електронне навчання (e-learning) визначається як система навчання, побудована із застосуванням інформаційних і телекомунікаційних технологій, які широко використовуються слухачам чи студентами і викладачами в сучасних умовах [2, с. 366–372; 3; 4, с. 76–78; 6, с. 112–130; 9, с. 78–80]. Електронне навчання забезпечує викладання дисциплін і навчальних курсів, надає змогу отримувати

інформацію, спілкуватися викладачам і слухачам чи студентам між собою незалежно від часу та місця знаходження [7, с. 14–15; 8, с. 382–384].

До електронних засобів навчання відносимо:

- комп'ютерні слайди,
- електронні підручники,
- мультимедійні версії підручника,
- електронні листи основного змісту навчання,
- електронні опорні конспекти,
- теоретико-довідкові модулі,
- запитально-пояснювальні модулі,
- автоматизовані навчальні системи,
- електронні задачники,
- електронні лабораторні практикуми,
- функціональні комп'ютерні тренажери,
- автоматизовані інформаційні системи,
- системи автоматизованого проєктування,
- автоматичні системи контролю знань,
- експертні навчальні системи,
- автоматизовані системи наукових досліджень,
- комплексні комп'ютерні тренажери,
- електронні засоби навчання для ділових ігор тощо [2, с. 366–372; 3; 4, с. 76–78; 6, с. 112–130; 9, с. 78–80].

Інтенсифікація навчання визначається як передача більшого обсягу навчальної інформації слухачам чи студентам за незмінної тривалості навчання та без зниження вимог до якості професійних знань [1, с. 258–264; 10, с. 348–351; 11, с. 127–135; 12, с. 237–241; 13, с. 19–24].

Для успішної інтенсифікації освітнього процесу у системі вищої і неперервної

освіти слід упроваджувати науково обґрунтовані методи керівництва пізнавальним процесом, що мобілізують творчий потенціал особистості. Підвищення темпів навчання може бути досягнуто шляхом удосконалення у системі вищої і неперервної освіти змісту навчального матеріалу та методів навчання [1, с. 258–264; 6, с. 112–130; 13, с. 19–24].

Удосконалення змісту навчання передбачає:

- раціональний відбір навчального матеріалу з виділенням у ньому основної, базової частини і додаткової інформації;
- виділення основної і додаткової літератури;
- перерозподіл у часі навчального матеріалу з тенденцією викладу нового навчального матеріалу на початку заняття, коли сприйняття є більш активним;
- концентрацію аудиторних занять на початковому етапі освоєння навчального матеріалу з метою напрацювання основи для подальшої самостійної роботи;
- раціональне дозування матеріалу для багаторівневого опрацювання нової інформації з урахуванням того, що процес пізнання нового розвивається не за лінійним принципом, а за принципом спіралі;
- забезпечення логічності й наступності нової і вже засвоєної інформації, активне використання нового матеріалу для повторення і глибшого засвоєння пройденого матеріалу;
- економне й оптимальне використання навчального часу [2, с. 366–372; 3; 4, с. 76–78; 6, с. 112–130; 9, с. 78–80; 10, с. 348–351; 11, с. 127–135; 12, с. 237–241].

Удосконалення методів навчання забезпечується через:

- широке використання колективних форм пізнавальної діяльності – робота слухачів чи студентів в парах і групах, рольові, ділові ігри, тренінги тощо);
- вироблення у викладача закладу вищої і неперервної освіти належних навичок організації й управління колективною навчальною діяльністю слухачів чи

студентів;

- застосування різноманітних форм і елементів проблемного навчання;
- удосконалення навичок педагогічного спілкування, які мобілізують творче мислення слухачів чи студентів;
- індивідуалізації навчання під час роботи в групі слухачів чи студентів і врахування особистісних характеристик у наданні індивідуальних завдань для слухачів чи студентів і вибору форм спілкування;
- прагнення до результативності навчання, рівномірного просування всіх слухачів чи студентів у процесі пізнання незалежно від індивідуальних здібностей і вихідного рівня їхніх знань та умінь;
- використання сучасних наукових даних в галузі соціальної педагогіки і педагогічної психології;
- застосування сучасних аудіовізуальних засобів, ТЗН, а також інформаційних засобів навчання [4, с. 76–78; 6, с. 112–130; 9, с. 78–80; 10, с. 348–351; 11, с. 127–135; 12, с. 237–241].

Реалізуючи технології інтенсивного електронного навчання із застосуванням соціальних мереж, ми спиралися на проведені нами раніше дослідження (Л. Жук [1], Р. Королюк [2], Л. Лебедик [2–6] і В. Стрельніков [1; 7–13] та ін.).

Виділяємо дев’ять етапів технології інтенсивного електронного навчання із застосуванням соціальних мереж:

а) лекційні етапи:

- 1-й етап – підготовчий;
- 2-й етап – ключовий, на яких розглядаються методологічні, теоретичні та методичні аспекти вивчення певного модулю, «даються» знання, однак виконання дій слухачем чи студентом є малоймовірним, адже навички формуються на наступних чотирьох робочих етапах.

б) робочі етапи:

- 3-й етап – навчальні завдання даються слухачам чи студентам із повною системою опор;
- 4-й етап – аналогічні завдання, але зі стислою системою опор;
- 5-й етап – слухачі чи студенти рухаються у вивченні модулю без опор, але повільно;
- 6-й етап – оволодіння навичкою, слухачі чи студенти рухаються без опор, вільно.

в) завершальні етапи:

- 7-й етап – підсумкового узагальнення, на якому також визначається один з чотирьох рівнів оволодіння кожним слухачем чи студентом відповідними навичками;
- 8-й етап – контролю;
- 9-й етап – корекції знань і умінь слухачів чи студентів з певного модулю [6, с. 112–130; 9, с. 78–80; 10, с. 348–351; 11, с. 127–135; 12, с. 237–241; 13, с. 19–24].

Висновки. Інтенсифікація навчання із застосуванням електронних соціальних мереж, яка сприяє передачі більшого обсягу навчальної інформації слухачів чи студентів при незмінній тривалості навчання без зниження вимог до якості знань, вважається одним з перспективних напрямів активізації навчальної діяльності із застосуванням соціальних мереж. Важливо викладачу самому скласти програму власного професійного зростання і програму розвитку закладу освіти через проєктування технології інтенсивного електронного навчання із застосуванням соціальних мереж, а також дати слухачам чи студентам можливість засвоїти перші два рівні знань за допомогою електронних соціальних мереж.

Процеси інтенсифікації базуються на взаємодії індивідуально-психологічних та колективно-психологічних чинників у навчальній діяльності. Отже, традиційне навчання у системі вищої і неперервної освіти може і повинне бути доповнене передовою технологією інтенсивного електронного навчання із застосуванням

соціальних мереж, заснованою на закономірностях пізнавальної діяльності.

Література

1. Zhuk L. B. & Strelnikov V. Yu. (2016). Pryntsypy orhanizatsiyi systemy intensyvnoho vyvchennya pravovykh dystsyplin fakhivtsyamy z ekonomiky. [Principles of organization of the system of intensive study of legal disciplines by specialists in economics]. Ukrayina – Tsyvilizatsiya. Tom 5. Utverdzhennya ukrayinskoho tsyvilizatsiynoho prostoru : dukhovno-istorychni peredumovy, suchasni tendentsiyi ta perspektyvy rozvytku [Ukraine - Civilization. Volume 5. The establishment of the Ukrainian civilizational space: spiritual and historical prerequisites, modern trends and development prospects]. / Karpat·skyy universytet imeni Avhustyna Voloshyna; Ukrayinska bohoslovska akademiya ; redkol. : Bed V. V. (hol. red.), Haydanka Ye. I. (vidp. sekr.), Ursta S. V. ta in. Uzhhorod : Vydavnychyy viddil KaU. [Augustyn Voloshyn Carpathian University; Ukrainian Theological Academy; editors: Bed V. V. (chief editor), Haydanka E. I. (deputy secretary), Ursta S. V. and others. Uzhhorod: Publishing Department of the University of Ukraine]. pp. 258–264. [in Ukrainian].

2. Korolyuk, R. I. & Lebedyk, L. V. (2019). Pidhotovka maybutnikh fakhivtsiv zasobamy elektronnykh osvitnikh resursiv v umovakh koledzhu. [Training of future specialists by means of electronic educational resources in college conditions]. Zbirnyk naukovykh statey mahistriv. Fakultet tovaroznavstva, torhivli ta marketynhu. Fakultet kharchovykh tekhnolohiy, hotelno-restorannoho ta turystychnoho biznesu. [Collection of scientific articles of masters. Faculty of commodity science, trade and marketing. Faculty of food technology, hotel-restaurant and tourism business]. Poltava : PUET. 425 pp. 366–372. Retrieved from http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/9153 [in Ukrainian].

3. Lebedyk, L. V. (2021). Elektronne navchannya (e-learning) maybutnikh sotsialnykh pratsivnykiv. [Electronic learning (e-learning) of future social workers]. Materialy vseukrayinskoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi «Stanovlennya osobystosti dytyny v umovakh suchasnoho rozvytku suspilstva: sotsialno-pedahohichnyy, psykholohichnyy, korektsiynyy i medychnyy aspekty», [Materials of the all-Ukrainian scientific and practical conference «Formation of a child's personality in the conditions of modern development of society: socio-pedagogical, psychological, correctional and medical aspects»]. 22-23 kvit. 2021 r. / za zah. red. Pakhomovoyi N. H., Berezan V. I. PNPU imeni V.H. Korolenka. Poltava : TOV «ASMI» [In general ed. Pakhomova N. G., Berezan V. I. PNPU named after V. G. Queen Poltava: "ASMI" LLC] 396 p. [in Ukrainian].

4. Lebedyk, L. V. (2023). Informatsiyni tekhnolohiyi pidhotovky maybutnikh pedahohiv zakladiv pozashkilnoyi osvity. [Information technologies for training future teachers of out-of-school education institutions]. Informatsiyni tekhnolohiyi ta tsyfrova ekonomika : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Kyyiv : Vydavnychyy tsentr DUIT [Information technologies and digital economy: Materials of the International Scientific and Practical Conference. Kyiv: DUIT Publishing Center]. pp. 76–78. [in Ukrainian].

5. Lebedyk, L. V. (2022). Prohrama kursiv pidvyshchennya kvalifikatsiyi sotsialnykh pratsivnykiv, vykladachiv zakladiv vyshchoyi i fakhovoyi peredvyshchoyi osvity «Tekhnolohiyi intensyvnoho elektronnoho navchannya». [The program of advanced training courses for social workers, teachers of institutions of higher and professional pre-university education «Technologies of intensive electronic learning»]. Poltava : PNPU imeni V. H. Korolenka [Poltava: PNPU named after V. G. Korolenko], 2022. 43 p. Retrieved from http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/18593 [in Ukrainian].

6. Lebedyk, L. V., Strelnikov V. Yu. & Strelnikov M. V. (2020). Suchasni tekhnolohiyi navchannya i metodyky vykladannya dystsyplin: Navchalno-metodychnyy posibnyk dlya slukhachiv kursiv pidvyshchennya kvalifikatsiyi pedahohichnykh pratsivnykiv zakladiv serednoyi, profesiynoyi (profesiyno-tekhnichnoyi), fakhovoyi peredvyshchoyi ta vyshchoyi osvity. [Modern learning technologies and methods of teaching disciplines: Educational and methodological manual for students of advanced training courses for teaching staff of secondary, vocational (vocational-technical), vocational pre-university institutions and higher education]. Poltava : ASMI. 303 p. Retrieved from http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/15703 [in Ukrainian].

7. Strelnikov, V. Yu. (2023). Model intensyvnoho elektronnoho navchannya. [Model of intensive electronic learning]. Yak pokrashchyty yakist osvity v umovakh nevyznachenosti : metodychni materialy [How to improve the quality of education in conditions of uncertainty: methodical materials]. Poltava : PANO. 24 s. S. 14–15. Retrieved from http://pano.pl.ua/nml/elektronni-vydannia-poippo [in Ukrainian].

8. Strelnikov, V. Yu. (2022). Pidhotovka vchyteliv do uprovadzhennya tekhnolohiy intensyvnoho elektronnoho navchannya u zakladakh neperervnoyi osvity. [Preparation of teachers for the implementation of intensive electronic learning technologies in institutions of continuing education]. Rozvytok profesiynoyi maysternosti pedahoha v umovakh novoyi sotsiokulturnoyi realnosti: : zb. materialiv V Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Ternopil, 29-30 veres. 2022 r.) / Redkolehiya: O. M. Petrovskyy, I. M. Vitenko, O. I. Kohut, Yu. Ch. Shaynyuk, V. Ye. Kavetskyy, O. Ya. Zhyznomirska, T. V. Mahera, H. I. Herasymchuk, N. B. Stryyvus. Ternopil : SMP “Tayp”. [The development of the teacher's professional skills in the conditions of the new socio-cultural reality: Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference (Ternopil, September 29-30, 2022) / Editorial Board: O. M. Petrovskyi, I. M. Vitenko, O. I. Kogut, Yu. Ch. Shayniuk, V. E. Kavetskyi, O. Ya. Zhiznomirska, T. V. Magera, G. I. Gerasimchuk, N. B. Stryivus. Ternopil: SMP "Type".] pp. 382–384. Retrieved from http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/19603 [in Ukrainian].

9. Strelnikov, V. Yu. (2020). Pidhotovka maybutnikh vykladachiv do vykonannya funktsiy tyutora zasobamy elektronnoho navchannya. [Preparation of future teachers to perform the functions of a tutor by means of electronic learning]. Informatsiyni tekhnolohiyi – 2020 : zb. tez VII Vseukr. nauk.-prakt. konf. molodykh naukovtsiv, 21 trav. 2020 r., m. Kyyiv / vidpovid. za vyp.: M. M. Astafyeva, D. M. Bodnenko, O. V. Bushya, O. M. Hlushak, H. A. Kuchakovska, O. S. Lytvyn, V. V. Proshkin, S. M. Shevchenko. K. : Kyyiv. un-t im. B. Hrinchenka [Information technologies - 2020: a collection of theses of the VII All-Ukrainian scientific and practical conference of young scientists, May 21. 2020, Kyiv / answer. by: M. M. Astaf'eva, D. M. Bodnenko, O. V. Bushya, O. M. Glushak, G. A. Kuchakovska, O. S. Lytvyn, V. V. Proshkin, S. M. Shevchenko. K.: Kyiv University named after B. Hrinchenko.]. pp. 78–80. Retrieved from: https://zcit.kubg.edu.ua/index.php/journal [in Ukrainian].

10. Strelnikov, V. Yu. (2017). Proektuvannya vchytelem interaktyvnykh tekhnolohiy navchannya na osnovi elektronnykh osvitnikh resursiv. [Teacher design of interactive learning technologies based on electronic educational resources]. Fizyko-matematychna osvita [Physical and mathematical education]. 4(14). pp. 348–351. Retrieved from http://fmo-journal.fizmatsspu.sumy.ua/publ/4-1-0-299 [in Ukrainian].

11. Strelnikov, V. Yu. (2009). Proektuvannya systemy intensyvnoho elektronnoho navchannya yak umovy zabezpechennya systemnoyi i fundamentalnoyi pidhotovky fakhivtsiv u konteksti intehratsiyi vyshchoyi osvity Ukrayiny do yevropeyskoho osvitnoho prostoru. [Designing a system of intensive electronic learning as a condition for ensuring systematic and fundamental training of specialists in the context of the integration of higher education of Ukraine into the European educational space]. Vyshcha osvita Ukrayiny. Tematychnyy vyp. «Vyshcha osvita Ukrayiny u konteksti intehratsiyi do yevropeyskoho osvitnoho prostoru». [Higher education of Ukraine. 2009. Thematic issue. «Higher

education of Ukraine in the context of integration into the European educational space»]. 4, II (14). pp. 127–135. [in Ukrainian].

12. Strelnikov, V. Yu. (2017). Teoretychni zasady tekhnolohiyi intensyvnoho elektronnoho navchannya. [Theoretical principles of intensive electronic learning technology]. Dydaskal : chasopys [Didaskal: journal]. O. Ilchenko (hol. red.) ; materialy Vseukr. nauk.-prakt. konf. iz mizhnar. uchastyu «Innovatsiynist v osviti : poshuky i perspektyvy rozvytku», 22–23 lystop. 2016 r. Poltava : PNPU imeni V. H. Korolenka [O. Ilchenko (chief editor) ; materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference on international with the participation of "Innovation in education: searches and development prospects", November 22-23. 2016. Poltava: PNPU named after V. G. Korolenko.]. 17. pp. 237–241. [in Ukrainian].

13. Strelnikov, V. Yu. (2016). Tekhnolohiya intensyvnoho elektronnoho navchannya : vitchyznyanyy ta zarubizhnyy dosvid. [Technology of intensive electronic learning: domestic and foreign experience]. Pedahohichni nauky. Poltava : PNPU imeni V. H. Korolenka [Pedagogical sciences. Poltava: PNPU named after V. G. Korolenko]. 66–67. pp. 19–24. Retrieved from http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/7513 [in Ukrainian].

ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

APPLICATION OF SOCIAL NETWORKS FOR EFFECTIVE COMMUNICATION IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Кришевич Ольга,
кандидат юридичних наук, професор,
професор кафедри кримінального права,
Національна академії внутрішніх справ,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-6136-8106

Kryshevych Olha,
candidate of legal sciences, professor,
professor of the Department of Criminal Law,
National Academy of Internal Affairs,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Соціальні мережі є динамічним явищем, вони розвиваються, розширюються та ускладнюються. Соціальні мережи – це віртуальну платформу, Інтернет-сайт, веб-сервіс або портал в Інтернеті, мета якого об’єднати якомога більшу кількість людей, надавши їм максимум можливостей комунікації між собою; позначають будь-яку соціальну структуру і різноманітність соціальних

взаємин, позначають насамперед он-лайнові мережі, які створюються у віртуальному просторі і забезпечують дистанційне спілкування і встановлення взаємозв'язків між учасниками так званої мережевої структури. Способи взаємодії педагогів і студентів у соціальних мережах Інтернету виступають основні складові: конференції, форуми, майстер- класах, можливість залучення до участі в навчальному процесі експертів, консультантів, фахівців з певних дисциплін; демонстраційні можливості; можливість безперешкодно ділитися будь-яким контентом із студентами, а студенти можуть ознайомитися з ним у будь-який час. Соціальні мережі мають масу унікальних властивостей: оперативний обмін інформацією між однодумцями; встановлення нових зв'язків; неформальне спілкування (фахівці-новачки, викладач-студенти).

Ключові слова: соціальні мережи, навчальний процес, позитивні та негативні моменти соціальних мереж, переваги використання соціальних мереж, викладач, студент.

Abstract. Social networks are a dynamic phenomenon, they develop, expand and become more complex. Social networks are a virtual platform, website, web service or portal on the Internet, the purpose of which is to unite as many people as possible, providing them with maximum opportunities for communication with each other; they denote any social structure and a variety of social relationships, primarily online networks that are created in the virtual space and provide remote communication and establishing relationships between the participants of the so-called network structure. The main components of interaction between teachers and students in online social networks are conferences, forums, workshops, the possibility of involving experts, consultants, specialists in certain disciplines in the educational process; demonstration opportunities; the ability to freely share any content with students, and students can read it at any time. Social networks have a lot of unique features: prompt exchange of information between

like-minded people; establishing new connections; informal communication (new professionals, teacher-students).

Keywords: social networks, educational process, positive and negative aspects of social networks, advantages of using social networks, teacher, student.

Вступ. На сьогодні головним фактором є курс України на інтеграцію в європейський соціально-правовий простір, який передбачає вдосконалення адаптацію національної нормативно-правової бази до вимог Європейського Союзу що стосується наукового та навчального спрямування. Одним з флагманів виступає Adult Learning in Europe (EPALE) – електронна платформа для навчання дорослих у Європі, що фінансується програмою Erasmus + і є частиною стратегії Європейського Союзу щодо збільшення можливостей навчання дорослих. Використовуючи платформу, ви можете слухати курси, брати участь у дискусіях, читати різні статті та новини та отримувати різні підбори ресурсів на потрібні теми. Зареєструвавшись на платформі, ви можете ділитися ресурсами та подіями, публікувати статті на навчальні теми, знаходити партнерів та обговорювати ідеї та практики для своїх проєктів, обговорювати ідеї з однодумцями з усієї Європи, а також ділитися ідеями, ресурсами та найкращими практиками. На даний час, соціальні мережі є динамічним явищем, вони розвиваються, розширюються та ускладнюються. Під *соціальними мережами* розуміють віртуальну платформу, Інтернет-сайт, веб-сервіс або портал в Інтернеті, мета якого об’єднати якомога більшу кількість людей, надавши їм максимум можливостей комунікації між собою; позначають будь-яку соціальну структуру і різноманітність соціальних взаємин, позначають насамперед он-лайнові мережі, які створюються у віртуальному просторі і забезпечують дистанційне спілкування і встановлення взаємозв’язків між учасниками так званої мережевої структури. *Соціальні мережі мають масу унікальних властивостей:* оперативний обмін інформацією між

однодумцями; встановлення нових зв'язків; неформальне спілкування (фахівці-новачки, викладач-студенти).

Мета дослідження – проаналізувати понятійний апарат соціальних мереж, враховуючи його позитивні і негативні складові для застосування в майбутньому ефективної комунікації в навчальному процесі.

Огляд літератури. За результатом вивчення наукових джерел, над можливістю використання соціальних мереж в дистанційному навчанні приділяють увагу вітчизняні, так і закордонні науковці, зокрема Шульська Н. М., Матвійчук Н. М. Боятюк О. В. Гонтаренко І.С. А. О. Мірошниченко, О. Л. Шевнюк.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даний час соціальні мережи *включають основні складові*: рух до мобільності; зосередженість на швидкоплинності та цифровому трайбалізму; зменшення обсягу тексту та подальше збільшення використання зображень. Тенденція руху до мобільності відтворює загальну тенденцію до використання різноманітних мобільних додатків, які дозволяють виконувати багато функцій, проте є менш вимогливими з точку зору технічних особливостей. Тенденція зменшення обсягу тексту та подальше збільшення використання зображень відображає зміни специфіки с прийняття сучасних користувачів соціальних мереж, які вже звикли до активного використання різноманітних картинок, інфографіки, смайликів та інших графічних елементів у процесі електронної комунікації, і залюбки переносять їх навіть в умови інших видів комунікації.

Щодо лідерів популярних соціальних мереж, то виступає Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram та Twitter [3]. Цільовою аудиторією мережі Facebook є переважно студенти, тому використання мережі дозволяє викладачам і вчителям здійснювати дистанційну підтримку навчальних курсів, а навчальним закладам створювати закриті корпоративні спільноти для конкретної цільової аудиторії; різні сторінки та групи, які заповнюють контентом наукового змісту. Що стосується

Instagram [4], то основною функцією якої є обмін фотографіями і дозволяє користувачам робити та поширювати фото в межах свого сервісу та через інші соціальні мережі. Перспективи використання інстаграму для створення освітніх проєктів є те, що до них легше доносити інформацію, крім того інстаграм має більш зрозумілий інтерфейс порівняно із фейсбуком. Також однією з особливостей є те, що інстаграм дозволяє подавати інформацію в різних зручних форматах (фото, текст, короткі відео, довгі відео), завдяки чому користувачеві простіше контролювати час на сприймання інформації, оскільки блогери і користувачі, які поширюють просвітницьку діяльність і це сприймається природно та позитивно.

Що стосується педагогічної діяльності, то соціальні мережі *використовують для вирішення самих різних завдань*: в соціальних мережах можна ефективно організувати колективну роботу розподіленої навчальної групи, довгострокову проєктну діяльність, міжнародні обміни, у тому числі науково-освітні, безперервну освіту та самоосвіту, мережеву роботу людей, що знаходяться в різних країнах, особливо це гостро питання щодо студентів, які знаходяться закордоном [1].

Але зосередимо увагу на *перевагах використання соціальних мереж в навчальному процесі*. По-перше, зрозумілість ідеології і інтерфейсу соціальних мереж більшої частини інтернет-аудиторії дозволяє заощадити час, минаючи етап адаптації студентів до нового комунікативного простору, що дозволяє вибудувати неформальне спілкування між викладачем та студентами і допомагає організувати особистісно-орієнтоване навчання. По-друге, високий рівень взаємодії викладача та студента забезпечує безперервність навчального процесу, що виходить за рамки аудиторних занять, а для осіб, які займаються самоосвітою, використання соціальних мереж дає можливість вивчати те, що потрібно і те в чому є необхідність [3].

Позитивні моменти соціальних мереж:

- сором’язливі слухачі відчувають себе більш комфортно та стають більш

активними учасниками навчального процесу (задоволення потреби в стимуляції, участі в подіях, досягненнях, отриманні визнання та находження в комфортному та звичному для молоді середовищі);

- ламають психологічні бар'єри та роблять викладача більш соціально доступним слухачу в комунікаційному плані (можливість проведення консультацій і конференцій із використанням сервісів відеозв'язку);

- постійна взаємодія і доступність online учасників навчального процесу (можливість проведення соціально-педагогічної роботи в створених групах, також спільне створення учням і викладачем навчального контенту);

- можна створювати групові чати та групові відеозв'язки (реалізація можливостей групової роботи, залучення друзів у соціальній мережі для отримання інформації та вирішення навчальних проблем);

- продовження дискусій та обговорень, розпочатих в аудиторії, активне навчання через обговорення можливість фільтрації інформації, що надходить;

- застосовуючи соціальні мережи студенти і викладачі можуть дізнаватися про різні заходи, конференції, круглі столи та брати в них участь (можливість ділитися посиланнями на навчально-методичну літературу, наукові статті, актуальні події, заходи та зустрічі);

- демонстраційні можливості (відеоекспериментиі, лекції, науково-популярні виступи відомих учених, відкритий доступ до віртуальної бібліотеки аудіо- та відеоматеріалів, які можуть бути використані в структурі курсу);

- можливість отримання зворотного зв'язку; можливість проведення опитувань, дискусій, фокус-груп (вікі-сторінки, форуми, опитування, голосування, коментарі, відправлення персональних повідомлень, наявність стіни, чату);

- відсутність географічних кордонів і бар'єрів.

Крім позитивних аспектів є *недоліки у використанні соціальних мереж*:

- розпорошеність уваги на інші подразники (на повідомлення від інших людей, сповіщення) та широкий інформаційний потік і велика кількість розважального контенту, що відволікає від навчального процесу;
- залежність від якості інтернет-з'єднання, залежність від технічної оснащеності;
- великий об'єм інформації може викликати втому, перезавантаженість голови інформацією;
- поверхове сприйняття інформації без заглиблення в неї, що ускладнює засвоєння інформації;
- багато часу перебування в соціальних мереж може призвести до залежності, відволікає від реальних справ, тому необхідність вміння організовувати час для соціальних мереж так щоб вони не заважали реальному життю;
- відсутність продуманості роботи в мережі чи неправильний вибір мережі для конкретного виду діяльності;
- несерйозне ставлення до роботи в мережі з боку студентів, які сприймають соціальну мережу як звичайну забавку, а не освітнє середовище;
- високий ступінь витрат часу та праці на організацію та підтримку навчального процесу в контексті безперервного навчання в соціальній мережі для викладача;
- неможливість оцінити роботу викладача в соціальній підготовці для оплати праці.

Висновки. Таким чином, на теперішній час є така ситуація, що молодь проводить багато часу в соціальних мережах, але як позитивний момент соціальні мережі відкрили педагогам і студентам нові можливості для професійного і особистісного спілкування. Оскільки стає можливим спільне (слухача і викладача) створення навчального контенту, тому що слухачі замість простого споживання інформації створюють повідомлення, дискусії та інші ресурси.

Способами взаємодії педагогів і студентів у соціальних мережах Інтернету виступають основні складові: конференції, форуми, майстер- класах, можливість залучення до участі в навчальному процесі експертів, консультантів, фахівців з певних дисциплін; демонстраційні можливості; можливість безперешкодно ділитися будь-яким контентом із студентами, а студенти можуть ознайомитися з ним у будь-який час.

Щодо питання специфіки використання соціальних мереж у процесі навчання визначається результатами аналізу таких елементів освітнього середовища, як можливість забезпечення комунікативного навчання; можливість забезпечення ефективної взаємодії студентів; додаткові переваги, які надає спілкування у соціальних мережах; особливості організації взаємодії студентів із однолітками; недоліки соціальних мереж, які можуть потенційно впливати на процес навчання. Одним із найбільш проблемних питань є питання безпечної взаємодії із соціальною мережею, що насамперед пов’язане із користуванням ресурсом, можливі загрози викрадання даних, кібербулінгу, можливості перегляду нерекомендованих для певних вікових категорій типів контенту тощо. Для педагога також є можливими загрози викрадання даних та кібербулінгу.

Література

1. Boyatyuk O. V. (2016). Bezpekovyy vymir vykorystannya sotsial′nykh merezh v osviti : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya k.filos. nauk : 09.00.10. Kyiv [The security dimension of the use of social networks in education: autoref. thesis for obtaining sciences. degree of Doctor of Philosophy Sciences: 09.00.10. Kyiv.]. 20 p.

2. Hontarenko I.S. (2016). Formuvannya proektnoyi kompetentnosti maybutnikh uchyteliv humanitarnykh dystsyplin zasobamy internet-resursiv: dys. ... kand. ped.nauk:13.00.04. KH. [Formation of project competence of future teachers of humanitarian disciplines by means of Internet resources: dissertation. ... candidate ped. Sciences: 13.00.04. Kharkiv]. 296 p.

3. Elektronni sotsial′ni merezhi yak instrumenty suchasnoho navchal′noho seredovyshcha: hlosariy (vydannya 2-he dopovnene ta pereroblene). [Electronic social networks as tools of the modern educational environment: glossary (2nd edition, updated and revised)] (2017). K.: IITZN NAPN Ukrayiny [K.: IITZN National Academy of Sciences of Ukraine.]. 43 s.

4. A. O. Miroshnychenko, O. L. Shevnyuk (2020). Instahram yak suchasne osvitnye seredovyshche [Tekst] [Instagram as a modern educational environment [Text]]. Mystetstvo ta osvita [Art and education]. No 3. - pp. 40-45.

5. Shul′s′ka N. M., Matviychuk N. M. (2017). Sotsial′ni merezhi yak efektyvne seredovyshche vykladats′ko -student·s′koyi komunikatsiyi v navchal′nomu protsesi [Social networks as an effective environment of teacher-student communication in the educational process]. Informatsiyni tekhnolohiyi i zasoby navchannya [Information technologies and teaching aids]. 58, 2. pp.155-168

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Романюк Наталія,
кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних відносин та регіональних студій,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
Луцьк, Україна,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-0682-1793

Romanyuk Natalia,
PhD of geographical sciences, associate professor,
associate professor Department of International Relations and Regional Studies,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Lutsk, Ukraine

Анотація. Досліджено роль соціальних мереж в навчальному процесі, проаналізовано особливості використання Instagram, Telegram, Facebook викладачами і студентами під час навчання, визначено позитивні аспекти використання соціальних мереж у ЗВО, представлено результати опитування щодо використання соціальних мереж студентами факультету міжнародних відносин ВНУ імені Лесі Українки.

Ключові слова: соціальні мережі, Instagram, Telegram, Facebook, навчальний процес, спільнота, комунікація.

Abstract. The role of social networks in the educational process was studied, the peculiarities of the use of Instagram, Telegram, Facebook by teachers and students during education were analyzed, the positive aspects of the use of social networks in higher

education institutions were determined, and the results of a survey on the use of social networks by students of the Faculty of International Relations of Lesya Ukrainka University were presented.

Keywords: social networks, Instagram, Telegram, Facebook, educational process, community, communication.

Вступ. Інтернет проник практично в усі сфери суспільства. Глобальна мережа стає ресурсом і соціальним інформаційним середовищем, в межах якого вирішуються різноманітні політичні, економічні, соціальні проблеми. Надзвичайно актуальним є питання використання соціальних мереж в освіті. Адже за їх допомогою можна вирішувати нові педагогічні завдання, реалізовувати нові форми навчальної діяльності, а також формувати у студентів сучасні компетентності, в першу чергу комунікаційні. Соціальні мережі є значною частиною нашого повсякденного життя, особливо молоді, і немає сенсу тримати їх подалі від навчального процесу. Саме зростання впливу соціальних мереж на освітній процес у ЗВО в останні роки зумовлює актуальність дослідження.

Мета дослідження - аналіз ролі і практичного використання соціальних мереж в навчальному процесі ЗВО та їх вплив на ефективність навчання і комунікацію студентів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна мережа – це термін, який використовується для опису різноманітних платформ, програм і технологій, які дозволяють людям соціально взаємодіяти між собою через Інтернет [2]. Соціальні мережі досягають, як правило, таких чотирьох цілей: взаємодія, обмін, маркетинг і навчання [3]. Facebook залишається найбільшою та найпопулярнішою соціальною мережею у світі, станом на 1 лютого 2023 р. платформою щодня користуються 2 мільярди людей [1]. Інші популярні мережі – Instagram, Telegram, TikTok, WhatsApp, Pinterest та ін.

На сучасному етапі зростає вплив соціальних мереж на навчальний процес. Вони надають такі переваги в освітньому контексті, як співпраця, обмін знаннями, спільні інтереси, активна участь і рефлексивне мислення. Враховуючи те, що молодь (студенти) проводить багато часу в соціальних мережах, потрібно зробити так, щоб цей час був використаний з користю для здобуття освіти і саморозвитку. Основним у процесі навчання в соціальних мережах науковці вважають утворення спільнот, як групи людей, які навчаються і взаємодіють один з одним Студенти часто створюють власні спільноти (групи) та чати, щоб швидко обмінюватися навчальними матеріалами та обговорювати певні теми, виконувати групові завдання, проводити опитування.

Серед позитивних аспектів використання соціальних мереж в навчальному процесі можна виділити наступні:

- соціальні мережі є комфортним середовищем для студентів, оскільки інтерфейс, засоби комунікації, форми подання контенту зрозумілі для них;

- соціальні мережі передбачають використання різних форм взаємодії і комунікації, а саме це потрібно використати для навчального процесу, забезпечивши швидку, зручну і безпечну взаємодію між викладачем і студентом, між самими студентами;

- соціальні мережі можна використовувати як місце зберігання інформації, яка необхідна для навчального процесу (лекційні матеріали, нормативно-правові документи, презентації, відеоматеріали тощо).

- соціальні мережі – середовище обміну різноманітною інформацією, тому потрібно мотивувати студентів поширювати інформацію навчального або наукового змісту (наприклад, обмінюватися посиланнями на різноманітні навчальні ресурси);

- соціальні мережі дають можливість залучення до участі в навчальному процесі експертів, консультантів, фахівців з певних освітніх компонент.

Дізнавшись хто є експертами в певній галузі знань, можна стежити за ними в соціальних мережах і отримувати від них корисний вміст або відповіді на питання, які цікавлять студентів, що дасть змогу досягати чудових результатів у навчанні;

- соціальні мережі можуть бути чудовим інструментом для досліджень. Зрештою, можна легко створити публічне опитування та збирати дані щодо різних тем, які цікавлять;

- соціальні мережі – це високоякісна онлайн-платформа отримання знань, яка дає можливість студентам не обмежуватися знаннями від своїх викладачів в аудиторії;

- інформаційно-комунікаційна підтримка освітнього компонента в соціальній мережі дозволяє студентам брати участь в обговореннях, виконувати завдання з будь-якого місця і в будь-який час;

- соціальні мережі дають можливість викладачам і студентам спільно створювати навчальний контент. Студенти замість простого споживання інформації створюють повідомлення, беруть участь в дискусії, виконують різноманітні завдання, що сприяє кращому засвоєнню навчального матеріалу;

- за профілем студента викладач може розробити персональних підхід до студента і забезпечувати якіснішу подачу матеріалу;

- студенти, які соромляться працювати в аудиторії, відчувають себе більш комфортно й стають більш активними учасниками навчального процесу у віртуальному просторі.

Провівши опитування за допомогою Google Forms серед студентів 2 і 3 курсів факультету міжнародних відносин Волинського національного університету імені Лесі Українки з'ясували, що 100 % опитаних зареєстровані в соціальних мережах. Найпопулярнішою соціальною мережею серед студентів є Telegram (52 % опитаних) та Instagram (40 %). Більшість студентів використовують соціальні мережі для спілкування з друзями і власних розваг – це 71 % опитаних. Лише 26 %

опитаних використовують соціальні мережі для покращення навчання і 24 % – створюють освітній контент в соціальних мережах. Тому завдання викладача – мотивувати і залучати студентів до використання соціальних мереж в навчальному процесі, створення освітнього контенту і формування нових компетентностей.

Telegram – це хмарна служба обміну миттєвими повідомленнями. Користувачі можуть надсилати файлові повідомлення будь-якого типу, ділитися фотографіями, відео, аудіо, або надсилати прості текстові повідомлення. Ця мережа має широкі можливості використання в навчальному процесі. Перш за все, це організація взаємодії студентів з викладачами під час навчального процесу, або студентів між собою під час виконання групових завдань за допомогою створених телеграм-каналів. Групові чати можуть створюватися для вивчення окремого освітнього компонента, що дасть можливість швидко обмінюватися інформацією викладачеві зі студентами, обговорювати питання, які виникають під час навчання, поширювати корисну інформацію з тієї чи іншої теми, вести дискусію поза межами аудиторії, оскільки аудиторний час обмежений. У таких групах є можливість швидкого зворотного зв’язку у формі «питання-відповідь». Такі канали можуть спільно використовується багатьма користувачами одночасно.

Instagram – це соціальна мережа, основною функцією якої є обмін фотографіями. Ця соціальна мережа може бути прогресивним освітнім середовищем, адже її учасники – молодша аудиторія, ніж інших соціальних мережах, тому до них легше доносити інформацію. Ще однією особливістю Instagram є те, що ця соціальна мережа дозволяє подавати інформацію в різних зручних форматах (фото, текст, короткі відео, довгі відео), завдяки чому користувачеві простіше контролювати час на сприйняття інформації. Викладачі можуть використовувати цю соціальну мережу для поширення освітнього контенту, що стосується певної освітньої компоненти з подальшим обговоренням в аудиторії. Викладач може записати відеолекцію та розповсюдити її серед студентів, щоб вони

завжди мали її під рукою. Крім цього студенти можуть записувати короткі відео, викладаючи свою точку зору щодо цієї або іншої проблеми чи події.

Соціальна мережа Facebook, яка має найбільше користувачів, хоча не дуже поширена серед молоді, теж може бути корисною в начальному процесі. Зокрема через Facebook можна організовувати опитування та голосування, обговорювати публікації, фото та відео, спілкуватися у групах і чатах за інтересами, організовувати відеозв'язок тощо. Facebook можна використовувати як для проведення групового навчання (міні-групи) так й індивідуального. Використання цієї мережі дозволяє викладачам здійснювати дистанційну підтримку освітніх компонент, а ЗВО створювати закриті корпоративні спільноти для конкретної цільової аудиторії.

Викладачі «цифрового» покоління часто відображають навчальні матеріали в мережі. Це можуть бути документи, презентації, фотографії, відеофрагменти, тести, опитувальники, карти (Mindmaps), вебсторінки, навчальні середовища. Усе частіше студенти надають перевагу не читанню книжок, а воліють краще мати справу з невеликими об'єктами інформації в електронному форматі: читають блоги, дивляться відеозаписи на YouTube, розміщують фотографії на Flickr, обмінюються думками на форумах.

Основними проблемними моментами при використанні соціальних мереж у ЗВО є невисокий рівень мотивації та ІКТ-компетенцій викладачів, високий ступінь трудовитрат по організації та підтримці навчального процесу для викладача, часта відсутність відкритого доступу до соціальних мереж з навчальних аудиторій, відсутність цензури в соціальній мережі. Звісно, у процесі використання соціальних мереж в освітньому процесі змінюються функції викладача. Викладач повинен не лише навчати та контролювати, а організовувати, наставляти, пропонувати, і бути рівним учасником нетворкінгу. Викладачеві важливо самому бути активним

користувачем соціальних мереж, ініціатором, порадником, дослідником і наставником.

Висновки. Як підсумок, можна зазначити, що соціальні мережі надають такі інструменти для навчання: групи та чати (для спілкування між студентами і викладачами, між самими студентами); обмін файлами (лекції, завдання, програми); публікація навчальних матеріалів (фото, відео, посилання на зовнішні ресурси); обговорення, опитування, оповіщення тощо. Всі ці інструменти допомагають сучасним викладачам створювати інтерактивні заняття, комунікувати зі студентами в режимі онлайн, ділитися корисною інформацією, яка стосується навчального процесу. Отже, соціальні мережі стають ефективним інструментом навчання і відіграють важливу роль у ньому. Вони можуть використовуватися практично на всіх етапах навчального процесу і формувати комунікативні, інформаційні, дослідницькі компетенції студентів. У цього явища занадто багато переваг, щоб ігнорувати його в освітньому процесі.

Література

1. Meta Reports Fourth Quarter and Full Year 2022 Results (2022). Retrieved from https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2023/Meta-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2022-Results/default.aspx. (2023, September, 09).
2. What is Social Network. (2023). Retrieved from https://www.arimetrics.com/en/digital-glossary/social-network. (2023, September, 05).
3. Wright Gavin, Yasar Kinza. What is the purpose of social networking? (2023). Retrieved from https://www.techtarget.com/whatis/definition/social-networking (2023, September, 08).

ВИКОРИСТАННЯ FACEBOOK ЯК ЕФЕКТИВНОГО ІНСТРУМЕНТУ СПІЛКУВАННЯ МІЖ ВИКЛАДАЧАМИ ТА СТУДЕНТАМИ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

USE OF FACEBOOK AS AN EFFECTIVE TOOL OF COMMUNICATION BETWEEN TEACHERS AND STUDENTS IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Саранча Ірина,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри психології та соціальної роботи,
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського,
Вінниця, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5715-6271

Sarancha Iryna,
PhD in Pedagogy, Associate Professor,
Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University,
Vinnytsia, Ukraine

Анотація. Дослідження розглядає способи використання Facebook для спілкування, обміну інформацією, обговорення навчального матеріалу та розвитку активної спільноти студентів і викладачів. Вона аналізує переваги використання Facebook, такі як зручність, популярність серед студентів та можливість створення відкритих та закритих груп для різних цілей навчання. Також звертається увага на виклики, пов'язані з можливістю відволікання та достовірністю інформації у цьому контексті.

Ключові слова: Facebook, навчання, взаємодія, соціальні мережі, ефективність навчання, освітні технології, віртуальне навчання.

Abstract. The study examines various ways of using Facebook to communicate, share information, discuss educational material, and develop an active community of students and teachers. It analyzes the benefits of using Facebook, such as convenience, popularity among students, and the ability to create open and closed groups for different learning purposes. Attention is also drawn to the challenges associated with the possibility of distraction and the credibility of information in this context.

Keywords: Facebook, learning, interaction, social networks, learning effectiveness, educational technologies, virtual learning

Вступ. У сучасному світі, де технології швидко розвиваються, соціальні мережі стали не лише платформами для спілкування, а й потужним інструментом для навчання та саморозвитку. Ця тенденція стає особливо важливою в умовах пандемії, коли традиційний спосіб навчання був обмежений. Використання соціальних мереж у навчанні стає актуальною та значущою темою з кількох причин.

По-перше, соціальні мережі вже давно є не просто місцем для розваг та спілкування, але й засобом поширення знань та інформації. Вони дозволяють швидко та зручно обмінюватися досвідом, вивчати нові теми та знаходити відповіді на питання. Із зростанням кількості освітніх ресурсів та спільнот на платформах, таких як YouTube, Twitter, LinkedIn, Facebook стає очевидним, що соціальні мережі можуть стати важливими каналами для навчання різних вікових груп.

По-друге, застосування соціальних мереж у навчанні може розширити географічне охоплення та забезпечити рівний доступ до освіти. Особливо це важливо для людей, які мешкають у віддалених районах або мають обмежені можливості фізично відвідувати навчальні заклади. Віртуальні класи, вебінари та інші освітні ресурси на платформах соціальних мереж можуть допомогти розширити коло тих, хто має можливість навчатися.

Отже, актуальність теми полягає в тому, що використання соціальних мереж у навчанні має потенціал вплинути на спосіб, яким ми набуваємо знання та розвиваємося. Водночас, ця тема також викликає питання щодо ефективності такого навчання, його впливу на психологічний стан та соціальні взаємини, а також необхідності забезпечити якість освіти у цифровому середовищі..

Мета дослідження - розгляд та аналіз можливостей та викликів, пов'язаних з використанням соціальних мереж у навчанні. Стаття спрямована на висвітлення переваг, які може принести використання цих платформ у процесі навчання, а також

на визначення ключових аспектів, які варто враховувати для досягнення ефективності та якості освіти через соціальні мережі. Крім того, стаття ставить за мету звернути увагу на актуальність цієї теми в сучасному освітньому контексті, враховуючи зміни в навчальних підходах та вплив технологій на навчальний процес.

Огляд літератури. В Україні питання запровадження соціальних мереж у навчальний процес набуло найбільшої популярності з початком пандемії Covid-19 та знайшло своє місце під час ще більш активного запровадження дистанційних форм навчання у лютому 2022 року, що стали наслідком воєнних дій на території України.

Серед українських науковців слід виділити Крижановського А.Є. [1], який у своїй статті «Використання соціальних мереж у навчальному процесі ВНЗ» визначив види освітніх технологій та навів приклади форм навчальних занять такі, як традиційні та технології проблемного навчання. Крім того автором визначено дидактичні матеріали для різних видів навчального процесу та зазначено, що методологічною основою створення освітніх і науково-освітніх соціальних мереж є ідеологія управління знаннями в інформаційному суспільстві.

Заслуговує окремої уваги стаття Черненко А.В. [2] на тему «Використання соціальних мереж для навчання студентів у закладах вищої освіти», яка присвячена проблемі застосування соціальних мереж у навчальному процесі закладів вищої освіти. У статті проведено дослідження з метою виявлення можливостей використання навчальних додатків соціальних мереж та пошук зручних засобів для навчання студентів у закладах вищої освіти. А також представлена світова статистика використання соціальних мереж та описані основні характеристики та потенційні можливості найбільшої соціальної мережі Facebook

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні широку популярність серед викладачів та студентів набирає Facebook. Більшість студентів мають

облікові записи на цій платформі і використовують її щоденно. Тому, для багатьох студентів буде зручніше взаємодіяти з викладачами саме на Facebook. Українські викладачі мають численні мотиви для обрання Facebook як платформи для спілкування зі студентами (рис. 1).

Рис. 1. Мотиви використання Facebook як платформи для спілкування зі студентами

Використання Facebook відоме більшості користувачів, включаючи викладачів. Це дозволяє їм відчувати себе комфортно на платформі та швидше освоювати можливості для навчання та спілкування.

Facebook надає різноманітні інструменти для комунікації, такі як текстові повідомлення, групи, відеодзвінки тощо. Викладачі можуть вибирати той інструмент, який найбільше підходить для конкретних цілей комунікації.

Крім того, Facebook дозволяє створювати як відкриті групи для загальних дискусій, так і закриті, де доступ мають тільки обрані учасники. Це дає можливість

викладачам створювати окремі групи для кожної дисципліни або навіть групи для окремих курсів.

Українські викладачі та студенти можуть приєднатися до спільнот, груп або сторінок, які присвячені необхідній галузі знань, профільного міністерства та освітнім питанням. Це надає можливість спілкуватися з колегами, обмінюватися досвідом та корисними матеріалами.

Facebook доступний на різних пристроях, включаючи комп'ютери, планшети та смартфони. Це дозволяє викладачам і студентам спілкуватися та обмінюватися інформацією навіть в дорозі або під час перерв між заняттями.

Усі ці чинники роблять Facebook привабливою платформою для навчання та спілкування в українському освітньому середовищі.

Використання Facebook у навчанні майбутніх психологів та соціальних працівників може бути цікавим і плідним. На рис. 2 наведено деякі варіанти взаємодії викладача зі студентами.

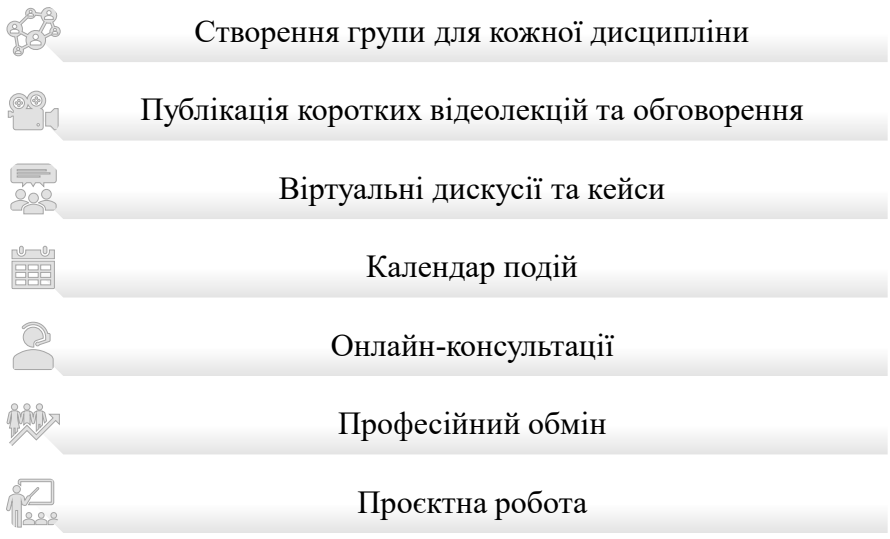

Рис. 2. Варіанти взаємодії викладача зі студентами за допомогою використання Facebook

Створення групи для кожної дисципліни: викладач може створити окремі групи на Facebook для кожної дисципліни. У цих групах студенти матимуть можливість обговорювати лекційний матеріал, ділитися підказками, питаннями та обговорювати актуальні теми зі світу психології та соціальної роботи.

Публікація коротких відео-лекцій та обговорення: викладач може записувати короткі відео-лекції на важливі теми дисциплін. Після публікації відео у групі, студенти матимуть змогу задавати питання та висловлювати свої думки у коментарях під відео.

Віртуальні дискусії та кейси: викладач може регулярно публікувати цікаві кейси, ситуації або питання, пов'язані з психологією та соціальною роботою. Студенти можуть обговорювати свої погляди та досвід у коментарях, а також намагатися знайти рішення.

Календар подій: викладач може створити календар подій у групі, де будуть вказані дати важливих подій, дедлайни для здачі робіт чи іспитів, а також рекомендована література та джерела для додаткового вивчення.

Онлайн-консультації: заплановані онлайн-консультації або «живі» сесії на Facebook, де студенти можуть задавати питання викладачу, отримувати пояснення та взаємодіяти у реальному часі.

Професійний обмін: викладач може ділитися новинами та статтями зі світу психології та соціальної роботи, що допоможе студентам бути в курсі актуальних подій та трендів у галузі.

Проєктна робота: викладач може організувати проєктні завдання, які передбачають спільну роботу студентів над певним завданням чи дослідженням. Група на Facebook може стати місцем для спільної координації та обміну результатами.

Важливо пам'ятати, що успішне використання Facebook у навчанні вимагає планування, взаємодії та постійного відслідковування активності групи для

забезпечення позитивного та продуктивного навчального середовища.

Враховуючи основні мотиватори та запропоновані форми використання Facebook у навчанні, ми можемо окреслити основні переваги використання соціальних мереж у навчанні:

- Зручний доступ до інформації: Соціальні мережі дозволяють студентам легко знаходити та обмінюватися інформацією, матеріалами та ресурсами. Групи та спільноти на платформах, таких як Facebook, LinkedIn або Reddit, можуть стати простором для дискусій і співпраці зі студентами та викладачами.

- Співпраця та обмін знаннями: Соціальні мережі сприяють активній взаємодії між студентами. Вони можуть обговорювати уроки, вирішувати завдання разом та надавати одне одному підтримку у вивченні матеріалу.

- Візуалізація навчального матеріалу: Використання зображень, відео та інших візуальних засобів може поліпшити сприйняття складного матеріалу. Спільноти в Instagram або YouTube можуть слугувати платформами для візуальної навчальної діяльності.

- Залучення до навчання: Створення цікавих завдань, конкурсів чи дискусійних тем у соціальних мережах може мотивувати студентів більше займатися навчанням та активно взаємодіяти з навчальним процесом.

- Окрім наведених переваг, використання соціальних мереж у навчанні має свої виклики:

- Відволікання: соціальні мережі можуть стати джерелом відволікання, заважаючи концентрації під час навчання. Студенти можуть витрачати занадто багато часу на перегляд новин та спілкування, замість вивчення матеріалу.

- Достовірність інформації: інтернет і соціальні мережі заповнені інформацією, яка не завжди є достовірною. Студенти можуть отримати неточну або невірну інформацію, яка може негативно вплинути на якість їхнього навчання.

- Захист приватності: використання соціальних мереж може породити

питання з приводу захисту особистої інформації студентів. Важливо забезпечити конфіденційність та захист даних.

Висновки. Соціальні мережі можуть стати потужним інструментом для покращення навчання, сприяючи співпраці, взаємодії та візуалізації навчального матеріалу. Однак їхнє використання вимагає уважного підходу та балансу між перевагами та викликами. Вчителі та студенти повинні разом розглянути найкращі практики для використання соціальних мереж у навчанні з метою забезпечення ефективності та якості освіти.

Література

1. Kryzhanovskyi A.Ye. (2020) Vykorystannia sotsialnykh merezh u navchalnomu protsesi VNZ [The use of social networks in the educational process of universities]. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk [Current issues of humanitarian sciences]. 31 (t. 3). pp. 276-281 [in Ukrainian]

2. Chernenko, A. V. (2018). Information and Communication Technologies in Higher Education. Proceedings of XXXVII International scientific conference. Scientific book at the present. Morrisville, Lulu Press, 123.

USING SOCIAL NETWORKS TO PROMOTE ONLINE EDUCATIONAL PROJECTS

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ОНЛАЙН ПРОЄКТІВ

Fursova Tetiana,
Candidate of Science (Engineering), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Automation, Metrology and Energy Efficient Technologies,
Ukrainian Engineering Pedagogics Academy,
Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-01423-0822

Фурсова Тетяна,
кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри автоматизації, метрології та енергоефективних технологій,
Українська інженерно-педагогічна академія,
Харків, Україна

Анотація. Досліджується вплив використання соціальних мереж в сфері навчання та освітніх проєктів. Аналізується роль соціальних мереж у просуванні освітніх ініціатив, надаються конкретні практичні поради щодо створення успішної стратегії просування, взаємодії з аудиторією та максимізації впливу. Розглядається процес використання соціальних мережі для залучення студентів, а також вдосконалення підходів до поширення ідей та досягнення успіху у сучасному цифровому світі.

Ключові слова: соціальні мережі, освітній проєкт, навчання, студенти

Abstract. The study examines the influence of the use of social networks in the field of education and educational projects. The role of social networks in the promotion of educational initiatives is analyzed, and specific practical advice is provided for creating a successful promotion strategy, interacting with the audience and maximizing impact. The process of using social networks to engage students is considered, as well as improving approaches to sharing ideas and achieving success in today's digital world.

Key words: social networks, educational project, training, students

Introduction. Ukraine’s integration into the European educational space emphasizes the need for the transformation of domestic higher education in accordance with modern standards aimed not only at preparing professionally competent specialists but also at developing their non-professional competencies. This will enable them to quickly adapt to the changing today’s socio-economic conditions and meet the demands of the market economy.

In the conditions of distance learning for Ukrainian higher education students affected by the Russian military aggression, there is an important need to introduce interactive information and communication technologies into the educational process. This can be achieved through the use of social networks and the application of online educational projects.

The use of social networks in the field of education and learning is becoming an increasingly powerful tool for promoting online educational projects. In the age of digital technologies, where information is available and spreads quickly, social networks open up broad possibilities for educators, trainers, and educational platforms.

The purpose of the study is to analyze the key aspects of using social networks for the effective promotion of online educational projects based on approaches and strategies that will help attract an audience, increase engagement, and make the project known in the world of education.

Literature review. A literature review shows the presence of many studies devoted to various aspects of using social networks in the educational process [1-6]. This work deals with the issue of promoting online educational projects through social networks for more effective learning. In the paper [7-8] there are some tips for increasing audience interest and attracting them to online projects on social networks. However, the issue of providing online projects on social networks for higher education students of colleges and universities remains insufficiently addressed.

Reasons for using social media among students shown in Fig. 1 [4]. As we can see from the chart, searching for academic information and self-education are the most common queries on social networks among students.

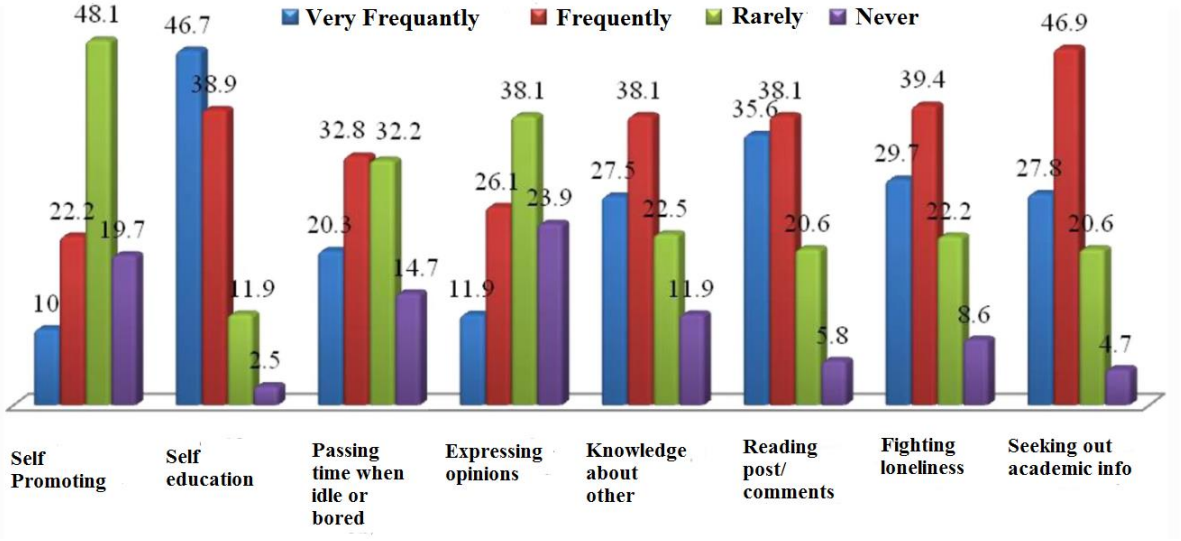

Fig. 1. Reasons for Using Social Media [4]

An important factor in creating an educational online project on social networks is the application of creating ideas. Materials and methods of creativity are discussed in [9]. The opinions of the target audience can serve as the foundation for shaping the project's concept.

The main results. To form a comprehensive understanding of the target audience, the 5 W's analysis method can be applied. This methodology was developed by M. Sherrington, who found than through a set of questions, one can understand the needs, desires, and request of the target audience [10]. In the context of creating an educational online project, it is important to find answers to the following questions:

- *Who*: Who is the target audience? Who are the potential users of the project?

- *What*: What are the specific needs and preferences of the audience? What kind of content or resources are they looking for?

- *Where*: Where does the target audience spend their time online? Which social networks or platforms do they use?

- *When*: When are they most active online? What are their preferred times for engaging with educational content?

- *Why*: Why would the audience be interested in the online project? What motivates them to engage with educational materials?

By answering these questions, we can tailor our educational online project to better meet the needs and expectations of the target audience.

For a better understanding of achieving the project's goals, it is recommended using the SMART goals system.

Applying social networks for promoting online educational projects can be highly effective. The main stages of this process are outline below:

1. Creating a profile and project page. Initially, it is imperative to establish or revise one's personal social media profile and establish an independent page or profile dedicated

to the educational project. This dedicated page will serve as the platform for disseminating project-related content.

2. Defining the target audience. Identify the specific characteristics of the audience that the educational project is intended for. Tailor the content to resonate with this particular audience and

formulate strategies to effectively engage and attract them.

3. Posting useful and interesting content. Consistently share content that holds both interest and value for the target audience. This content may encompass brief videos, written articles, informative infographics, Q&A sessions, and similar formats. Maintain a consistent and cohesive style throughout posts.

4. Using Hashtags. Relevant hashtags can help you find the target audience. Additionally, this approach will enhance the visibility of your content in social network search results.

6. Collaborating influencers. Consider collaborating with influencers in your industry or learning segment. They can help attract more students and increase the circulation of the educational project.

7. Driving engagement and discussion. Create incentives for your audience to comment, like and share your content. Active discussions and interaction will help attract new learners.

8. Analyzing and Improving. Use social media analytics tools to determine the effectiveness of your strategy. Based on this data, you can refine your approach and adapt your engagement strategy.

9. Launching advertising campaigns. Consider this possibility on social networks to attract new students. They can be targeted precisely at your target audience.

Conclusions. Using social networks as a means to promote online educational projects represents a potent strategy for reaching and engaging with a diverse and digitally connected audience. This article has highlighted the significance of a structured approach

to this process, outlined key elements such as goal setting, audience analysis, content strategy, and engagement practices.

Ultimately, the effective using social networks empowers educational projects to broaden their impact, attract a larger audience, and contribute significantly to the dissemination of knowledge in a digitally connected world. Success in this endeavor is contingent on a strategic, data-driven, and audience-centric approach, based on the principles of quality, consistency, and engagement.

References

1. 15 ways to use social media for education. Retrieved from https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-education/

2. Varol, A., & Ahmed, N. (2013, October). Social networks' role in online education. In 2013 7th International Conference on Application of Information and Communication Technologies (pp. 1-4). IEEE. doi:10.1109/ICAICT.2013.6722696

3. Sivakumar, A., Jayasingh, S., & Shaik, S. (2023). Social Media Influence on Students' Knowledge Sharing and Learning: An Empirical Study. Education Sciences, 13(7), 745. https://doi.org/10.3390/educsci13070745

4. Ansari, J. A. N., & Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. Smart Learning Environments, 7(1), 1-16. Retrieved from https://slejournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40561-020-00118-7

5. Boruzie, P. K., Kolog, E. A., Afful-Dazie, E., & Egala, S. B. (2022). Social network for collaborative learning: what are the determining factors?. Universal Access in the Information Society, 1-15. Retrieved from https://link.springer.com/article/10.1007/s10209-022-00942-3

6. S Zulfiqar, S., & Gull, F. (2022). Perceived Usability of Social Media as E-Learning Tool in Students at. https://doi.org/10.31703/gsr.2020(VII-IV).05

7. 17 Fun Social Media Project Ideas & Topics For Beginners (2023). Retrieved from https://www.upgrad.com/blog/social-media-project-ideas-topics-for-beginners/

8. Using Social Media to Promote an Educational Project. (2022). Retrieved from https://applemagazine.com/using-social-media-to-promote-an-educational-project/54780

9. Unlock your creativity potential. (2023). Retrieved from https://inedabox.com/

10. Sherrington, M. (2003). Added value: The alchemy of brand-led growth. Basingstoke: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230513488

ІНТЕГРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ЗВО ПІД ЧАС ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

INTEGRATION OF SOCIAL NETWORKS INTO THE EDUCATIONAL PROCESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS DURING BLENDED LEARNING OF THE ENGLISH LANGUAGE

Чик Денис,
доктор філологічних наук,професор,
професор кафедри іноземних мов і методик їх навчання,
Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія імені Тараса Шевченка,
Кременець, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-4304-114X

Семегин Тетяна,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов і методик їх навчання,
Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія імені Тараса Шевченка,
Кременець, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-1211-3729

Долга Тетяна,
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри психології та соціальної роботи,
Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія імені Тараса Шевченка,
Кременець, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-2855-1464

Chyk Denys,
D.Sc. in Philology, Professor,
Professor of the Department of Foreign Languages and Methods of their Teaching,
Taras Shevchenko Regional Humanitarian and PedagogicalAcademy of Kremenets,
Kremenets, Ukraine

Semehyn Tetiana,
Ph.D. in Philology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Methods of their Teaching,
Taras Shevchenko Regional Humanitarian and Pedagogical Academy of Kremenets,
Kremenets, Ukraine

Dolha Tetiana,
Ph.D. in Psychology,
Associate Professor of the Department of Psychology and Social Work,
Taras Shevchenko Regional Humanitarian and Pedagogical Academy of Kremenets,
Kremenets, Ukraine

Анотація. Охарактеризовано ключові принципи змішаного навчання та

передумови його запровадження. Також у даній розвідці описано стратегії використання соціальних мереж студентами під час вивчення англійської мови. Масові онлайн-курси, онлайн-застосунки, онлайн-платформи, відеоігри, соціальні мережі стали частиною навчального простору сучасних студентів. При цьому найбільші можливості доступні саме при опануванні іноземних мов, адже перед студентами відкривається безліч сучасних, автентичних, яскравих та комунікативно-орієнтованих матеріалів.

Ключові слова: змішане навчання, соціальні мережі, learning by doing, task-based learning.

Abstract. The astudy describes the key principles of blended learning and the prerequisites for its implementation. The paper also discusses strategies for using social media by students to practice their English. Massive online courses, online applications, online platforms, video games, and social networks have become part of the learning space of modern students. At the same time, the greatest opportunities are available when learning foreign languages, as students have access to a lot of modern, authentic, vivid and communicative-oriented materials.

Keywords: blended learning, social networks, learning by doing, task-based learning.

Вступ. Світова пандемія Covid-19 і повномасштабна російсько-українська війна принесла багато змін у всіх галузях України, позбавила можливості вести звичний спосіб життя і провадити діяльність в заздалегідь наміченому напрямі. Не винятком стала й освітня сфера, оскільки жорсткі карантинні правила та постійні обстріли з боку російських військ на тривалий час змусили учасників освітнього процесу покинути навчальні аудиторії й пересісти за монітор комп'ютера/ноутбука або не відриватися від смартфону, водночас підлаштовуючись під оголошення повітряних тривог і графіки відключень електроенергії. Тож, на даний час можна з упевненістю стверджувати, що освітній процес чи то у школі, чи в ЗВО вже ніколи не буде таким, як раніше.

Однією з порівняно нових форм навчання на сучасному етапі розвитку людства є змішане навчання. Методика змішаного навчання виникла під впливом обставин згадуваної вище пандемії, але, як стверджують науковці, залишиться у системі освіти й надалі, більше того – стане однією з провідних форм співпраці викладача й здобувача вищої освіти. Інтенсивна діджиталізація усіх сфер життєдіяльності людини і соціуму впливає і на освітній простір, який миттєво реагує на наявні виклики і тенденції. Масові онлайн-курси, онлайн-застосунки, онлайн-платформи, відеоігри, соціальні мережі стали частиною навчального простору сучасних студентів і набувають все більшої популярності та актуальності.

Мета дослідження – аналіз стратегій використання соціальних мереж здобувачами вищої освіти під час змішаного навчання англійської мови. Сьогодні найбільші можливості щодо залучення соціальних мереж доступні саме при вивченні іноземних мов, адже перед студентами відкривається безліч сучасних,

автентичних, яскравих та комунікативно-орієнтованих матеріалів. З-поміж усіх онлайн-інструментів найменш дослідженими сьогодні є методологічні стратегії використання соціальних мереж з метою вдосконалення комунікативної компетентності студентів. Саме тому ми хотіли б зупинитися на порівняно новому аспекті в даному контексті – стратегії використання соціальних мереж здобувачами вищої освіти під час змішаного навчання англійської мови.

Огляд літератури. Проблематики використання соціальних мереж здобувачами вищої освіти в освітньому процесі торкалися у своїх розвідках окремі українські та зарубіжні методологи, викладачі-практики та вчені (С.В. Івашньова [1], А.О. Мірошниченко [5], Р. Любенко, К. Мальцева [3], Н.В. Олексюк, Л.В. Лебеденко [6], А.Є. Крижановський [2], Ф.Я. Майнаєв [4], Th. Alhussain, W. Al-Rahmi, M. Othman [7], A. Antoniou, A. Theodoropoulos, K. Christopoulou, G. Lepouras [8], M. Cortes, J. Lozano, J.O. Lozano [9], B. Fleck, A. Richmond, H. Hussey [10], та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж перейти до важливого для нас аспекту – стратегій використання соціальних мереж здобувачами вищої освіти під час змішаного навчання англійської мови, спробуємо розібратися, що таке *змішане навчання* і як можна застосувати *методику змішаного навчання,* щоб зробити будь-який курс ефективним.

Поняття *змішане навчання* методисти трактують по-різному: дехто робить акцент на технологічності й поєднанні традиційної та онлайн-взаємодії учасників навчання, а дехто – на методиках і педагогічних моделях. Узагальнюючи різні підходи, вважаємо, що змішане навчання передбачає застосування онлайн-технологій і навчання в аудиторії, а також підходи та методики, які дають змогу ефективно їх поєднувати. Кожен із цих складників є важливим, без нього змішане навчання не буде результативним.

З власного досвіду можемо зазначити, що змішане навчання доцільно застосовувати як на денній, так і на заочній формі навчання, спираючись на переваги безпосередньої взаємодії в аудиторії і на широкі можливості онлайн-технологій. Синергетичний ефект від поєднання цих двох видів взаємодії визначається саме моделлю навчання. Однак варто наголосити, що застосування технологій не робить навчання змішаним автоматично, якщо модель взаємодії не змінюється. Наприклад, якщо студенти надсилають письмові роботи в електронному вигляді замість друкованих робіт або проводять тестування в аудиторії онлайн замість виконання на папері, то модель взаємодії залишається класичною.

У методичних розвідках можна знайти багато інформації про моделі змішаного навчання. Наприклад, ротаційні (серед них і відомий «перевернутий клас»), гнучка модель, модель самостійного змішування та поглиблена віртуальна модель. Проте, класифікація є досить умовною, оскільки кожна дисципліна специфічна, а здобувачі й викладачі – унікальні. Тому кожен викладач повинен формувати власну модель змішаного навчання, постійно її доопрацьовувати та

вдосконалювати, враховуючи зміни в освітній програмі чи стандарті вищої освіти, вимоги ринку праці чи запити стейкголдерів. У процесі змішаного навчання важливо досягнути «повного занурення» студентів в освітній процес.

На власних освітніх компонентах із вивчення англійської мови ми прагнули сформувати таку атмосферу, щоб всі студенти почувалися справжніми «менеджерами» свого навчання, мали змогу обирати форми та темп навчання, усвідомити відповідальність за власний вибір, на кожному етапі вивчення відчували свій прогрес і практичну цінність результатів. Під час формування власної змішаної моделі освітніх компонентів довелося проаналізувати освітній процес із різних ракурсів: деталізувати всі етапи навчання, розділити їх на коротші відрізки і описати до кожного з них план послідовності дій, а також досвід, який студент здобуде впродовж курсу. Визначивши оптимальні послідовності таких етапів у темах, потрібно було до кожного з них дібрати найкращий варіант реалізації.

Цілі, методи, очікування та всі важливі деталі курсів було озвучено на першій зустрічі зі здобувачами у Zoom і GoogleMeet. На аудиторних заняттях (зі зрозумілих причин більшість з них були онлайн) ми обговорювали не тільки програмні питання курсу, а й робили невеликі бесіди про сам курс: перегляд цілей та очікуваних результатів, взаємозв'язок тем курсу тощо. Звісно, взаємодія в дистанційному режимі дещо видозмінює взаємодію викладача й студентів, тому ми намагалися часто з ними спілкуватися, модерувати обговорення і структурувати освітній процес, нагадувати про дедлайни й просто бути на зв'язку.

Необхідність долучення соціальних мереж у процес навчання іноземних мов зумовлюється кількома факторами. По-перше, це продиктовано щоденним посиленням їх ролі у нашому житті і розширенні функцій: презентація свого профілю, обмін новинами, інформацією, коментування подій, перегляд відео, рекламування товарів, покупки тощо. Доступність соціальних мереж, можливість приєднуватися до груп за інтересами, а також обирати аудиторію для спілкування (від друзів до знаменитостей та експертів у певній галузі) робить соціальні мережі потужним засобом впливу. По-друге, особливість організації соціальних мереж зокрема, та інших онлайн-інструментів загалом робить їх ефективними засобами навчання. Полісенсорна спрямованість навчальних матеріалів (зокрема зоровий і слуховий спосіб презентації інформації), яскравість, компактність та динамічність в процесі презентації інформації, автентичність контенту, можливість залучення носіїв мови, реалій культури створюють тло для активного, свідомого і мотивованого навчання, а також міцного запам'ятовування інформації. По-третє, соціальні мережі сьогодні стали «головним засобом спілкування і способом підтримки соціального життя» [12]. Тому студенти повинні бути обізнані з особливостями онлайн-комунікації як рідною мовою, так і іноземною. Окрім навчальних можливостей соціальні мережі реалізовують й інші функції: вони є потужним інструментом соціальної взаємодії, отже розвивають навички комунікації та кооперації, забезпечують емоційну підтримку та покращують

самооцінку студентів. З психологічної точки зору, спілкування в онлайн-середовищі характеризується зниженням рівня тривожності та підвищенням мотивації та впевненості, що сприяє спонтанному і творчому продукуванню мови [11].

Результати проведених зарубіжних досліджень підтверджують доцільність та результативність соціальних мереж у навчальному просторі. Beth McGough, аналізуючи дані досліджень за 2021-2022 роки, зауважує, що сучасні студенти (54%), які належать до покоління Z («digitalnatives»,«technatives»), проводять більше як 4 години на день в соціальних мережах [13]. Окрім того, 61% студентів стверджує, що їм краще виражати себе через фото і відео [13]. Така статистика демонструє необхідність перегляду методів навчання і корекції форм презентації здобутих знань: на зміну або як доповнення до академічних есе, рефератів, презентацій слід додати представлення досліджуваного матеріалу у формі відео фрагменту, фотоколажу, допису у соціальних мережах іноземною мовою чи проведеного опитування.

Значний відсоток студентів (86%) в анкетуванні зазначає, що використовує YouTube для перегляду навчального контенту [13]. Таким чином самі студенти свідомо та добровільно інтегрують онлайн ресурси у свій навчальний процес. Beth McGough стверджує, що домінуючим стилем навчання для сучасного покоління є learning by doing [13]. Тому важливо не лише залучати студентів до перегляду навчального контенту у соціальних мережах, але й мотивувати їх до створення власного продукту. Це дасть можливість студентам продемонструвати творчість, індивідуальний підхід до завдання, креативне мислення тощо. Пізніше доцільно обговорити представленні роботи, виокремити сильні сторони та нестандартні підходи до завдання. Соціальні медіа можуть бути використані для того, щоб зробити викладання більш студентоцентричним через сприяння інтерактивній співпраці та обміну інформацією. Особливо цінним є застосування соціальних мереж при вивченні іноземної мови, адже вони дозволяють доповнити стратегії викладання інноваційними видами діяльності, як-от онлайн-дебати та групові дискусії [14].

Підсумовуючи результати усіх проведених досліджень, зарубіжні науковці виокремлюють ключові принципи навчання покоління *Z*: 1) індивідуальний підхід; 2) інтерактивність; 3) багатопосторовість (фізичний світ і світ онлайн); 4) мультимедіа; 5) порційність (chunking), розбиття контенту на невеликі порції; 6) чесність [13]. Таким чином, у сучасному цифровому світі соціальні мережі не позиціонуються більше як засіб для спілкування чи розваг, а як інструмент ефективного, свідомого та активного навчання, який, разом із розвитком професійних компетентностей, сприяє розвитку ключових soft skills (комунікативність, кооперативність, критичне мислення, креативність).

Отже, наведемо приклади вправ, що базуються на використанні соціальних мереж.

Instruction: Interview 3 passers-by on the street about their appearance. Ask whether they are wearing any ethical clothing brands, cutting-edge fashion items or trendy accessories. Find out where interviewees typically purchase their clothing: in a mall, a charity shop, or online. Record a video and share it to your social media account. View the movies of your peers, then comment and rate them.

Instruction: Are you a globetrotter and an avid traveller? What is your favourite landmark? Post a picture of a well-known landmark along with a recommendation to visit it.

Instruction: Make a commercial to promote a product.Think of the ways to attract the reader. Provide a description of the product for the consumer. Focus on why your item is the best option for the consumer. Include persuasive language and visuals.

Таким чином, під час залучення соціальних мереж до навчального простору використовуються наступні методи навчання: learning by doing – студенти приймають активну участь у здобутті та генеруванні знань, а навчання характеризується свідомим та пошуковим підходом; task-based learning – студенти отримавши завдання самостійно планують та реалізовують його; комунікативно-діяльнісний підхід – студенти виконують завдання, яке відображає наближену до реального життя комунікативну ситуацію.

Висновки. Отже, інтегрування соціальних мереж в навчальний простір дозволяє зробити процес вивчення іноземної мови сучасним, мотивуючим, цікавим та автентичним. Належачи до покоління digital natives, студенти активно долучаються до таких завдань, демонструють ініціативність, творчість та автономність у їх виконанні. Методично правильне залучення соціальних мереж до процесу навчання дозволяє впливати на різні сфери здобувачів: навчальну, виховну, емоційну, що, в кінцевому випадку, веде до покращення результатів навчання і вільного володіння іноземною мовою.

Література

1. Ivashnova, S.V. (2012). Vykorystannia sotsialnykh servisiv ta sotsialnykh merezh v osviti. [Use of social services and social networks in education]. Naukovi zapysky (Nizhynskoho derzhavnoho universytetu im. Mykoly Hoholia). Ser.: Psykholoho-pedahohichni nauky [Scientific notes (Nizhyn State University named after Mykola Gogol). Ser.: Psychological and pedagogical sciences], 2, pp. 15–17. [in Ukrainian].

2. Kryzhanovskyi, A.Ie. (2020). Vykorystannia sotsialnykh merezh u navchalnomu protsesi vyshchoho navchalnoho zakladu. [The use of social networks in the educational process of a higher educational institution]. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk [Current issues of humanitarian sciences]. 31, t. 3, pp. 276–281. Retrieved from http://www.aphn-journal.in.ua/archive/31_2020/part_3/45.pdf [in Ukrainian].

3. Liubenko, R., Maltseva, K. (2019). Korystuvannia saitamy sotsialnykh merezh ta riven stresu: doslidzhennia sered studentiv NaUKMA. [The use of social networking sites and the level of stress: a study among students of the National University “Kyiv-Mohyla Academy”]. Sotsiolohiia: teoriia, metody, marketynh, 3 (lypen–veresen) [Sociology: theory, methods, marketing", 3 (July–

September)], 159–178. https://doi.org/10.15407/sociology2019.03.159 [in Ukrainian].

4. Mainaiev, F.Ia. (2016). Vykorystannia sotsialnykh merezh u on-line navchanni. [Use of social networks in online education]. Innovative solutions in modern science, 2(2). Retrieved from https://core.ac.uk/download/pdf/145611689.pdf [in Ukrainian].

5. Miroshnychenko, A.O. (2020). Instahram yak suchasne osvitnie seredovyshche. [Instagram as a modern educational environment]. Mystetstvo ta osvita [Art and education], 3 (97), 40–45. https://doi.org/10.32405/2308-8885-2020-3-40-45 [in Ukrainian].

6. Oleksiuk, N.V., Lebedenko, L.V. (2015). Vykorystannia elektronnykh sotsialnykh merezh u sotsialno-pedahohichnii roboti zi shkoliaramy. [Use of electronic social networks in socio-pedagogical work with schoolchildren]. Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia [Information technologies and teaching aids], t. 48, 4, pp. 88–102. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2015_48_4_8 [in Ukrainian].

7. Alhussain, Thamer & Al-Rahmi, Waleed & Othman, Mohd. (2020). Students Perceptions of Social Networks Platforms use in Higher Education: A Qualitative Research. International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering, 9, 2589–2603. https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/16932020.

8. Antoniou, Angeliki & Theodoropoulos, Anastasios & Christopoulou, Konstantina & Lepouras, George. (2014). Facebook as Teaching Tool in Higher Education: A Case Study. International Journal Advances in Social Science and Humanities (IJASSH). 2014, 2, 3-43.

9. Cortes, Mendez, Jairo & J.O. Lozano (2014). Social Networks as Learning Environments for Higher Education. International Journal of Artificial Intelligence and Interactive Multimedia. 2, 63–69. https://doi.org/10.9781/ijimai.2014.278.

10. Fleck, Bethany & Richmond, Aaron & Hussey, Heather (2013). Using Social Media to Enhance Instruction in Higher Education. Research Perspectives and Best Practices in Educational Technology Integration, 217–241. https://doi.org/10.4018/978-1-4666-2988-2.ch012.

11. Jahrami, A. D. (2019). The impact of online discussions on the accuracy of the written output of Bahraini L2 university students. English Language Teaching Research in the Middle East and North Africa. Hidri, S. (Ed.), Palgrave Macmillan, Cham, 637–666.

12. Li, M., Croucher, S. (2020). Effects of social media use on cultural adaptation. The Cambridge Handbook of Intercultural Communication. Rings, G. and Rasinger, S. (Eds). Cambridge: Cambridge University Press, 504–520. (Cambridge Handbooks in Language and Linguistics).

13. McGough, B. (2023). How to create meaningful digital learning experiences for Gen Z. Retrieved from https://about.proquest.com/en/blog/2023/incorporating-ux-design-principles-to-create-meaningful-digital-learning-experiences-for-gen-z-and-alpha/.

14. Muftah, M. (2022). Impact of social media on learning English language during the COVID-19 pandemic. PSU Research Review. Retrieved from https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/PRR-10-2021-0060/full/html.

IV. ІННОВАЦІЙНА ПЕДАГОГІКА У ЦИФРОВУ ЕРУ

MODERN METHODS OF INNOVATIVE PEDAGOGY

Balahurovska Inna,
PhD student,
Joint Doctoral School, Department of Applied Social Sciences,
Silesian University of Technology,
Zabrze, Poland
Oleg Balatskyi Department of Management,
Sumy State University,
Sumy, Ukraine
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-3642-9506

Abstract. The work examines modern methods of innovative pedagogy. The author analyzed the reports of scientists of the Institute of Educational Technology, The Open University, United Kingdom, for 2020-2022 and created a list of new forms of education. Systematized data are valid for practical use by educators focused on effective modern education of students.

Keywords: innovative pedagogy, education, social media.

Introduction. Education is an integral part of the life of every person who strives for self-development and material well-being. Educated people can form a developed, just, and safe society. People's desire for success in personal life and professional activity can be realized thanks to education. The transformational processes in the modern educational space are the reason for the robust development of new and effective pedagogical tools for learning. Innovative pedagogical methods ensure the overcoming of actual challenges arising in the modern world.

Innovative approaches to education allow for the creation of a favorable educational space for the generation of new ideas and the search for the realization of creative students. It is not easy to imagine a modern educator without understanding the importance of using innovations in the educational process. The involvement of students in the developed

educational process ensures the formation of a society capable of critical thinking, a fair attitude towards the environment, and a tolerant attitude towards the surrounding people.

The research aims to study the global experience of using practical, innovative teaching methods in the educational space to achieve high student results.

Literature review. Many scientists were engaged in the study of innovative pedagogical methods. The issue of the development of competencies related to innovations was investigated White K. R., Pillay R., Huang X., Herodotou C., Sharples M., Gaved M., Kukulska-Hulme A., Rienties B., Scanlon E., Whitelock D. [1; 2] The connection between innovation in higher education and regional development has been proven Kettunen J., Kairisto-Mertanen L., Penttilä T. [3] The development of social innovative education was studied Alden Rivers B., Armellini A., Maxwell R., Allen S., Durkin C. [4] Innovative pedagogy as a strategy of modern education was studied Keinänen M. M., Kairisto-Mertanen, L. [5] The human-orientedness of innovative pedagogy and its influence on the success of the individual are considered Steinbeck R. [6]

Results. In a general sense education is “a cumulative process of development of intellectual abilities, skills and attitudes, all of which form our various outlooks and dispositions to action in life generally” [7] That is, education provides personality development throughout a person's life.

Modern educational processes require the introduction of innovative pedagogical methods for their implementation. Thanks to implementing the concept of innovation pedagogy, it becomes possible to educate people more effectively for the development of society. [8] The use of modern methods of pedagogy ensures effective assimilation of theoretical material, acquisition of practical skills in the chosen direction, and ethical education of students. Such education seekers are the basis for the future of a developed society.

Innovative pedagogy aims to offer suggestions and guidelines for education so that graduates have the best chance of creating a good life and success for themselves, society, and the world at large. [9] The list of practical tools that ensure the implementation of the concept of innovative pedagogy is constantly expanding. This trend is connected with constant changes in the technological sphere of society. The use of technologies in educational processes ensures the effectiveness of training.

According to research by scientists of the Institute of Educational Technology, The Open University, and other universities every year since 2012, reports have been created that reflect new forms of education. Table 1 shows a list of innovative methods of pedagogy for 2020, 2021, and 2022 compiled by scientists from the Institute of Educational Technology, The Open University in cooperation with the National Institute for Digital Learning, Dublin City University, Ireland; Artificial Intelligence and Human Languages Lab/The Institute of Online Education, China; Universitat Oberta de Catalunya, Spain.

According to the data in Table 1, educators implement pedagogical innovations in both offline and online modes. Any offline pedagogical innovation can be adapted for online use, but only some online forms of learning are used offline.

In the first block of Table 1, the digitized methods of innovative pedagogy include: Artificial intelligence in education, Posthumanist perspectives, Learning through open data, Engaging with data ethics, Esports, Learning from animations, Multisensory learning, Online laboratories. In the second part of Table 1, we refer to digital forms of education Best learning moments, Enriched realities, Using chatbots in learning, Equity-oriented pedagogy, Student co-created teaching and learning, Telecollaboration for language learning. Evidence-based teaching, Corpus-based pedagogy – these are two new forms of education that can be implemented online and offline. In the third part of Table 1, online methods of innovative pedagogy include: Hybrid models, Dual learning scenarios, Pedagogy of autonomy, Watch parties, Influencer-led education

Table 1

List of pedagogical innovations for 2020-2022

Universities	Year	Forms of Innovative Pedagogy
Institute of Educational Technology, The Open University, United Kingdom National Institute for Digital Learning, Dublin City University, Ireland [10]	2020	Artificial intelligence in education Posthumanist perspectives Learning through open data Engaging with data ethics Social justice pedagogy Esports Learning from animations Multisensory learning Offine networked learning Online laboratories
Institute of Educational Technology, The Open University, United Kingdom Artificial Intelligence and Human Languages Lab/ The Institute of Online Education, China [11]	2021	Best learning moments Enriched realities Gratitude as a pedagogy Using chatbots in learning Equity-oriented pedagogy Hip-hop based education Student co-created teaching and learning Telecollaboration for language learning Evidence-based teaching Corpus-based pedagogy
Institute of Educational Technology, The Open University, United Kingdom Universitat Oberta de Catalunya, Spain [12]	2022	Hybrid models Dual learning scenarios Pedagogies of microcredentials Pedagogy of autonomy Watch parties Influencer-led education Pedagogies of the home Pedagogy of discomfort Wellbeing education Walk-and-talk

Source: summarized by the authors based on [10, 11, 12]

Pedagogies of the home. Pedagogies of microcredentials, Wellbeing education, Walk-and-talk – innovative methods of pedagogy used by educators in online and offline modes.

Using social networks, digital programs, and online environments contributes to improving pedagogical strategies by expanding educators' approaches and moving to

digital and social media platforms with all their creative and interactive potential. [13] Thus, forms of innovative pedagogy can be implemented thanks to social media. Social media is a powerful tool for educators to implement innovative pedagogic methods, the list of which is constantly expanding.

Conclusions. Integrating social media into the learning process helps increase student engagement and development by visualizing real-world connections to the content of the object of study. [14] Implementation of innovative methods of pedagogy in educational processes using various social media tools ensures practical training of students. Social media tools contributed to the pedagogical turn [15], the vector of which was creating a positive educational space for creative students who can generate ideas and practically implement them.

The analysis of the world's modern forms of education indicates the need to search for innovative approaches in education regularly. Constant social changes in the world and rapid technological development are particular challenges for educators. It is possible to effectively overcome these challenges and obtain a high result using innovative pedagogical methods in the teacher's professional activity.

References

1. White, K. R., Pillay, R., & Huang, X. (2016). Nurse leaders and the innovation competence gap. Nursing Outlook, 64(3), 255–261. https://doi.org/10.1016/j.outlook.2015.12.007
2. Herodotou, C., Sharples, M., Gaved, M., Kukulska-Hulme, A., Rienties, B., Scanlon, E., & Whitelock, D. (2019). Innovative Pedagogies of the Future: An Evidence-Based Selection. Frontiers in Education, 4. https://doi.org/10.3389/feduc.2019.00113
3. Kettunen, J., Kairisto-Mertanen, L., & Penttilä, T. (2013). Innovation pedagogy and desired learning outcomes in higher education. On the Horizon, 21(4), 333–342. https://doi.org/10.1108/oth-08-2011-0024
4. Alden Rivers, B., Armellini, A., Maxwell, R., Allen, S., & Durkin, C. (2015). Social innovation education: towards a framework for learning design. Higher Education, Skills and Work-Based Learning, 5(4), 383–400. https://doi.org/10.1108/heswbl-04-2015-0026
5. Keinänen, M. M., & Kairisto-Mertanen, L. (2019). Researching learning environments and students' innovation competences. Education + Training, 61(1), 17–30. https://doi.org/10.1108/et-03-2018-0064

6. Steinbeck, R. (2011). Building Creative Competence in Globally Distributed Courses through Design Thinking. Comunicar, 19(37), 27–35. https://doi.org/10.3916/c37-2011-02-02
7. Bamisaiye, R. (1989): A Practical Approach to Philosophy of Education,Ibadan: AMD Publishers.
8. Kettunen, J. (2011). Innovation Pedagogy for Universities of Applied Sciences. Creative Education, 02(01), 56–62. https://doi.org/10.4236/ce.2011.21008
9. Konst (e. Penttilä), T., & Kairisto-Mertanen, L. (2020). Developing innovation pedagogy approach. On the Horizon, 28(1), 45–54. https://doi.org/10.1108/oth-08-2019-0060
10. Kukulska-Hulme, A., Beirne, E., Conole, G., Costello, E., Coughlan, T., Ferguson, R., FitzGerald, E., Gaved, M., Herodotou, C., Holmes, W., Mac Lochlainn, C., Nic Giolla Mhichíl, M., Rienties, B., Sargent, J., Scanlon, E., Sharples, M. and Whitelock, D. (2020). Innovating Pedagogy 2020: Open University Innovation Report 8. Milton Keynes: The Open University.
11. Kukulska-Hulme, A., Bossu, C., Coughlan, T., Ferguson, R., FitzGerald, E., Gaved, M., Herodotou, C., Rienties, B., Sargent, J., Scanlon, E., Tang, J., Wang, Q., Whitelock, D., Zhang, S. (2021). Innovating Pedagogy 2021: Open University Innovation Report 9. Milton Keynes: The Open University
12. Kukulska-Hulme, A., Bossu, C., Charitonos, K., Coughlan, T., Ferguson, R., FitzGerald, E., Gaved, M., Guitert, M., Herodotou, C., Maina, M., Prieto-Blázquez, J., Rienties, B., Sangrà, A., Sargent, J., Scanlon, E., Whitelock, D. (2022). Innovating Pedagogy 2022: Open University Innovation Report 10. Milton Keynes: The Open University
13. Al Hashimi, S. A., Al Muwali, A. A., Zaki, Y. E., & Mahdi, N. A. (2019). The Effectiveness of Social Media and Multimedia-Based Pedagogy in Enhancing Creativity among Art, Design, and Digital Media Students. International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET), 14(21), 176. https://doi.org/10.3991/ijet.v14i21.10596
14. Dragseth, M. R. (2019). Building Student Engagement Through Social Media. Journal of Political Science Education, 16(2), 243–256. https://doi.org/10.1080/15512169.2018.1550421
15. Vandeyar, T. (2020). The academic turn: Social media in higher education. Education and Information Technologies, 25(6), 5617–5635. https://doi.org/10.1007/s10639-020-10240-1

МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ ОНЛАЙН СЕРВІСІВ І РОЗВИТКУ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

MODERNIZATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS WITH THE HELP OF ONLINE SERVICES AND THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE COMMUNICATIONS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN SOCIAL MEDIA

Житченко Ганна,
кандидат економічних наук,
викладач обліково-економічних дисциплін,
ВСП НПФК НУ «Одеська політехніка»,
Нова Каховка, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0009-0005-9300-5242

Петренко Людмила,
викладач обліково-економічних дисциплін,
ВСП НПФК НУ «Одеська політехніка»,
Нова Каховка, Україна

Морозова Юлія,
аспірант кафедри менеджменту, маркетингу і туризму,
Херсонський національний технічний університет,
викладач обліково – економічних дисциплін,
ВСП НПФК НУ «Одеська політехніка»,
Нова Каховка, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0009-0006-3547-5913

Zhutchenko Anna,
PhD in Economics,
teacher of accounting and economic disciplines,
NPFK NU Odessa Polytechnic,
Nova Kakhovka, Ukraine

Petrenko Lyudmila,
teacher of accounting and economic disciplines,
NPFK NU Odessa Polytechnic,
Nova Kakhovka, Ukraine

Morozova Yuliia,
postgraduate student of Kherson National Technical University,
teacher of accounting and economic disciplines,
VSP NPFK NU "Odesa Polytechnic",
Nova Kakhovka, Ukraine

Анотація. Розглянуто основні методи взаємодії викладача ВНЗ зі студентом за допомогою онлайн сервісів ведення навчання, а також допомога при проведенні освіти комунікацій, на прикладі соціальних мереж.

Ключові слова: комунікації, сучасні платформи, дистанційне навчання, соціальні медіа, навчальні заклади, студенти, викладачі, тенденції розвитку.

Abstract. The main methods of interaction between a university teacher and a student using online teaching services, as well as assistance in conducting communication education, using the example of social networks, are considered.

Keywords: communications, modern platforms, distance learning, social media, educational institutions, students, teachers, development trends.

Вступ. Комунікація є невід'ємним складником педагогічного процесу. Від рівня комунікації залежить її ефективність, і дистанційне навчання тут не виняток. Взаємодія між студентами та викладачами в дистанційному навчанні відбувається в межах штучно створеного комунікативного простору. Складністю дистанційного навчання є не тільки стимулювання студента до внутрішньої роботи, а й можливість розгортання діалогу, який дозволяє їм висловлювати найрізноманітніші пропозиції. Основна мета комунікації полягає в залученні та мотивації учасників до навчання.

Сучасні платформи дистанційного навчання надають викладачам та студентам широкі можливості і великий набір інструментів, та містять засоби для надання учбового матеріалу студентам, засоби контролю успішності, засоби для консультацій студента з викладачем в режимі он-лайн, засоби інтерактивної співпраці викладача і студента, а також можливість швидкого доповнення курсу новою інформацією, коригування помилок.

Вибір конкретної платформи для впровадження в освітній процес навчального закладу залежить від багатьох факторів: фінансові можливості, вимоги до апаратної та програмної платформи, складність налаштування та адміністрування, а також цифрова компетентність викладачів та студентів.

Мета дослідження – розгляд основних освітніх платформ для ефективного проведення дистанційної освітньої діяльності сучасних викладачів в умовах військових дій, а також використання соціальних мереж в їхній діяльності

Огляд літератури. Велика кількість авторів досліджують вплив соціальних мереж та його взаємодію з освітнім процесом. Більшість схиляється до того, що соціальні мережі та дистанційні платформи широко впроваджуються в життя при викладанні у ВНЗ.

Питання дистанційного навчання в Україні досліджено у працях Б. Агранович, О. Адаменко, А. Артюшенко, Х. Беккера, П. Брусиловського, В. Бикова, Г. Кедрова, А. Короткова, О. Крюкова, В.Кухаренко, М. Моісєєвої, Ю. Моісєєва,

Ю. Насонова, О. Полат, І. Роберт, Д. Смоліна, О.Самойленко, Ю. Триуса, в яких досліджується дистанційне навчання як організація навчального процесу, тобто викладач розробляє навчальну програму, що базується на самостійному навчанні студента.

Однак серед науковців немає однозначного визначення поняття «дистанційна освіта». На думку О. Самойленко, «дистанційна освіта» – універсальна форма навчання, що базується на використанні традиційних і нових інформаційних технологій навчання, а також на технічних засобах, що створюють для здобувача вищої освіти умови вільного вибору освітніх дисциплін та діалогового обміну з викладачем; при цьому процес навчання не залежить від розташування його учасників у просторі й часі» [4, С.310].

Ми згодні з думкою В. Кухаренка, про те що «дистанційна освіта» – різновид освітньої системи, у якій переважно використовуються дистанційні технології навчання і це одна з форм отримання освіти, за якою опанування тим чи іншим рівнем знань за тією або іншою спеціальністю здійснюється у процесі дистанційного навчання»[3].

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до положень Концепції розвитку освіти України на 2015-2025 роки нагальним завдання якісної освіти є переорієнтація системи освіти на ефективну систему, здатну продукувати індивідів для забезпечення прискореного економічного зростання і культурного розвитку країни, свідомих, суспільно активних фахівців, конкурентоспроможних на європейському і світових ринках праці [2].

Реалізація цих єдиних для всієї освіти завдань має здійснюватися різними способами – за допомогою розмаїття освітніх інституцій, форм і методів навчання, запровадження сучасного менеджменту. Для забезпечення рівного доступу до якісної освіти всіх громадян України в умовах воєнного часу є одним із напрямів такої трансформації, забезпечення доступу до новітніх засобів і технологій

навчання, перехід на нову форму занять, а саме – дистанційну на окупованих територіях або змішану для більш безпечних територій.

Але проблема дистанційного навчання потребує відсутності прокрастинації; його результат безпосередньо залежить від самостійності та свідомості студента, оскільки відсутній постійний контроль за слухачами. Однією із ключових проблем дистанційного навчання залишається проблема аутентифікації користувача у перевірці знань[5].

Беззаперечним лідером серед засобів для організації дистанційного та змішаного навчання у закладах вищої освіти є платформа Moodle. Назва платформи є абревіатурою від англійського Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище). Даний веб-додаток є вільно розповсюджуваним і надає можливість створювати сайти для он-лайн навчання. Саме цю платформу використовує і наш навчальний заклад, бо по суті вона є спеціалізованою системою управління контентом (CMS – Content Management System) для потреб освіти.

Платформа Moodle – безкоштовна відкрита система управління дистанційним навчанням. Дозволяє використовувати широкий набір інструментів для освітньої взаємодії викладачів, студентів та адміністрації закладу освіти. Зокрема, надає можливість подавати навчальний матеріал у різних форматах (текст, презентація, відеоматеріал, веб-сторінка; урок як сукупність веб-сторінок з можливим проміжним виконанням тестових завдань); здійснювати тестування та опитування з використанням питань закритого (множинний вибір правильної відповіді та зіставлення) і відкритого типів; студенти можуть виконувати завдання з можливістю пересилати відповідні файли. Крім того, система має широкий спектр інструментів моніторингу навчальної діяльності учнів, на приклад: щодо загального часу роботи студента з конкретним навчальним предметом, відповідними темами

або складниками навчального матеріалу, загальної успішності студента або групи в процесі виконання тестових завдань тощо.

Перевагою даної системи є наявність великої кількості модулів, так званих «ресурсів», що дозволяють оформляти різні типи навчальних матеріалів та проводити контроль за проходженням електронних курсів студентами.

В системі Moodle існує досить розвинута тестова система, за різноманіттям можливостей, мабуть, найпотужніша з аналогічних систем в світі. Крім того, гілка тестів в системі Moodle динамічно розвивається і розширюється – набір доступних інструментів для формування тестів постійно оновлюється.

Модуль тестів в Moodle дозволяє створювати тести різних видів: одноваріантна відповідь, багатоваріантна відповідь, встановлення відповідності між певними поняттями, введення слів та словосполучень в якості відповіді, тести правильно/неправильно, можливість виконання обчислень за формулою, позначення елементів на рисунку, написання есе тощо.

Для налаштування параметрів тесту існує також багато можливостей: - встановлення часу, шкали оцінювання, кількості спроб проходження тесту студентом, можливості бачити правильні відповіді вкінці тесту, порядок відображення питань та відповідей тощо.

Під час проходження тесту студент може бачити час, який залишився, кількість питань, результат тестування та коментарі викладача. В свою чергу, викладач може переглянути, при потребі, відповідь студента на кожне з питань та визначити типові помилки або знайти неоднозначності чи неточності у питаннях тесту.

Таким чином, застосування автоматизованих тестів у Moodle для контролю знань студентів демонструє ряд переваг і для викладачів. Перш за все, дані ресурси є досить зручними, адже не потребують для формування великих затрат часу, а результати автоматично відображаються в електронному журналі оцінок.

Отже, основними перевагами платформи Moodle є: доступність, простота використання, висока продуктивність, адаптація під конкретні потреби, простота інсталяції та оновлення. Зокрема, в системі дуже добре пропрацьовано модуль тестів.

Варто відмітити і недоліки системи:

- відсутність поняття семестру в базовій версії системи і як наслідок – неможливість формування підсумкових відомостей по дисциплінах;

- складна організація роботи з групами;

- високі вимоги до продуктивності персонального комп'ютера користувача.

Результати проведеного серед студентів опитування демонструють, що розміщення навчальних матеріалів дисциплін у вигляді Е-курсів на платформі дистанційного навчання сприяє кращій підготовці до занять та позитивно впливає на успішність та якість засвоєння навчальних матеріалів. Також, використовувати платформи дистанційної освіти доцільно не лише в рамках дистанційного навчання, а й у змішаному та аудиторному форматі проведення занять.

Сучасні освітні тенденції допомогли впровадити дану технологію в навчальний процес та забезпечили високий рівень доступності навчальних матеріалів, стимулювання навчальної діяльності студентів, формування у них прагнення до самоосвіти, самоперевірки, та, як наслідок, формування конкурентоздатного фахівця в певній галузі.

Zoom – сервіс для проведення відео конференцій та он-лайн-зустрічей. Безкоштовна версія програми дозволяє проводити відео-конференцію тривалістю 40 хвилин, однак зараз під час воєнного стану сервіс зняв це обмеження.

Zoom підходить для індивідуальних та групових занять. Користувачі можуть використовувати додаток як на комп'ютері, так і на планшеті чи смартфоні. До відео-конференції може підключитися будь-який користувач за посиланням або

ідентифікатором конференції. Заняття можна запланувати заздалегідь, а також зробити посилання для постійних зустрічей у певний час.

LearningApps.org – онлайн-сервіс, який дозволяє створювати інтерактивні вправи. Їх можна використовувати в роботі з інтерактивною дошкою або як індивідуальні вправи для учнів. Дозволяє створювати вправи різних типів на різні теми. Конструктор LearningApps.org призначений для розробки, зберігання та використання інтерактивних завдань з різних предметів. Тут можна створювати вправи для використання з інтерактивною дошкою.

Online Testpad Com – онлайн-сервіс, який дозволяє створювати тести, кросворди, логічні ігри, діалоги та багато інших завдань.

Тести з автоматичною перевіркою дозволяють організувати швидке оцінювання рівня опанування навчального матеріалу студентами. Зазвичай тестові системи надають можливість створювати запитання різних типів (множинний вибір, текстова або числова відповідь, упорядкування, встановлення відповідності тощо). Часто є доступними бібліотеки готових запитань, які можна додати до власних сесій тестування, змінюючи їх у разі потреби.

Соціальні мережі є каталізатором інноваційних процесів. Їх специфіка полягає в особливому статусі та креативності. Інформація набуває цінності за рахунок комунікації. Явище "мережевості" швидкими темпами набуває все більше актуальності в епоху інформаційного буму. Увага акцентується на використанні соціальних мереж в освіті. Соціальні мережі мають онлайновий характер, завдяки якому можливе дистанційне спілкування і встановлення взаємозв’язку між учасниками навчального процесу у віртуальному просторі.

Мережні соціальні сервіси стали основним засобом спілкування, підтримки та розвитку соціальних контактів; спільного пошуку, зберігання, редагування та класифікації інформації; творчої діяльності мережевого характеру. Соціальні мережі виступають інструментом для здійснення наступних функцій: групи

(академічні, науково-дослідні, за інтересами та ін.); обмін файлами (лекції, завдання, програми); публікація матеріалів (відео, фото); обговорення, опитування; додатки (перекладач, калькулятор тощо). Перевага соціальних мереж для використання в роботі полягає у тому, що студенти знайомі з технологіями, вони можуть популяризувати свою навчальну чи наукову діяльність, створити власний навчальний контент, здійснювати його трансформацію, обговорення. Серед соціальних мереж провідне місце займає Facebook, який протягом останніх років приділяє багато уваги освіті. Організації і навчальні заклади використовують цю платформу для публікацій новин, спілкування тощо. Студенти, викладачі, адміністратори використовують додатки Facebook у наукових цілях, для організації дистанційного навчання. Twitter – ще один різновид соціальної мережі, що містить інструмент мікроблоггінгу, заснований на технології Web 2.0.

Для організації дистанційного навчання можна скористатися додатками: Books we Read – допомагає користувачам ділитися думками про прочитані книги; Flashcards – за допомогою цього додатку можна створювати флеш-карти, які допоможуть вчитися на Facebook; BookTag – програма пропонує спосіб поділитися книгами, а також створювати тести для вивчення та ін. OnWebinar – освітня соціальна мережа, що використовує нові технології та організовує спільну роботу, веб-семірари та on-line конференції. Дуже важливою перевагою соціальних мереж є можливість вивчати іноземну мову. Реєструючись на сайтах: www.livemocha.com чи www.soziety.com., користувач вивчає іноземну мову, взаємодіючи з іншим користувачем-носієм цієї мови, у відповідь навчаючи його своєї рідної мови. Вказані соціальні мережі свідчать про актуальність їх впровадження в освітній процес ВНЗ, адже завдяки останнім можливе спілкування, обмін інформацією, передача та отримання знань, мобільність сучасного студента тощо.

На нашу думку, соціальні мережі дозволяють оптимізувати витрати власного часу та досягти ефекту не тільки для себе, але і для студентів, тобто досягти єдиної

мети, на яку спрямований навчальний процес. Саме соціальні мережі, які активно використовуються останнім часом можна вважати певним механізмом, де студенти і викладачі можуть знайти точки перетину спільних інтересів навчального процесу і досягти максимального ефекту для обох сторін.

Застосування соціальних мереж надає певні переваги: воно звичне для сучасної молоді, соціальні мережі дозволяють всім без виключення учасникам створювати свій навчальний контент, ділитися посиланнями, ініціювати дискусії та обговорення тощо; завдяки застосуванню соціальних мереж виникає можливість співпраці (також і дистанційної); можна висловлювати думку як на «стіні» так і створювати груповий чат (або декілька чатів, що допомагає працювати з різними групами людей); послуга «особисті повідомлення» дозволяє спілкуватися з кожним учасником окремо; активність учасників простежується за допомогою стрічки новин; зручно використовувати для проведення проєктів, опитувань; можливість розповісти про свою діяльність більшій кількості осіб та ін. [1, С.80].

Висновки. Отже, онлайн сервіси - це допомога викладача при оцінюванні роботи студентів, новий крок в освітньому процесі в умовах військового стану. Вони створюють якісні зміни у процес формування української освіти.

Необхідно зазначити, що впровадження в навчальний процес соціальних мереж надає можливість студентам: оперативно отримати, надсилати навчальну інформацію; участі у різноманітних проєктах та набутті знань в різних предметних галузях; розширювати коло спілкування, виховувати толерантність, розвивати критичне мислення; розвивати самостійність й відповідальність; працювати в одній команді. Для осіб, які займаються самоосвітою, використання соціальних мереж дає можливість вивчати те, що потрібно і те в чому є необхідність; покращувати рівень володіння іноземної мови; полегшує пошук роботи тощо.

Попри низку переваг, пов'язаних з упровадженням соціальних мереж в навчальний процес, доцільно зазначити проблеми, що супроводжують їх

використання. Зокрема, необхідність постійного доступу до мережі, дотримання етикету спілкування серед учасників, відсутність можливості постійно контролювати використання соціальних мереж саме в навчальних цілях та ін. Окрім цього, викладач не зажди зможе встигати прослідковувати коректність навчальних матеріалів, які завантажують студенти.

Література

1. Danko Yu.V., Sakun A.V. (2020) Teoretychni aspekty vykorystannia sotsialnykh merezh v osviti. [Theoretical aspects of the use of social networks in education]. Platforma 1. Innovatyka v osviti, I Vseukrainska konferentsiia zdobuvachiv vyshchoi osvity i molodykh uchenykh «Innovatyka v osviti, nautsi ta biznesi: vyklyky ta mozhlyvosti» [Platform 1. Innovation in education, I All-Ukrainian conference of higher education graduates and young scientists "Innovation in education, science and business: challenges and opportunities], 79-83 Retrieved from https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17435/1/Innovatyka2020_P079-083.pdf [in Ukrainian]

2. Kontseptsiiu rozvytku osvity v Ukraini na period 2015–2025 rokiv (proekt – neofitsiinyi tekst) [Concept of education development in Ukraine for the period 2015–2025 (project – unofficial text)] Retrieved from http://osvita.ua/doc/files/news/435/43501/project_30102014.doc (data zvernennia: 20.09.2023) [in Ukrainian]

3. Kukharenko V.M.(2012) Dystantsiine navchannia: umovy zastosuvannia [Distance education: conditions of application]. Dystantsiinyi kurs : navch. posib. / za red. V.M. Kukharenka. 3-tie vyd. Kharkiv: NTU«PI», «Torsinh» [Distance course: education. manual / edited by V.M. The cook from Kharkiv: NTU "PI", "Torsing"], 320 p. [in Ukrainian]

4. Samoilenko O. M., Sharko V. D., Yuzbasheva H. S.(2014) Neperervna osvita ta dystantsiine navchannia. Teoretyko-metodolohichni osnovy vdoskonalennia systemy osvity : dydaktychnyi aspekt [Continuing education and distance learning. Theoretical and methodological foundations of the improvement of the education system: didactic aspect]. Kolektyvna monohrafiia / za red. H. S. Yuzbashevoi. Kherson: KVNZ «Khersonska akademiia neperervnoi osvity» [Collective monograph / edited by H.S. Yuzbasheva. Kherson: Kherson Academy of Continuing Education]. pp. 308-368. [in Ukrainian]

5. Tkachenko L.V., Khmelnytska O.S.(2021) Osoblyvosti vprovadzhenia dystantsiinoho navchannia v osvitnii protses zakladu vyshchoi osvity [Peculiarities of the implementation of distance learning in the educational process of a higher education institution]. Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh [Pedagogy of creative personality formation in higher and secondary schools], 75, T.3., 91-96. doi https://doi.org/10.32840/1992-5786.2021.75-3.18 [in Ukrainian]

ВИКОРИСТАННЯ ОНЛАЙН ДОДАТКІВ ДЛЯ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНІЙ МОВІ:ВИВЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПЕДАГОГІКИ ДЛЯ ЦИФРОВОЇ ЕРИ

USING ONLINE RESOURCES FOR TEACHING A FOREIGN LANGUAGE: STUDYING INNOVATIVE PEDAGOGY FOR THE DIGITAL ERA

Тетерук Світлана,
кандидат психологічних наук,
доцент, доцент кафедри іноземних мов і гуманітарних дисциплін,
Академія праці, соціальних відносин і туризму,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-1576-9587

Бондар Світлана,
кандидат психологічних наук, доцент,
завідувач кафедри іноземних мов і гуманітарних дисциплін,
Академія праці, соціальних відносин і туризму.
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0009-0005-9919-921X

Teteruk Svitlana,
Ph.D. in psychology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Foreign Languages and Humanitarian Sciences,
Academy of Labour, Social Relations and Tourism,
Kyiv, Ukraine

Bondar Svitlana,
Ph.D. in psychology, Associate Professor,
The Head of the Department of
Foreign Languages and Humanitarian Sciences,
Academy of Labour, Social Relations and Tourism,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Сьогодення впроваджує нові реалії навчання, роль викладача та студента змінюється в умовах дистанційного навчання. Застосування медіа-засобів в процесі проведення занять з іноземної мови виходить на перший план адже сприяє підвищенню ефективності сприймання й розуміння іншомовного комунікативного матеріалу. Онлайн ресурс TED TALK полегшує розуміння матеріалу, стимулює пізнавальний інтерес студентів, дозволяє наочно і протягом відносно нетривалого часу бути залученим у мовне середовище, спостерігати й аналізувати правильну вимову слів, відтворювати мовні реалії, а також, залучає одночасно декілька каналів сприймання інформації.

Ключові слова. мовні навички, аудіювання, занурення в мовне середовище, мовна компетенція, лінгвістичний патерн.

Abstract. Modern life creates new learning realities, the role of teacher and student is changing due to distance learning. The use of media tools in teaching foreign language contributes to increasing the effectiveness of perception and understanding the foreign communicative material. The TED TALK online resource facilitates the understanding of the material, stimulates the cognitive interest of students, allows to be involved in the language environment for a certain period of time, gives opportunity to analyze the pronunciation of words, reproduce linguistic realities, and also involves several channels of information perception.

Key words. language skills, listening, immersion in the language environment, language competence, linguistic pattern.

Вступ. Згідно з академічними дослідженнями не існує єдиного найкращого методу вивчення іноземної мови і не завжди можливо – чи доцільно – застосовувати однакову методологію до всіх здобувачів знань, які мають різні цілі, середовище та навчальні потреби. Сучасні реалії створюють умови для застосування медіа-засобів в процесі проведення занять. Сучасні соціальні мережі готують до життя в інформаційному просторі, формують культуру спілкування з медіа, розвивають творчі здібності та критичне мислення, розвивають вміння інтерпретації та аналізу. В нашій практиці на заняттях з іноземної мови ми залучаємо онлайн ресурс TED TALK. Це серія інформативних, освітніх, надихаючих доповідей, які поширюються американським приватним некомерційним фондом, і транслюються по всьому світу та висвітлюють нові ідеї, які підтверджуються конкретними доказами та актуальні для широкої міжнародної аудиторії. З доповідями TED виступають різноманітні професіонали з різних галузей науки та мистецтва, зокрема актори, науковці, медичні працівники, впливові особи.

Мета дослідження – розкрити особливості використання онлайн додатку TED як засобу підвищення ефективності сприймання й розуміння іншомовного комунікативного матеріалу.

Огляд літератури. Питанням ефективності та доцільності використання відеоматеріалів займалися багато зарубіжних дослідників, зокрема МакКіннон М., Песе С., С. Хадіджа, а також вітчизняні дослідники Е. Багіров, О. Березуцька, Л. Зубченко, Л. Ломакіна, С. Ніколаєва, О. Носуль, С. Равич та ін.. В останнє десятиліття все більше освітян звертаються до цієї теми в умовах діджіталізації та дистанційного навчання. Така діяльність диференціює діяльність здобувачів знань у процесі вивчення іноземної мови. Використання аудіо- та відеоматеріалів робить заняття цікавим, впливає на рівень мотивації, і є насиченим достовірними прикладами іншомовного мовлення [1,2,6].

Виклад основного матеріалу. Запропоновано ресурс TED TALK для використання у навчальному процесі. Виявлено, що використання таких відеоматеріалів значно полегшує розуміння матеріалу, стимулює пізнавальний інтерес студентів, дозволяє наочно і протягом відносно нетривалого часу бути залученим у мовне середовище, спостерігати й аналізувати правильну вимову слів, відтворювати мовні реалії, а також, залучає одночасно декілька каналів сприймання інформації. Доведено, що мова найкраще вивчається, коли студенти взаємодіють один з одним у групах – виконують завдання, вивчають зміст або вирішують проблеми реального життя – коли їх увага спрямована на саму мову, за винятком випадків, коли необхідна зосередженість на мовних формах[4,5]. Щоб розвинути навички усного мовлення, учень має подолати багато перешкод, зокрема:

- відсутність інтересу, оскільки тема може бути невідома;
- напружена атмосфера на уроці;
- страх піддатися критиці, втратити обличчя через помилки;
- відсутність впевненості в собі та відчуття розчарування та дискомфорту;

- проблематично досягти певної легкості та природного рівня швидкості та ритму тощо.

Таким чином, викладачі повинні надати здобувачам знань метод збільшення можливостей використання мови. Навчання іноземній мові має на меті зосередити студентів на тому, щоб вони могли використовувати мову для спілкування та як інструмент для подальшого навчання [5]. Будь-які спроби більше задовольнити індивідуальні потреби студентів означають багато наполегливої праці та зусиль з боку викладачів з точки зору забезпечення матеріалами та загального ставлення та підходу. Щоб зробити підготовку викладача простішою, варто скористатися ресурсами Інтернету. З нашого досвіду TED TALK є чудовою допомогою для самостійної роботи з мовою. Працюючи з цим ресурсом, студенти можуть:

- зосередитися на структурі та подачі усних доповідей;
- підвищувати свою мовну обізнаність;
- сприймати загальну структуру лекції та розпізнавати вербальні та невербальні ознаки, коли оратор переходить від однієї теми до іншої;
- запровадити навички конспектування;
- діяти відповідно до своїх психологічних відмінностей і своїх когнітивних здібностей і здатності до вивчення мови;
- удосконалити не тільки свої навички аудіювання, але й покращити вимову, словниковий запас, граматику та письмо.

Використовуючи ресурс TED TALK, різні навички володіння мовою можна розвинути за допомогою наступних видів діяльності:

1. передбачення майбутньої доповіді за її назвою;

2. вгадування думок мовця перед прослуховуванням іншого речення чи частини;

3. підкреслення важливих відмінностей між письмовою та розмовною англійською під час прослуховування або читання текстів доповідей;

4. вправляння у відтворенні різних слабких звуків або складних фонем;

5. вгадування значення нових слів із контексту (для додаткової допомоги є тексти доповідей);

6. аналіз граматики (часи дієслів, послідовність слів, дискурсивні маркери);

7. інтерв'ювання доповідача, дебати, написання рецензій тощо після прослуховування.

Висновки. Залучення TED в процес навчання доводить, що розмова — це не тільки застосування на практиці граматичних і словникових навичок, які вивчаються під час курсу. Це - покращення навичок мовлення, розвиток здатності створювати граматично правильні, логічно пов’язані речення, які відповідають певному контексту. Це - створення неформальної та веселої атмосфери, де здобувачі знань мають спілкування в реальному вимірі.

Література

1. Verysokin U.I. (2003). Videofilm yak zasib pidvishchenna motivatsii uchniv[Video film as a means of increasing students' motivation]. Inozemna mova v shkoli [Foreign language at school]. Kyiv. No 5–6. S. 31–34. [in Ukrainian]

2. Harrison, L. G. (2009). Foreign films in the classroom: Gateway to language and culture. Journal of College Teaching & Learning (TLC), 6(8). doi:10.19030/tlc.v6i8.1118 (September, 01.09.2023).

3. Krashen S. D. (2002) (1st internet edition). Second Language Acquisition and Second Language Learning. University of Southern California. Pergamon Press Inc. Retrieved from http://www.sdkrashen.com/SL_Acquisition_and_Learning/ (2023, September, 01).

4. Massi M. P., Bettiana A. B. (2012). A short is worth a thousand films. Teaching English with Technology. No 12 (3). 2012. P. 62–86.

5. Pesce C. (2023). English video lessons: Winning strategies for the ESL class. Retrieved from https://busyteacher.org/3734-english-video-lessons.html (2023, September, 01).

6. Sitti H. (2023). Teaching by Using Video: ways to make it more meaningful in EFL classrooms. – Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/320146544_teaching_by_using_video_ways_to_make_it_more_meaningful_in_efl_classrooms (2023, September, 01).

ПИТАННЯ ЩОДО ВИКЛАДАННЯ КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВИХ ДИСЦИПЛІН У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ ІЗ СПЕЦИФІЧНИМИ УМОВАМИ НАВЧАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

THE QUESTION REGARDING THE TEACHING OF CRIMINAL-LEGAL DISCIPLINES IN INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION WITH SPECIFIC LEARNING CONDITIONS IN THE CURRENT CONDITIONS OF WAR IN UKRAINE

Южека Роман,
аспірант 4-го року навчання навчальної групи АС-941,
третій освітньо-науковий рівень вищої освіти «доктор філософії»,
Навчально-науковий інститут права та інноваційної освіти,
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ,
Громадська організація «Спілка освітян України»,
м. Дніпро, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0009-0007-6031-4182

Ядловська Ольга,
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних відносин та соціально-гуманітарних дисциплін,
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ,
м. Дніпро, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5660-2057

Yuzheka Roman,
postgraduate student of the 4th year of study of the educational group AS-941,
the third educational and scientific level of higher education «Doctor of Philosophy»,
department of criminal law disciplines,
Educational and Scientific Institute of Law and Innovative Education,
Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs of affairs,
the Public Organization «Union of Educators of Ukraine»,
Dnipro, Ukraine

Yadlovska Olha,
candidate of historical sciences, associate professor,
associate professor of the Department of International Relations and Social and Humanitarian Disciplines,
Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs,
Dnipro, Ukraine

Анотація. Дана робота присвячена аналізу можливостей та викликів щодо навчання кримінально-правових дисциплін у закладах вищої освіти із специфічними умовами навчання. Розглянуто важливі аспекти навчання в сучасних

умовах війни. Зазначається, що дистанційний підхід до навчання стає необхідністю, аби підготувати майбутніх правників до дії в умовах війни.

Ключові слова: заклад вищої освіти, кримінально-правові дисципліни, дистанційне навчання, специфічні умови, здобувачі вищої освіти.

Abstract. This study is devoted to the analysis of opportunities and challenges of teaching criminal law disciplines in institutions of higher education with specific conditions of study. Considered important aspects of training in modern conditions of war. It is noted that a distance approach to education is becoming a necessity in order to prepare future lawyers for action in war conditions.

Keywords: institution of higher education, criminal law disciplines, distance learning, specific conditions, students of higher education.

Вступ. З наростанням тривалості та інтенсивності воєнного конфлікту на території України, заклади вищої освіти (далі – ЗВО) стикаються з новими викликами у викладанні кримінально-правових дисциплін. Важливість якісної підготовки правничих кадрів стає критичною для забезпечення додержання прав людини, правозастосування та ефективної боротьби зі злочинами під час тривання військового конфлікту.

Мета дослідження - розглянути можливі виклики у вивчені кримінально-правових дисциплін у закладах вищої освіти в сучасних умовах воєнного стану в Україні.

Огляд літератури. Серед дослідників, які займалися проблемами навчання у закладах вищої освіти можна виокремити: В.Б. Авер'янов, О.Ф. Андрійко, О.М. Бандурка, О.І. Безпалова, Ю.П. Битяк, В.В. Буга, В.А. Глуховеря та інші.

Виклад основного матеріалу. Умови навчання в сучасних умовах війни являють собою виклик для ЗВО та здобувачів вищої освіти, що навчаються кримінально-правових дисциплін. Завдання полягає у підготовці майбутніх правників, які здатні ефективно діяти в умовах військових дій, забезпечуючи

додержання прав людини, збереження законності та здійснення справедливих судових процесів. Виходячи з цього, змінений підхід до викладання кримінально-правових дисциплін є необхідним [1, с.154].

Розуміння особливостей правозастосування та судової практики у часи воєнного стану є невід'ємною частиною підготовки здобувачів вищої освіти. Ситуації, які виникають під час воєнних дій, можуть вимагати від правників швидких та обґрунтованих рішень, зокрема, у сфері права конфлікту, міжнародного гуманітарного права, прав людини та злочинів проти миру. Запровадження спеціалізованих курсів та семінарів з кримінального права в умовах війни допоможе здобувачам вищої освіти осмислити ці аспекти та краще розуміти виклики, з якими стикаються правоохоронні органи та суди під час збройних конфліктів.

Крім того, специфічні умови навчання в сучасних умовах війни передбачають інтердисциплінарний підхід до викладання кримінально-правових дисциплін. Здобувачам вищої освіти слід навчитися розуміти взаємозв'язок між правом та військовими діями, а також ураховувати соціально-економічний стан країни під час воєнного конфлікту. Це вимагає поглибленого вивчення інших дисциплін, таких як політичні науки, міжнародні відносини та економіка, які допоможуть здобувачам вищої освіти краще розуміти контекст воєнного конфлікту та правових викликів, що виникають у таких умовах [2, с.98].

Окрім традиційних методів навчання, використання сучасних технологій та симуляцій може зробити процес навчання більш ефективним та цікавим. Віртуальні симулятори та мультимедійні матеріали дозволяють створити ситуації, які студенти можуть зустріти у реальній практиці, тим самим розвиваючи їх аналітичні та рішення-приймальні навички.

З урахуванням міжнародного характеру війни, навчання міжнародного гуманітарного права стає невід'ємною складовою в підготовці майбутніх правників у сучасних умовах війни. Міжнародне гуманітарне право має на меті забезпечення

захисту прав людини, зниження страждань та мінімізацію впливу збройного конфлікту на цивільне населення. Ця дисципліна стає ключовим елементом у формуванні майбутніх правників зі здатністю розуміти та застосовувати її засади до практичних ситуацій воєнного конфлікту [3].

Застосування засад міжнародного гуманітарного права у практичних ситуаціях воєнного конфлікту дозволяє здобувачам вищої освіти визначати права та обов'язки учасників збройних конфліктів, розуміти правові обмеження під час ведення воєнних дій та вплив війни на цивільне населення. Правильне застосування МГП може допомогти уникнути вчинення злочинів проти миру, забезпечуючи справедливість та збереження гідності усіх сторін конфлікту.

Сучасні умови війни часто характеризуються нестандартними ситуаціями, такими як гібридний воєнний конфлікт, кібератаки та терористичні дії. Тому здобувачам вищої освіти слід навчитися застосовувати засади МГП до нових форм конфлікту та розробляти інноваційні підходи до забезпечення захисту прав людини у таких умовах. Інтегрування вивчення МГП з іншими кримінально-правовими дисциплінами дозволить здобувачам вищої освіти розуміти взаємозв'язок між ними та використовувати правовий аналіз у комплексних ситуаціях [4, с.70].

Окрім теоретичного вивчення, здобувачам вищої освіти слід надавати можливості для практичного застосування МГП у симуляціях, рольових іграх та взаємодії з практикуючими правниками або представниками міжнародних гуманітарних організацій. Це допоможе забезпечити практичні навички та розуміння реальних викликів, з якими стикаються правники у сфері міжнародного гуманітарного права під час збройних конфліктів.

Висновки. Отже, сучасні умови війни, особливо в контексті тривалого вторгнення та збройних конфліктів, ставлять перед закладами вищої освіти нові виклики викладання кримінально-правових дисциплін. Змінений підхід до навчання стає необхідністю, аби підготувати майбутніх правників до дії в умовах

війни. Практичні курси з кримінального права, інтердисциплінарність, бінарність та використання сучасних технологій, інформатизація а також акцент у вивчені міжнародного гуманітарного права становлять ключові елементи у забезпеченні належної підготовки здобувачів вищої освіти щодо викликів воєнного часу та важливих завдань у сфері права та правозастосування у часи війни.

Література

1. Osvitnii protses v umovakh voiennoho stanu v Ukraini [The educational process in the conditions of martial law in Ukraine] (2022). Materialy vseukrainskoho naukovo-pedahohichnoho pidvyshchennia kvalifikatsii, 3 travnia – 13 chervnia 2022 roku. Odesa : Vydavnychyi dim «Helvetyka» [Materials of the all-Ukrainian scientific and pedagogical professional development, May 3 - June 13, 2022. Odesa: "Helvetika" Publishing House.]. 504 p.

2. Osvita Ukrainy v umovakh voiennoho stanu. Innovatsiina ta proiektna diialnist [Education of Ukraine under martial law. Innovative and project activity] (2022). Naukovo-metodychnyi zbirnyk/ za zahalnoiu red. S. M. Shkarleta. Kyiv-Chernivtsi «Bukrek» [Scientific and methodical collection/ general editor. S. M. Scarleta. Kyiv-Chernivtsi: "Bukrek"]. 140 p.

3. Vyshcha osvita v Ukraini pid chas voiennoho stanu [Higher education in Ukraine during martial law]. Retrieved from https://it-kharkiv.com/vyshha-osvita-vukrayini-pid-chas-voyennogo-stanu/ (2023, September, 15)

4. Ukrainska osvita v umovakh viiny [Ukrainian education in the conditions of war: a monograph] (2020). za nauk. red. S.O. Terepyshchoho. Kyiv : Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova [edited by S.O. Terepishchenko. Kyiv: Publishing House of the NPU named after M.P. Drahomanov."]. 234 p.

V. ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРИ ВИКОРИСТАННІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

ЕТИЧНІ ВИМІРИ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: НАСТАНОВИ ДЛЯ МАЙБУТНІХ УПРАВЛІНЦІВ

ETHICAL DIMENSIONS OF COMMUNICATIONS IN SOCIAL MEDIA: GUIDELINES FOR FUTURE MANAGERS

Василевська Тетяна,
доктор наук з державного управління, професор,
професор кафедри публічної політики
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-6565-4142

Пітякова Тетяна,
ст. викладач кафедри соціології,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-7560-8035

Vasylevska Tetiana,
professor, doctor of science in public administration,
professor of the Department of Public Policy,
Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Kyiv, Ukraine

Pityakova Tetyana,
Senior Lecture,
Department of Sociology,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,

Анотація. Публікація піднімає проблему етичної відповідальності за творення і споживання контенту соціальних медіа. На думку авторів, така етична відповідальність поширюється на всіх учасників комунікації в соціальних мережах: і на творців, і на споживачів. Акцентується увага на важливості дотримання етичних стандартів під час публічної комунікації; на набутті таких етичних знань

майбутніми управлінцями. Наводяться рекомендації щодо етично виправданих правил комунікування в соціальних медіа.

Ключові слова: соціальні медіа, етична відповідальність, етичний принцип, управлінець, етичні стандарти, комунікація.

Abstract. The publication raises the issue of ethical responsibility for the creation and consumption of social media content. According to the authors, such ethical responsibility applies to all participants of communication in social networks: both creators and consumers.

Emphasis is placed on the importance of observing ethical standards during public communication; on the acquisition of such ethical knowledge by future managers.

Recommendations regarding ethically justified rules of communication in social media are given.

Keywords: social media, ethical responsibility, ethical principle, manager, ethical standards, communication.

Вступ. Поява технологій соціальних медіа та цифрових новин підвищила етичну відповідальність фахівців у цій галузі, особливо враховуючи глобальне охоплення і потужний вплив на спільноти таких форм комунікації. Користувачі Інтернет-мережі, зазвичай, беруть участь у створенні та розповсюдженні змісту та інформації повідомлень, до яких долучені: через схвалення чи засудження, поширення чи коментування доступної їм інформації.

На нашу думку, слід акцентувати увагу на тому, що проблема етичної відповідальності поширюється як і на тих, хто творить контент медіа будучи професіоналом цієї справи, або громадським діячем, чи представником певної спільноти, викладачем, студентом, пересічним громадянином, так і на користувачів соціальних медіа, споживачів новин.

Мета дослідження – обґрунтувати етичні виміри комунікацій у соціальних медіа: настанови для майбутніх управлінців.

Огляд літератури. Етичний аспект функціонування соціальних медіа в тому чи іншому контексті присутній в роботах як українських, так і зарубіжних дослідників. Зокрема, ця проблематика розглядається такими науковцями, як Т. Бевз, Т. Єрескова, Е. Ламберт, М. Маклюєен, А. Олейник, В. Парсонс, Г. Почепцов та інші.

Виклад основного матеріалу дослідження. Багато студентів беруть активну участь не тільки у споживанні, але і у виробленні новин, змісту повідомлень через соціальні медіа. Тому так важливо розуміти, які саме етичні зобов'язання постають перед творцями соціальних мереж, яка міра відповідальності кожного за дотримання етичних норм під час створення та розповсюдження інформації через соціальні медіа. Етичні міркування спонукають майбутніх фахівців до вибору вірної стратегії поведінки в соціальних мережах.

Одним із важливих питань функціонування соціальних мереж сьогодні є потенційний конфлікт між стандартами етичної поведінки та бажанням різноманітних компаній отримати прибуток, який може мати як матеріальний вимір, так і поставати у вигляді просування потрібних наративів, іміджів, точок зору.

Студентам, а особливо майбутнім управлінцям, важливо розуміти, що конфлікти інтересів існують у багатьох сферах. Але вміння оцінювати, яких саме стандартів етичної поведінки мають дотримуватися всі актори соціальних медіа, на яких етичних принципах будувати свою діяльність, дозволяє виробляти у студентів етичну чутливість до подання та сприймання інформації, набуття комунікативних вмінь, які відповідають вимогам часу і є складовою професії управлінця.

Тому доцільним є використання наступних правил щодо комунікування в соціальних медіа:

- соціальні медіа допомагають нам працювати відкрито та спілкуватися з громадянами, яких ми обслуговуємо – не забувайте застосовувати здоровий глузд;

- застосовуйте ті самі стандарти в Інтернеті, що й поза мережею, незалежно від того, чи ви виконуєте службові обов'язки, чи дієте особисто;
- маючи сумніви, не публікуйте;
- завжди перевіряйте точність і конфіденційність того, що ви публікуєте, перш ніж натиснути «Надіслати»;
- і постійно пам'ятайте про те, що все, що коли-небудь було опубліковано в Інтернеті, дуже важко видалити [6].

Не втратили своєї актуальності і рекомендації Секретаріату ООН щодо особистого користування соцмедіа:

- Перш ніж публікувати – керуйтеся здоровим глуздом. Якщо суть поста не відповідає посаді й його можна витлумачити якось інакше, ніж задумано, то не публікуйте його.
- Навіть якщо «висловлені погляди є моїми», ваша поведінка в соцмережах не звільняється від вимог до службовця.
- Використання назви та емблеми організації в особистих інтересах або інтересах третіх сторін заборонено.
- Налаштування конфіденційності. Все, що опубліковано в Інтернеті, навіть у приватній групі та/або якщо воно пізніше відредаговано чи видалено, може легко стати загальнодоступним.
- Навіть якщо ви не вказуєте свій статус як співробітника, він не є приватним і його можна дізнатися в Інтернеті.
- Офіційна інформація, яка не була оприлюднена, не може бути розголошена без дозволу на розкриття в соцмережах, зокрема й після звільнення зі служби.
- Не використовуйте професійну е-адресу для створення особистих облікових записів у соцмережах.
- Не використовуйте псевдонім/вигадане ім'я, щоб коментувати/публікувати вміст, пов'язаний з організацією.

- Поширення публікацій з інших облікових записів і лайки їм можуть сприйматися як схвалення представлених в них фактів/думок.

- Поважайте права на конфіденційність колег, партнерів і бенефіціарів, особливо під час публікації фотографій і відео, на які потрібен чіткий дозвіл.

- Якщо ви не впевнені, що їхня діяльність у соцмережах відповідає обов'язкам як службовця, зверніться за порадою й вказівками до керівника, …відділу кадрів або офісу етики [8, 7].

На важливості усвідомлення ризиків, небезпек та можливих наслідків комунікування в соціальних медіа для урядовців та військових під час війни акцентують увагу автори Методичного посібника з кібербезпеки для військових та держслужбовців [2].

Раніше нами вже зверталася увага на те, що у демократичному суспільстві, яке перебуває у воєнному стані, певний контроль за висловлюваннями та діями представників органів публічної влади, зокрема щодо необачливого фреймування війни, має чинитися з боку громадянського суспільства та ЗМІ [1, с. 39–40]. Так, наприклад, українські медійники та журналісти чітко наголошують на тому, що сенсаційні матеріали, стигматизація, інсинуації та «чорнуха» навколо людських трагедій (зазначимо: які розповсюджуються й через соціальні медіа) не допоможуть країні подолати ворога. У поданні інформації, особливо від посадових осіб, надважливо дотримуватися етичних стандартів й передусім дбати про права та гідність людини. Під час публічної комунікації важливо зважати не лише на етичність формулювань, але й на виправданість та доцільність публікації тих чи інших подробиць, які можуть шокувати [4].

Сьогодні журналістська спільнота, користувачі соцмереж, громадські діячі здійснюють контроль за «мовою війни», стилем подачі та комунікативним контентом, що подається засобами масової комунікації. В цьому контексті на тезу Вінстона Черчілля, що на війні головне не ввічливість, а здоровий глузд, існує й

антитеза-заклик Отто фон Бісмарка щодо дотримання правил ввічливості навіть в умовах війни, яку, на нашу думку, варто підтримати, адже під час війни також важливо коректно й етично виважено вживати ті чи інші терміни. На наш погляд, владний словник воєнного часу також має піддаватися активному громадському контролю. Адже публічні службовці є важливими комунікаторами із громадянами, громадськими організаціями, ЗМІ, іноземними делегаціями.

В цьому контексті майбутнім управлінцям варто ознайомитись із Загальними правилами етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, де зазначається, що «державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування під час виконання своїх посадових обов'язків зобов'язані… утримуватися від поширення інформації, зокрема розміщення коментарів на веб-сайтах і у соціальних мережах, що можуть завдати шкоди репутації державних органів та органів місцевого самоврядування, у тому числі в поза робочий час» [3].

Висновки. Таким чином, етичні зобов'язання користувачів соціальних медіа стосуються як і того, який контент створюється, ким він створюється і з якою метою подається, так і тих, хто цей контент «споживає» і як ним в подальшому розпоряджається, які можуть бути етичні наслідки поширення інформації. Тому набуття відповідних етичних знань та практичних навичків комунікування в соціальних медіа є нагальним завданням для майбутніх управлінців.

Література

1. Vasylevska T. (2022). Vasylevska T. Viina ta propahanda: etychni koreliatsii [War and Propaganda: Ethical Correlations]. *Psykholohichni vymiry kultury, ekonomiky, upravlinnia [Psychological dimensions of culture, economy, management]*, 24. Retrieved from https://znc.com.ua/ukr/news/2016/202203_psych.php?fbclid=IwAR0kSZ6nlldpwgh77FpylENye6559Mo0CmaWbkdeYAr120DR7WHAGJrWE [in Ukrainian].

2. Metodychnyi posibnyk z kiberbezpeky dlia viiskovykh ta derzhsluzhbovtsiv [Methodical manual on cyber security for military and civil servants]. Retrieved from https://sprotyvg7.com.ua/lesson/metodichnij-posibnik-z-kiberbezpeki-dlya-vijskovix-ta-

derzhsluzhbovciv [in Ukrainian].

3. Pro zatverdzhennia Zahalnykh pravyl etychnoi povedinky derzhavnykh sluzhbovtsiv ta posadovykh osib mistsevoho samovriaduvannia [On approval of the General Rules of Ethical Conduct for Civil Servants and Local Government Officials]. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16#Text [in Ukrainian].

4. «Chornukha» ne dopomozhe peremohty voroha ["Black stuff" will not help defeat the enemy]. Novynarnia [Novinarnia]. Retrieved from https://novynarnia.com/2022/05/25/chornuha-ne-dopomozhe-peremogty-voroga-medijnyczi-zaklykaly-denisovu-unykaty-nadmirnoyi-detalizacziyi-statevyh-zlochyniv/ [in Ukrainian].

5. Global Media Ethics: Problems and Perspectives (2013). Stephen J.A. Ward, ed., Oxford: Wiley-Blackwell. pp. 326.

6. Social media guidance for civil servants: October (2014). Retrieved from https://www.gov.uk/government/publications/social-media-guidance-for-civil-servants/social-media-guidance-for-civil-servants

7. UN Ethics Office. (2023). Retrieved from https://www.un.org/en/ethics/ethics-training/documents-resources.shtml

8. United Nations Secretariat. (2019). Guidelines for the personal use of social media. February, Retrieved from https://hr.un.org/sites/hr.un.org/files/handbook/UNS%20personal%20use%20social%20media%20guidelines.pdf

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЕТИКИ ТА ЕТИКЕТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

BASIC PRINCIPLES OF ETHICS AND ETIQUETTE IN SOCIAL MEDIA

Власова Валентина,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Державний університет інфраструктури та технологій,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-7480-101X

Тарновська Ірина,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Державний університет інфраструктури та технологій,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2027-946X

Valentyna Vlasova,
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management,
Public Management and Administration,
State University of Infrastructure and Technologies,
Kyiv, Ukraine

Iryna Tarnovska,
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management,
Public Management and Administration,
State University of Infrastructure and Technologies,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Сучасна епоха характеризується стрімким прогресом інформаційних технологій та універсальною доступністю до Інтернету, це зумовило підвищення інтересу до проблем етики та дотримання етикету в соціальних медіа. Авторами досліджено основні складові нетикету та його принципи, акцентовано на правилах поведінки в соціальних мережах.

Ключові слова: етика, етикет, соціальні медіа,соціальні мережі, принципи нетикету.

Abstract. The modern era is characterized by the rapid progress of information technology and universal access to the Internet, which has led to an increased interest in the issues of ethics and compliance with etiquette in social media. The authors explore the main components of netiquette and its principles, focusing on the rules of behavior in social media.

Keywords: ethics, etiquette, social media, social networks, principles of netiquette.

Вступ. Сучасний світ відзначається швидким розвитком інформаційних технологій та загальним доступом до Інтернету. 4.74 млрд. людей користуються соціальними мережами у світі, причому більшість користувачів мають доступ до своїх облікових записів щодня. [1].

Сучасне суспільство знаходиться під впливом інформаційної революції, яка призвела до значного розширення сфери впливу соціальних медіа на поведінку та активності індивідів. Згідно з даними, оприлюдненими у дослідженні [1], середньостатистичний громадянин, який використовує соціальні медіа, витрачає на них 2 години та 22 хвилини щоденно. Найпопулярнішими платформами соціальних медіа на момент дослідження [1] були Facebook, яка налічувала понад 2.7 мільярди

активних користувачів щомісяця, YouTube з 2 мільярдами активних користувачів щомісяця, та Instagram з 1 мільярдом активних користувачів щомісяця. Ці цифри свідчать про винятковий масштаб і вплив цих соціальних медіаплатформ на глобальну спільноту та медіаспоживачів.

Важливо враховувати, що соціальні медіа можуть мати різні наслідки для психологічного і соціального стану індивідів. Деякі дослідження вказують на можливість виникнення залежності від соціальних мереж та інших проблем, пов'язаних із психічним здоров'ям. Таким чином, ця тенденція щодо інтенсивного використання соціальних медіа залишається предметом обговорення та дослідження у науковій спільноті.

Соціальні медіа стали частиною життя для мільярдів людей по всьому світу. Вони надають можливість кожному виразити свою думку та поділитися власним досвідом зі великою кількістю людей. Однак ця свобода також вносить ризик неетичної поведінки. Важливо розуміти, що публікації у соціальних медіа можуть мати значний вплив на інших користувачів. Тому дотримання етичних норм і цінностей є важливою складовою соціальної відповідальності в цьому середовищі.

Мета дослідження - обґрунтування необхідності дотримання принципів етики та етикету в соціальних медіа.

Огляд літератури. Питання етики та етикету в соціальних медіа почали досліджуватися відразу із їх появою. Першою платформою соціальних мереж була SixDegrees.com, яка була запущена в 1997 році [1]. Вона дозволяла користувачам спілкуватися з друзями та членами родини, а також з людьми, яких вони не знали. В основу етичних норм та правил етикету в соціальних мережах покладено загально етичні норми та правила етичної поведінки інтернеті.

Дослідження етики та етикету в соціальних медіа може здійснюватися в різних напрямках: загальні етичні норми в інтернеті, етика в IT-сфері, проблеми цифрової етики бізнесу та інші. Заслуговує на увагу низка публікацій таких

вітчизняних авторів як Войтович О., Ткаченко О., Карпенко Ю., Хрущ С., Філіпова Л., Погорецький М. та інші [2-9]. Їх роботи присвячені етичним і юридичним аспектам забезпечення безпеки особистості в онлайн просторі. Однак, існує потреба в подальших дослідженнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні існує термін, який описує, визначає правила віртуального етикету та норми спілкування в онлайн-середовищі, такі як форуми, соціальні мережі, чати, електронну пошту тощо. Це – «нетикет» (інколи також «нетікет», «сетикет»), він походить від поєднання двох слів: «нет» (абревіатура від «інтернет») та «етикет» (поняття, що визначає правила ввічливості та етики в соціальних ситуаціях). Нетикет – це сукупність правил, сформованих на основі принципів загальнолюдської ввічливості, призначених регулювати комунікативну взаємодію у віртуальному просторі, сприяти успішності спілкування і створювати привабливий образ мовця.

Дотримання моральних та етичних норм поведінки в будь-якому середовищі – це запорука високоякісної налагодженості комунікацій і один з основних принципів процесу формування спільнот на основі певних інтересів і особливостей життя індивідуумів. На сьогодні для всіх користувачів соціальних медіа існують загальні правила етикету. Наведемо їх, рис. 1.

Насправді мережева етика нескладна, оскільки вона нічим не відрізняється від культури поведінки у повсякденному житті. Проте, ми спостерігаємо постійне нехтування нею. Це зумовлено перш за все, що користувачі інтернету відчувають безкарність за свої неетичні вчинки. А для людей з низькими моральними принципами взагалі немає обмежень, адже ніхто не наказує за нецензурні коментарі, за розповсюдження неправдивої інформації.

1. Повага до інших користувачів

- Ставтеся до інших з повагою, навіть якщо ви з ними не погоджуєтесь. Уникайте образливих коментарів або перепалок. Пам'ятайте, що за екраном також справжні люди зі своїми почуттями.

2. Приватність

- Ставтеся до інших з повагою, навіть якщо ви з ними не погоджуєтесь. Уникайте образливих коментарів або перепалок. Пам'ятайте, що за екраном також справжні люди зі своїми почуттями.

3. Дотримання авторських прав

- Поважайте права інтелектуальної власності. Не використовуйте чужі тексти, фотографії або інші матеріали без дозволу власників

4. Відповідальна публікація:

- Перш ніж щось опублікувати, обдумайте, як це може вплинути на вас і інших. Уникайте поширення неправдивої інформації (фейків) або спекуляцій

5. Мова та стиль

- Вибирайте відповідний стиль та мову спілкування в залежності від аудиторії та контексту. Уникайте надмірної агресії, нецензурної лексики та грубості.

6. Збалансованість

- Уникайте перевантаження своїм контентом. Не заповнюйте стрічку дуже багато повідомленнями або спамом.

7. Відмова від публікацій

- Якщо є сумніви стосовно публікації то Краще відмовитися від неї. Необдумані повідомлення можуть завдати серйозної шкоди.

8.Спілкування в приваті

- Якщо у вас виникли особисті суперечки або питання, спробуйте розв'язати їх в особистих повідомленнях замість публічного конфлікту

9. Взаємодія з повідомленнями і коментарями

- Відповідайте на коментарі та повідомлення ввічливо та вчасно. Поважайте інших і будьте вдячні за конструктивну критику

10. Допомога та підтримка

- Будьте готові надавати допомогу і підтримку іншим користувачам, особливо в складних ситуаціях або кризових моментах

Рис. 1. *Загальні принципи етикету в соціальних медіа*
Джерело: узагальнено авторами за [10]

Система виявлення правопорушень та їх запобігання в соціальних медіа складна та недосконала. Над її вдосконаленням постійно працюють користувачі, розробники, органи влади. Етична поведінка в соціальних медіа обумовлена тим, що частина користувачів поставлена в такі умови, що дотримання відповідних норм приносить користь, запобігає можливим конфліктам та збиткам. Звичайно існують люди з високими моральними принципами для яких дотримання будь-яких етичних норм є нормою життя.

При розміщенні коментарів та контенту, повинні враховуватись наслідки спілкування в соціальних мережах для професійної незалежності у майбутньому при здійсненні будь-якої професійної діяльності. Етична поведінка та дотримання етикету в соціальних медіа сама по собі не виникає, вона формується. Розглянемо основні етапи її формування.

1. Відправною точкою будь-якої розмови на тему етики є визначення етичних норм, що існують у конкретній спільноті. Більшість спільнот заснували сімейні та локальні етичні системи. Навіть якщо подивитися на це з іншої точки зору, то ці етичні стандарти встановлюють порядок і гармонію у сім'ї та місцевій спільноті. Деякі з них існують у вигляді законів місцевої спільноти, але більшість з них – це очікування сім'ї від її членів.

2. Навчання в початковій та середній школі. Основи медіаграмотності, інформаційної гігієни та нетикету закладаються саме тут, адже в шкільному віці діти стають активними користувачами соціальних медіа.

3. Система вищої освіти відзначається своєю природною схильністю до розвитку, навчання і впровадження етичних норм. Тому університети, зі свого боку, виступають в якості провідних і наставницьких сил у встановленні етичних стандартів. В ідеалі саме у вищих навчальних закладах встановлюються стандарти найвищого етичного ідеалу для закладу, викладачів та студентів, освітянська спільнота починає жити поведінкою, якою також має жити влада та бізнес, і

розвиває високі етичні стандарти суспільства. Випускники університетів очікуватимуть та вимагатимуть такої ж етичної поведінки у ході своєї професійної діяльності, і стануть кращими етичними лідерами майбутнього.

Попри те, з якою метою використовуються соціальні медіа існують правила, які роблять перебування в спільнотах безпечним, комфортним та ефективним. Аналіз різних інтернет-ресурсів [10, 11] навчального характеру дозволив зібрати такі правила. Зазвичай їх подають як поради, пам’ятки та рекомендації. Наведемо основні з них.

1. Ввічливість та дотримання межі пристойності. Золоте правило: «Не пишіть такі слова, які б ви не наважились сказати людині в очі». Багато користувачів інтернету під час спілкування в мережі іноді зовсім забувають, що по іншу сторону монітора бесіду з ними теж ведуть живі люди. І це велика помилка. Соціальні мережі зробили спілкування доступнішим, відомі люди часто використовують їх для комунікації та реклами. А статус «друзі» у фейсбуці дехто з користувачів розуміє занадто буквально. Пам’ятайте, якщо ви із впливовим політиком, відомим журналістом, популярним актором «дружите» в соціальній мережі, це ще не дає вам права на фамільярність і панібратство.

2. Про дзвінок, онлайн-зустріч або голосове повідомлення варто спочатку перепитати в листуванні. Дзвінки, особливо відеочати, в наш час порушують межі особистості та, якщо ви не обговорили це заздалегідь, опонентові може це не сподобатися

3. Вживання акронімів має бути доречним та зрозумілим співрозмовникам. Довгожителі соціальних мереж з принципу економії зусиль вживають багато англомовних скорочень. Наведемо приклади деяких з них, табл. 1.

В нову версію Великого Оксфордського словника було внесено найпоширеніші вислови з мережевого сленгу. Тому з їх існуванням варто змиритися і використовувати там де це доречно.

Таблиця 1

Основні акроніми соціальних мереж

Англомовні скорочення	**Значення, переклад**
IMHO	«In My Humble Opinion» – «На мою скромну думку»
LOL	«Laugh Out Loud» – «Я голосно сміюся»
BTW	«By The Way» – «До речі»
AFAIK	«As Far As I Know» – «Наскільки мені відомо»
NFC	«No Further Comments» – «Я все сказав»,
WBR	«With Best Regards» – «З найкращими побажаннями»
ASAP	«As Soon As Possible» – «Якомога швидше»
AKA	«Also Known As» – «Відомий також як»
PLS	Please –«будь ласка»
IOU,	I owe you «Я ваш боржник»
THX, PLZ	Thanks «Дякую».
BRB	Be right back = I'll be right back. «Скоро повернуся»
IDK	I do not know – «Я не знаю»

Джерело: [10]

4. Дотримання правил медійної гігієни. Недобросовісні уряди та приватні особи використовують негативну інформацію в корисливих цілях. Створюючи при цьому багато інформаційного сміття, просто кажучи – брехні з метою маніпуляцій. За останні роки це правило стало не тільки хорошим тоном, а й просто запорукою безпечного існування.

5. Медійна грамотність. Вона передбачає уміння критично мислити, аналізувати тексти та вміти їх створювати. Навіть якщо ви звичайний пересічний українець, а не публічна особа, це варто вміти. Оскільки будь-який допис у ваших соціальних мережах – також є медійним продуктом. Тому варто розуміти природу інформації та техніки її впливу на вас та оточення.

6. Дотримання часу комфортного очікування Для електронної пошти, відправленої в робочі години співробітникам, воно становить не більше 3-х годин.

7. Не флеймити. Не варто відходити від головної теми обговорення, відволікаючись на конфліктні ситуації: суперечки, образи тощо. Є незмінне правило – ніколи не відповідати на флейм. Флейми краще залишати без уваги та ігнорувати «флеймерів», а урегулювання конфліктів залишити на модераторів.

8. Не офтопити. Офтопити – це означає надсилати повідомлення, які не відповідають обговорюваній темі, в тому числі обговорювати особисті питання, для цього існують особисті повідомлення.

Висновки. Етична поведінка в медійному просторі формується разом із загальними етичними принципами. Основи нетикету починають вивчаються ще в школі. Заклади вищої освіти відіграють важливу роль в формуванні етичних принципів взагалі та у соціальних медіа. Розуміння та дотримання загальних принципів етикету в соціальних медіа є запорукою комфортного та безпечного існування в інтернет-просторі.

Література

1. 100+internet-statystyky, faktiv i trendiv za 2023 rik. 100+internet-statystyky, faktiv i trendiv za 2023 rik [100+ Internet statistics, facts and trends for 2023] (2023). Retrieved from https://www.websiterating.com/uk/research/internet-statistics-facts/ [in Ukrainiam].
2. Global social network penetration rate as of January 2023, by region. (2023). Retrieved from https://www.statista.com/statistics/269615/social-network-penetration-by-region/
3. Voitovych O. (2018) Vyiavlennia nehatyvnykh vplyviv u sotsialnykh internet servisakh. [Identification of negative influences in social media services]. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi [Digital platform: information technologies in the socio-cultural sphere]*, 2018, 2, 93-105 [in Ukrainiam].
4. Tkachenko O. (2018). Kiberprostir i kiberbezpeka: problemy, perspektyvy, tekhnolohii [Cyberspace and cybersecurity: problems, prospects, technologies]. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi [Digital platform: information technologies in the socio-cultural sphere]*, 1, 75-86 [in Ukrainiam].
5. Tkachenko O. (2019). Konfidentsiinist danykh korystuvachiv u suchasnykh mesendzherakh. [Privacy of user data in modern messengers]. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi [Digital platform: information technologies in the socio-cultural sphere]*, Vol 2, 2, 184-192 [in Ukrainiam].

6. Karpenko Yu. V. (2019). Etychni pryntsypy zastosuvannia shtuchnoho intelektu v publichnomu upravlinni [Ethical principles of artificial intelligence application in public administration]. *Visnyk NADU. Seriia «Derzhavne upravlinnia» [Bulletin of NADU. "Public administration" series]*, 4(95), 93-97 [in Ukrainian].

7. Khrushch S. (2019). Metody vyiavlennia informatsiino-psykholohichnykh vplyviv v sotsialnykh merezhakh [Methods of detecting information and psychological influences in social networks]. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi [Digital platform: information technologies in the socio-cultural sphere]*, Vol 2, 1, 60-74 [in Ukrainiam].

8. Pohoretskyi M.A. (2007). *Komp'iuterna etyka* [Computer ethics]. Retrieved from http://mndc.naiau.kiev.ua [in Ukrainiam].

9. Filipova L.Ya. (2009). Komp'iuterna etyka, informatsiina etyka ta kibernetyka: sutnist ta spivvidnoshennia poniat [Computer ethics, information ethics and cybernetics: the essence and correlation of concepts]. *Dokumentoznavstvo. Bibliotekoznavstvo. Informatsiina diialnist: problemy nauky, osvity, praktyky*: materialy VI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. [Documentation studies. Library science. Information activity: problems of science, education, practice: materials of the VI International scientific and practical conference]. Kyiv [in Ukrainiam].

10. Daidzhest-poradnyk «Netuket, abo pravyla povedinky v Interneti» dlia korystuvachiv Internetu [Digest-advisor "Netuket, or rules of behavior on the Internet" for Internet users] (2011). Lviv. Retrieved from http://biblioteka.lviv.ua/wpcontent/uploads/2009/07/Netyket.pdf [in Ukrainiam].

11. Ponad 150 skorochen ta akronimiv anhliiskoiu z riznykh sfer, yaki vam varto znaty [More than 150 abbreviations and acronyms in English from various fields that you should know]. Retrieved from https://cambridge.ua/uk/blog/150-sokrashhenyj-y-akronymov-na-anglyjskom/ [in Ukrainiam].

ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПЕРСОНАЛУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

PECULIARITIES OF COMMUNICATION OF HIGHER EDUCATION STUDENTS AND SCIENTIFIC AND PEDAGOGICAL STAFF IN SOCIAL NETWORKS

Пахота Наталія,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, публічного управління і адміністрування,
Державний університет інфраструктури та технологій,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-7905-8085

Pakhota Nataliia,
PhD in Economics,
Associate Professor at the Department of Management and Public Administration,
State University of Infrastructure and Technologies,
Kyiv, Ukraine

Анотація: Здобувачі вищої освіти та викладачі активно спілкуються в соціальних мережах та месенджерах. Онлайн-спілкування стало частиною нашого життя саме тому питання цифрового етикету сьогодні дуже актуально. Насамперед це пов’язано з тим, що не всі користувачі соціальних мереж дотримуються етичних норм і правил поведінки в онлайн-просторі, а багато хто навіть не підозрюють про їх існування.

Ключові слова: здобувачі освіти, викладачі, соціальні мережі, онлайн-простір, етичні норми та етикет.

Abstract: Higher education applicants and teachers actively communicate in social networks and messengers. Online communication has become a part of our lives, which is why the issue of digital etiquette is very relevant today. First of all, this is due to the fact that not all users of social networks observe ethical norms and rules of behaviour in the online space, and many are not even aware of their existence.

Keywords: students, teachers, social media, online space, ethical standards and etiquette.

Вступ. У зв'язку з активним впровадженням мобільного зв'язоку, соціальних мереж, Інтернету, похідні від різних сучасних платформ (Google Classroom, Google Meet), а також впливу світової пандемії COVID-19, бойових дій на території України ми не уявляємо сучасний бізнес, політику, науку, освіту та особисте життя в тому числі без використання цифрових технологій. З усього переліченого освітній та науковий процес викликає підвищену увагу. Використання соціальних мереж у закладах вищої освіти є важливим з погляду розвитку концепції маркетингу, а також як розвиток інноваційних форм викладання. Сьогодні ефективність міжособистісного спілкування вимагає адаптації до нових умов віртуального простору, тому опанування навичок етики та етикету у соціальних медіа – це не

лише запорука ефективної комунікації, а й гарант професійного та особистісного зростання кожного учасника освітнього процесу [3].

Мета дослідження - опис ролі інтернет-комунікації в освітньому середовищі для розвитку професійних компетенцій майбутніх фахівців.

Огляд літератури. Проведений у статті аналіз поняттю етики та етикету у соціальних медіа базуються на наукових досягненнях вітчизняних та зарубіжних вчених, тематика, яких прямо чи опосередковано присвячена цифровому етикету, культурі онлайн-спілкування як здобувачів вищої освіти так і науково-педагогічний персонал: Ж. Андрійченко [1], Т. Махиня [5], В. Волкова [2], А. Янчук [4], А. Єрмоленко [3].

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на широке дослідження питань, що стосуються комп'ютеризації освіти, цифрового етикету та комунікацій, розробки і впровадження у навчальний процес мультимедійних технологій, все ж залишається достатньо невирішених проблем [2].У сучасному суспільстві існує багато видів і форм комунікації, з яких сьогодні найбільш популярним є спілкування через Інтернет. Люди різного віку мають можливість вільно реєструватися в соціальних мережах, спілкуватися на форумах і чатах, швидко інформувати один одного тощо. Здобувачі вищої освіти є найактивнішими користувачами Інтернету і проводять там щодня досить багато часу. Без цифрової взаємодії вже важко уявити сучасну освіту: все частіше науково-педагогічний персонал спілкується зі здобувачами вищої освіти за допомогою Viber, Telegram, Classroom, електронної пошти тощо [1]. Все це свідчить про те, що інтернет-комунікація стає важливим елементом у житті кожної людини.

Розглянемо деякі особливості, переваги та недоліки інтернет-комунікацій в закладах вищої освіти. З одного боку, електронна комунікація знімає низку комунікативних обмежень, які виникають під час звичайного спілкування. Віртуальне спілкування дозволяє швидко отримувати зворотний зв'язок, передавати

і зберігати додаткову інформацію, при цьому обидві сторони можуть читати повідомлення і відповідати на них

в зручний для себе час. Однак, це може негативно позначається на етичному аспекті. Невдале висловлювання своєї думки може створювати тексти, які порушують не тільки мовні, але й часто моральні норми. Вважаємо, що найважливішим регулятором комунікативної поведінки в Інтернеті є ввічливість, без якої дуже важко досягти взаєморозуміння між співрозмовниками як в онлайні, так і так і в реальному житті.

Ввічливість є однією з основних категорій у спілкуванні, яка містить поведінкові стратегії, що виражають доброзичливе та уважне ставлення до людини. Месенджери – це неформальне середовище, в якому особисте спілкування здійснюється за допомогою коротких текстів. Це насамперед, середовище розмовного стилю, відмінною рисою якого є емоційність. Зазвичай норми наукового або офіційно-ділового стилю тут не діють. Якщо здобувач освіти спілкується з викладачем у месенджерах, незаперечним є той факт, що писати треба чітко, грамотно та в робочі години науково-педагогічного персоналу. Але не менш важливо є дотримання принципів етики.

Досить часто здобувачі освіти розбивають свої повідомлення на частини та короткі повідомлення. Іноді повідомлення може складатися з одного речення або навіть окремих слів. Це особливість розмовного мовлення, що змушує в майбутньому викладача прокручувати довге листування в пошуках суті питання. Також під час використання функції «CapsLock» текст не сприймається, його важко читати і таке спілкування також виходить за рамки ділового етикету.

Водночас подібні можливості інтернет-простору покладають на учасників освітнього процесу набагато більшу відповідальність, ніж можна було б вважати на перший погляд. З'являється необхідність ретельніше продумувати хід бесіди, викладати свої думки просто і доступно, враховувати норми та традиції ділової

взаємодії. У свою чергу, неформальне спілкування може стати перешкодою до освоєння дисципліни або її елементів, відволікаючи від спілкування ділового та професійного [5]. Виникають суттєві проблеми у процесі комунікації, до яких можна віднести:

- відсутність меж між особистими та діловими аспектами життя;
- зайва залученість учасників спілкування в особистий простір одне одного;
- порушення традиційного стилю спілкування між викладачами та здобувачами вищої освіти;
- відсутність обліку часових рамок – можливість відправити роботу у нічний час. У практиці є випадки, коли здобувачі освіти очікують негайного отримання зворотного зв'язку.

Основні правила, яких бажано дотримуватися в процесі інтернет-комунікації здобувачів освіти та науково-педагогічного персоналу є наступними:

- представити і називати себе (ім’я та прізвище, група та дисципліна);
- намагатися дотримуватися мовних норм (правильність побудови речення, доречність, логічність тощо);
- враховувати час і можливості своїх співрозмовників;
- не використовувати «дружню» форму спілкування;
- не вступати в конфлікти і не допускати їх;
- не писати багато коротких повідомлень, а намагатися пояснити ситуацію в одному повідомленні.

Особливості спілкування викладачів та здобувачів вищої освіти в соціальних мережах представлені на рис.1.

Рис. 1 Етапи ефективних комунікацій в соціальних мережах в освітньому середовищі.

Шляхи вирішення перелічених проблем:

1. Встановлення норм та правил, тимчасових кордонів, формату та тематики спілкування зі сторони викладача;

2. Самопрезентація викладача в інтернет-просторі: популяризація цифрових технологій та соціальних мереж. Особистий приклад їх використання та підтримка позитивного інтернет-іміджу викладача;

3. Створення єдиного регламенту щодо використання цифрових технологій здобувачами освіти та викладачами: встановлення його обов'язкового характеру всім, опис алгоритмів використання.

Висновки. Інтернет та інформаційні технології міцно увійшли в освітньо-наукове життя. Інтернет-комунікація являє собою особливий вид взаємодії, що проявляється у вербальній активності, специфічному етикеті спілкування, можливості анонімно представляти свою точку зору. У процесі дослідження було виявлено позитивні та негативні сторони реалізації онлайн-комунікації між учасниками освітнього процесу. Важливим є враховувати проблеми, які присутні під час організації онлайн-спілкування та взаємодії: проблеми соціалізації, соціальних контактів, оптимальної кількості здобувачів освіти та питання культурних відмінностей.

Література

1. Andriichenko, Zh., Blyzniuk, T., & Maistrenko, O. (2021). Digital etyket ta komunikatsii: tendentsii ta vymohy sohodennia [Digital etiquette and communications: trends and requirements today]. Ekonomika ta suspilstvo [Economy and society], (34). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-24 [in Ukrainian].
2. A.B. Yermolenko (2020). Vykorystannia norm suchasnoho didzhytaletyketu yak vyklyk onlain-navchannia: zbirnyk elektronnykh navchalnykh kursiv [Using the norms of modern digital etiquette as a challenge for online learning: a collection of electronic training courses]. Bila Tserkva: BINPO, 2022. 29 p. [in Ukrainian].
3. Volkova V. A. (2016). Multymediini tekhnolohii yak odyn iz zasobiv vizualizatsii informatsii v navchalno-vykhovnomu protsesi dnz [Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh]. 50. pp. 372-377. Retrieved from :http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2016_50_50 [in Ukrainian].
4. Kultura virtualnoho spilkuvannia: metodychni porady (2014). [Upr. kultury, natsionalnostei ta relihii Khmelnyts. Oblderzhadmin]. KhOUNB im. M. Ostrovskoho. Khmelnytskyi [Khmelnytskyi Regional Universal Scientific Library named after M. Ostrovsky]. 28 p. [in Ukrainian].
5. Makhynia T. A. (2017). Transformatsiia tsinnostei uchasnykiv osvitnoho protsesu u virtualnii kulturi sotsialnykh merezh [Teoriia ta metodyka upravlinnia osvitoiu. Elektronne naukove fakhove vydannia]. 2 (20), Retrieved from http://umo.edu.ua/katalogh-vidanj/electronic-journal-the-theory-and-methods-of-educational-management-edition-2-20-2017 [in Ukrainian].

NETIQUETTE FOR DISTANCE LEARNING IN ENGLISH LESSONS

НЕТИКЕТ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Skrynyk Lina,
Senior Instructor at the Department of Legal Linguistics,
National Academy of Internal Affairs,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2794-2474

Skrynyk Myroslava,
Senior Instructor at the Department of Legal Linguistics,
National Academy of Internal Affairs,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-9891-2371

Скриник Ліна,
ст. викладач кафедри правничої лінгвістики,
Національна академія внутрішніх справ,
Київ, Україна

Скриник Мирослава,
ст. викладач кафедри правничої лінгвістики,
Національна академія внутрішніх справ,
Київ, Україна

Анотація. Дистанційне навчання на університетському рівні стає все більш поширеним, що вимагає розробки та дотримання набору правил цифрового етикету, які зазвичай називають мережевим етикетом. У цій статті досліджується важливість мережевого етикету в контексті вищої освіти на заняттях англійської мови, досліджується його вплив на якість онлайн-навчання, академічну доброчесність і залученість студентів. Спираючись на існуючі дослідження та передовий досвід, схарактеризовано особливості функціонування нетикету в мережі Інтернет серед студентів університетів, які навчаються онлайн.

Ключові слова: нетикет, мережева комунікація, Інтернет, соціальна мережа, іноземна мова.

Abstract. Distance learning at the university level is becoming more and more widespread, which requires the development and maintenance of a set of rules of digital etiquette, which is traditionally network etiquette. This article was researched the importance of online etiquette in the context of higher education on the concepts of the English language, and examined its impact on the quality of online learning, academic integrity, and student engagement. Based on existing research and best practices, the characteristics of the functioning of the Internet network among university students studying online are characterized.

Keywords: netiquette, network communication, Internet, social network, foreign language.

Introduction: The advent of online education has revolutionized the higher education landscape, providing students with unprecedented flexibility and accessibility to learning resources. However, the virtual classroom introduces unique challenges, particularly related to communication and behaviour. To foster a productive and respectful online learning environment, the concept of netiquette has emerged as a critical component of distance education.

Aim: develop a set of digital etiquette rules on the basis principles of online learning, academic integrity and student engagement in the social media cause online communication skills are really important for 21st century learners and students. Distance learning at the university level has become increasingly prevalent, necessitating the development and adherence to a set of digital etiquette rules, commonly referred to as netiquette. Today, video conferencing and virtual chat rooms are our new classroom and, we all be interacting with each other through different online programmes, through discussion prompts and video. The online classroom, just like the real classroom, should be a safe space where everyone should feel comfortable to share ideas. [1].

In a digital age where the unwritten online “rules” are constantly changing, proper “netiquette” may seem a bit mystifying. Add in the atmosphere of an online classroom,

and suddenly the proper netiquette guidelines don't seem as easy as a simple "please" and "thank you."

Literature review: Among the literature devoted to the topic of netiquette, will single out the following sources that relate specifically to the teaching of the English language. Netiquette is a set of unofficial rules for good behavior and politeness followed by users of online and digital technologies such as the Internet, email, and chatrooms. Netiquette is derived from the word "etiquette," which refers to the general rules or conventions of correct and polite behaviour in social settings and situations. It is thus the practice of exercising polite and considerate behaviour in online contexts, such as Internet discussion boards and personal email [2].

Today, the attention of researchers to issues of successful communication on the Internet is increasing. Sharon Mistretta wrote the guidelines of netiquette for all stakeholders in education and consider civility as an overarching directive that underpins our actions and attitudes in online and blended teaching and learning environments [3].

The group of researchers from the Philippines classified students of UM Panabo College on such subdivisions: freshmen, sophomore, junior and senior and on this classification established if there is a significant difference in the extent of online communication netiquette [4].

Jordan`s scientist Tahani Al-Khatib studied the corresponding responsibilities of both educators and students to raise awareness towards using technology in a balanced, safe, smart and ethical way as the shift towards the digital activities increased significantly in the post-corona time. Obtained qualitative data that were based on the everyday observation and analysis of the online education experience at the university of Jordan in the academic year 2020/2021 gave the possibility to consist more than 150 netiquette sub rules in the field of online education, and that were clustered according to digital citizenship scale and the classical core rules of netiquette. It also adds a new factor to the

bottom level of digital citizenship scale which is the primarily skills and traits, and also updates the internet and political activism factor by adding the social perspective [5].

Itithaz Jama, Mashael Alnefaie from Saudi Arabia explored Saudi undergraduate students' perceptions toward netiquette rules in professional and formal emails through their communication with their professor in spring semester 2020. The results of this research showed that the students actual practiced under stressful situations did not always follow the netiquette rules in emails with their professors [6].

Ukrainian scientists has interest on this modern way as netiquette. Nataliia Lysytsia & Yuliia Byelikova analysed cases of US universities regarding netiquette policies, as well as the results of a focus group interview with students of institutions of higher education regarding the norms and rules of behavior in the Internet space during the interaction of teachers and students in the process of distance learning [7]. Svitlana Tsymbal & Nataliia Skrypnyk emphasized on the rules of netiquette in a foreign language course as one of the ways to develop digital competence of students based on modern language material [8].

Main results. One of the main tasks in learning a foreign language is the formation of language competence, which includes intercultural communication skills. Effective communication is impossible without mastering English language etiquette. It`s obviously need to use lexical, morphological, syntactic, prosodic means of expressing politeness, special ethical linguistic formulas, which form a whole system in English language. These are, first of all, such established language formulas that are used when establishing, maintaining and terminating contact between communicants. Language etiquette itself includes, in addition to proper etiquette language formulas, also socio-linguistic symbols of the etiquette level.

We enlisted several rules that you`ll sure your online manners are up:

1 Be as polite as you are in person - Online communication comes with a level of anonymity that doesn't exist when you're talking to someone face-to-face. Sometimes this

leads people to behave rudely when they disagree with one another. Online students probably don't have the complete anonymity that comes with using a screen name, but you could still fall prey to treating someone poorly because of the distance between screens. Make a point to be kind and respectful in your comments – even if you disagree with someone [9].

2 Use proper grammar and punctuation - Always make an effort to use proper punctuation, spelling and grammar. Trying to decipher a string of misspelled words with erratic punctuation frustrates the reader and distracts from the point of your message.

3 Think through before responding - A passing comment spoken in class can be forgotten a few minutes later, but what you share in an online classroom is part of a permanent digital record.

4 Respond in a timely manner - Only unmute yourself if instructed to do so or unless you want to say something, for nothing else. If you speak in class, let others know when you are finished speaking by saying "that's all" or "I'm done, thank you!", then mute your microphone to confirm you are done.

5 Know where you are in cyberspace – Different environments require different behaviour. Comments that are acceptable on Facebook, for instance, may be considered inappropriate on a professional networking site such as LinkedIn.

Conclusions: The online community has its own set of rules that are referred to as the netiquette. There are many things that online students should keep in mind, such as tone of voice, accuracy, proper grammar, privacy, etc. Being familiar with the unwritten rules of the internet and guidelines for interacting online can prove helpful with any online communication you have.

Further research is required to study and establish the general rules of the network of the higher education institution and their clarification for various disciplines and means of online communication in the educational process (the website or other resource of the educational institution, which would indicate the basic rules of network communication,

conducting additional familiarization classes). A promising direction of research is also the creation of methodological recommendations for further professional activity in the context of teaching foreign languages.

References

1. Netiquette: The do's and don'ts of online communication: UCC Transitions In Programme. (n.d.). Ucc.instructure.com. Retrieved from https://ucc.instructure.com/courses/32077/pages/netiquette-the-dos-and-donts-of-online-communication?module_item_id=616393 (2023, September, 16)
2. Bow Valley College. (2019). LibGuides: Digital Literacy: Computer Skills, Netiquette & Internet Safety: Netiquette for Email & Social Media. Libguides.com. https://bowvalleycollege.libguides.com/c.php?g=10214&p=52001
3. Mistretta, S. (2021). The new netiquette: Choosing civility in an age of online teaching and learning. International Journal on e-Learning, 20(3), 323–345.
4. Apple L. Ponte, Quimberly M. Balaquinto, Danica Mae B. Gaerlan, Jeanilyn E. (2023), Netiquette of Online Communication of the Bachelor of Elementary Education Students in UM Panabo College Tacadena Journal of Media, Culture and Communication Vol: 03, No. 03, April-May 2023 http://journal.hmjournals.com/index.php/JMCC DOI: https://doi.org/10.55529/jmcc.33.1.5
5. Al-Khatib, T. (2023), "Netiquette rules in online learning through the lens of digital citizenship scale in the post-corona era", Journal of Information, Communication and Ethics in Society, Vol. 21 No. 2, pp. 181-201. https://doi.org/10.1108/JICES-08-2021-0089
6. Itithaz Jama, Mashael Alnefaie (2022), Exploring Undergraduate Students' Perceptions and Practices on How to Use Netiquette Rules in Creating Professional Emails. Journal of Educational and Social Research, 12(4), 278. https://doi.org/10.36941/jesr-2022-0113
7. Lysytsia, N., & Byelikova, Yu. (2022). Development of marketing of educational services based on application of netiquette principles in distance learning. Development management, 20(1), 25-34. https://doi.org/10.57111/devt.20(1).2022.25-34
8. Tsymbal, S & Skrypnyk, N. (2021). To the Issue of Netiquette in the Modern Educational Process of Institution of Higher Education in the Context of Foreign Language Teaching. Mìžnarodnij filologìčnij časopis. 12. DOI: https://doi.org/10.31548/philolog2021.04.025
9. Netiquette Guidelines Online Students Need to Know. (n.d.). Rasmussen University. Retrieved September 16, 2023, from https://www.rasmussen.edu/student-experience/college-life/netiquette-guidelines-every-online-student-needs-to-know

ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ ТА ЕТИКЕТ СОЦІАЛЬНХ МЕДІА В КРАЇНАХ ЄВРОПИ ПРИ ВИКЛАДАННІ КУРСУ «МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В ЄС»

ETHICAL STANDARTS AND ETIQUETTE OF SOCIAL MEDIA IN EUROPEAN COUNTRIES AT THE COURSE «INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE EU»

Соломенна Тетяна,
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри всесвітньої історії та міжнародних відносин,
Національний університет "Чернігівський колегіум" імені Т.Г.Шевченка,
Чернігів, Україна,
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6483-5590

Solomenna Tetiana
Ph.D. in History, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of World History and International Relations,
the National University «Chernihiv Colehium»,
Chernihiv, Ukraine

Анотація. Дослідження присвячене питанню важливості комунікації в соціальних мережах, як провідного інструменту соціокультурної адаптації людини. Вивчаються етичні стандарти роботи європейських соціальних медіа для виявлення специфіки та визначення подальших тенденцій розвитку нетикету в інформаційному просторі Європи та України.

Ключові слова: соціальні медіа, комунікація, нетикет.

Abstract. The study deals with issues of the importance of communication in social networks, as a leading tool for socio-cultural adaptation of a person. Ethical standards of the work of European social media are studied in order to identify specifics and determine further trends in the development of netiquette in the information sector of Europe and Ukraine.

Keywords: social media, communication, netiquette.

Вступ. Сьогодення посилює присутність онлайн-комунікацій в житті кожної людини. Соціальні медіа стали домінуючими платформами для отримання різноманітної інформації, державних та освітніх послуг, спілкування особистого

характеру, в спільнотах за інтересами. Через воєнну агресію РФ мільйони українських громадян вимушено покинули свої домівки, мають адаптуватися до нових умов життя – навчатися, працювати, спілкуватися та взаємодіяти, слідкувати за новинами на батьківщині. Без перебільшення основним інструментом комунікації для українців стали соціальні мережі та соціальні медіа.

Мета дослідження - вивчення етичних стандартів функціонування соціальних мереж в країнах Європи при викладанні курсу «Міжкультурна комунікація в ЄС»; визначити основні тенденції розповсюдження нетикету, його специфіку в європейському інформаційному просторі та в Україні.

Огляд літератури. Недостатньо поширений в обігу термін «нетикет» походить від англ. «network etiquette» – правила й норми спілкування, поведінки в мережі, культура інтернет-спільноти. Ще в 1994 р. побачила світ книга «Netiquette» з десятьма основними правилами спілкування в Інтернеті [5]. Ця проблематика давно цікавить дослідників в доволі різноманітних аспектах. Філологи звертаються до особливостей вербального вживання лексем в постах, стилістичних особливостей та пунктуаційного оформлення повідомлень в мережі; філософи, культурологи, фахівці з комунікацій аналізують питання контенту, позначення емоційного стану, з'ясування ефективності комунікацій серед учасників мережевого спілкування. Питанням освітнього процесу при дистанційному навчанні, особливостям взаємодії його учасників, присвячена стаття Т. Махиня [3], й також варті уваги рекомендації активізації навчання у віртуальних класах Т. Хейка, представлених платформою TeachThought [4]. Власно питанням культури спілкування в мережі, рекомендованих норм та правил поведінки, присвячена праця С. Бибика й дайджест-порадник «Netuket», які зацікавлять широкий загал користувачів інтернету [1; 2].

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжкультурна комунікація (МКК) – дисципліна, яка вивчає процес міжкультурного спілкування, умови його

реалізації, можливі ускладнення та причини комунікативних невдач. Як самостійна наукова дисципліна виникла в середині XX століття через зміцнення США, як глобального геополітичного гравця та лідера Західного світу в протистоянні з світовим комунізмом. Потреба політиків, військових, дипломатів, бізнесу зростала в необхідності нових знань про світ, про народи та особливості їхніх культур, традицій, мов. За підтримки уряду США вже в 1947 р. був організований Інститут закордонної служби (Foreign Service Institute, FSI), навчальну програму якому писали троє провідних вчених: антропологи Е. Холл, Р. Бердстелл та лінгвіст Д. Трейджер. Програма мала вирішувати цілком практичні нагальні питання: підготовка дипломатів, військових спеціалістів, волонтерів до більш ефективної діяльності за кордоном; допомоги іноземним студентам та стажерам успішніше адаптуватися в США; сприяти вирішенню міжрасових і міжетнічних конфліктів на території держави. Таке «державне замовлення» вимагало швидкого практичного результату, що обумовило появу точних інструкцій щодо правил взаємодії з представниками різних культур, етичних груп, народів.

Теоретичне ядро МКК сфокусувалося на розробці та використовуванні кроскультурних тренінгів, спрямованих на ознайомлення людей з особливостями культурних норм різних етнічних груп; особлива увага приділялася вивченню невербальног**о** аспекту комунікації, що призвело до появи проксеміки, кінесики та протолінгвістики. Ядро МКК склали теорії, які дали можливість скласти практичні інструкції для людей, які знаходяться в інокультурі. Тобто, з середини XX століття посилюються та прискорюються процеси глобалізації – кратно зростає кількість контактів та обмінів, збільшується торгівля, міжнародний туризм, міжетнічні шлюби, урізноманітнюються та стають масштабнішими міграційні потоки. Міжкультурна комунікація стає поширеною реальністю для все більшої кількості людей, які мають тісні контакти з представниками іншої – відмінної від своєї культури.

Процес засвоєння культури людиною називають енкультурацією. Культура засвоюється в процесі онтогенезу. Він поділяється на дві пов'язані складові: енкультурація та соціалізація. Соціалізація – процес двосторонній 1) постійна передача суспільством і 2) засвоєнням людиною впродовж життя соціальних норм, культурних цінностей і зразків поведінки, які дозволяють їй функціонувати в цьому суспільстві. Результат соціалізації – індивід має специфічну форму людської діяльності – культуру.

Пристосування до нової культури називається процесом акультурації. Він проявляється у зміні ціннісних установок, трансформації набору соціальних ролей, зміни ідентичності особистості. Акультурація відбувається засосами комунікації.

В процесі акультурації людина стикається з двома основними проблемами – збереження власної ідентичності і необхідності існування в новій культурі. Виділяють чотири стратегії акультурації:

1) асиміляція – людина цілком занурюється в нову культуру, втрачаючи зв’язок з власною культурою, відмовляючись від неї; / «*бажана» еміграція;*

2) сепарація – відмова від прийняття норм іншої культури і збереження власної культурної ідентифікації. В цьому випадку представники культурної меншості намагаються уникати контактів з представниками домінуючої культури, селяться окремо, утворюючи громади тощо / *вимушені біженці;*

3) маргіналізація – втрата первинної культурної ідентичності й відсутність ідентифікації з новою культурою. Так буває через втрату контакту первинної культурної групи, неможливість підтримувати власну ідентичність й небажання вливатися в нову; / *через дискримінацію приймаючої культури;*

4) інтеграція – найоптимальніша стратегія акультурації, яка передбачає входження в нову культуру без втрати власної культурної ідентичності. Це можливо через спільне бажання обох сторін до співробітництва, поваги й усвідомлення необхідності збереження унікальних рис кожної з них.

Результат – адаптація до життя в іншій культурі: залученість в нові системи соціальних і професійних зв'язків, зокрема нових систем соціальних ролей. Розрізняють два види адаптації: 1) психологічну – досягнення психологічного комфорту в новому суспільстві; 2) соціокультурну – вільна орієнтація в новій культурі та суспільстві, здатність вирішувати побутові питання, на роботі та вдома. Важливим елементом адаптації є наявність роботи, задоволеність в самореалізації та оплаті праці.

Висновки. Сучасний стан розвитку технологій перетворив соціальні медіа на потужний інструмент отримання інформації, освітніх послуг та найефективнішу платформу для дистанційної комунікації. Широка затребуваність соціальних мереж потребує більшої уваги та чіткості поведінкових правил для забезпечення власної безпеки, підтримки та розширення комунікації, адаптації до іншого культурно-інформаційного середовища. Дотримання етичних стандартів та етикет соціальних медіа – обов'язковий елемент сучасної мережевої комунікації, яка має свої особливості в інформаційному просторі країн Європи. Навчальна дисципліна «Міжкультурна комунікація в ЄС», що викладається в НУЧК імені Т.Г. Шевченка з 2018 р. дозволяє сформувати у злобувачів освіти відповідні компетентності: вміння працювати в команді, критично мислити, нести відповідальність, доводити солідарність, шукати та аналізувати інформацію, знаходити нові рішення, які відповідають вимогам сучасного інформаційного суспільства.

В ході практичних занять та тренінгової практики, що вивчають теми культурних стереотипів та упереджень, міжкультурного конфлікту, налагодження ефективної комунікації серед представників різних культурних спільнот, розглядаються питання:

- чи є актуальними питання міжкультурної комунікації для сучасного світу/Європи/ України?
- чи є болючими питання різниці культур для сучасного світу?

- які інструменти/засоби/процеси пом'якшують питання акультурації для сучасної людини?

- чи має значення вік/професія/освіта для розв'язання проблем в процесі акультурації українських громадян, які проживають зараз на території ЄС?

- яке значення мають соціальні медіа в процесі акультурації українських громадян, які перебувають за кордоном?

- як ви ставитеся до етичних норм/правил спілкування в соціальних медіа? Чи існує етикет соціальних медіа? Що ви про це знаєте?

- чи є специфіка комунікації соціальних медіа в Європі та Україні? В чому вона полягає? Чи бачите ви тренд до уніфікації цієї сфери?

Методика збору, фіксації та аналізу інформації вдосконалюється й буде застосована для поліпшення курсу з відповідними рекомендаціями та змінами до компонентів навчальної дисципліни. Цікавий досвід аналізу нетикету – комплексу норм поводження та спілкування в інтернет-спільнотах в інформаційному просторі країн Європи переконливо свідчить про зміцнення позицій соціальних медіа, як основного інструменту отримання інформації, освіти, якісної комунікації, успішного задоволення потреб психологічного комфорту та соціокультурної адаптації. Дотримання правил інформаційної гігієни, ввічливого поводження в соціальних мережах дозволяють вдосконалювати навички ефективної комунікації та просування власного бренду.

Література

1. Bybyk S.P. (2015). Netyket, abo merezhevyi etyket [Netiquette, or network etiquette]. Kultura slova The culture of the word [Word culture. The culture of the word], 82, p. 125-128. [in Ukrainian]

2. Daidzhest-poradnyk “Netuket, abo pravyla povedinky v Interneti” (z tsyklu “Bibliohrafichnyi brendbuk”) [Digest-guide "Netiquette, or rules of conduct on the Internet" (from the series "Bibliographic brand book")]. Tsentralizovana bibliotechna systema dlia ditei m. Lvova Viddil innovatsii, marketynhu ta perspektyvnykh tekhnolohii – Centralized library system for children of Lviv Department of Innovation, Marketing and Advanced Technologies. Lviv [Centralized library system for children of Lviv. Department of Innovation, Marketing and Advanced Technologies - Centralized library system for

children of Lviv Department of Innovation, Marketing and Advanced Technologies. Lviv]. Retrieved from http://biblioteka.lviv.ua/wpcontent/uploads/2009/07/Netyket.pdf [in Ukrainian]

3. Makhynia T. A. (2018). Osoblyvosti vzaiemodii uchasnykiv osvitnoho protsesu u sotsialnykh merezhakh: perevahy ta nedoliky [Features of interaction of participants of educational process in social networks: advantages and disadvantages]. Zbirnyk statei Shostoi mizhnarodnoi naukovo-metodychnoi konferentsii «Praktychna mediahramotnist: mizhnarodnyi dosvid ta ukrainski perspektyvy» Proceedings of the Sixth International Scientific and Methodological Conference "Practical Media Literacy: International Experience and Ukrainian Perspectives". Kyiv, Academy of the Ukrainian Press [Collection of articles of the Sixth International Scientific and Methodological Conference "Practical Media Literacy: International Experience and Ukrainian Perspectives". Materials of the Sixth International Scientific and Methodological Conference "Practical Media Literacy: International Experience and Ukrainian Perspectives". Kyiv, Academy of the Ukrainian Press], 211-219 [in Ukrainian]

4. Heick T. 9 Principles Of Student Engagement In A Virtual Classroom. TeachThought. (2023). www.teachthought.com. Retrieved from https://www.teachthought.com/technology/student-engagement-virtual

5. Netiquette. Techopedia. (2023). www.techopedia.com. Retrieved from https://www.techopedia.com/definition/25061/netiquette

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ У ЦИФРОВУ ДОБУ: ЕТИКЕТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

PECULIARITIES OF COMMUNICATION IN THE DIGITAL AGE: SOCIAL MEDIA ETIQUETTE

Щолокова Ганна,
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного маркетингу,
Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля»,
Дніпро, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-9396-9184

Тараненко Ірина,
Доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародного маркетингу,
Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля»,
Дніпро, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2697-786X

Hanna Shcholokova,
Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Marketing,
Higher Educational Institution "Alfred Nobel University",
Dnipro, Ukraine

Taranenko Iryna,
Dr.Sc. in Economics, Professor,
Professor of the Department of International Marketing,
Higher Educational Institution "Alfred Nobel University",
Dnipro, Ukraine

Анотація. У роботі досліджено загальні особливості спілкування у цифрову добу. Доведено важливість застосування соціальних мереж як ефективного засобу комунікації в освітньому процесі. Досліджено зміст основних правил нетикету з акцентом на проведенні аналізу специфіки здійснення процесу комунікації в соціальних мережах.

Ключові слова: цифрова доба, віртуальне спілкування, соціальні мережі, нетикет, освітній процес.

Abstract. The paper investigates the general features of communication in the digital age. The importance of using social media as an effective means of communication in the educational process is proved. The content of the basic rules of netiquette is studied with an emphasis on analysing the specifics of the communication process in social media.

Keywords: digital age, virtual communication, social media, netiquette, educational process.

Вступ. У сучасний період цифровізація все більше впливає на всі сфери життєдіяльності людини. Очевидно, що комунікація не є виключенням. Відповідно, можна впевнено говорити про швидкий розвиток комунікації у цифровому середовищі, що, у свою чергу, зумовлює необхідність становлення системи норм, що регулюють даний тип спілкування. При цьому все більше актуалізується потреба постійного розвитку наукового дискурсу нетикету, що включає у себе у т.ч. комплексне осмислення особливостей спілкування у соціальних мережах.

Метою дослідження є визначення ключових особливостей та проведення аналізу принципів нетикету на прикладі спілкування у соціальних мережах.

Огляд літератури. Актуальною та значимою тематикою дослідження для вітчизняних науковців виступає процес ефективної організації спілкування

учасників освітнього процесу в умовах дистанційного навчання, включаючи спілкування у соціальних мережах [1;2]. Окрему увагу вітчизняні дослідники приділяють аналізу правил нетикету [2]. Ще один значимий напрям в рамках наукового дискурсу нетикету – його мовленнєві аспекти [1].

Виклад основного матеріалу дослідження. Спілкування в мережі Інтернет наразі є повсякденною об'єктивною реальністю сучасної людини. Як і будь-яке інше явище воно має свої переваги та недоліки. Якщо говорити про переваги, то слід зазначити перш за все майже повне зникнення кордонів для спілкування – як особистого, так і ділового. Важливе значення має й те, що віртуальна комунікація усуває кордони не тільки для спілкування у вузькому розумінні, але для навчання (у т.ч. йдеться про неформальну та інформальну освіту), працевлаштування, пошуку однодумців, популяризації власних ідей та взагалі для самовдосконалення. При цьому слід окремо наголосити на тому, що цифрова комунікація виступає в якості важливого чинника реалізації свого потенціалу людьми з особливими потребами [1]. На нашу думку, узагальнено головну перевагу спілкування у мережі Інтернет можливо сформулювати як значне розширення можливостей для особистості здійснювати власну самопрезентацію у широкому сенсі цього слова.

Якщо говорити про недоліки або ризики віртуальної комунікації, то, на нашу думку, слід перш за все наголосити на проблемі безпеки у цифровому просторі. Окрім цього можна говорити про те, що, у випадку, наприклад, суто письмової комунікації у соціальних мережах повністю втрачається невербальний складник людського спілкування, котрий, як відомо, несе на собі значне навантаження, не тільки збагачуючи сам процес комунікації, а надаючи можливість відправнику повідомлення його належним чином закодувати, а, відповідно, отримувачу повідомлення адекватно його розкодувати. Цікаво, що учасники віртуальної комунікації намагаються знайти цифрові аналоги невербальної компоненти

спілкування – емодзі, стікери, використання верхнього регістра для надання повідомленню підвищеної емоційності тощо.

Соціальні мережі є невід'ємним та важливим каналом спілкування у цифровому просторі, який має свої особливі характеристики. Вважається, що справді популярними соцмережі стали, починаючи з середини 90-х років XX ст., коли було створено одну з перших (у сучасному розумінні) соціальну мережу – Classmates.com [2].

Сьогодні значний дидактичний потенціал має використання соціальних мереж в освітньому процесі. Йдеться про зміну ставлення до соціальних мереж як насамперед до розважального-комунікативного засобу комунікації. Адже іманентні характеристики соціальних мереж [1] відкривають широкі можливості для оптимізації освітнього процесу в сучасних умовах. Йдеться насамперед про дистанційне або змішане навчання. Проте не менш значний потенціал мають соціальні мережі й для інноваційного проведення аудиторних занять або здійснення студентами самостійної роботи. Наприклад, зручність, доступність та високий рівень інформативності соцмереж мотивує здобувачів вищої освіти до їх використання, наприклад, при виконанні індивідуального завдання. Специфіка таких індивідуальних завдань буде залежати від дисципліни, в рамках якої вони виконуються, але головним є те, що подібні завдання є цікавими для студентів.

Окремо слід зупинитися на тому, що соціальні мережі виступають потужним та ефективним каналом комунікації між учасниками освітнього процесу [2]. Йдеться насамперед про технічні можливості оперативного інформування, наприклад, студентів щодо організаційних питань або надання їм змістовної інформації щодо дисципліни, яка викладається. Також соціальні мережі – це ефективний канал інформування студентів про цікаві події в науковій, освітній та інших сферах, які можуть стосуватися як безпосередньо процесу вивчення того чи іншого курсу, так й їх особистого та професійного розвитку (самоосвіта, інформація

щодо заходів, які проводять роботодавці, тощо),

Очевидно, що комунікація у цифровому просторі – це цікавий, корисний та водночас складний процес, який потребує наявності правил, що регулюють дане спілкування. Нетикет, або етикет спілкування у мережі Інтернет, відіграє значну роль у цьому.

Отже, нетикет представляє собою різновид етикету, виникнення якого обумовлено технологічним розвитком суспільства. Початок становлення нетикету припадає на середину 90-х років XX ст. Знов-таки, нетикет як система правил є динамічною (тобто постійно розвивається), адже й саме спілкування в цифровому середовищі постійно еволюціонує, що зумовлюється у т.ч. технологічними інноваціями.

Говорячи про нетикет, найчастіше виокремлюють такі його основні групи категорії: психологічні (емоційні), технічні, адміністративні. В якості прикладу першої категорії можна навести феномен звертань, наприклад, в процесі комунікації в певній соціальній мережі. Щодо другої групи категорій нетикету, то йдеться про, наприклад, форматування, припустимість використання суто великих літер тощо. І, нарешті, існує третя група: йдеться, наприклад, про правила цитування, припустимість реклами тощо.

Якщо аналізувати безпосередньо правила етикету віртуального спілкування, зокрема в соціальних мережах, то слід зазначити, що основних правил виокремлюють не так багато, проте в контексті цього необхідно зауважити, що це скоріше своєрідна філософія комунікації у цифровому просторі, а не конкретний порадник на всі можливі випадки. Проте дотримання цих основних правил формує простір для ефективної комунікації зокрема у соціальних мережах, що й виступає одним із ключових завдань нетикету.

Отже, перше правило нетикету полягає у тому, що ми повинні постійно пам’ятати про те, що наш співрозмовник – це людина із своїми потребами, із своїм

характером тощо, тобто унікальна особистість, до якої ми маємо ставитися із повагою. Адже, якщо ми говоримо про, наприклад, виключно письмову комунікацію, то бачимо перед собою не співрозмовника, а екран нашого гаджета. Відповідно, це може ускладнювати процес комунікації.

Друге правило логічно витікає із першого. І, на нашу думку, це ключове правило серед тих десяти, що ми аналізуємо. Мова ведеться про необхідність дотримання у віртуальному спілкування стандартів комунікації, аналогічних тим, що ми використовуємо у реальній (а не віртуальній) взаємодії з іншими людьми. Принципи поваги до партнера по спілкуванню та самоповаги працюють завжди, у будь якому просторі – цифровому чи фізичному.

Водночас, використовуючи загальноприйняті універсальні правила людської комунікації (що є базовим для спілкування у будь-якому форматі), треба намагатися й враховувати особливості цифрового середовища, щоб зробити комунікацію максимально ефективною. Це третє правило.

У наступному (четвертому) правилі йдеться знову про повагу до нашого віртуального співрозмовника – в контексті поваги до його / її часу та можливостей. Наприклад, не варто забирати час у людини, інформуючи її про те, що не має до неї жодного стосунку, не є цікавим тощо. Або якщо йдеться, наприклад, про прикріплення файлу великого розміру за відсутності нагальної потреби у цьому, адже його завантаження у віртуального співрозмовника може зайняти багато часу або викликати технічні незручності.

Цікавий та важливий аспект, який розкривається у наступному (п’ятому) правилі, – необхідність підтримання власного іміджу, адже цифрова поведінка людини – невід’ємна компонента її образа в очах інших людей. Відповідно, чим більшою мірою у сучасному суспільстві інтенсифікується віртуальне спілкування, зокрема у соціальних мережах, тим більш значимими стають особливості нашого спілкування, власного позиціонування в мережі Інтернет в контексті формування

особистого та професійного іміджу.

Шосте та сьоме правила спілкування у цифровому просторі цілком корелюються із традиційним (офлайн) спілкуванням – взаємодопомога учасників комунікаційного процесу та недопущення конфліктів.

Восьме правило – необхідність поважати право на приватне листування. Дев'яте – суворе дотримання авторського права.

Десяте правило пов'язано із тим, що вище ми визначили в якості головного недоліку / ризику віртуальної комунікації, – цифровою небезпекою. Відповідно, піклування про власну безпеку у віртуальному просторі набуває першочергового значення [2].

Висновки. Отже, підводячи підсумки, слід вказати на першочергову значимість дотримання правил нетикету в процесі спілкування у соціальних мережах. Існують правила поведінки у цифровому середовищі, більшість з яких повною мірою корелюється із нормами комунікації у традиційному (офлайн) просторі, проте й є правила, що стосуються врахування специфіки віртуального спілкування. Дотримання цих правил є важливим, адже це впливає на ефективність здійснення комунікації у цифровому просторі, зокрема під час освітнього процесу із застосуванням соціальних мереж.

Література

1. Horbach, N. V., Zhalko, T. Y. (2023). Osoblyvosti virtualnoho spilkuvannia suchasnykh pedahohiv [Features of virtual communication of modern teachers]. *Akademichni studii. Seriia «Humanitarni nauky»* [Academic studies. Series "Humanities"], 1, 16–22 [in Ukrainian].

2. Makhynia, T. A. (2018). Osoblyvosti vzaiemodii uchasnykiv osvitnoho protsesu u sotsialnykh merezhakh: perevahy ta nedoliky [Peculiarities of interaction between participants of the educational process in social media: advantages and disadvantages]. *Praktychna mediahramotnist: mizhnarodnyi dosvid ta ukrainski perspektyvy* [Practical media literacy: international experience and Ukrainian perspectives] : zbirnyk statei Shostoi mizhnarodnoi naukovo-metodychnoi konferentsii [collection of articles of the Sixth international scientific and methodological conference]. Kyiv : Tsentr Vilnoi Presy, Akademiia ukrainskoi presy [Kyiv: Free Press Center, Academy of the Ukrainian Press], 211–219. Retrieved from http://surl.li/ladcp [in Ukrainian] (2023, September, 08)

VI. ІННОВАЦІЙНА ПРАКТИКА ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ: КЕЙСИ, УСПІШНИЙ ДОСВІД, ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ

ПРОСУВАННЯ ЦІННОСТЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ КОМУНІКАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НА РІЗНИХ РІВНЯХ: ВИКЛАДАЧ, КАФЕДРА, УНІВЕРСИТЕТ (ДОСВІД НАЦІОНАЛЬНОГО ЮРИДИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО)

PROMOTING THE VALUES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT THROUGH COMMUNICATIONS IN SOCIAL NETWORKS AT DIFFERENT LEVELS: TEACHER, DEPARTMENT, UNIVERSITY (EXPERIENCE OF THE YAROSLAV MUDRYI NATIONAL LAW UNIVERSITY)

Володіна Оксана,
кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри кримінально-правової політики,
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого,
Харків, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-3211-0303

Курман Тетяна,
доктор юридичних наук, професор,
завідувачка кафедри земельного та аграрного права,
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого,
Харків, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-0632-2487

Туєва Оксана,
кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри земельного та аграрного права,
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого,
Харків, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-0474-4034

Volodina Oksana,
PhD in Law, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Criminal Law Policy,
Yaroslav Mudryi National Law University,
Kharkiv, Ukraine

Kurman Tetiana,
Doctor of Law, professor,
Head of the Department of Land and Agrarian Law,
Yaroslav Mudryi National Law University,
Kharkiv, Ukraine

Tuieva Oksana,
PhD in Law, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Land and Agrarian Law,
Yaroslav Mudryi National Law University,
Kharkiv, Ukraine

Анотація. Через соціальні мережі відбувається професійна комунікація, презентація навчальних програм і наукових досліджень, профорієнтаційні заходи та просування світових цінностей сталого розвитку. Обґрунтовано, що просування вказаних цінностей через комунікації у соціальних мережах на різних рівнях: університет, кафедра, викладач, студент на сьогодні є актуальним завданням вищої юридичної освіти в Україні й одночасно важливим інструментом забезпечення реалізації Глобальних цілей сталого розвитку.

Ключові слова: сталий розвиток, соціальні мережі, цифровізація, вища юридична освіта, цілі сталого розвитку, інклюзивність, освіта протягом життя.

Abstract. Social media are used for professional communication, presentation of curricula and research, career guidance, and promotion of global values of sustainable development. The study substantiates that the promoting these values through social media communications at different levels: university, department, lecturer, student is currently an urgent task of higher legal education in Ukraine and at the same time an important tool for ensuring the implementation of the Global Sustainable Development Goals.

Keywords: sustainable development, social media, digitalization, higher legal education, sustainable development goals, inclusiveness, lifelong learning.

Вступ. Розвиток технологічного прогресу й, зокрема, цифрових технологій істотно покращили спілкування та обмін інформацією в режимі онлайн. Протягом

останнього десятиріччя Інтернет заполонив всі сфери сучасного життя й став важливою основою інформаційного суспільства. Особливої актуалізації і поширення це явище набуло під час пандемії Covid-19 та в умовах повномасштабної війни в Україні.

Цифровізація сприяє переходу в онлайн-середовище більшості сфер людської діяльності. Не є виключенням і вища освіта. Саме через соціальні інтернет мережі відбувається професійна комунікація, презентація навчальних програм та наукових досліджень, профорієнтаційні заходи, а також просування світових цінностей сталого розвитку.

Мета дослідження - вивчення досвіду просування цілей сталого розвитку через комунікації у соціальних мережах на різних рівнях: університет, кафедра, викладач, на прикладі національних закладів вищої юридичної освіти.

Огляд літератури. В умовах глобалізації і цифровізації концепція сталого розвитку стає однією з ключових засад розвитку цивілізації. Перехід світової університетської спільноти до реалізації принципів сталого розвитку було започатковано у 1987 році доповіддю голови Всесвітньої комісії з довкілля та розвитку Гро Гарлем Брундтланд «Наше спільне майбутнє». З цього моменту на порядку денному вищої освіти стоїть завдання забезпечення розуміння студентами і випускниками цілей сталого розвитку та їхньої ролі у реалізації останніх, адже саме навчальні заклади формують рівень освіти та культури майбутніх фахівців.

Зацікавленість університетів питаннями збереження економічного, екологічного та соціального балансу на світовому рівні виявляється у створенні таких організацій, як Асоціація просування ідей сталого розвитку (США) (AASHE), яка розробила програму STARS (The Sustainability Tracking, Assessment & Rating System™) для закладів вищої освіти США, Канади та інших країн, Партнерство вищої освіти для сталого розвитку (Великобританія) (Higher Education Partnership for Sustainability (HEPS)), а також «Дослідна мережа сталого розвитку» (Sustainable

Development Research Network (SDRN)), які стимулюють впровадження результатів наукових досліджень у галузі сталого розвитку в політику та стратегію закладів освіти. Сьогодні активно реалізується ініціатива ООН «Взаємодія з академічними колами», яка опікується питаннями доступу до освіти та сталого розвитку в цій сфері [1, с. 78-79].

Освіту як важливий інструмент і основу досягнення цілей сталого розвитку визначено у нових пріоритетах розвитку, відображених у Постанові Генеральної асамблеї ООН «Освіта для сталого розвитку в рамках Порядку денного сталого розвитку до 2030 року» (2017 р.) [2]. При цьому освіта має включати всі рівні та складові класичного навчання. Освіта для сталого розвитку визначається як «процес, який триває протягом усього життя та виходить за межі формальної освіти» [3, с. 43, 52-53]. В Порядку денному на XXI ст. проголошено обов'язок забезпечити якісну інклюзивну та рівноправну освіту на всіх рівнях, включаючи вищу, можливість здобувати освіту протягом усього життя, прагнення створити сприятливе освітнє середовище для повної реалізації прав і можливостей здобувачів освіти, що в подальшому допоможе країнам скористатися демографічним дивідендом.

Завдання просування цінностей сталого розвитку у сфері вищої освіти знаходить своє закріплення й у Стратегії розвитку вищої освіти України на 2021-2031 роки, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 лютого 2022 р. [3]. На цій основі в Україні актуалізується напрямок модернізації існуючих та створення навчальних закладів нового типу, які б базувалися на впровадженні концепції сталого розвитку і просували її найбільш ефективним на сьогодні способом – через соціальні мережі. Адже, соціальні мережі на сьогодні значно сприяють, по-перше, підвищенню обізнаності про цінності сталого розвитку, а по-друге, - формуванню зв'язків та налагодженню комунікації між університетами, кафедрами, викладачами, громадянським суспільством, освітніми закладами,

студентами, абітурієнтами, їх батьками тощо.

Виклад основного матеріалу. Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого широко використовує можливості і тренди соціальних інтернет мереж як дієвий і необхідний засіб впровадження цінностей сталого розвитку у вищу юридичну освіту, у процес підготовки здобувачів такої освіти. Зокрема, НЮУ імені Ярослава Мудрого має:

1) зручний у користуванні сайт Університету https://nlu.edu.ua , де кожен може ознайомитися з його структурою, факультетами та кафедрами, Статутом, Правилами академічної доброчесності та іншими локальними актами, порядком і правилами вступу до бакалаврату, магістратури чи аспірантури, контактами всіх підрозділів, актуальною інформацією про різноманітні наукові і профорієнтаційні заходи, новинами та оголошеннями та багато іншого. Сайт має україномовну й англомовну версії.

2) сторінки у соціальних мережах: Facebook - https://www.facebook.com/ nlu.official (15 тис. підписників), Telegram https://t.me/NLU1804official/11 (майже 6 тис. підприсників), Instagram - https://www.instagram.com/ nlu_official (14,1 тис.підписників), Google maps, Linkedin, Twitter.

Кожна зі вказаних соціальних мереж має свій контент, орієнтована на певну цільову аудиторію й сприяє покращанню як внутрішньої комунікації університету з факультетами, викладачами, студентами, батьками, так і зовнішньої – з колишніми випускниками, іншими вищими навчальними закладами, органами державної влади та місцевого самоврядування тощо. Отже, знаходить реалізацію ще одна ключова роль, яку відіграють соціальні мережі, - це сприяти формуванню зв’язків між викладачами, громадянським суспільством, освітніми закладами та студентами (читачами).

3) YouTube канал - https://www.youtube.com/@nlu.official. Тут розміщено відеоролики вступної кампанії, «розпаковка» окремих факультетів, лекції для

майбутніх вступників з підготовки до ЗНО і НМТ з історії та української мови, відповіді на актуальні питання юридичної практики від провідних викладачів університету та ін.;

4) окремо університетом створено сайт щорічного Харківського Міжнародного юридичного форуму - https://legalforum.nlu.edu.ua. Проведення форуму започатковано у 2017 році. З того часу він став відкритою міжнародною платформою для обговорення найбільш актуальних для світової юридичної спільноти проблем. Місія форуму: залучення провідних фахівців та експертів з різних країн до прозорого і відкритого діалогу з метою вироблення спільних підходів до вирішення актуальних юридичних проблем в контексті глобалізації та усунення правових бар'єрів світового сталого розвитку. Серед завдань форуму - постійна взаємодія академічної спільноти, громадських об'єднань, бізнесу та влади з найбільш актуальних питань юридичної науки та практики в умовах глобалізаційних викликів. Щорічно у форумі беруть участь представники понад 50 держав;

5) на базі Науково-освітнього центру професійного розвитку НЮУ створено освітню платформу для підвищення кваліфікації і забезпечення професійного розвитку як викладачів університету, так і сторонніх слухачів з метою просування цінностей сталого розвитку, а саме реалізації принципу «освіта протягом життя» - https://atc.org.ua/ . Навчання в рамках програм підвищення кваліфікації відбувається у дистанційному режимі, з відео лекціями, виконанням завдань, онлайн тестуванням. Це забезпечує зручність і можливість поєднання такого навчання з роботою та іншою професійною діяльністю.

6) Слід зазначити, що кожен структурний підрозділ університету, приміром, факультети (прокуратури; приватного права та підприємництва; слідчої та детективної діяльності; юстиції; міжнародно-правовий; адвокатури) мають власні сторінки у соціальних мережах (Facebook, Instagram). Мережа Telegram

активно використовується для створення чатів окремих курсів, груп, комітетів студентського самоврядування тощо.

Сторінки у соцмережах активно використовують й окремі кафедри. Так, кафедрою земельного та аграрного права університету створено сторінки у Фейсбуці та Інстаграм, кафедральний Телеграм канал (Land&Agrarian Law, що на сьогодні об'єднує понад 780 підписників). Окремий сайт присвячено сертифікатній програмі «Юрист в агробізнесі», що щорічно проводиться кафедрою з 2019 року й користується значним попитом серед практикуючих юристів.

7) Входження користувача до професійної спільноти і професійної соціальної мережі варто розцінювати як ознаку високого рівня його кваліфікації та кар'єрної спроможності. Саме тому важливим для кожного викладача стає формування власного позитивного іміджу. Соціальні мережі виступають надійним засобом професійного позиціонування викладача. Комунікаційно-цифрові компетентності викладача розширюють його можливості у підвищенні власного авторитету. Майже всі викладачі університету представлені у соцмережах, деякі з них обирають варіант змішаного контенту, коли одна сторінка містить як особисту, так і професійну інформацію. Контент, який викладач розміщує в Інтернет, формує не лише його власну репутацію, а й впливає на сприйняття навчального закладу, який він уособлює. Слід зауважити, що робота викладача не обмежується лише здатністю передавати знання та формувати уміння й навички студента, вона передбачає й наявність високих моральних якостей, здатність до самокритичного і креативного мислення, постійного вдосконалення та розвитку індивідуальності.

Висновки. У сучасних умовах університети – це не просто заклади вищої освіти, це «місток» між наукою і практикою, між студентами і викладачами, між освітянами і громадами, між громадянським суспільством і державою тощо. Тож просування цінностей сталого розвитку через комунікації у соціальних мережах на різних рівнях: університет, кафедра, викладач, студент на сьогодні є актуальним

завданням вищої юридичної освіти в Україні й одночасно важливим інструментом забезпечення реалізації Глобальних цілей сталого розвитку.

Література

1. Fedotova I., Dmytrieva O. Stvorennya navchal′no-naukovo-vyrobnychoho kompleksu novoho typu v konteksti kontseptsiyi staloho rozvytku [Creation of a new type of educational-scientific-production complex in the context of the concept of sustainable development]. International Science Journal of Management, Economics & Finance. Vol. 2, № 2, 2023, p. 76-92. doi:10.46299/j.isjmef.20230202.09. Retrieved from https://isg-journal.com/fileasxs/article/isjmef/vol2/issue2/j.isjmef.20230202.09.pdf [In Ukrainian].

2. UN General Assembly. 2nd Committee (2017). Education for sustainable development in the framework of the 2030 Agenda for Sustainable Development: draft resolution, submitted by the Vice-Chair of the Committee, Kimberly Louis (Saint Lucia), on the basis of informal consultations on draft resolution A/C.2/72/L.24. Retrieved from https://digitallibrary.un.org/record/1318978.

3. Vysotska, O. (2012). Vyperedzhayucha osvita dlya staloho rozvytku: metodolohiya, metodyka, tekhnolohiyi: navchal′no-metodychnyy posibnyk [Anticipatory education for sustainable development: methodology, techniques, technologies: educational and methodological manual]. Dnipropetrovsk:: Aktsent PP [Dnipro:: Accent PP], 2012. 292 p. [In Ukrainian].

4. Stratehiya rozvytku vyshchoyi osvity Ukrayiny na 2021-2031 roky skhvalena rozporyadzhennyam Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 23 lyutoho 2022 r. [The strategy for the development of higher education of Ukraine for 2021-2031 approved by the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated February 23, 2022.]. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text [In Ukrainian].

ОСВІТНІ ПРОДУКТИ «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬСЬКОГО КАМПУСУ» ДЛЯ РОЗВИТКУ М'ЯКИХ НАВИЧОК ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ

EDUCATIONAL PRODUCTS OF "MEDIA&TEACHER CAMPUS" FOR THE DEVELOPMENT OF SOFT SKILLS OF INFOMEDIA LITERACY

Грона Наталія,
доктор педагогічних наук, доцент,
Комунальний заклад «Прилуцький гуманітарно-педагогічний
фаховий коледж імені Івана Франка» Чернігівської обласної ради,
Прилуки, Україна;
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка,
Чернігів, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2578-2865

Семеног Олена,
завідувач кафедри української мови і літератури,
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка,
Суми, Україна
ORCID ID:http://orcid.org/0000-0002-8697-8602

Hrona Nataliia,
Doctor of Pedagogical Sciences,
Teacher of Higher Category, Teacher-methodologist, Chairman of the Cycle Commission of Teachers of the Ukrainian language and literature,
Franko Pryluky Humanitarian and Pedagogical College,
Pryluky, Ukraine

Semenog Olena,
Chair of the Department of Ukrainian Language,
Makarenko Sumy State Pedagogical University,
Sumy, Ukraine

Анотація. Схарактеризовано освітні продукти платформи «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус» для розвитку м'яких навичок інфомедійної грамотності майбутніх учителів української мови і літератури, майбутніх учителів початкової школи. Застосування онлайн-платформи сприяє дієвій співпраці й адаптації здобувачів освіти до умов дистанційного та змішаного навчання, формуванню в них м'яких навичок медіаграмотності.

Ключові слова «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус», «Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності», Український мовно-інформаційний фонд Національної академії наук України, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Abstract. The article reviews the creation and use of the Virtual Lexicographic Laboratory "Multimedia Dictionary of Infomedia Literacy" as a means of raising the level of media culture. The platform was developed by the educational and research center "MEDIA & TEACHER'S CAMPS" of the A.S. Makarenko SumDPU and UMIF of the National Academy of Sciences of Ukraine within the scope of the IREX grant. The technical features of the Virtual Lexicographic Laboratory "Multimedia Dictionary of Infomedia Literacy" as a component of the platform are characterized

Keywords: "MEDIA&TEACHER Campus", platform "Transdisciplinary cluster "MEDIA&CAPSULES", "Multimedia Dictionary of Infomedia Literacy", Ukrainian Language and Information Foundation of the National Academy of Sciences of Ukraine, Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko

Вступ. Соціальні комунікації фахівці відносять до найбільш важливих складників громадянського суспільства. У 2022 – 2023 рр. соціальні мережі, соціальні медіа стали потужним інструментом узаємодії. Серед найбільш поширених соціальних каналів, який використовують активні користувачі Facebook. У 2018-2020 рр. ця мережа стимулювала знайомство представників Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка та КЗ «Прилуцький гуманітарно-педагогічний фаховий коледж імені Івана Франка» Чернігівської обласної ради з метою партнерської взаємодії філологічних кафедр педагогічних університетів України, закладів, які здійснюють підготовку майбутніх журналістів, та закладів загальної середньої освіти, і виконати низку проєктів, зокрема з медіаграмотності.

У межах гранту «Learn to Discern in Schools − National Rollout/ Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» IREX (2021-2022 рр.) кафедра української мови і літератури Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка спільно з фахівцями Українського мовно-інформаційного фонду Національної академії наук України, циклової комісії викладачів української мови і літератури КЗ «Прилуцький гуманітарно-педагогічний фаховий коледж імені Івана Франка» Чернігівської обласної ради розробила мовно-інформаційну платформу «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус». Набутий досвід роботи і маємо намір описати в дослідженні.

Огляд літератури. Серед життєвих навичок майбутніх учителів у Плані відновлення України [4] акцентовано увагу на навичках інфомедійної та цифрової грамотності: уміннях раціонально споживати медіаконтент, критично сприймати

інформацію, відрізняти факти від суджень, ідентифікувати емоційний вплив медіа, виявляти маніпулятивний контент, фейки, володіти прийомами комунікативної взаємодії. У працях ініціаторів платформи «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус» окреслено типологію електронних освітніх ресурсів з медіаосвіти [2]; схарактеризовано цифрові розробки УМІФ НАН України [6 -9], описано шляхи формування медіаосвітніх умінь майбутнього вчителя [12].

Мета дослідження – охарактеризувати освітні продукти платформи «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус» для розвитку м'яких навичок інфомедійної грамотності майбутніх учителів української мови і літератури, майбутніх учителів початкової школи.

Виклад основного матеріалу. Ключовим для реалізації діяльності «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬського кампусу» обрано характеристику маркерів інфомедійної грамотності, яку пропонує проєкт «Learn to Discern in Schools − National Rollout/ Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» IREX: медіаграмотність, критичне мислення, інформаційна грамотність, цифрова безпека, соціальна толерантність, стійкість до впливів, фактчекінг, візуальна грамотність.

У публікації авторів [2] до складників маркерів інфомедійної грамотності віднесено:

- медіаграмотність (уміння визначати жанри журналістських повідомлень); критичне мислення (уміння ставити питання, обґрунтовувати власну позицію, оцінювати й інтерпретувати події);
- соціальну толерантність (уміння ідентифікувати та протидіяти мові ворожнечі тощо);
- стійкість до впливів, фактчекінг (уміння ідентифікувати прояви пропаганди, ботів і тролів, фейки й інструменти маніпуляції, вплив медіа на наші емоції);
- інформаційну грамотність (уміння ефективно здійснювати пошук

інформації, досліджувати джерела, у т.ч. першоджерела, відрізняти факти від суджень, систематизувати інформацію, припускати й оцінювати альтернативи);

- цифрову безпеку (менеджмент приватності, розуміння цифрового сліду, навички особистої кібербезпеки та безпечної комунікації);

- візуальну грамотність (уміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку, уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам).

За результатами експертної оцінки, яку застосувала команда проєкту «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус», з'ясовано, що на розвиток інфомедійної грамотності користувачів значною мірою впливають освітні платформи Академії української преси» (http://www.aup.com.ua), IREX, а також текстові ресурси, у т.ч. онлайн-словники.

У межах гранту IREX ініціатори проєкту«МЕДІА&ВЧИТЕЛЬського кампусу» спроєктували WEB-портал «Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності» [3; 5; 9].

Серед укладачів продукту - науковці Українського мовно-інформаційного фонду Національної академії наук України. Це головна організація Національної словникової бази України [6].

Мета віртуальної лексикографічної лабораторії - надати відомості про актуальні поняття інфомедійної грамотності, виконувати функції практичного тренажера для вирішення прикладних завдань, зокрема створення медіаконтенту, навчання, підвищення рівня медіакультури.

Для дослідження обрано понад двісті термінів (*булінг, відеоблог, гаджет, медіабезпека, медіависловлювання, онлайн-шахрайство, цифрова безпека, цифровий слід, факт, фейк, троль, чат-бот та ін*.), подано їхні визначення, переклад і тлумачення англійською мовою, мультимедіа (аудіо-, відеоконтент) для забезпечення мультимедійної візуалізації інформації. Словникова стаття,

наприклад, до слова *піар* побудована так: українською, англійською мовою та відеоролик відповідно до тлумачення (рис.1).

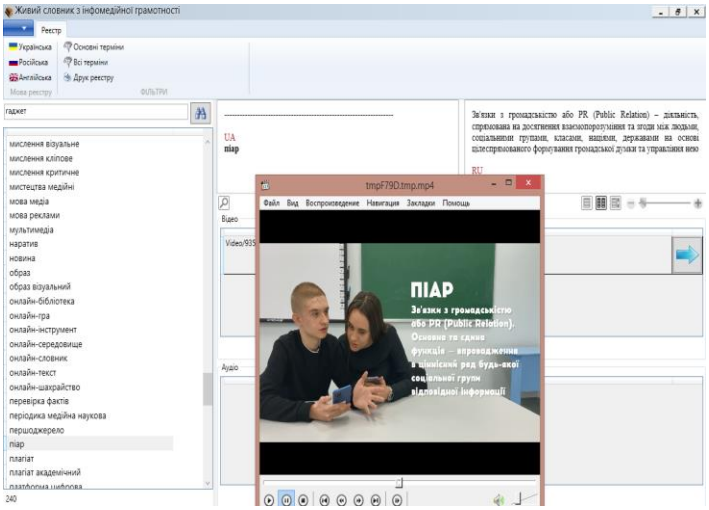

Рис. 1. Лексема «піар»: тлумачення.

WEB-портал створено на основі програмних продуктів, що мають Свідоцтво про авторське право «Комп'ютерна програма «Когнітивна ІТ платформа ПОЛІЕДР» № 96078 від 17.02.2020 р. (Надутенко М. В (співавтор «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬського кампусу», Стрижак О. Є. та ін.) та розміщено у відкритому доступі на ресурсах УМІФ НАН України (https://lcorp.ulif.org.ua/).

Цифровий продукт апробований у навчально-дослідницькій діяльності майбутніх учителів Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка, КЗ «Прилуцький гуманітарно-педагогічний фаховий коледж імені Івана Франка» з метою розвитку життєво важливих навичок студентської молоді і вмінь критично сприймати інформацію, відрізняти факти від суджень, ідентифікувати емоційний вплив медіа, виявляти маніпулятивний контент, фейки, володіти прийомами комунікативної взаємодії.

Учасники гранту розробили «Трансдисциплінарний кластер «МЕДІА&КАПСУЛИ» (рис. 2). Медіапродукт який містить мультимедійну

візуальну інформацію з інфомедійним компонентом (капсули), семантично пов'язаних контекстів їхніх описів між розподіленими трансдисциплінарними інформаційними ресурсами (системами, електронними словниками, посібниками, відеоматеріалами, таблицями, картами, конспектами уроків, вправами тощо).

Рис. 2. «Трансдисциплінарний кластер «МЕДІА&КАПСУЛИ»

Кожна «МЕДІА&КАПСУЛА» - «Медіаграмотність», «Критичне мислення», «Соціальна толерантність», «Стійкість до впливів, фактчекінг», «Інформаційна грамотність», «Цифрова безпека», «Візуальна грамотність», «Інноваційність, розвиток креативності», «Якісний медіатекст: зміст, методика створення, редагування» охоплює такі складники: назву, розробника, мету вивчення, постановку проблеми; теоретичний блок (монографії, статті, презентації виступів, лінки на новини, відео та ін.); терміни, які внесено у «Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності»; практичний блок (вправи, завдання для гурткової роботи з метою формування м'яких навичок інфомедійної грамотності у здобувачів вищої освіти. Про те, як наповнюють капсули, студенти Прилуцького коледжу розповіли ТК "Прилуки" http://surl.li/kvbvl.

Проєктна діяльність стала для закладів освіти інструментом, який розвиває пріоритетні відносини довгострокового партнерства. Успішна співпраця викладачів і студентів закладів вищої освіти України, зокрема, «Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка, КЗ «Прилуцький гуманітарно-педагогічний фаховий коледж імені Івана Франка» Чернігівської обласної ради сприяла появі нових інструментів для мобілізації необхідних медіаресурсів, організації дослідницького процесу, досягнення позитивних результатів та створення умов для переходу до іншого проєкту – І Хакатону «Лабіринти медіаграмотності, або розв'язуємо вузлик інформаційної війни: історія, культура, традиції від минулого до сьогодення» (керівник гранту – М.Ячменик). Грант реалізували упродовж липня-серпня 2023 року. https://medialiteracy.org.ua/miniproyekt-hakaton-labirynty-mediagramotnosti-tryvaye/

Учасники навчалися ефективно протистояти зовнішній інформаційній агресії та ворожої пропаганди, відтак набуває актуальності медіаграмотність як суспільно важлива особистісна характеристика молоді, яка через кілька років стане важливим рушієм розвитку суспільства. Хакатон став ефективною формою побудови безпеки суспільства через поєднання теорії і практики на прикладах дослідження фейків, дезінформації, руйнування стійких наративів шляхом мандрівки сторінками української історії, літератури, культури, мови від минулого до сьогодення.

Упродовж 14-21 червня 2023 року для здобувачів вищої освіти зі спеціальності Середня освіта. Українська мова і література на базі СумДПУ імені А.С. Макаренка працювала 1 усеукраїнська літня школа з міжнародною участю «Навчання української мови у старшій школі в контексті пріоритетних компетентностей». https://sspu.edu.ua/news/useukrajinska-movno-metodichna-litnya-shkola-z-mizhnarodnoyu-uchastyu-na-bazi-sumdpu-zavershila-svoyu-robotu

Мета роботи літньої школи – формування мовно-комунікативної, предметно-методичної, інформаційно-цифрової компетентності, компетентності педагогічного

партнерства у студентів-філологів, їх професійного орієнтування на професію вчителя української мови і літератури, професійного самовизначення в умовах відновлення та розвитку економіки України.

З-поміж тем, які розглядали на майстер-класах: Українська мова в закладах освіти: оновлення змісту програм та підручників; Квест для вчителя-словесника; Використання онлайн-інструментів в умовах дистанційного/змішаного навчання; Навчання української мови і літератури: комплекс інтерактивних вправ; Корпусні технології у дистанційному навчанні; Організація роботи вчителя-філолога в міжнародних проєктах; Розвиток медіаграмотності здобувачів освіти на основі методики хакатону; Комунікативні стратегії українського та англомовного педагогічного дискурсу.

Партнерська взаємодія, інтеграційна діяльність дала можливість співпрацювати в інших форматах інтернетівських ресурсів: VI Усеукраїнська науково-практична конференція «Інновації в освіті і педагогічна майстерність учителя-словесника» (27 жовтня 2022 року); гостьова лекція проф. Семеног О.М. «Культура роботи з(над) текстом наукової статті: корисні лайфхаки» (Лютий 2023 року); V Міжнародна науково-практична конференція «Академічна культура дослідника в освітньому просторі: європейський та національний досвід» травень, 2023); конкурс «Доброчесність у навчанні: дотримуватись не можна порушувати» (травень, 2023); III Всеукраїнська науково-практична конференція «Стан, проблеми та перспективи розвитку мовно-літературної освіти в умовах реалізації продуктивної освітньої стратегії» (лютий 2023 року).

У межах гостьових лекцій викладачі засобами інтерентівських ресурсів формують професійні вміння й навички майбутніх учителів-словесників. Наприклад, у ході вивчення мовно-методичних дисциплін потужним засобом, який сприяє свідомому засвоєнню мовного матеріалу здобувачами освіти слугує медіатекст. Пропонуємо студентам проаналізувати текст промови Олександри

Матвійчук на врученні Нобелівської премії миру на ютуб-каналі (https://www.youtube.com/watch?v=_AYGgztDGxM) та в електронних газетах; пояснити різницю між оформленням медіатексту в різних формах.

Рис. 3. Скрін світлини ФОТО: MARKUS SCHREIBER / AP

Здобувачі освіти не тільки користуються готовими текстами, але й охоче створюють їх самостійно. Прикладом таких «швидких» і ефективних робіт на заняттях є меми. Мем можна схарактеризувати як одиницю інформації, що здатна до самопоширення, проте особливістю є накопичення значень, які вона мала раніше, без нівелювання нових. Класифікація мемів поступово фокусується саме на інтернет-явищах. Таким чином більшість мемів потрапляє до адресата, який може сприймати інформацію по-різному, адже мем розвивається вільно від усталених значень та є індивідуальним для кожного адресата.

Наприклад, пропонуємо створити квазімеми (на рівні учня 6 класу) для засвоєння теми «Рід іменників».

У ході такої роботи здобувачі освіти коригують власне мовлення, формують культуру спілкування, уміння доречно й точно формулювати та висловлювати

думки. Культура мовлення, спілкування є невід'ємними складниками загальної культури особистості та найважливішим показником освіченості.

Рис. 4. Квазімеми для засвоєння теми «Рід іменників»

Таким чином, медіатексти є передавачами або ретрансляторами як самих фактів, так і думок про ці факти, за допомогою тих виражальних засобів, які здатні тим чи іншим чином вплинути на свідомість слухача або читача. Усе залежить від того, як ми сприймаємо інформацію, як діємо після її усвідомлення. Тому візуальні та аудіовізуальні медіапродукти сприяють ефективному засвоєнню знань, зокрема, риторичних.

Практичний інструментарій передбачає розвиток умінь логічно осмислювати сприйняту інформацію, критично оцінювати події, виділяти головне, уміння особистісно аргументувати свій погляд на проблему, коментувати, використовуючи елементи оцінювального характеру. Зокрема, результатом вивчення курсу за вибором «Типологія помилок визнали дослідницьку роботу студентів УР23 Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка «Грамотним бути …не можна писати з помилками… престижно знати українську мову». Студенти уклали збірник зі світлинами неправильних і недолугих назв із

поясненнями, як правильно. До цього заходу в онлайн-форматі долучилися й студенти Сумщини (квітень, 2023)

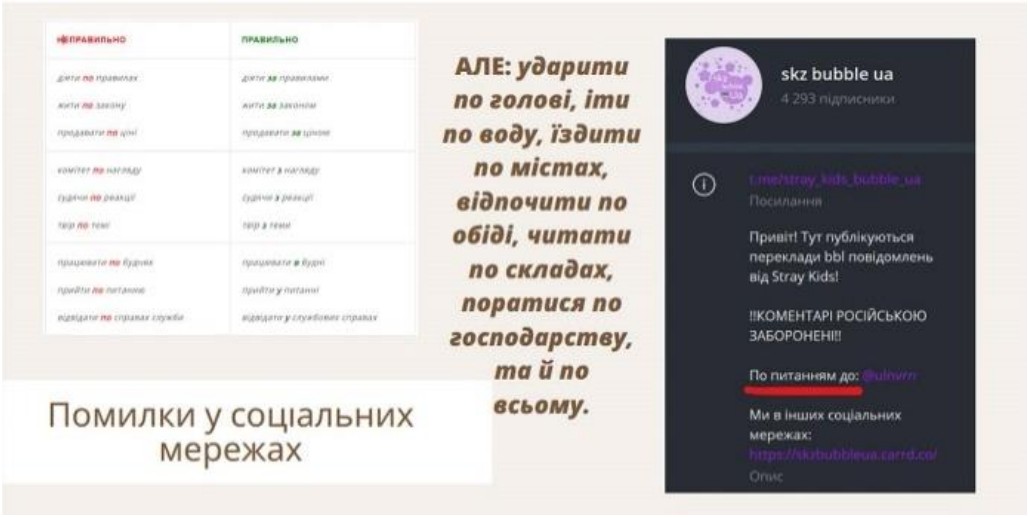

Рис. 5. Скрін світлини з мережі «Фейсбук».

Під час викладання методики навчання української мови пропонуємо вправи й завдання, виконання яких потребує роботи з медіаресурсами. Наприклад:

1.Проаналізуйте підручник для 10-11 класу (за вибором) за планом у вигляді презентації. Електронні версії оригінал-макетів підручників у вільному доступі в електронній бібліотеці Інституту модернізації змісту освіти за посиланням lib.imzo.gov.ua Онлайн-презентації авторських концепцій підручників на youtube-сторінці ІМЗО https://www.youtube.com/channe/UCb99utEiwpGkESp19mxAfdg

2. Освітній проєкт « На Урок» презентував нову розробку – освітній чат на основі ChatGPT, який дає можливість «поспілкуватися» з відомою особистістю минулого і сучасності.

Це перший освітній чат українською мовою, створений на основі штучного інтелекту. Як відзначають його розробники, інструмент учить культури спілкування, чіткого формулювання думок та запитань, а також критичного мислення. Адже ідея полягає в тому, що користувач може поставити запитання видатним діячам

політики, науки та культури сучасності та минулого і використати отримані відповіді в підготовці до уроків. Однак, отримані відповіді рекомендують перевіряти на достовірність, адже вони можуть містити неточності.

Висновки. Гарними практиками педагогічного партнерства є робота у грантових проєктах Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬського кампусу». У межах гранту IREX освітньо-дослідницький центр «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус» СумДПУ імені А. С. Макаренка та УМІФ НАН України розробили платформу «Трансдисциплінарний кластер «МЕДІА&КАПСУЛИ».

Освітні продукти платформи «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус» відповідають вимогам характеристики маркерів інфомедійної грамотності, яку пропонує проєкт «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність. Застосування онлайн-платформи сприяє дієвій співпраці й адаптації здобувачів освіти до умов дистанційного та змішаного навчання, формуванню в них м'яких навичок медіаграмотності.

Література

1. Academiae Press Ucrainae. Retrieved from https://www.aup.com.ua/ # (2023, September, 15).

2. Drushliak, M. H., Semenoh, O. M., Hrona, N. V., Ponomarenko, N. P., Semenikhina, O. V. (2022). Typolohii internet-resursiv dlia rozvytku infomediinoi hramotnosti molodi [typology of internet resources for the development of infomedia literacy of youth]. Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia [Information technologies and learning resources]. 88(2). 1–22. – URL: https://doi.org/10.33407/itlt.v88i2.4786. [in Ukrainian].

3. Shyrokov V. A.,Zahnitko A. P, Nadutenko M., Nadutenko M., Semenoh O. (2023). Multymediinyi slovnyk z infomediinoi hramotnosti [Multimedia dictionary of infomedia literacy]. Ukrainskyi movno-informatsiinyi fond NAN. Ukrainy, stvoreno v ramkakh hrantovoi prohramy «MEDIA&VChYTELskyi kampus» proiektu «Vyvchai ta rozrizniai:infomediina hramotnist», IREX (Rada naukovykh doslidzhen ta obminiv) za pidtrymky Posolstv Velykoi Brytanii taSShA u partnerstvi z Ministerstvom osvity i nauky Ukrainy ta Akademiieiu ukrainskoi presy [Ukrainian Language and Information Fund of the National Academy of Sciences of Ukraine, created within the framework of the grant program "MEDIA&VChYTELskyi campus" of the project "Study and Distinguish: Infomedia Literacy", IREX (Council for Scientific Research and Exchanges) with the support of the Embassies of Great Britain and the USA in partnership with the Ministry of Education and of Sciences of Ukraine and

the Academy of the Ukrainian Press]. Retrieved from https://lcorp.ulif.org.ua/InfoMediaVLL/ [in Ukrainian]. (2023, September, 15)

4. Recuperatio Plan Ucrainae. (2022). Retrieved from https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62c19ac16c921fc712205f03_NRC%20Ukraine%27s%20Recovery%20Plan%20blueprint_UKR.pdf [in Ukrainian]

5. Prezentatsiia virtualnoi laboratorii «Multymediinyi slovnyk z infomediinoi hramotnosti» [Presentation of the virtual laboratory «Multimedia Dictionary of Infomedia Literacy»]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=HN0bsmnM6gE [in Ukrainian]. (2023, September, 15)

6. Resursy UMIF [UMIF resources] (2023). Retrieved from https://lcorp.ulif.org.ua/LSlist [in Ukrainian].

7. Dictionarium linguae Ucrainae (online) [Dictionary of the Ukrainian language (online)] (2016). Ucraina Linguae et Information Fundi Academiae Scientiarum Ucrainae Nationalis [Ukrainian Language and Information Fund of the Ukrainian National Academy of Sciences], Volumes 1-6. Retrieved from http://services.ulif.org.ua/expl/Entry/index?wordid=216374&page = 123

8. UMIF: Ukrainskyi movno-informatsiinyi fond NAN Ukrainy [UMIF: Ukrainian Language and Information Fundof the National Academy of Sciences of Ukraine]. Retrieved from https://www.ulif.org.ua/aboutI. [in Ukrainian].

9. Virtual Laboratory «Multimedia Dictionary Of Infomedia Literacy» (2021). International scientific and practical conference «Philological sciences, intercultural communication and translation studies: anexperience and challenges» : conference proceedings, April 23–24, 2021. Vol. 1. Czestochowa : «Baltija Publishing». Retrieved from http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/128/3621/7733-1 [in Ukrainian] (2023, September, 15).

10. Semenog O., Semenikhina O., Oleshko P., Prima R., Varava O., and R. Pykaliuk (2020), Formation of Media Educational Skills of a Future Teacher in the Professional Training. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala. № 12(3), pp. 219−245*. Retrieved from https://10.18662/rrem/12.3/319. [in Ukrainian].

ІНІЦІАТИВИ ПОЛЬСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ ДЛЯ ПІДТРИМКИ УКРАЇНЦІВ-ВИМУШЕНИХ МІГРАНТІВ: АНАЛІЗ ІНІЦІАТИВ 2022 -2023 РОКІВ

INITIATIVES OF POLISH UNIVERSITIES FOR FORCED MIGRANTS FROM UKRAINE: ANALYSIS OF INITIATIVES FOR 2022-2023

Гуляєва Людмила,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Академія праці, соціальних відносин і туризму,
Київ, Україна,
стипендіатка Польської академії наук (Польща) та
Інституту гуманітарних досліджень (Австрія).
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-0045-8551

Huliaieva Liudmyla,
Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance,
Academy of Labour, Social Relations and Tourism,
Kyiv, Ukraine
Fellow of the Polish Academy of Sciences (Poland) and
the Institut für die Wissenschaften vom Menschen (Austria).

Анотація. З початком широкомасштабної війни в Україні Польща стала країною, що першою відкрила свої кордони для величезної кількості українців, які тікають від війни. Однією з активних ланок польського суспільства у підтримці України є заклади вищої освіти – державні та приватні польські університети. Проаналізовані ініціативи польських закладів вищої освіти, спрямовані на підтримку України, реалізовані у 2022-2023 роках.

Ключові слова: вимушена міграція, ініціативи підтримки, інститути вищої освіти, українські студенти, війна в Україні, міжнародна солідарність.

Abstract: With the onset of a large-scale war in Ukraine, Poland became the first country to open its borders to a vast number of Ukrainians - forced migrants. One of the active sectors of Polish society in support of Ukraine has been higher education institutions – both public and private Polish universities. This study analyzes the initiatives of Polish higher education institutions aimed at supporting Ukraine, implemented in the years 2022-2023.

Keywords: forced migration, support initiatives, higher education institutions, Ukrainian students, war in Ukraine, international solidarity.

Вступ. З початком широкомасштабної війни в Україні Польща стала країною, що першою відкрила свої кордони для величезної кількості українців, які тікають від війни. До ініціатив підтримки вимушених мігрантів долучилися громадяни, місцева та центральна польська влада, інститути громадянського суспільства, представники бізнесу й освітні заклади. Однією з активних ланок польського суспільства у підтримці України стали заклади вищої освіти – державні та приватні

польські університети. Вони одними з перших почали пропонувати численні та різні за форматом підтримки ініціативи для України, українців, що з 24 лютого 2022 року прибували у Польщу, для українських студентів, що на початок широкомасштабної війни вже здобували вищу освіту у Польщі та перебували на території цієї країни.

Мета дослідження - проаналізувати та систематизувати ініціативи польських закладів вищої освіти, спрямовані на підтримку України, українців-вимушених мігрантів та українських студентів, що здобувають вищу освіту у Польщі, реалізовані у 2022-2023 роках. Публікація підготовлена в рамках наукового проєкту Людмили Гуляєвої «Economic and social situation of Ukrainian women-forced migrants in Ukraine and Poland» за підтримки гранту “IWM-PAS” (Institut für die Wissenschaften vom Menschen та Polish Academy of Sciences), вересень – листопад 2023 року.

Огляд літератури. Підтримку польськими університетами українців, що постраждали від війни, можемо віднести до так званої «третьої місії» закладів вищої освіти. Сучасне трактування третьої місії університетів розглядає її як метафоричне поняття, що з’єднує соціальний і культурний світи академічних установ і громадськості. Окрім викладання та досліджень, підприємницької діяльності, університети по всьому світу почали впроваджувати різноманітні заходи, щоб відповісти на гостру потребу в створенні ширшого потужнішого позитивного впливу закладів вищої освіти на суспільство.

У працях Montonen T., Eriksson P., Peura K. третя місія університетів розуміється як відносини між університетами та суспільством, які проявляються у формі зв’язків та взаємодії з різними зовнішніми зацікавленими сторонами, такими як приватні, державні організації, організації третього сектору та широка громадськість [2]. У дослідженні акцентується увага, що зростаюче занепокоєння щодо розширення нерівності та поглиблення кризи стійкості у суспільстві

спонукало до появи нових напрямів і концепцій третьої місії університетів. Аналізуючи досвід Південної Африки, автори показують, що з'являються нові можливості й стимулюючі фактори, необхідні для забезпечення взаємовигідної взаємодії місцевих громад з низьким рівнем фінансового забезпечення та університетів, щоб не тільки спільно створювати наукові результати, але й спільно сприяти економічному розвитку й вирішенню актуальних проблем громад.

Дослідженню стану наукових досліджень третьої місії університету, її ролі у воєнній та післявоєнній відбудові на прикладі України присвячена публікація Ю. Петрушенка, А. Воронцової, Р. Дорчака, Т. Васильєвої "Третя місія університету в умовах війни та післявоєнного відновлення" [4]. Науковці наголошують, що маємо дуже обмежену кількість наукових публікацій, присвячених впливу війни в Україні на освітні процеси. Наявні дослідження не аналізують трансформацію ролі університету під час війни та післявоєнної відбудови, хоча в цілому має місце тенденція до зростання кількості публікацій, присвячених третій місії університету. Поглиблений кластерний аналіз виявив п'ять основних вимірів третьої місії університету: освіта впродовж життя; соціальна роль університету; підприємницька роль університету; інноваційна роль університету; політична роль університету.

Картування ініціатив університетів Італії щодо підтримки мігрантів, шукачів притулку, здійснене ученими F. De Maria, C. De Vincenzi, B. Ferrara, виявило різноманітну та складну структуру заходів, які вже здійснюються державними та приватними університетами [1]. Дослідники на інституційному та стратегічному рівні виокремлюють такі найбільш поширені форми підтримки університетами біженців, шукачів притулку та мігрантів:

- визначення делегата університету або контактної особи для участі у міжнародних організаціях (наприклад, УВКБ ООН - Управління Верховного комісара ООН у справах біженців) або наявних проєктів;
- створення спеціального розділу на веб-сайті університету;

- надання економічних переваг/звільнення від реєстраційних зборів для доступу до університетських приміщень (їдальня, житло, послуги, мовні курси тощо);

- активація внутрішніх служб, таких як довідкові служби та служби професійної орієнтації та репетиторства для доступу до університетських послуг, до соціальних, медичних, культурно-освітніх послуг, наявних у місцевій громаді;

- професійне оновлення адміністративного персоналу щодо наслідків правового статусу носія міжнародного захисту щодо доступу до освіти та процедур визнання кваліфікацій, отриманих за кордоном.

З іншого боку, на операційному рівні університети можуть бути активними агентами змін з цілеспрямованими діями в рамках мереж і координаційних органів, активних у вирішенні питань міграції. На цьому рівні поширеними ініціативами університетів є дотримання Маніфесту інклюзивного університету УВКБ ООН та активація конкретних послуг для мігрантів та шукачів притулку: підтримка студентів із міжнародним захистом, підтримка визнання звань і кваліфікацій; стипендії та інші матеріальні стимули, гуманітарні коридори для викладачів, студентів і науковців-біженців; сприяння участі в академічному житті та інше [1].

Важливим для контексту України є дослідження практики Фінляндії, здійснене вченими A. Riitaoja, A. Virtanen, N. Reiman [7], які піднімають питання невідповідності наявних державних програм підтримки мігрантів їх освітньому рівню. Уряд Фінляндії впроваджує політику вирішення проблем нестачі робочої сили та найму висококваліфікованих міжнародних працівників за рахунок запрошення робочої сили з інших країн. Дослідники зазначають, що такі програми не ураховують вже наявне кваліфіковане населення, яке живе у Фінляндії, а саме високоосвічених мігрантів. Зазвичай мігрантів скеровують на низькооплачувану роботу, тоді як саме ця робоча сила може стати рушієм економіки. Дослідники

наводять впевнені аргументи, що розвиток та підвищення доступності університетської освіти для мігрантів може успішно вирішити вказані проблеми.

Аналіз джерел наукової літератури свідчить, що ініціативи польських закладів вищої освіти, спрямовані на підтримку України в цілому, українців-вимушених мігрантів та українських студентів в умовах широкомасштабної війни в Україні, не розкриті сучасними науковцями. Є потреба у проведенні аналізу та систематизації наявних ініціатив польських університетів, що матиме практичне значення. Цей аналіз дозволить з'ясувати, які конкретні ініціативи та ресурси доступні для української громади у Польщі, допоможе забезпечити більшу ефективність та координацію зусиль університетів у наданні допомоги та підтримці мігрантам і студентам з України. Подальший аналіз цих ініціатив може також допомогти інституціям вищої освіти вдосконалити та розвинути свої програми для полегшення адаптації та інтеграції українських мігрантів.

Виклад основного матеріалу дослідження. За результатами вивчення відкритих джерел інформації мережі інтернет (офіційні веб-сайти університетів, новинні портали, публікації державних веб-порталів) був проведений аналіз ініціатив польських університетів для підтримки України в цілому, вимушених мігрантів з України та українських студентів, реалізованих у 2022-2023 роках. Вказане дало можливість виділити такі найбільш поширені практики підтримки.

1. Висловлення офіційної позиції університету щодо підтримки українців та солідарності з Україною. Вже з перших днів широкомасштабної війни польські університети у своїх аккаунтах у соціальних мережах та на офіційних веб-сайтах почали розміщувати офіційні звернення зі словами підтримки для України. На веб-сайтах більшості університетів створені спеціальні розділи, де публікується інформація щодо можливостей отримати підтримку для українців у Польщі в цілому та безпосередньо в університеті. Популярною є практика створення спеціальних фондів, куди польська спільнота перераховує кошти для підтримки

України. Наприклад, Лодський університет створив Фонд підтримки Лодзького університету для України [15].

2. Спільні ініціативи польських університетів за підтримки уряду Польщі. У 2022 році за підтримки Міністерства освіти і науки Польщі було розроблено, а у 2023 році впроваджено ініціативу «Солідарні з Україною» - програму для студентів та докторантів (аспірантів) з України, що була профінансована Національним агентством академічних обмінів (NAWA) [8]. Програма була орієнтована на забезпечення безперервності навчання студентів і докторантів, які опинилися в Польщі з 24 лютого, тікаючи від війни, та не мали змоги навчатися чи проводити дослідження в Україні. Згідно з умовами ініціативи 98 університетів та науково-дослідних інститутів Польщі, що підпорядковуються Міністерству освіти і науки або Міністерству охорони здоров'я, на добровільних засадах подавали заявки на участь та після їх схвалення отримали фінансування у сукупному обсязі понад 23,3 млн. злотих (понад 5,2 млн. євро) [16] для надання підтримки 1947 особам з України.

Кошти за програмою використовувалися на широкий перелік ініціатив з підтримки українців: організація обміну студентами, докторантами та працівниками закладів вищої освіти та науково-дослідних установ; участь українців у навчальних візитах, стажуваннях, літніх/зимових школах, семінарах, воркшопах, тренінгах чи інтенсивних курсах, конференціях; розробка сучасних навчально-методичних матеріалів; розробка нових та інноваційних освітніх засобів і методів; розвиток системи управління якістю освіти та наукових досліджень; проведення спільних науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; підготовка спільних наукових публікацій; нетворкінг та налагодження співпраці між українськими університетами та польськими установами, що приєдналися до програми [8]. Також було створено національний інформаційний портал для кандидатів з України «ukraina.irk.edu.pl» [14], щоб полегшити потенційним

учасникам програми пошук пропозицій навчання, стажування та роботи у закладах вищої освіти та науково-дослідних інститутах Польщі. Важливо, що програма передбачала можливості вступу українців в університети Польщі без необхідності оплачувати навчання на спеціальні освітні програми, адаптовані під потреби українських абітурієнтів.

Наступним кроком у реалізації програми «Солідарність з Україною» має стати розвиток довгострокової співпраці суб'єктів партнерства та співробітництво на транснаціональному рівні, з точки зору адаптації українських університетів до стандартів і правил ЄС, що випливають з Європейської економічної зони та Європейського дослідницького простору.

Перші проєкти такої співпраці вже почали впроваджуватися у Польщі. Наприклад, Варшавська школа економіки керує проєктом «CIVICA: Support for the European Future of Ukraine», що реалізується з 2023 року у співпраці з Європейським університетом суспільних наук (CIVICA) та п'ятьма українськими університетами: Київським національним економічним університетом імені Вадима Гетьмана, Донецьким національним університетом імені Василя Стуса, Українським католицьким університетом, Національним університетом «Києво-Могилянська академія» та Київською школою економіки [19]. Метою цієї польсько-української ініціативи визначено розвиток і зміцнення співпраці між Альянсом CIVICA та академічними спільнотами українських університетів, зокрема, в галузі соціальних наук, гуманітарних наук, менеджменту, публічної політики у контексті європейської інтеграції та відновлення України.

3. Ініціативи для підтримки українців, що є студентами, аспірантами або членами колективу польських університетів, а також членів їх родин, що прибули у Польщу з 24 лютого 2022 року. Вже з перших днів широкомасштабної війни в Україні університети почали оперативно реагувати на гуманітарні виклики - на веб-сайтах, у колективах, у соціальних медіа оголошувалися збори коштів, а

також продуктів харчування, засобів гігієни, одягу та інших предметів першої необхідності для допомоги українцям, що навчаються або працюють у цих навчальних закладах: студентів, членів колективу, аспірантів, а також членів їх родин. Наприклад, спільнота гуманітарно-природничого університету Яна Длугоша в Ченстохові та Ченстоховський технологічний університет разом з академічною фундацією «Na dobre» у березні 2022 року організували акцію-збір коштів для фінансової підтримки студентів, аспірантів, інтернів та співробітників з України, а також членів їх родин, що прибули у Польщу та опинилися у скрутному матеріальному становищі [11].

Варто відмітити, що кількість українських студентів та їх частка у іноземних студентах у Польщі зростають. У 2022/2023 навчальному році в Польщі навчалося 105 400 іноземних студентів, у тому числі найбільшу групу складали студенти з України (48 100 осіб або 45,6% усіх іноземних студентів) [18]. Для порівняння: у 2021/2022 навчальному році у Польщі навчалися 36 011 студентів з України, що становило 40,3% іноземних студентів [9].

Серед форм підтримки студентів – надання стипендій. Кожен студент польського університету, у тому числі іноземний, може звернутися до університету за стипендіями таких видів: соціальна стипендія, стипендія для осіб з інвалідністю, стипендія канцлера (міністерська), допомога у тимчасово скрутній життєвій ситуації [10]. Претендувати на соціальну стипендію можуть як громадяни Польщі, так і іноземці, якщо середньомісячний дохід студента не перевищує певної граничної межі (порогу). Поріг доходу, який дає право подавати заяву на соціальну стипендію, встановлюється ректором за погодженням із студентським самоврядуванням у межах мінімального та максимального розмірів, визначених Законом про вищу освіту і науку Польщі. Станом на 2023 рік такий дохід не має перевищувати 1294,4 злотих нетто на особу в родині [6]. Соціальні стипендії у Польщі бувають декількох видів: соціальна стипендія для малозабезпечених родин;

соціальна стипендія на оплату харчування; одноразова стипендія у випадку народження дитини, хвороби, нещасного випадку або смерті родича; стипендія на оплату проживання. Українські студенти, фінансовий стан родин яких погіршився внаслідок війни, можуть претендувати на отримання таких стипендій.

4. Ініціативи університетів для підтримки українців, що перебувають в Україні. Польські університети силами студентства, робочих колективів та місцевих громад здійснювали дистанційну підтримку України, зокрема: організація збору коштів та гуманітарної допомоги з подальшою їх відправкою в Україну; надання українцям дистанційних можливостей пройти окремі курси або долучитися до навчальних заходів університету з України дистанційно.

Деякі університети впровадили спеціальні стипендії, знижки, можливості продовження навчання для українських студентів, які прибувають в Польщу, тікаючи від війни. Фонд розвитку Гданського університету проводив збір коштів для студентського стипендіального фонду для студентів-біженців з України на краудфандинговій платформі «siepomaga.pl» , зібравши за період з 25 лютого до 25 листопада 2022 для українських студентів суму в обсязі 56 136 злотих [17].

Зустрічаються випадки, коли для українських абітурієнтів розробляються спеціальні програми навчання, адаптовані для часткового навчання українською мовою та інтенсивного вивчення польської як іноземної. Зокрема, Краківський технологічний університет у 2022/2023 навчальному році започаткував безкоштовне інженерне навчання в галузі будівництва та транспорту на факультеті цивільної інженерії українською мовою для студентів -українців, які тікаючи від війни прибули у Польщу [5].

5. Ініціативи університетів для підтримки партнерських українських університетів. Українські університети вже багато років активно співпрацюють з польською академічною спільнотою. Тому польськи виші вже з лютого 2022 року активно долучилися до збору коштів та гуманітарної допомоги для підтримки

партнерських українських університетів. Наприклад, Гуманітарно-природничий університет Яна Длугоша у Ченстохові запитував в українських університетів конкретні списки потрібних предметів для подальшого збору та відправки в Україну [11]. Поширеними форматами підтримки стали запрошення українським університетам з візитом відвідати польські університети (науковців, студентів для відновлення наукової та навчальної діяльності, збереження життя та здоров'я); надання студентам партнерських університетів дистанційних можливостей пройти безкоштовно окремі курси або долучитися до навчальних заходів польських університетів з України дистанційно. Серед названих ініціатив - програма фінансової підтримки для українських аспірантів в рамках програми Research Support Module - ID.UJ (Ініціатива досконалості Ягеллонського університету). За цією програмою надавалася фінансова підтримка для громадян України, які приїхали до Польщі у період з 24 лютого 2022 року і які перед початком війни навчалися в аспірантурі або були аспірантами, працювали над своєю кандидатською дисертацією в українських університетах або інших наукових осередках, були готові продовжувати свою дослідницьку роботу в Ягеллонському університеті [13]. Аналогічні програми для науковців, викладачів, аспірантів впроваджувалися у більшості польських університетів.

6. Ініціативи університетів для підтримки українців, що прибули у Польщу у період з 24 лютого 2022 року. Серед таких ініціатив домінують освітні пропозиції, спрямовані на соціально-економічну, культурну та психологічну адаптацію українців у Польщі. Університети силами своїх працівників та студентської спільноти на базі наявної інфраструктури почали розміщувати вимушених мігрантів з України у своїх гуртожитках, надавати психологічну та правову підтримку, допомогу з пошуком роботи та кар'єрне консультування, організовувати культурні та інші інтеграційні заходи, розробляти електронні та паперові інформаційні матеріали, здійснювати волонтерську підтримку у зустрічі

вимушених мігрантів з України та їх розміщення в Польщі тощо. Так, Університет інформаційних технологій та менеджменту в Жешуві організовував розміщення понад 100 українських дітей-сиріт віком до 18 років, що прибували з дитячого будинку в Харкові [20]. І таких ініціатив були сотні, звісно статистика щодо їх кількості та обсягів допомоги не велася.

Пізніше були розроблені спеціальні проєкти для українців, що впроваджуються як за рахунок власного фінансування університетів, так із залученням грантових коштів Європейського союзу, міжнародних фондів, польської влади.

Найбільш масштабним за охопленням числа українців-вимушених мігрантів у Польщі є проєкт «Варшавський університет для України», реалізований у рамках програми POWER (POWER – програма фінансування у Польщі, що використовує кошти Європейського соціального фонду, щоб ініціювати позитивні зміни в соціальному та економічному просторі, компаніях, державних установах, університетах, соціальних та ділових відносинах). За оцінкою Варшавського університету, це найбільший проукраїнський проєкт у польській вищій освіті: передбачається, що до грудня 2023 року буде надана підтримка мінімум 6000 громадянам України [12]. Цільова група проєкту - громадяни України з неакадемічного середовища, які перетнули кордон з Польщею у період з 24 лютого 2022 р. та переважно не є здобувачами вищої освіти у Польщі. Основними цілями запропонованих заходів проєкту є підтримка людей з України шляхом: пошуку індивідуальної траєкторії професійного розвитку відповідно до вподобань та навичок, вивчення польської мови, розбудови економічної незалежності українських родин, сталого соціально-економічного розвитку українців у Польщі; сприяння розвитку та соціальному благополуччю, екологічній інтеграції з місцевою чи промисловою спільнотою, запобіганню ізоляції молоді та сімей, запобіганню маргіналізації та злочинності. Програма пропонує українцям у Польщі надзвичайно

широкий перелік освітніх та консультаційних послуг, зокрема: курси іноземних мов (польської, англійської та інших іноземних мов), семінари з планування кар'єри, підприємництва, культурні заходи, психологічні семінари та консультації, спеціалізовані комп'ютерні курси, правову підтримку та інше.

Поширеною практикою підтримки українців стали й започаткування в університетах дослідницьких центрів, проєктів та інших наукових ініціатив для вивчення потреб і особливостей адаптації українців-вимушених мігрантів у Польщі. Такі дослідження проводяться як польськими науковцями, так і українськими науковцями у Польщі одноосібно або у команді з польськими дослідниками.

Висновки. За результатами вивчення ініціатив польських університетів для підтримки вимушених мігрантів з України та українських студентів, реалізованих у 2022-2023 роках, можна зробити наступні висновки:

1. Солідарність та підтримка України стали важливою частиною діяльності польських університетів. Вони виразили свою офіційну підтримку та солідарність з Україною через розміщення звернень на своїх офіційних веб-ресурсах, створили спеціальні фонди для збору коштів на підтримку України, впровадили різні формати підтримки українських мігрантів у Польщі та постраждалих Україні, підтримували українські університети, що свідчить про активну громадську позицію щодо підтримки України.

2. Важливим для розвитку співпраці української та польської академічних спільнот в умовах війни є національна програма "Солідарні з Україною", яка за підтримки уряду Польщі об'єднала зусилля великої кількості польських університетів та наукових установ навколо забезпечення безперервності навчання для студентів та докторантів з України, що опинилися в Польщі після війни.

3. Зазначена діяльність польських університетів є не лише важливим кроком у підтримці українців під час війни, сприяє розвитку співпраці між польськими та

українськими університетами. Вона також відображає посилення ролі польських університетів у суспільному контексті, де вони виступають не лише освітніми, а й гуманітарними агентами, що сприяють стабільності та розвитку місцевих громад, реалізуючи так звану третю місію університетів.

Література

1. De Maria, F., De Vincenzi, C., Ferrara, B. (2023). Italian Universities' actions targeting refugees, asylum seekers, and migrants: an initial mapping. Open Journal per la formazione in rete, 23(1), 198-212. https://doi.org/10.36253/form-14237

2. Montonen, T., Eriksson, P., Peura K. (2021) The Third Mission ofuniversities: a boundary object with interpretative flexibility. New Movements in Academic entrepreneurship, pp.68–82.

3. Petersen, I., Kruss, G., Man Rheede, N. (2023). Strengthening the university third mission through building community capabilities alongside university capabilities. Science and Public Policy, 6, 890–904. https://doi.org/10.1093/scipol/scac036/6639597

4. Petrushenko Y., Vorontsova A., Dorczak R., Vasylieva T. (2023). The third mission of the university in the context of war and post-warrecovery. Problems and Perspectives in Management, 21(2-si), 67-79. https://doi.org/10.21511/ppm.21(2-si).2023.09

5. Politechnika Krakowska będzie kształcić w języku ukraińskim [Krakow University of Technology will provide education in Ukrainian]. Retrieved from https://www.pk.edu.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=4212&catid=49&lang=pl&Itemid=1579 [in Polish].

6. Próg dochodu do stypendium socjalnego w roku akademickim 2023/2024 [Income threshold for a social scholarship in the academic year 2023/2024]. (29.09.2023). Ministerstwo Edukacji i Nauki [Ministry of Education and Science]. Retrieved from https://www.gov.pl/web/edukacja-i-nauka/prog-dochodu-do-stypendium-socjalnego-w-roku-akademickim-20232024 [in Polish].

7. Riitaoja, A., Virtanen, A., Reiman, N. (2022). Migrants at the university doorstep: How we unfairly deny access and what we could (should) do now. Apples – Journal of Applied Language Studies, Vol. 16(2), 121–145. https://doi.org/10.47862/apples.112578

8. Solidarni z Ukrainą – polskie uczelnie zrzeszone w sojuszach Uniwersytetów Europejskich pomogą ukraińskim [Solidarity with Ukraine - Polish universities associated in the European Universities alliance will help Ukrainian]. (2022). Narodowa agencja wymiany akademickiej [National academic exchange agency]. Retrieved from https://nawa.gov.pl/nawa/aktualnosci/solidarni-z-ukraina-polskie-uczelnie-zrzeszone-w-sojuszach-uniwersytetow-europejskich-pomoga-ukrainskim [in Polish].

9. Study in Poland: Studenci zagraniczni w Polsce 2022 [Study in Poland: Foreign students in Poland 2022]. Retrieved from http://studyinpoland.pl/raport2022/#page28 [in Polish].

10. Świadczenia dla studentów w roku akademickim 2023/2024 [Benefits for students in the academic year 2023/2024]. Ministerstwo Edukacji i Nauki [Ministry of Education and Science]. Retrieved from https://www.gov.pl/web/edukacja-i-nauka/swiadczenia-dla-studentow-w-roku-akademickim-20232024 [in Polish].

11. Uniwersyteckie akcje pomocy i wsparcia dla Ukrainy [University aid and support actions for Ukraine]. Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie [Jan Długosz University in Częstochowa].

Retrieved from https://www.ujd.edu.pl/articles/view/uniwersyteckie-akcje-pomocy-i-wsparcia-dla-ukrainy [in Polish].

12. Varshavskyi universytet dlia Ukrainy [Warsaw University for Ukraine]. Retrieved from https://ua.wne.uw.edu.pl/uk/pro-diyalnist-uwdlaua/ [in Ukrainian].

13. Dopomoha studentam ta doktorantam. Yahellonskyi universytet v Krakovi [Assistance to students and doctoral students. Jagiellonian University in Krakow]. Retrieved from https://www.uj.edu.pl/uk/wsparcie-ukrainy/studenci [in Ukrainian].

14. Informatsiinyi portal dlia kandydativ z Ukrainy [Information portal for candidates from Ukraine]. Retrieved from: https://ukraina.irk.edu.pl/pl/ [in Ukrainian].

15. Lodzkyi universytet dlia Ukrainy [Lodz University for Ukraine]. Retrieved from https://www.uni.lodz.pl/ua/uldljaua [in Ukrainian].

16. Solidarni z Ukrainoiu. Na dopomohu akademichnii spilnoti Ukrainy [Solidarity with Ukraine. To help the academic community of Ukraine]. (2022). Narodowa agencja wymiany akademickiej [National academic exchange agency]. Retrieved from https://nawa.gov.pl/ukraina/solidarni-z-ukrainoju [in Ukrainian].

17. Stypendii ta finansova pidtrymka dlia vykhidtsiv z Ukrainy v Hdanskomu universyteti [Scholarships and financial support for people from Ukraine at the University of Gdańsk]. Retrieved from https://www.siepomaga.pl/ug-dla-ukrainy [in Ukrainian].

18. Over 105,000 foreign students studying in Poland: report. Retrieved from https://tvpworld.com/71400626/over-105000-foreign-students-studying-in-poland-report

19. Ukraina ta Polshcha prodovzhuiut rozvyvaty ta zmitsniuvaty akademichnu spivpratsiu [Ukraine and Poland continue to develop and strengthen academic cooperation]. (2023). Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy [Ministry of Education and Science of Ukraine]. Retrieved from https://mon.gov.ua/ua/news/ukrayina-ta-polsha-prodovzhuyut-rozvivati-ta-zmicnyuvati-akademichnu-spivpracyu [in Ukrainian].

20. Universytet informatsiinykh tekhnolohii ta menedzhmentu z dopomohoiu dlia Ukrainy [University of Information Technologies and Management with help for Ukraine]. Retrieved from https://ua.uitm.edu.eu/news/uitm-z-pomoca-dla-ukrainy/ [in Ukrainian].

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ОСВІТИ: ЯК УНІВЕРСИТЕТИ СТАЮТЬ ЦЕНТРАМИ ОСВІТИ ТА КУЛЬТУРИ В МІСТІ

EDUCATIONAL DIGITALIZATION: HOW UNIVERSITIES ARE BECOMING CENTERS OF EDUCATION AND CULTURE IN THE CITY

Доброєр Наталія,
кандидат культурології, доцент,
доцент кафедри культурології та філософії культури,
Національний університет «Одеська політехніка»,
Одеса, Україна
стипендіатка Польської академії наук (Польща) та
Інституту гуманітарних досліджень (Австрія).
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-9712-9219

Dobroier Nataliia,
Ph.D. in cultural studies, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Cultural Studies and Philosophy of Culture,
Odesa Polytechnic National University,
Odesa, Ukraine
Fellow of the Polish Academy of Sciences (Poland) and
the Institut für die Wissenschaften vom Menschen (Austria).

Анотація. Досліджується вплив цифровізації на університети та їхню роль у формуванні освітнього та культурного середовища в містах. Розглядаються такі аспекти, як розширення доступу до освіти завдяки онлайн-курсам та відкритим ресурсам, впровадження віртуальних технологій у навчальний процес, співпраця університетів із місцевими культурними організаціями та музеями для створення онлайн-виставок та культурних ініціатив. Розглядаються конкретні приклади з України, де університети активно впроваджують цифрові технології для розширення своєї ролі як центрів освіти та культури в містах. Стаття надає інсайти щодо того, як цифрова трансформація університетів сприяє підвищенню доступності освіти та сприяє культурному розвитку в місцях їх розташування.

Ключові слова: цифровізація, університети, освіта, культура, місто.

Abstract: This study explores the impact of digitalization on universities and their role in shaping the educational and cultural environment in cities. The article examines such aspects as expanding access to education through online courses and open resources, introducing virtual technologies into the educational process, and universities' cooperation with local cultural organizations and museums to create online exhibitions and cultural initiatives. Specific examples from Ukraine are considered, where universities are actively implementing digital technologies to expand their role as centers of education and culture in cities. The article provides insights into how the digital transformation of universities contributes to increasing access to education and promotes cultural development in their locations.

Keywords: digitalization, universities, education, culture, city.

Вступ. З плином часу та стрімкими зрушеннями в сучасному суспільстві, освіта та культура стають ключовими елементами розвитку громад та міст. Однак цифрова революція, яка відбувається, надає новий розмір у розумінні та реалізації цих понять. У цьому контексті університети, традиційно розглядані як осередки знань, відіграють особливу роль у формуванні освітнього та культурного середовища в містах. Дослідження спрямоване на оцінку впливу цифровізації на університети та їхню роль у цьому контексті.

Першим аспектом, який варто розглянути, є розширення доступу до освіти завдяки онлайн-курсам та відкритим освітнім ресурсам. Університети активно впроваджують онлайн-формати навчання, що дозволяє як студентам, так і городянам здобувати нові знання зручним та доступним способом. Віртуальні технології, що знайшли своє застосування в навчальному процесі, роблять освіту більш захопливою та інтерактивною. Другим важливим аспектом є співпраця університетів із місцевими культурними організаціями та музеями для створення онлайн-виставок та культурних ініціатив. Ці інноваційні практики сприяють розширенню культурного розвитку у містах та підвищенню доступності освіти для всіх верств суспільності.

Мета дослідження – аналіз впливу процесів цифровізації на університети та розгляд їх ролі у створенні освітнього та культурного середовища в містах, а також надання інсайтів щодо перетворень, які відбуваються у сучасному освітньому та культурному ландшафті під впливом цифрових інновацій. Публікація підготовлена в рамках наукового проєкту «Knowledge of the Ukrainian refugees about the Polish culture before and after the war» за підтримки гранту “IWM-PAS” (Institut für die Wissenschaften vom Menschen та Polish Academy of Sciences), вересень – листопад 2023 року.

Огляд літератури. Цифрова трансформація університетів відкриває безмежні можливості для вдосконалення освітнього процесу, підвищення

доступності знань та зміцнення ролі університетів у розвитку суспільства. Огляд літератури надає змогу отримати глибше розуміння еволюції університетів у контексті цифрової ери та визначити потенційні перспективи для майбутніх досліджень. Цифровізація освіти та культури в університетах та містах стала актуальною проблемою для вчених та дослідників у багатьох країнах. Нижче наведено кілька ключових робіт та публікацій, які висвітлюють різні аспекти теми:

1. Робота "Preparing for the Digital University: A Review of the History and Current State of Distance, Blended and Online Learning" авторства Siemens, G., Gašević, D., & Dawson, S. представляє собою важливий дослідницький внесок у розуміння цифрової трансформації вищої освіти та ролі цифрових технологій у навчанні. У роботі розглядаються історичні та сучасні аспекти дистанційного, змішаного та онлайн-навчання. Автори аналізують, які розвиток цифрових технологій вплинув на сучасну університетську освіту та сприяв створенню нових форм навчання. Робота надає огляд ключових питань, пов'язаних із змінами у вищій освіті, які стали можливими завдяки цифровим інноваціям. Вона допомагає розуміти важливість підготовки університетів до цифрової ери та аналізує виклики і можливості, що виникають у контексті сучасного освітнього середовища [3].

2. Стаття "Digital Technologies in Higher Education: Sweeping Expectations and Actual Effects" (Цифрові технології в вищій освіті: загальні очікування та реальні ефекти), авторство Сари Гурі-Розенбліт, відображає актуальну тему впливу цифрових технологій на вищу освіту. В статті автор ретельно досліджує величезну трансформацію, яку вища освіта переживає завдяки цифровізації. Основна мета статті - проаналізувати реальний вплив цифрових технологій на вищу освіту, порівняно з очікуваннями, які супроводжували впровадження цих технологій. Автор обговорює, яким чином інновації в інформаційних технологіях обіцяли змінити університетську освіту, роблячи її більш доступною, ефективною та відкритою. Однак автор також аналізує реальність та фактичні ефекти

впровадження цих технологій, виявляючи ряд викликів та обмежень. В статті розглядаються питання стосовно впливу цифрових технологій на навчальні процеси, методологію, зміну ролі викладачів і студентів, а також розвиток дистанційного та онлайн-навчання. Автор розглядає області, де цифрові технології справді призвели до покращення освітнього процесу, а також ті, де їх вплив виявився менш суттєвим. Ця стаття важлива для тих, хто цікавиться ролью цифрових технологій у вищій освіті, оскільки вона допомагає розуміти реальний стан справ в контексті цифрової трансформації та пропонує об'єктивний огляд очікувань та досягнень в цій області [1].

3. Стаття Yuce A. «Digital Transformation-Oriented Innovation in Museum Settings via Digital Engagement» досліджує вплив цифрових технологій на культурні установи, зокрема музеї. Автор обговорює, як цифрові інновації допомагають розширити доступ до культурної спадщини та залучити нову аудиторію. Ця стаття розглядає використання іммерсивних технологій, зокрема віртуальної реальності (VR), у музейних контекстах і їх вплив на відвідувачів та музейну діяльність. Стаття досліджує, як використання іммерсивних технологій, таких як VR, може полегшити доступ до музеїв для широкого загалу, включаючи тих, хто може бути обмежений фізичною присутністю. Також досліджується вплив VR на мотивацію відвідувачів і їхню активність та зацікавленість в музейному досвіді. Стаття аналізує зв'язок між використанням VR-технологій та намірами відвідати музей та повернутися туди знову. Крім того, стаття містить рекомендації щодо інноваційних рішень для органів влади та управління музеями щодо впровадження іммерсивних технологій у музейний контекст [5].

4. Колективний рапорт про дослідження «Online Education: A Catalyst for Higher Education Reforms» розкриває роль онлайн-освіти у реформуванні системи вищої освіти. Автори аналізують вплив цифрових технологій та онлайн-навчання на зміни в навчальних програмах, методології та організації вищої освіти. Основні

пункти дослідження включають в себе використання цифрових технологій у навчанні та їх вплив на студентів, зокрема те, як цифрові інструменти та онлайн-платформи змінюють спосіб навчання та сприйняття інформації студентами. Автори аналізують, як впровадження онлайн-освіти вимагає перегляду і модернізації навчальних програм і методологій у вищій освіті, як ці зміни впливають на організацію та управління вищою освітою. Загалом, розглянуто, як онлайн-освіта стає каталізатором реформ у вищій освіті і як цифрові технології впливають на сучасну систему вищої освіти [4].

5. Стаття «On digital and literacy education of European universities during the epidemic period» розглядає сучасну роль університетів у цифрову епоху. Автор аналізує, як університети впроваджують цифрові інновації для підвищення якості освіти та співпраці з громадою. Ця стаття обговорює режим навчання в європейських університетах під час пандемії і пропонує характеристики цифрової освіти, яка здійснила іншу ідеологічну зміну, перейшовши від освіти очищеного обличчя до самостійного навчання та від системного виховання до індивідуального входу у навчання. Таким чином, цей зсув також може бути розглянутий як зміна від цифрової освіти до освіти, орієнтованої на грамотність, з акцентом на гнучке навчання. На основі цього переходу від цифрової освіти до освіти, орієнтованої на грамотність, в європейських університетах пропонується визначити тенденції розвитку освіти, орієнтованої на грамотність, в європейських університетах під час пандемії в контексті створення системи навчання протягом життя в Європі. Загальною ідеєю статті є зміна підходу до навчання і освіти в університетах Європи під впливом пандемії, де цифрова освіта трансформується у напрямі набуття грамотності і більш гнучкого, індивідуалізованого навчання. Ця стаття розглядає сучасну роль університетів у цифрову епоху. Автор аналізує, як університети впроваджують цифрові інновації для підвищення якості освіти та співпраці з громадою [2].

Ці дослідження та публікації надають різні погляди на тему цифровізації освіти та культури у містах та університетах, а також допомагають розуміти складність цього процесу та його важливість для сучасного суспільства.

Виклад основного матеріалу. Цифрові технології мають значний вплив на сучасні університети та їхню роль у формуванні освітнього та культурного середовища в містах. Ось деякі ключові аспекти цього впливу:

Розширення доступу до освіти. Цифрові технології дозволяють університетам надавати освіту онлайн, що розширює доступ до навчання для студентів з різних частин міста, країни та світу. Це особливо важливо для розширення можливостей навчання для тих, хто має обмеження фізичної присутності.

Онлайн-курси дозволяють студентам, які проживають в віддалених або важкодоступних районах, отримувати освіту без необхідності фізичної присутності на кампусі. Наприклад, студенти з сільських районів або малих міст можуть отримувати вищу освіту, не виїжджаючи зі свого регіону.

Онлайн-навчання дає можливість людям, які мають повний робочий день або інші зобов'язання, отримувати освіту в режимі онлайн, пристосовуючи навчання до свого графіку. Наприклад, багато працівників можуть брати онлайн-курси після робочого дня або в вільний від роботи час.

Онлайн-освіта також дозволяє студентам з усього світу отримувати доступ до кращих університетів та експертів у своїй галузі. Вони можуть записатися на курси або отримати ступінь від університету, що знаходиться за тисячі кілометрів від них.

Онлайн-навчання забезпечує можливість отримувати освіту для людей з різними обмеженнями фізичних можливостей, які можуть мати складнощі з фізичним пересуванням.

Усі ці приклади демонструють, як цифрові технології розширюють можливості отримання вищої освіти та роблять її більш доступною та гнучкою для різних категорій студентів та споживачів освіти.

Збагачення освітнього середовища. Цифрові ресурси, такі як відеоуроки, інтерактивні платформи та онлайн-бібліотеки, допомагають збагатити навчальний процес та надати студентам доступ до більшого обсягу інформації та різноманітних методів навчання.

Цифрові ресурси відкривають безліч можливостей для збагачення навчального процесу студентів.

Викладачі можуть створювати відеоуроки, де пояснюють складні концепції або демонструють практичні навички. Наприклад, студенти медичних факультетів можуть переглядати відеоролики з хірургічних операцій або інших медичних процедур, щоб краще зрозуміти їхню сутність.

Інтерактивні вправи та тести на платформах навчання можуть допомагати студентам перевірити свої знання та отримати миттєвий зворотний зв'язок. Наприклад, студенти математики можуть вирішувати вправи онлайн та одразу бачити правильні відповіді та пояснення до помилок.

Доступ до електронних книг, журналів та наукових статей розширює інформаційний базис студентів. Вони можуть здійснювати дослідження та вчитися з найновіших наукових джерел, що сприяє їхньому критичному мисленню та розвитку навичок аналізу інформації.

Відомі платформи, такі як Coursera, edX та Udacity, надають доступ до курсів від найкращих університетів світу. Наприклад, студенти можуть вивчати робототехніку на курсах від MIT або вивчати мови програмування на курсах від Stanford.

Студенти можуть взяти участь у віртуальних експериментах та лабораторних роботах, що надає можливість отримати практичний досвід навіть дистанційно.

Наприклад, віртуальні лабораторії можуть бути корисними для студентів хімії або фізики.

Ці інструменти не лише збагачують навчання, а й надають студентам можливість вчитися в темпі, який відповідає їхнім потребам і здібностям.

Збільшення гнучкості навчання. Онлайн-курси та ресурси дозволяють студентам вибирати розклад та спосіб навчання, що відповідає їхнім потребам та робочому графіку. Це сприяє більшій гнучкості та індивідуалізації навчання.

Зростання міжнародного співробітництва. Цифрові технології допомагають університетам встановлювати співпрацю з навчальними закладами з усього світу, що сприяє обміну знаннями та культурними цінностями.

Цифрові технології роблять світ більш зв'язаним і дозволяють університетам співпрацювати з навчальними закладами з різних країн.

Університети організовують міжнародні лекції та семінари, які відвідують студенти з усього світу через онлайн-платформи. Наприклад, відомі вчені з різних країн можуть проводити лекції для студентів з інших університетів, що відкриває можливості для обміну новітніми дослідженнями та поглядами.

Університети спільно працюють над проєктами та дослідженнями з університетами з інших країн. Наприклад, проєкти з міжнародною командою дослідників можуть вивчати глобальні проблеми та шукати рішення, які стосуються різних культур і географічних областей.

Університети організовують програми обміну студентів, де студенти можуть навчатися в інших країнах. Це сприяє культурній різноманітності та допомагає студентам розширювати свої горизонти.

Онлайн-мовні курси дозволяють студентам вивчати іноземні мови та знайомитися з культурою і традиціями інших країн. Наприклад, студент може вивчати іспанську мову та одночасно дізнаватися про іспанську культуру.

У цілому, цифрові технології створюють багато можливостей для співпраці та обміну знаннями та культурними цінностями між університетами з усього світу, що сприяє розвитку глобального освітнього співтовариства.

Розвиток віртуальних культурних і освітніх ініціатив. Університети створюють віртуальні музеї, виставки та інші культурні і освітні ресурси, що розширюють культурне середовище міста та сприяють доступності культурних цінностей для громадськості.

Створення віртуальних музеїв, виставок та інших культурних та освітніх ресурсів університетами дійсно розширює культурне середовище міста та робить культурні цінності більш доступними.

Університети створюють віртуальні музеї зі збірок та експонатів, які вони мають. Наприклад, університетський музей мистецтва може створити віртуальний тур, який дозволяє відвідувачам досліджувати картини та скульптури онлайн.

Університети організовують віртуальні виставки, де вони представляють творчі проєкти своїх студентів та викладачів. Наприклад, відділення мистецтв може створити онлайн-галерею з роботами молодих художників.

Університетські бібліотеки можуть створювати цифрові архіви, де зберігаються старовинні рукописи, книги та інші цінності. Це дозволяє дослідникам та студентам мати доступ до історичних джерел онлайн.

Університети запрошують відомих гостей на онлайн-лекції та виступи, які відкриті для громадськості. Наприклад, відомий письменник може прочитати лекцію про свою творчість, і цю подію можуть переглядати всі бажаючі.

Університети часто пропонують безкоштовні онлайн-курси з культурології, де вони діляться знаннями про культурну спадщину та мистецтво. Це сприяє популяризації культурних цінностей серед громадськості.

Ці ініціативи роблять культурні та освітні ресурси університетів більш доступними та сприяють розвитку культурного середовища в містах, а також збільшують загальну культурну грамотність громадськості.

Підвищення цифрової грамотності. Університети грають важливу роль у навчанні студентів цифровій грамотності, що є суттєвим навичкою в сучасному інформаційному суспільстві.

Університети відіграють важливу роль у розвитку цифрової грамотності серед студентів, що є суттєвим навичкою в сучасному інформаційному суспільстві. Ось кілька способів, якими це відбувається, з прикладами:

- Університети пропонують курси, які навчають студентів різним аспектам цифрової грамотності, таким як робота з комп'ютерами, веб-додатками, кібербезпека та використання соціальних медіа. Наприклад, студенти можуть вивчати, як ефективно використовувати програми для обробки даних або як розрізняти надійні та ненадійні джерела інформації в інтернеті.
- Університети залучають студентів до цифрових проєктів та досліджень, де вони мають можливість використовувати цифрові інструменти для розв'язання практичних завдань. Наприклад, студенти можуть створювати веб-сайти, програми чи аналізувати великі набори даних.
- Університети встановлюють партнерства з технологічними компаніями та організаціями, де студенти мають можливість працювати над реальними проєктами та набувати цифрові навички. Наприклад, студенти інформаційних технологій можуть стажуватися в IT-компаніях, де вони набувають досвіду роботи з програмним забезпеченням та розробкою.
- Університети стимулюють студентів до розробки інноваційних проєктів та стартапів в сфері цифрових технологій. Наприклад, студенти можуть створювати мобільні додатки або розробляти рішення для сучасних проблем, використовуючи цифрові інструменти.

Ці ініціативи допомагають студентам розвивати цифрову грамотність, яка стає важливою в сучасному інформаційному суспільстві для успішної кар'єри та активної участі у громадському та соціальному житті.

Усі ці аспекти спільно допомагають університетам відігравати ключову роль у формуванні освітнього та культурного середовища в містах, розширюючи можливості навчання та сприяючи культурній різноманітності та доступності.

Висновки. Загальний висновок полягає в тому, що цифровізація освіти та розвиток цифрових технологій перетворюють університети у центри освіти та культури в містах. Це призводить до збільшення доступності освіти, збагачення навчального процесу та сприяє глобальному обміну знань і культурних цінностей.

Університети стають ключовими гравцями у формуванні інтелектуального та культурного середовища в містах, розширюючи можливості навчання та надаючи доступ до цінних ресурсів через цифрові технології. Ця тенденція сприяє глобальній освітній спільноті та змінює спосіб, яким ми оточуємо себе освітою та культурними цінностями у цифровому віці.

Важливо наголосити, що цифровізація освіти відкриває нові горизонти для університетів у виконанні їхньої місії підвищення рівня освіти та популяризації культурних цінностей. Університети стають інноваційними центрами, де розвиваються нові підходи до навчання та культурного обміну, а також де формується майбутнє суспільства.

Крім того, цифрова трансформація університетів має потенціал зробити освіту більш інклюзивною та різноманітною, залучаючи студентів та викладачів із різних країн та культур. У підсумку, університети, завдяки цифровізації освіти, стають навчальними та культурними центрами, які відкривають свої двері для всього світу, сприяючи освіті, розвитку та розумінню різноманітності культур та ідей.

Література

1. Guri-Rosenblit, S. (2009). *Digital technologies in higher education: Sweeping expectations and actual effects*. Nova Science Publishers, Inc. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/257926252_Digital_Technologies_in_Higher_Education_Sweeping_Expectations_and_Actual_Effects
2. Shuo Zhao (2022). On digital and literacy education of European universities during the epidemic period. SHS Web of Conferences 140, 01050. https://doi.org/10.1051/shsconf/202214001050
3. Siemens, G., Gašević, D., & Dawson, S. (2015). *Preparing for the Digital University: A Review of the History and Current State of Distance, Blended and Online Learning*. Athabasca University Press. DOI: https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3515.8483
4. Willcox E.K., Sarma S., Lippel Ph.H. (2016). Online Education: A Catalyst for Higher Education Reforms. Massachusetts Institute Texnology. Retrieved from https://oepi.mit.edu/files/2016/09/MIT-Online-Education-Policy-Initiative-April-2016.pdf
5. Yuce A. (2022). Digital Transformation-Oriented Innovation in Museum Settings via Digital Engagement. Handbook of Research on Museum Management in the Digital Era. pp. 248-264. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9656-2.ch013.

РОЛЬ ВІРТУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА У СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІЙ АДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

THE ROLE OF THE VIRTUAL ENVIRONMENT IN THE SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ADAPTATION OF UKRAINIAN STUDENTS

Казанжи Марія,
доктор психологічних наук, професор,
професор кафедри загальної та диференціальної психології,
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К.Д.Ушинського»,
Одеса, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-8316-1288

Вдовіченко Оксана,
доктор психологічних наук, професор,
декан соціально-гуманітарного факультету,
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К.Д.Ушинського»,
Одеса, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-0430-2295

Kazanzhy Mariia,
Doctor of Psychology, professor,
Professor of the Department of General and Differential Psychology,
State Institution «South Ukrainian National
Pedagogical University named after K.D. Ushynsky»,
Odesa, Ukraine

Vdovichenko Oksana,
Doctor of Psychology, Professor,
Dean of the Faculty of Social Sciences and Humanities,
State Institution "South Ukrainian National
K.D. Ushynsky South Ukrainian National Pedagogical University",
Odesa, Ukraine

Анотація. У дослідженні наведено результати дослідження ролі віртуального середовища у соціально-психологічній адаптації української студентської молоді. У якості діагностичної методики ретроспективного спрямування було обрано контент-аналіз творів студентів щодо значення віртуального середовища у адаптації. За результатами встановлено соціальні медіа, які на думку респондентів чинять позитивний та негативний вплив на їх адаптацію.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальні мережі, віртуальне середовище, комунікація, соціально-психологічна адаптація, контент-аналіз, молодь.

Abstract. The study presents the results of a study of the role of the virtual environment in the socio-psychological adaptation of Ukrainian students. The content analysis of students' writings on the importance of the virtual environment in adaptation was chosen as a diagnostic method of retrospective direction. The results identify social media that, according to the respondents, have a positive and negative impact on their adaptation.

Keywords: social media, social networks, virtual environment, communication, social and psychological adaptation, content analysis, youth.

Вступ. Віртуальне середовище починає відігравати все більшу роль у житті пересічних людей та суспільства загалом, особливо його роль посилилась у період самоізоляції через пандемію короновірусної інфекції та значно зросла у період

війни, коли комунікація, отримання інформації стали вкрай необхідними. Найбільш соціально активною є молодь, яка активно використовує віртуальне середовище у вигляді соціальних медіа та месенджерів, тож дослідження їх ролі у житті молодої людини є актуальним дослідницьким та практико зорієнтованим завданням, особливо для освітян, адже адаптованість є запорукою успішності навчальної діяльності.

Мета дослідження - окреслення за результатами дослідження ролі віртуального середовищі у соціально-психологічній адаптації української студентської молоді.

Огляд літератури. Соціальні медіа посідають значне місце у масово-комунікаційній сфері, стають фундаментом розвитку українського громадянського суспільства, мають вплив на свідомість людини [5]. Український віртуальний простір характеризується значним використанням соцмереж як для комунікації та інформування, так і з метою дезінформації, поширення фейків тощо.

О.Байдарова, Д.Лаврент'єва підкреслюють значущість соціальних медіа при роботі з молоддю, важливість їх використання у соціальній роботі з особами з особливими потребами, хоча наразі немає загальноприйнятої апробованої моделі їх використання для вирішення завдань соціальної роботи, проте є запит і можливість його задовольнити через хоча б перенесення певних видів роботи, комунікації, інформування у віртуальний простір. Важливими є використання соціальних мереж, веб-форумів, контент-хостингів, відеохостингів/фотохостингів [1].

Важливим у протіканні соціально-психологічної адаптації, її успішності, є те – добровільна вона чи вимушена. На успішність адаптації молоді, особливо в умовах воєнного стану та дистанційного навчання, впливають психологічні особливості. Серед яких виділяється інтернальність, нервово-психічна стійкість, емоційна витримка, мотивація досягнення, стресостійкість та життєстійкість, саморегуляція, наполегливість, вольові характеристики загалом. Значущим є

наявний у особистості адаптаційний потенціал [6]. Дослідження за участю студентів, які адаптовані до дистанційної форми навчання в умовах воєнного стану показало, що вони схильні до вирішення проблем та пошуку підтримки, для них характерна стратегія активного подолання проблем, стресової ситуації. На противагу молоді з низьким рівнем адаптивності [3]. Мотивація досягнення успіхів позитивно впливає на адаптацію, дозволяє успішно долати стресові ситуації та вирішувати проблеми. Відповідно важливо мотивувати людину до досягнення успіхів та працювати з емоціями через зниження тривожності та фрустрованості [6].

Психологічні чинники є важливими і у формування громадської думки за посередництва соціальних медіа, через механізми ідентифікації, схвалення однодумців, утвердження своїх ідей тощо. Для користувачів соціальних медіа важливим є можливість емоційного відреагування у віртуальному середовищі, здійснення комунікації, соціалізація, отримання поштовху до саморозвитку [5].

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно наших дослідницьких інтересів складно було підібрати діагностичну методику ретроспективного спрямування з вивчення соціально-психологічної адаптації під впливом віртуального середовища. Орієнтиром для виділення параметрів, які свідчать про соціально-психологічну адаптацію, були психодіагностичні методики з вивчення соціально-психологічної адаптації, зокрема, «Методика дослідження соціально-психологічної адаптації» К.Роджерса та Р.Даймонда, а основним дослідницьким методом – контент-аналіз творів досліджуваних.

Контент-аналіз є дослідницькою технікою, застосування якої дозволяє системно, об'єктивно у кількісному форматі надати опис відомостей, які цікавлять експериментатора [7]. У дослідженні приймали участь студенти Університету Ушинського та Міжнародного гуманітарного університету (загалом – 90 осіб віком 18-20 років). Їм було запропоновано написати твір «Значення віртуального середовища у моїй адаптації». Застосування якісно-кількісного аналізу дало змогу

виокремити одиниці аналізу, їх повторюваність та зробити відповідні статистичні висновки, провести інтерпретацію отриманих даних.

Процедура застосування контент-аналізу проходила в декілька етапів. На першому етапі було розроблено тематику твору, основні категорії та одиниці аналізу. Цей же етап передбачав залучення досліджуваних з метою ретроспективного аналізу їх бачення впливу віртуального середовища на їх соціально-психологічну адаптацію. Другий етап передбачав розробку методики визначення конкретних емпіричних індикаторів в тексті твору, створення макету картки контент-аналізу для опрацювання отриманих результатів. Третій етап – аналіз текстового масиву творів досліджуваних.

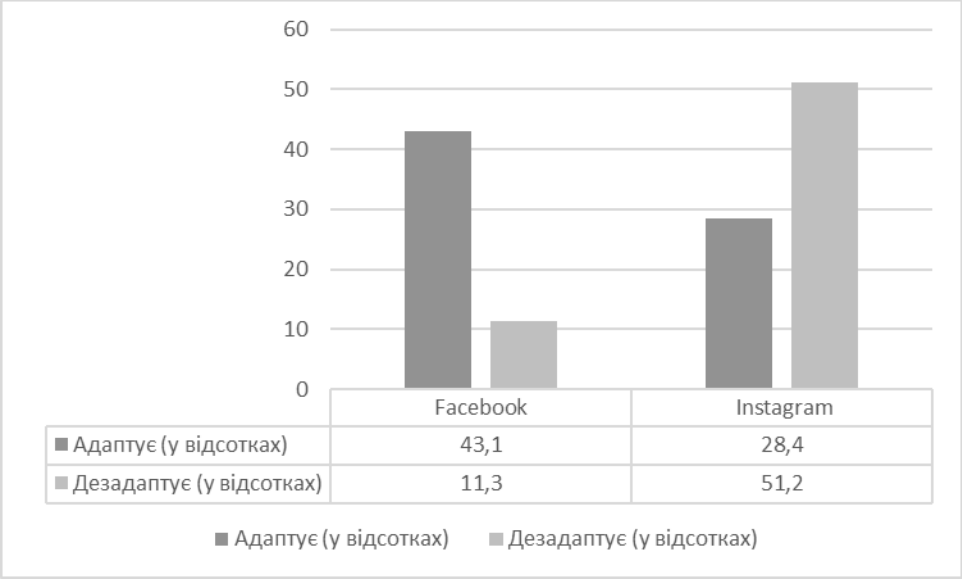

Рис. 1. Адаптивний/ дезадаптивний вплив найбільш використовуваних соціальних мереж студентами.

В результаті проведення контент-аналізу було встановлено складові віртуального простору, які мають вплив на соціальну адаптацію досліджуваних – це соціальні медіа та сервіси миттєвих повідомлень. Значно менший вплив мають онлайн-ігри та віртуальні світи.

Соціальні мережі, такі як Facebook та Instagram посідають чільне місце у адаптації молоді, вони позначені більшістю респондентів, причому на думку досліджуваних Facebook переважно сприяє адаптації, а Instagram, навпаки, знижує адаптивність. Водночас, варто зауважити, що важливим є час користування даними соціальними мережами, тобто чим більше часу на добу студенти використовують мережу, тим частіше вони зазначають її вплив як дезадаптивний.

TikTok, не дивлячись на значне поширення у світі та не набув такої популярності у користувачів-студентів українських ЗВО, власне як і Snapchat.

Отримані дані співвідносяться з результатами дослідження, отриманого Міжнародним республіканським інститутом – найпопулярнішою соцмережею для людей віком 16-35 років в Україні є Instagram, друге місце посідає Facebook, а TikTok користується попитом серед молоді віком 10-15 років (32%) [4].

В параметрах адаптації респонденти зазначають YouTube, Telegram. Саме Telegram став каналом надзвичайно важливим в період війни, інформаційні повідомлення про тривогу, небезпеку ракетного обстрілу та ін. користувачі отримують саме в Telegram, тут відбувається комунікація з друзями, спільноти з однокурсниками тощо. 100% опитаних використовують Telegram, на відміну від таких месенджерів як Viber та WhatsApp.

Без поділу на специфіку, зазначимо компоненти віртуального середовища, які мають вплив на соціально-психологічну адаптацію студентської молоді у Табл. 1. Як видно з таблиці, студенти окреслили коло соціальних мереж, які є дієвими інструментами впливу на їх особистість. І Facebook, і Instagram впливають на соціальну активність, але Instagram значно менше сприяє соціальній адаптації, респонденти водночас оцінюють його вплив як досить дезадаптивний.

Таблиця 1.

Оцінка впливу віртуального середовища на психологічні особливості користувача (за виділеними одиницями аналізу/частотою використання у тексті (у відсотках)

	Параметри віртуального простору										
	Facebook	TikTok	Instagram	Viber	WhatsApp	Snapchat	YouTube	Twitter	LinkedIn	Веб-сайти	Інше
Соціальна активність	64,7	8,1	62,3	25,1	71,3	13,2	61,1	21,0	31,4	81,3	8,4
Соціальна адаптація	43,1	12,1	28,4	3,2	7,9	8,6	73,1	2,1	21,9	64,3	4,1
Самоприйняття	31,7	-	34,3	-	-	-	4,3	5,8	3,9	10,9	2,3
Прийняття інших	27,1	4,8	32,4	-	-	-	12,9	-	-	-	-
Емоційний комфорт	41,1	-	41,4	2,4	-	-	7,5	-	-	-	-
Дезадаптація	11,3	-	51,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Напруженість	27,2	2,4	44,7	-	-	-	3,2	-	-	-	-
Тривожність	14,5	-	51,2	-	-	-	-	-	-	-	3,2
Освітня активність	29,1	-	39,3	-	-	-	54,7	-	23,3	75,3	2,4

Як зазначають дослідники, «соціальна мережа входить в її життя і здається нешкідливим слухачем на зразок особистого психотерапевта. Людина починає довіряти мережі все більше приватної інформації, поки не отримає той чи інший негативний досвід» [2, С.46]. І цей аспект теж відображено в окремих творах наших респондентів.

Загалом, соціальна адаптація та соціальна активність як її прояв характерні для всіх соціальних мереж, месенджерів, якими користуються респонденти, вони по-різному впливають на особистість, але їх вплив за результатами проведення контент-аналізу, безсумнівний.

Висновки. За результатами дослідження можна прийти до таких, найбільш загальних висновків, щодо потужного впливу віртуального середовища на студентську молодь. Цей вплив як сприяє соціальній адаптації, розширює освітні можливості, є важливим каналом комунікації, так і є дезадаптуючим фактором впливу. Отримані результати пілотажного дослідження важливо, на нашу думку, врахувати у практиці навчання і виховання. Адже відсутність напруженості,

тривожності, адаптованість, емоційний комфорт тощо є важливими передумовами успішності навчання, яке у онлайн/дистанційному форматі, навіть за наявності навчально-методичного забезпечення, потребує врахування особистісної основи та розвитку мотивуючих спонукань через ті віртуальні платформи, які визначені у межах даної роботи.

Література

1. Baidarova, O., Lavrentieva, D. (2017). Sotsialni media u sotsialnii roboti z moloddiu zi slukhovymy porushenniamy [Social media in social work with young people with hearing impairments]. Sotsialna robota [Social work]. №1(1). pp. 39-44.
2. Harkusha, I.V., Kaiko, V.I. (2019). Psykholohichni aspekty ta osnovni motyvy vykorystannia sotsialnykh merezh [Psychological aspects and basic motives for the development of social networks]. Visnyk universytetu imeni Alfreda Nobelia. Seriia «Pedahohika i psykholohiia». Pedahohichni nauky [Bulletin of Alfred Nobel University. Series "Pedagogy and Psychology". Pedagogical sciences]. № 2 (18). pp.40-47. [in Ukrainian].
3. Karamushka, L.M., Snihur, Yu.S. (2020). Kopinh-stratehii: sutnist, pidkhody do klasyfikatsii, znachennia dlia psykholohichnoho zdorovia osobystosti ta orhanizatsii [Coping strategies: essence, approaches to classification, importance for the psychological health of individuals and organizations]. Aktualni problemy psykholohii [Actual problems of psychology]. T. 1. Vol. 55. pp.23-30. [in Ukrainian].
4. Naipopuliarnishoiu sotsmerezheiu sered ukrainskoi molodi ye instahram – opytuvannia [Instagram is the most popular social network among Ukrainian youth – survey]. Retrieved from https://www.radiosvoboda.org/a/news-molod-sotsmerezhi-dosladzhennya/31406410.html [in Ukrainian].
5. Rudyk, M. (2020). Vplyv sotsialnykh media na formuvannia hromadskoi dumky [The influence of social media on the formation of public opinion]. Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia Zhurnalistyka [Bulletin of Lviv University. Journalism series]. Vol. 48. pp.198-206. doi: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10560 [in Ukrainian].
6. Serhiieni, O.V. (2023). Sotsialno-psykholohichna adaptatsiia zdobuvachiv vyshchoi osvity do nadzvychainoi sytuatsii viiskovykh podii v Ukraini ta do dystantsiinoi formy navchalnoho protsesu [Social and psychological adaptation of higher education students to the emergency situation of military events in Ukraine and to the distance learning process]. Transformatsii osobystosti v umovakh sotsialno-politychnykh ta ekonomichnykh zmin: kolekt. monohraf.; za zah. red. L.M.Prisniakovoi. Dnipro: LIRA [Transformations of personality in the conditions of socio-political and economic changes: collection. monograph.; in general ed. L.M. Prisniakova. Dnipro: LIRA]. pp.41-62. [in Ukrainian].
7. Berelson, Bernard. (1952). Content Analysis in Communication Research. Glencoe, Illinois: The Free Press. 220 p.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ FACEBOOK ТА INSTAGRAM У ДІЯЛЬНОСТІ ОКРЕМИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA FACEBOOK AND INSTAGRAM IN ACTIVITIES OF INDIVIDUAL INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

Політова Анна,
кандидатка юридичних наук, доцентка,
доцентка кафедри права,
Маріупольський державний університет,
Київ, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-7351-7110

Михайліченко Тетяна,
кандидатка юридичних наук, доцентка
доцентка кафедри кримінального права та кримінально-правових дисциплін,
Полтавський юридичний інститут
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,
Полтава, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-4668-3375

Politova Anna,
PhD, Associated Professor,
Associate Professor of Department of Law,
Mariupol State University,
Kiev, Ukraine

Mykhailichenko Tetiana,
Ph.D., Associated Professor at the Department of Criminal Law and
Criminal Law Disciplines,
Poltava Law Institute of the Yaroslav Mudryi National Law University,
Poltava, Ukraine

Анотація. У роботі здійснена спроба дослідити активність українських ЗВО у соціальних мережах Facebook та Instagram та описати типові підходи до розкриття ними своєї діяльності. Авторки дійшли висновків, що наразі соціальні мережі стали важливим інструментом у формуванні власного бренду як ЗВО, так і викладачів/науковців. Окрім того, вони сприяють побудові довірливих відносин зі

своєю аудиторією та їх ефективній взаємодії. Водночас відмічено, що не всі ЗВО повноцінно використовують можливості, які надають соціальні мережі.

Ключові слова: соціальна мережа, заклад вищої освіти, промоція, бренд науковця, бренд закладу вищої освіти.

Abstract. The paper attempts to investigate the activity of Ukrainian institutions of higher education in Facebook and Instagram social media and to describe typical approaches to disclosing their activities. The authors came to the conclusion that currently social media have become an important tool in the formation of their own brand of higher education institutions and teacher/scientist. In addition, it contributed to the building of trusting relationships with their audience and their effective interaction. At the same time, it is noting that not all institutions of higher education fully use the opportunities provided by social media.

Keywords: social media, institution of higher education, promotion, brand of a scientist, brand of a higher education institution.

Вступ. Сьогодні ми не уявляємо свого життя без соціальних мереж. Вони посіли у нашому житті особливе місце. Для будь-якого закладу вищої освіти (далі - ЗВО) соціальна мережа - це можливість не тільки рекламувати себе, але й знайомити громадськість зі своєю діяльність та залучати широке коло людей до “похідної” промоції. Таке інформування дозволяє створити позитивний імідж, впливає на рейтинг ЗВО і сприяє залученню абітурієнтів до вступу.

Метою дослідження є аналіз активності українських ЗВО у соціальних мережах Facebook та Instagram та описати типові підходи до розкриття ними своєї діяльності.

Огляд літератури. Дослідження ролі соціальних мереж, проблем Інтернет-комунікацій та організації спілкування у соціальних мережах, їх впливу на особистість користувачів досліджували О. Белінська, Б. Вахула, А. Погодіна, В. Сазанов і А. Сапожник. Також В. Горовий, В. Сазонова та інші вчені присвятили

свої наукові розробки питанням вивчення інформаційного (мережевого) розвитку суспільства. Разом з тим, досліджень щодо впливу соціальних мереж ЗВО на сучасну роль соціуму не проводилося, хоча значна кількість ЗВО використовують ту чи інші платформи задля промоції та формування образу лідеру думок. Це вказує на актуальність та важливість такого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Варто відзначити, що повномасштабне вторгнення російських військ 24 лютого 2022 року в Україну завдало ще більшого удару українській системі вищої освіти порівняно з роками дії карантинних обмежень. Руйнування інфраструктури ЗВО, проблема людського капіталу, а також відновлення освітнього процесу в умовах воєнного стану стали справжніми викликами. Згадана вище часткова адаптація українських ЗВО до освітнього процесу в умовах карантинних обмежень надала корисного досвіду для відновлення навчання. Саме навички, набуті під час пандемії, навіть за умови руйнування інфраструктури закладів, допомогли продовжити їхню діяльність в умовах війни [1, с. 32]. Серед ЗВО України найбільша кількість постраждалих у Донецькій, Луганській та Харківських областях. Всього в Україні 3395 закладів пошкоджено та 363 зруйновано повністю [2]. Водночас наразі значна кількість ЗВО, які не перебувають біля лінії фронту або не є в прифронтових областях, відносила очне навчання чи навчання у змішаному форматі. І навіть у прифронтовому Харкові деякі заклади вирішили працювати у змішаному форматі (приміром, Харківський національний медичний університет [3]).

Хоча вступна кампанія 2022-2023 років і була для багатьох ЗВО серйозним випробуванням, адже якщо у 2014-2015 навчальному році в Україні налічувалось трохи більш як 890 тис. тих, що навчалися на бакалавраті, то у 2021-2022 році – вже 692 тис. (падіння у 27%). Тих, що навчалися на магістратурі, у 2014-2015 н. р. було 346,6 тис. осіб, а вже минулого навчального року – 266,5 осіб (скорочення на 23%) [4]. Зазначені цифри вказують про зменшення кількості бажаючих здобувати вищу

освіту. І ця тенденція характерна не лише для України. Так, дослідниками відмічається зменшення кількості нових студентів, які вступають і до університетів США. Більш того, ця тенденцією набирає обертів [5].

Н. Хоув та В. Штраус відзначають, що сьогодні в закладах вищої освіти, згідно із теорією поколінь, навчаються "міленіали", молоді люди народжені в період з 1982 по 2004 рр. Вони характеризуються зарубіжними вченими як соціальна когорта, яка проводить значну частину свого життя у віртуальному світі, має найбільше знань і досвіду в галузі інформаційно-комунікаційних технологій, а більшість з них використовують ці технології як джерело інформації та ефективний засіб комунікації. Участь у створенні власного контенту, висловлення власного бачення та своєї думки, долучення на добровільних засадах до віртуальних спільнот – усі ці фактори призводять до збільшення часу перебування та примноження кількості молодих людей в інтернет-просторі [6, с. 415]. Саме тому для ЗВО велику роль у залученні абітурієнтів - майбутніх студентів - відіграють саме соціальні мережі. Так, сьогодні останні (соціальні мережі) - це основне джерело інформації, адже за результатами 66,2% респондентів віддають перевагу YouTube, 55% - Facebook. Також 50% опитаних споживають новини у Viber, 29,5% - в Instagram, 25,1% - у TikTok, 8,3% - у Twitter [7].

У соціальній мережі Facebook є інформація про понад 100 університетів, серед яких приблизно 10 % - неофіційні сторінки, а 5 % - це сторінки кафедр, груп для спілкування, спільнот. Окрім того, інформація про діяльність деяких ЗВО застаріла та неактуальна. Проаналізуємо узагальнену інформацію більш детально на прикладі деяких ЗВО, зокрема, які увійшли у ТОП-10 рейтингу найкращих вишів України 2023 році, а також ЗВО де працюють автори цього дослідження (табл.1).

Таблиця 1

Інформація про Університети у Facebook

№ з/п	Назва ЗВО	Посилання на сторінку в Facebook	Інформація			Періодичність оновлення інформації
			«Життя»	Вступ	Заходи та події	
1.	Національний технічний університет України "Київ-ський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"	https://www.facebook.com/politekh	+	-	Події та заходи не оновлюються з 2018 р.	Періодично оновлюється
2.	Київський національний університет імені Тараса Шевченка	https://www.facebook.com/kyiv.university	+	+	+	Оновлюється постійно
3.	Харківський національний університет імені Каразіна (сторінка у Facebook - V.N. Karazin Kharkiv National University)	https://www.facebook.com/Karazin.University	+	+	+	Оновлюється постійно
4.	Національний університет "Львівська політехніка" (сторінка у Facebook - Львівська політехніка)	https://www.facebook.com/lvivpolytechnic	+	+	+	Оновлюється постійно
5.	Львівський національний університет імені Івана Франка	https://www.facebook.com/franko.lviv.ua	+	+	+	Оновлюється постійно
6.	Сумський державний університет	https://www.facebook.com/sumdu.ua	+	+	Події та заходи не оновлюються з 2021 р.	Оновлюється постійно
7.	Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"	https://www.facebook.com/ntu.xpi	+	+	+	Оновлюється постійно
8.	Національний університет біоресурсів і природокористування України (сторінка у Facebook - НУБіП / NULES) Має 2 неофіційні сторінки	https://www.facebook.com/nubip.edu.ua	+	+	Події та заходи не оновлюються з 2020 р.	Періодично оновлюється
9.	Харківський національний університет радіоелектроніки (сторінка у Facebook - ХНУРЕ)	https://www.facebook.com/nureKharkiv/	+	+	Події та заходи не оновлюються з 2021 р.	Оновлюється періодично
10.	Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"	https://www.facebook.com/ntudp	+	+	+	Оновлюється постійно
11.	Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого	https://www.facebook.com/nlu.official	+	+	+	Оновлюється постійно
12.	Маріупольський державний університет	https://www.facebook.com/mdu.mariupol	+	+	+	Оновлюється постійно

Для порівняння з соціальною мережею Facebook, порівняємо ці ж самі ЗВО в Instagram.

Таблиця 2

Інформація про Університети в Instagram

№ з/п	Назва ЗВО	Інформація		Періодичність оновлення інформації
		«Життя»	Вступ	
1.	Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”	+	+	Оновлюється постійно
2.	Київський національний університет імені Тараса Шевченка	+	+	Оновлюється постійно
3.	Харківський національний університет імені Каразіна	+	+	Оновлюється постійно
4.	Національний університет “Львівська політехніка” (має кілька сторінок, але ВСІ неофіційні, а також є сторінки окремих факультетів/ін-тів)	Останнє оновлення у 2015 р.		
5.	Львівський національний університет імені Івана Франка	+	+	Оновлюється постійно
6.	Сумський державний університет	+	+	Оновлюється постійно
7.	Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”	+	+	Оновлюється постійно
8.	Національний університет біоресурсів і природокористування України	Після 2021 р. оновлень не було, окрім 3 постів		Оновлення не інформативні
9.	Харківський національний університет радіоелектроніки	+	+	Оновлюється постійно
10.	Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”	+	+	Оновлюється постійно
11.	Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого	+	+	Оновлюється постійно
12.	Маріупольський державний університет	+	+	Оновлюється постійно

Висновки. Таким чином, наше дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Сьогодні соціальні мережі є важливим інструментом для ЗВО у формуванні власного бренду, побудові довірливих відносин зі своєю аудиторією та сприяють

ефективній взаємодії. Вони надають швидкий, короткий і оптимальний спосіб відображення ідентичності університетів у онлайн середовищі. За результатами дослідження використання соціальних мереж ЗВО, як інноваційної платформи для формування свого бренду, веде у деяких мережах до перенасичення непотрібною та зайвою інформацією, а також її не оновленням. Тому системний аналіз свого контенту та своїх підписників є ефективним механізмом для розвитку свого бренду, щоб не втратити свого майбутнього студента.

2. Аналіз соціальної мережі Facebook показав, що вона не може заохочувати майбутніх абітурієнтів, вона розрахована на більш старших фоловерів (батьків, випускників, стейкхолдерів). Більш молодіжною за своїм емоційним контентом є Instagram. Саме у цій соціальній мережі студенти та абітурієнти можуть переглянути невеличке (від 30 секунд до кількох хвилин) відео, картинки та скорочені емоційні змістовні пости про життя ЗВО та досягнення науковців, студентське життя тощо. Також саме остання соціальна мережа є більш розповсюдженою при проведенні так званих “Днів відкритих дверей”. Варто відмітити, що повноцінно всі можливості Instagram не використовує жоден із проаналізованих ЗВО, причиною чого, як нам видається, може бути відсутність відповідних фахівців, які б займалися виключно цим питанням. У той же час деякі ЗВО (зокрема, Харківський національний університет імені Каразіна, Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”, Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого та Маріупольський державний університет) періодично наповнюють власні сторінки досить емоційним контентом, що розрахований на молодь (як на студентів, так і на потенційних абітурієнтів). Досить вдалим видається контент, де надаються короткі розповіді у форматі відео чи фото про викладачів ЗВО. Але при цьому, на відміну від постів у Facebook, у Instagram вони позбавлені канцеляризмів, т.зв. “лонгрідів”, є яскравими та підтримують вже

бренд науковців/викладачів. Така колаборація йде на користь як ЗВО, так і їх працівникам.

Література

1. Nikolaiev Ye., Shemelynets H. Rii, I. (2023). Vyshcha osvita v Ukraini: zminy cherez viinu: analitychnyi zvit [Higher education in Ukraine: changes due to the war: analytical report] Kyiv: Kyivskyi universytet imeni Borysa Hrinchenka [Kyiv: Borys Grinchenko Kyiv University]. 94 p.
2. 7 milioniv ditei v Ukraini [7. million children in Ukraine]. Retrieved from https://saveschools.in.ua/ (2023, September, 11)
3. U meduniversyteti Kharkova orhanizuvaly zmishane navchannia: skilky studentiv vyrishyly vidviduvaty vysh [Mixed education was organized at Kharkiv Medical University: how many students were willing to attend higher education]. Suspilne. Novyny [Public. News]. Retrieved from https://suspilne.media/567017-u-meduniversiteti-harkova-organizuvali-zmisane-navcanna-skilki-studentiv-virisili-vidviduvati-vis/ (2023, September, 11)
4. Berkal M. Yak viina vplynula na rynok osvity i chomu molod yde na nepotribni spetsialnosti [How the war affected the education market and why young people go to unnecessary specialties]. Retrieved from https://delo.ua/education/yak-viina-vplinula-na-rinok-osviti-i-comu-molod-ide-na-nepotribni-specialnosti-417180/ (2023, September, 11)
5. Imed Bouchrika. (2023). 11 Top Trends in Higher Education: 2023 Data, Insights & Predictions. Jul. 28, 2023. Retrieved from https://research.com/education/trends-in-higher-education (2023, September, 11)
6. Howe N., Strauss W. (2000). Millennials rising: The next great generation. Vintage Books, 432 p.
7. Chorna O. (2023). «Opora»: Osnovnym dzherelom informatsii maizhe 80% ukraintsiv ye sotsialni merezhi [Opora: The main source of information for almost 80% of Ukrainians is social networks]. Retrieved from https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintsiv-ie-sotsialni-merezhi/ (2023, September, 11).

ІНТЕГРАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В АКАДЕМІЧНУ СФЕРУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОМОЦІЇ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

INTEGRATION OF SOCIAL MEDIA INTO THE ACADEMIC SPHERE FOR EFFECTIVE COMMUNICATION AND PROMOTION OF RESEARCH

Шмаленко Юлія,
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри соціології,
Національний університет «Одеська юридична академія»,
Одеса, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-0806-7907

Shmalenko Iuliia,
PhD in Political Science, Associate Professor,
Associate Professor of Sociology,
National University "Odesa Law Academy",
Odesa, Ukraine

Анотація. Дослідження багатогранної ролі соціальних медіа-платформ в сучасному академічному середовищі є важливим завданням, яке допоможе краще розуміти переваги та виклики використання соціальних мереж в академічній сфері, а також сприятиме розробці стратегії їхнього використання для промоції академічних досліджень, ефективної комунікації та співпраці серед науковців у всьому світі.

Ключові слова: академічна сфера, освітнє середовище, соціальні медіа-платформи, ефективна комунікація, промоція академічних досліджень, науковий нетворкінг.

Abstract. The study of the multifaceted role of social media platforms in the modern academic environment is an important research task that will help to better understand the benefits and challenges of using social media in research, as well as contribute to the development of a strategy for using them to promote academic research and effective communication and collaboration among scientists around the world.

Keywords: academic sphere, educational environment, social media platforms, effective communication, promotion of academic research, scientific networking.

Вступ. Соціальні медіа-платформи стали невід’ємними інструментами в сучасній академічній сфері, революціонізуючи способи спілкування, співпраці та поширення результатів досліджень. В останні роки інтеграція соціальних медіа в академічну сферу відкрила нову еру наукової комунікації. Такі платформи, як Twitter, Facebook, LinkedIn, ResearchGate та сайти академічних блогів, надали вченим потужні інструменти для спілкування, колаборації та промоції своїх наукових розвідок перед глобальною аудиторією.

Мета дослідження - вивчення трансформаційного впливу соціальних медіа на наукову діяльність, акцентуючи увагу на стратегії ефективної інтеграції, етичні міркування та майбутні перспективи цих динамічних взаємовідносин.

Огляд літератури. Інтеграція соціальних медіа в академічну сферу стала актуальним дослідницьким напрямком, оскільки це впливає на спосіб, яким науковці спілкуються та популяризують свої дослідження. Огляд літератури з цієї теми відображає широкий спектр досліджень та аналізує вплив інтеграції соціальних медіа на академічне середовище. Багато дослідників, включаючи López-Goñi (2018), Foell (2021), вказують на те, що академічний вплив (Impact) тепер вимірюється не лише за кількістю цитувань, але і за активністю науковців в соціальних медіа, що дало Сологуб (2023) підстави розробили рекомендації для науковців щодо ефективного використання соціальних мереж, таких як визначення цілей, аналіз аудиторії, створення цікавого контенту та планування публікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. З розвитком цифрового ландшафту науковці дедалі більше визнають соціальні медіа як потужний інструмент, що посилює поширення академічних знань, сприяє залученню ширшої аудиторії та створює можливості для наукового нетворкінгу. Поява соціальних медіа-платформ докорінно змінила спосіб взаємодії науковців зі своїми колегами, студентами та громадськістю, відкрила двері до нових комунікаційних можливостей і шляхів для просування академічних досліджень. Соціальні медіа пропонують науковцям динамічну платформу для швидкого та широкого розповсюдження результатів своїх досліджень та наукових розвідок у вигляді статей, презентацій на конференціях, потенційно охоплюючи аудиторію далеко за межами традиційних академічних кіл. Цей трансформаційний потенціал породжує низку складнощів, які включають питання якості інформації, тайм-менеджменту, приватності, онлайн-переслідувань, інформаційного перевантаження тощо. Для науковців важливо орієнтуватися в цифровій сфері з урахуванням етичних

міркувань, щоб інтеграція соціальних мереж в академічну сферу залишалася рушійною силою саме позитивних змін у науковій спільноті. Першочерговим завданням є підтримання точності та надійності інформації, якою діляться на платформах соціальних мереж, адже дезінформація та неправильна інтерпретація результатів досліджень швидко поширюючись, підриває довіру до академічної роботи.

Дослідники використовують соціальні медіа для ефективної наукової комунікації, роблять складні дослідження доступними для широкої громадськості, що сприяє підвищенню наукової грамотності та розумінню громадськістю важливих питань. Участь у соціальних мережах дозволяє науковцям та дослідникам долати географічні кордони, взаємодіяти з колегами, експертами та студентами по всьому світу в режимі реального часу, брати участь у дискусіях, конференціях, обміну ідеями, отримувати відгуки та відповідати на запити, що сприяє створенню середовища, сприятливого для спільного навчання, формуючи віртуальні академічні спільноти та сприяючи розвитку міждисциплінарної співпраці.

Платформи соціальних мереж дозволяють негайно взаємодіяти з колегами і громадськістю, заохочуючи до активних дискусій і зворотного зв’язку. Науковці, які прагнуть досягти максимальної продуктивності у дослідницькому та академічному житті, використовують цільові соціальні платформи та електронні інструменти задля відстежування останніх новин і розвитку відповідної галузі досліджень та освіти, а також для спрощення процесу знаходження необхідних наукових ресурсів. Ефективне використання соціальних мереж підвищує видимість і вплив наукової роботи через поширення, ретвіти і цитування. Поєднання активності в соціальних мережах з дослідницькими обов’язками є непростим завданням оскільки науковцям не завжди вистачає часу для підтримання постійної присутності в мережі, що, в свою чергу, відволікає від дослідницької діяльності. Величезний обсяг інформації в соціальних медіа є приголомшливим, що потенційно

призводить до того, що дослідницький контент може загубиться в інформаційному «шумі» і, як наслідок, забезпечення видимості дослідження в такому переповненому просторі викликає певні складнощі.

До соціальних мереж та цифрових інструментів наукового спрямування націлених на публічний обмін інформацією належать:

Facebook – відома соціальна мережа, яка дозволяє науковцям ділитися своїми дослідженнями та знаходити аудиторію серед широкого загалу.

LinkedIn – професійна мережа, де науковці можуть побудувати свої професійні зв'язки та обмінюватися ідеями.

Twitter – платформа, що дозволяє коротко та швидко ділитися новинами, публікувати думки та отримувати відгуки від колег і громадськості.

Спеціалізованими мережами та інструментами для наукового нетворкінгу, де дослідники можуть публікувати свої роботи та встановлювати контакти з колегами є – *ResearchGate.net, Academia.edu, ORCID, Publons, Scopus*.

До бібліографічних ресурсів та автоматизованої бібліографії відносять *Mendeley* – інструмент для зберігання, організації та спільного використання бібліографічних даних і наукових статей.

Платформами, які допомагають науковцям зберігати та організовувати матеріали та ідеї для подальшого використання є – *Pinterest, Flipboard*.

Популярною платформою для ведення наукових блогів та спілкування зі світом через публікації є – *Wordpress.com*.

Для оповіщення про наукові конференції та розповсюдження інформації про них дослідники використовують ресурс *Conal*.

Інструментом, який надає можливість генерувати цифровий ідентифікатор об'єкта (DOI) для наукових матеріалів – *Figshare*.

Ці інструменти та платформи розширюють можливості науковців, сприяють прискоренню комунікації великої кількості дослідників у всьому світі. Разом з тим,

обмін особистою інформацією та інформацією, пов'язаною з дослідженням, у соціальних медіа викликає занепокоєння щодо конфіденційності, примушуючи дослідників проявляти обережність щодо того, що і кому вони розкривають, особливо в контексті делікатних тем дослідження. Дослідники стикаються з етичними дилемами, пов'язаними з конфліктами інтересів, відповідальним обміном даними та належним використанням соціальних мереж для просування досліджень. Також платформи соціальних мереж не застраховані від онлайн переслідувань і тролінгу, адже негативні коментарі, критика або навіть погрози, негативно впливають на добробут і продуктивність науковців.

Висновки. Переваги використання соціальних мереж в академічних колах є беззаперечними. Хоча соціальні медіа мають потенціал для поширення академічних досліджень, залучення різноманітних аудиторій і сприяння науковій співпраці, вони також створюють низку викликів, які потребують ретельного розгляду. Вирішальне значення має підтримка академічної строгості і забезпечення точності інформації, якою діляться в соціальних медіа, науковці повинні дотримуватися балансу між прозорістю і конфіденційністю, особливо коли діляться особистими або неопублікованими даними досліджень. Дослідники мають обирати платформи, що відповідають їхнім науковим цілям і цільовій аудиторії, створюючи потужні академічні мережі та взаємодіючі з колегами, що посилює вплив зусиль у соціальних медіа, а створення цікавого, стислого та інформативного контенту сприяє ефективній комунікації. Щоб використати весь потенціал соціальних медіа, науковці повинні орієнтуватися в цифровому ландшафті з доброчесністю, уважністю і відданістю відповідальному обміну знаннями. Подолавши ці складнощі, дослідники можуть створити потужну онлайн-присутність, яка не лише сприятиме їхній кар'єрі, а й подальшому поширенню цінних наукових ідей та науковій колаборації.

Література

1. Solohub, S. I. (2023) Sotsialni merezhi v naukovii roboti :navch [Social networks in scientific work: research]. posibnyk .Kyiv : IPDO NUKhT [manual. Kyiv: IPDO Nukht]. 89 p. [in Ukrainian].
2. Foell, J. (2021) Social media science communication is a nonstop academic conference for all. Nat Hum Behav 5, 812. https://doi.org/10.1038/s41562-021-01138-0
3. Ignacio López-Goñi, Manuel Sánchez-Angulo, (2018) Social networks as a tool for science communication and public engagement: focus on Twitter, FEMS Microbiology Letters, Volume 365, Issue 2, fnx246, https://doi.org/10.1093/femsle/fnx246

УНІВЕРСИТЕТИ ЯК ІНФРАСТРУКТУРА СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ: ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙ ТА РОЗВИТКУ

UNIVERSITIES AS INFRASTRUCTURE OF SMART SPECIALIZATION: SUPPORT OF INNOVATION AND DEVELOPMENT

Омельяненко Віталій,
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка,
Суми, Україна;
старший науковий співробітник,
Інститут економіки промисловості НАН України,
Київ, Україна;
пост-док, Естонський університет прикладних наук підприємництва,
Таллінн, Естонія
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-0713-1444

Омельяненко Олена,
доктор філософії,
старший викладач кафедри бізнес-економіки та адміністрування,
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка,
Суми, Україна
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-8993-806X

Вернидуб Максим,
аспірант,
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка,
Суми, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8010-793X

Кравченко Юрій,
аспірант,
Інститут економіки промисловості НАН України,
Київ, Україна
ORCID ID: https://orcid.org/0009-0006-1221-0867

Vitaliy Omelyanenko,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of Department of Business Economics and Administration,
Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko,
Sumy, Ukraine,
Senior Research Fellow,
Institute of Industrial Economics of National Academy of Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine,
post-doc, Estonian University of Applied Business Sciences,
Tallinn, Estonia

Olena Omelianenko,
PhD, senior lecturer of the department of business economics and administration,
Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko,
Sumy, Ukraine

Vernydub Maksym,
Postgraduate student,
Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko,
Sumy, Ukraine

Yurii Kravchenko,
Postgraduate student,
Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine

Анотація. Авторами проаналізовано роль університетів у розвитку смарт-спеціалізації та їх внесок у створення інфраструктури для інновацій та росту. Визначено складові інфраструктури смарт-спеціалізації. Розглянуто значення дослідницької інфраструктури для повоєнного відновлення України та способи її оптимального використання.

Ключові слова: смарт-спеціалізація, інновації, громади, інфраструктура, університети, дослідницька інфраструктура.

Abstract. The authors have analyzed the role of universities in the development of smart specialization and their contribution to the creation of infrastructure for innovation

and growth. The components of the infrastructure of smart specialization were defined. The importance of research infrastructure for the post-war recovery of Ukraine and methods of its optimal use were considered.

Keywords: smart specialization, innovation, communities, infrastructure, universities, research infrastructure.

Вступ. У сучасному світі, де інновації та інтелектуальний розвиток визначають конкурентоспроможність країн та регіонів, університети стають важливою складовою інфраструктури смарт-спеціалізації. Смарт-спеціалізація означає фокус на розвитку конкретних сфер та технологій для досягнення сталих переваг і підвищення життєвого рівня.

Мета дослідження – визначення ролі університетів у розвитку смарт-спеціалізації та їх внесок у створення інфраструктури для інновацій та росту.

Огляд літератури. Сталі інфраструктурні рішення становлять основу для досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) у всіх сферах. Навіть якщо інфраструктура явно вказана лише у ЦСР 9 (індустріальна інновація), вона є ключовим фактором для досягнення всіх інших соціально-економічних ЦСР [1]. Планування сталої інфраструктури може призвести до багатьох загальних переваг, таких як покращення сфери охорони здоров'я та якості повітря завдяки чистим системам транспорту (ЦСР 3), забезпечення доступу до енергії (ЦСР 7), підтримка сталої індустріалізації (ЦСР 9) та стимулювання відповідного виробництва та споживання (ЦСР 12). Сталі інфраструктурні рішення також можуть сприяти збереженню природи та сталому використанню суходолу (ЦСР 15), а розумне планування транспортної інфраструктури може допомогти зменшити нерівності всередині країн (ЦСР 10).

В публікаціях [2; 3] визначено чотири ключові принципи сталості інфраструктури, що охоплюють економічні, фінансові, екологічні, соціальні та інституційні аспекти. Кожен із цих аспектів має бути врахований на всіх етапах

проєктування та реалізації інфраструктури. Оскільки інфраструктурні об'єкти часто мають тривалий термін служби, їх вплив може бути довгостроковим і закріплювати країни в нестійких шляхах розвитку, зокрема через недостатню стійкість до кліматичних та інших надзвичайних подій.

Ураховуючи значні збитки в Україні [4] через конфлікт, існує різноманітні завдання відновлення, зокрема на рівні громад [5; 6; 7], та врахування кращих практик [8; 9; 10; 11; 12], громадських потреб [13; 14] і досягнення сталого розвитку [15; 16; 17]. У наших попередніх дослідженнях, ми вже визначили концептуальні основи інфраструктурно-сервісної методології розвитку місцевих громад [18; 19], але ці принципи повинні бути конкретизовані враховуючи наявні можливості, пов’язані зокрема з використанням потенціалу університетів та дослідницької інфраструктури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інфраструктура смарт-спеціалізації – це сукупність технічних та організаційних ресурсів, які створюють умови для розвитку та впровадження інновацій у конкретних галузях або секторах економіки. Ця інфраструктура допомагає забезпечити сталий розвиток та конкурентоспроможність визначених сфер, сприяючи ефективному використанню знань, технологій та ресурсів.

Основні складові інфраструктури смарт-спеціалізації включають:

1. Університети, дослідницькі центри та навчальні установи, які забезпечують навчання, підготовку кадрів і проведення досліджень у визначених галузях.

2. Спеціалізовані підприємства та стартапи, що розробляють та впроваджують інноваційні рішення та продукти.

3. Технологічні парки як спеціалізовані зони, де підприємства можуть працювати разом для створення та розвитку нових технологій.

4. Фонди, інвестиційні програми та кредитні можливості для фінансування інноваційних проєктів та досліджень.

5. Інфраструктура для передачі даних: високошвидкісні інтернет-з'єднання, хмарні обчислення та інші технічні ресурси для обробки та обміну інформацією.

6. Публічна підтримка: політики та програми, які спрямовані на стимулювання інновацій та розвиток визначених секторів економіки.

Інфраструктура смарт-спеціалізації створює умови для росту інноваційних підприємств, підвищення якості життя та створення нових робочих місць. Вона допомагає країнам та регіонам визначити свої сильні сторони та розвивати їх, щоб досягти сталих переваг у світовій економіці. Для цього доцільно використовувати потенціал університетів.

По-перше, університети є головними осередками інтелектуального капіталу та знань. Вони забезпечують освіту та навчання, необхідні для розвитку кваліфікованих кадрів у ключових секторах економіки. Університети розробляють та впроваджують навчальні програми, спрямовані на найбільш актуальні галузі, такі як інформаційні технології, біотехнології, зелена енергія та інші. Вони також співпрацюють з бізнесом та громадським сектором для забезпечення практичного навчання та досліджень.

По-друге, університети є важливими центрами досліджень і розробок. Вони проводять фундаментальні та прикладні дослідження в різних сферах, що допомагає виробляти нові технології та інноваційні рішення. Інфраструктура лабораторій, наукових центрів та технологічних парків, що належать університетам, сприяє розвитку інновацій та створенню нових продуктів та послуг.

По-третє, університети сприяють комерціалізації досліджень і розвитку стартапів. Багато сучасних технологій та бізнес-ідей виникають в університетських середовищах. Університети надають підтримку для створення та розвитку стартапів, зокрема фінансову, юридичну та консультативну допомогу. Це сприяє виникненню нових підприємств та робочих місць.

По-четверте, університети створюють платформи для обміну знань та співпраці між різними галузями та секторами. Це сприяє інтердисциплінарним дослідженням та інноваціям. Університети можуть об'єднувати фахівців з різних галузей для спільного вирішення складних проблем та розв'язання сучасних викликів.

Після важких конфліктів і війни, важливим завданням будь-якої країни є відновлення зруйнованої інфраструктури та підтримка сталого економічного зростання. У випадку України, яка пережила складний період конфлікту на сході країни, дослідницька інфраструктура може відігравати важливу роль у процесі відновлення та сталого розвитку.

Дослідницька інфраструктура - це сукупність наукових лабораторій, університетів, наукових центрів та інших наукових установ, які здійснюють дослідження та розробки в різних галузях науки і техніки. Її значення полягає в забезпеченні доступу до наукового обладнання, фахівців та знань для вирішення різних завдань, пов'язаних з відновленням та розвитком країни.

Література з цієї теми обмежена, але зростає, виділяє п’ять ключових особливостей дослідницьких інфраструктур, які внутрішньо взаємопов’язані [20]:

- інфраструктури загалом надають послуги та ресурси як суспільне благо, тобто невиключне, неконкурентоспроможне та доступне для всіх. Створення та підтримка інфраструктури передбачає скоординовані дії спільноти зацікавлених сторін, часто з різних дисциплін або секторів, які представлені ключовими особами, що працюють у створених мережах, які здатні продемонструвати свою цінність, взаємодію та переваги для фінансових установ;

- дослідницькі інфраструктури повинні пропонувати послуги, орієнтовані на користувачів, що відповідають потребам дослідників. Ці послуги можуть набувати різноманітних форм, таких як дані, інструменти, освіта та навчання, а також методологічна експертиза, які мають на меті сприяти розвитку певної галузі науки.

Характер цих послуг значною мірою залежить від наукового сектору та залучених дослідницьких спільнот;

- дослідницька інфраструктура повинна бути довготривалою та стабільною, щоб уникну-ти втрати накопичених переваг. Таким чином, створення та підтримка інфраструктур вимагає ефективної комунікації, щоб закріпити інфраструктуру в державній політиці та гарантувати, що політики та громадськість визнають їх легітимність і переваги для суспільства в цілому. З боку користувача, інфраструктура повинна бути спроможною пропонувати послуги, необхідні для дослідників на довгостроковій основі, а отже, повинна забезпечувати безперервні та стабільні ресурси, персонал, плат-форми та засоби;

- пристосованість дослідницьких інфраструктур до мінливих потреб наукового співтовариства. Це може здатися дещо суперечливим установам, які мають на меті існувати на довгостроковій основі і які за своєю природою мають бути консервативними. Однак змінюваність є основоположною для дослідницьких інфраструктур, щоб мати можливість забезпечити суспільне благо, яке залишається тісно узгодженим із потребами користувачів, і особливо для того, щоб отримати підтримку зацікавлених сторін;

- дослідницька інфраструктура внутрішньо пов’язана з вимогами наукового методу таким чином, що забезпечує важливі переваги для наукового співтовариства. Пропонуючи прозорий і від-критий доступ до даних, дослідницькі інфраструктури підтримують науковий метод, розширюючи можливості для перевірки і тиражування гіпотез. Крім того, узгоджуючи стандарти та кодуючи їх у практиках та інструментах, інфраструктури сприяють порівнянню та ширшому та ефективнішому використанню даних для наукового прогресу.

Однією з ключових галузей, в яких дослідницька інфраструктура може бути корисною для України, є енергетика. Після війни, багато енергетичних об'єктів можуть бути руйнованими або пошкодженими, і їх відновлення вимагає серйозних

зусиль і ресурсів. Дослідницькі центри з енергетики можуть допомогти розробити нові технології та підходи до відновлення та модернізації енергетичних систем.

Крім того, дослідницька інфраструктура може бути корисною для відновлення інфраструктури водопостачання та очищення води, транспортних систем, освіти, охорони здоров'я та інших галузей. Наприклад, наукові дослідження в галузі інженерії можуть допомогти розробити нові матеріали та технології для будівництва і реконструкції інфраструктури.

Значення дослідницької інфраструктури полягає не лише в технічних аспектах, але й в підтримці розвитку людських ресурсів. Наукові центри та університети можуть надавати навчання та підготовку для фахівців, які будуть задіяні в процесі відновлення і розвитку країни. Це важливо для створення нових робочих місць та підвищення якості життя населення.

Для оптимального використання дослідницької інфраструктури для повоєнного відновлення України, важливо створити механізми співпраці між науковими установами, урядовими органами та бізнес-середовищем. Ця співпраця може включати обмін знаннями, технологіями та ресурсами, а також створення сприятливого середовища для інновацій та підтримки стартапів.

Висновки. Університети відіграють важливу роль у створенні інфраструктури для смарт-спеціалізації. Вони забезпечують реалізацію освітньої функції, проведення досліджень та надання підтримки для розвитку інновацій та економічного зростання. Університети стають ключовими партнерами для урядів, бізнесу та громадського сектору у досягненні спільних цілей щодо розвитку сучасних технологій та створення сталих переваг для країни. Особливий потенціал для смарт-спеціалізації має дослідницька інфраструктура, яку доцільно розглянути в рамках вирішення завдань повоєнного відновлення України, зокрема для вирішення технічних та наукових завдань відновлення і розвитку країни.

References

1. Thacker S. et al. (2018). Infrastructure: Underpinning Sustainable Development, UNOPS, Copenhagen. Retrieved from https://www.itrc.org.uk/wp-content/PDFs/ITRC-UNOPS-Infrastructure_Underpining_Sustainable%20Development.pdf (2023, October, 10)

2. Inter-American Development Bank (2018). What is Sustainable Infrastructure? A Framework to Guide Sustainability Across the Project Cycle. Retrieved from https://publications.iadb.org/en/what-sustainable-infrastructure-framework-guide-sustainability-across-project-cycle (2023, October, 10)

3. UN Environment (2019). Integrated Approaches to Sustainable Infrastructure, UN Environment, Geneva. Retrieved from https://www.greengrowthknowledge.org/sites/default/files/downloads/resource/Integrated_Approaches_To_Sustainable_Infrastructure_UNEP.pdf (2023, October, 10)

4. Zaghalna suma prjamykh zbytkiv, zavdana infrastrukturi Ukrajiny cherez viinu, za pidsumkamy chervnja 2023 roku perevyshhyla $150 mlrd. [The total amount of direct damage caused to the infrastructure of Ukraine due to the war, according to the results of June 2023, exceeded $150 billion. August 2, 2023.] 2 August 2023. Retrieved from https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-cherez-viynu-za-pidsumkami-chervnya-2023-roku-perevishhila-150-mlrd/ [in Ukrainian]. (2023, October, 10)

5. Denysenko S. (2022). Rozvyvaty spilnoty: iak vidbudova infrastruktury daie nove zhyttia ghromadam [Building communities: how rebuilding infrastructure breathes new life into communities]. *Ukrajinsjka pravda [Ukrainian truth]*, August 19. Retrieved from https://www.pravda.com.ua/columns/2022/08/19/7363958/ [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

6. Hamaniuk O., Palchuk M. (2020). Rozmir maie znachennia: dokhody menshykh hromad zrostaiut shvydshe, nizh u bilshykh [Size matters: Smaller communities' incomes grow faster than larger ones]. *Ekonomichna polityka [Economic policy], February 6*. Retrieved from https://voxukraine.org/rozmir-maye-znachennya-dohodi-menshih-gromad-zrostayut-shvidshe-nizh-u-bilshih [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

7. Harus A., Nivievskyi O. (2020). U yednosti – syla. Vplyv reformy detsentralizatsii na mistsevi biudzhety v Ukraini [There is strength in unity. Impact of decentralization reform on local budgets in Ukraine]. *Derzhavne upravlinnia [Governance], August 6*. Retrieved from https://voxukraine.org/u-yednosti-sila-vpliv-reformi-detsentralizatsiyi-na-mistsevi-byudzheti-v-ukrayini/ [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

8. Shramenko O. V. (2016). Zabezpechennia infrastrukturnoi bezpeky zaliznychnoho transportu [Ensuring infrastructural safety of railway transport]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti [Herald of the economy of transport and industry]*, *56*, 113-118. [in Ukrainian].

9. Smart infrastruktura dlia pisliavoiennoho vidnovlennia ta rozvytku hromad ta terytorii. Pres-sluzhba Aparatu Verkhovnoi Rady Ukrainy [Smart infrastructure for post-war reconstruction and development of communities and territories. Press service of the Apparatus of the Verkhovna Rada of Ukraine]. 27 July 2023. Retrieved from https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/239493.html [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

10. Khan H. W., Hunzai I. (2000). Bridging institutional gaps in irrigation management: the post 'ibex-horn' innovations in Northern Pakistan. in Kreutzmann H. (editor), Sharing Water: Irrigation and Water Management in the Hindukush-Karakoram-Himalaya, Oxford University Press, Oxford / London / Karachi, 133–145.

11. Kisi (2023). Cities with the Best Work-Life Balance 2022. Retrieved fromhttps://www.getkisi.com/work-life-balance-2022 (2023, October, 10)

12. Innovatsiini osnovy vidnovlennia ta rozvytku krain pislia zbroinykh konfliktiv: innovatsiinyi

vymir: kolektyvna monohrafiia [Innovative foundations of recovery and development of countries after armed conflicts: innovative dimension: collective monograph]. under the editorship Doctor of Economics Omelyanenko V.A. Sumy: Institute of Innovative Development Strategies and Knowledge Transfer. 2022. [in Ukrainian].

13. Cedos Analytical Center (2021). Doslidzhennia zboru danykh pro bezpeku v Ukraini. Zvit za rezultatamy doslidzhennia [Research on security data collection in Ukraine. Report on the results of the study]. Kyiv, Center for Sociology of Law and Criminology. Retrieved from https://cedos.org.ua/wp-content/uploads/dosl-dani-pro-bezpeku-v-ukraini.pdf [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

14. Serohin V., Serohina S., Bodrova I., Hrytsenko H., Omelianenko O. (2023). The Potential of Territorial Communities as a Factor of Socio-Environmental Development of Territories. *WSEAS Transactions on Environment and Development, 19*, 197-206. https://doi.org/10.37394/232015.2023.19.17

15. Omelianenko V., Omelianenko O., Vernydub M. (2022). Naukovi zasady analitychnoho pidkhodu do formuvannia ta otsiniuvannia efektyvnosti innovatsiinoi polityky v konteksti staloho rozvytku [Scientific foundations of the analytical approach to the formation and evaluation of the effectiveness of innovation policy in the context of sustainable development]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society, 42*. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-88 [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

16. Omelianenko V., Omelianenko O. (2023) Vykorystannia innovatsii v sferi danykh v konteksti staloho rozvytku terytorialnykh hromad [The use of innovations in the field of data in the context of sustainable development of territorial communities]. *Ekonomika ta suspilstvo [Economy and society], 48*. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-42 [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

17. Omelianenko V.A., Omelianenko O.M., Artiukhova N.O. (2021). Marketynh tsyfrovykh innovatsii u konteksti staloho rozvytku rehionu [Marketing of digital innovations in the context of sustainable development of the region]. *Ekonomika ta derzhava [Economy and state], 4*, 72–77. https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.4.72 [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

18. Omelianenko O. M., Omelianenko V. A. (2023). Kontseptualni osnovy infrastrukturno-servisnoi metodolohii rozvytku lokalnykh spilnot [Conceptual foundations of infrastructure and service methodology for the development of local communities]. *Problemy ekonomiky [Problems of economy], 2*, 120–128. https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-120-128 [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

19. Omelyanenko V., Omelianenko O. (2023). Infrastructure and service methodology for the development of innovative hromadas: general idea and example of smart city infrastructure. *Three Seas Economic Journal*, 4 (1), 49-57. https://doi.org/10.30525/2661-5150/2023-1-6

20. Любчич А.М., Огієнко І.В. (2022). Deyaki aspekty stanovlennya ta rozvytku doslidnyts'kykh infrastruktur ta sub'yektiv naukovoyi ta naukovo-tekhnichnoyi diyal'nosti [Some aspects of formation and development of research infrastructures and subjects of scientific and scientific and technical activity]. Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu, 2022 Seriya PRAVO [Scientific bulletin of Uzhhorod National University, 2022 Series PRAVO], 70, 468-469. [in Ukrainian]. (2023, August, 15).

ВИСНОВКИ

1. У сучасних умовах університети – це не просто заклади вищої освіти, це «місток» між наукою і практикою, між студентами і викладачами, між освітянами і громадами, між громадянським суспільством і державою тощо. Тож просування цінностей сталого розвитку через комунікації у соціальних мережах на різних рівнях: університет, кафедра, викладач, студент на сьогодні є актуальним завданням кожного університету та одночасно важливим інструментом забезпечення реалізації Цілей сталого розвитку.

2. Цілі сталого розвитку як концепт суспільного поступу впевнено стають неодмінною складовою усвідомлення цілісності усіх соціальних, екологічних та економічних процесів, що визначають життя людства. Процес впровадження освіти у галузі сталого розвитку, до якого активно долучені заклади вищої освіти України, характеризується багатовекторністю та багаторівневістю.

3. Заклади вищої освіти потенційно можуть відігравати важливу роль у впровадженні Цілей сталого розвитку шляхом використання ефективних сталих комунікаційних стратегій. У такій ролі університети не лише формують кваліфікованих фахівців, але й активно спонукають студентів, партнерів та місцеві громади до дій та підтримки сталості у всіх сферах життя.

4. Основою сталої комунікації закладу вищої освіти є керованість і використання сучасних інформаційних технологій, які дозволяють моделювати сценарії розвитку комунікації, з високою точністю прогнозувати їх результати та обирати ті, які найбільш прийнятні для конкретної теми та аудиторії. Також комунікативні стратегії університетів мають бути скеровані на генерацію нових

знань та форм їх надання через інформаційно-комунікативний супровід тими каналами соціальних медіа, які дозволять це зробити максимально ефективно.

5. Під впливом соціальних медіа змінюється уявлення про традиційне навчання в університетах, створюються нові форми навчання, відбувається швидка та зручна комунікація з зацікавленими сторонами, розробляються ефективні методики застосування соцмереж, підвищується конкуренція між закладами вищої освіти щодо впровадження дистанційних кусів та широкого використання соціальних медіа. За умови продуманого та відповідального використання соціальних мереж можна підвищити якість вищої освіти, сприяючи спілкуванню, співпраці, взаємодії та доступу до широкого спектру освітніх ресурсів і можливостей.

6. Інтеграція штучного інтелекту у соціальні мережі може революціонізувати спілкування у вищих навчальних закладах. Штучний інтелект пропонує різні можливості, включаючи персоналізовану доставку контенту, ефективні чат-боти, автоматизоване планування соціальних медіа та аналіз настроїв, які можуть значно покращити комунікаційні стратегії. Персоналізовані рекомендації щодо вмісту та автоматичне планування гарантують, що університети зможуть ефективно охопити цільову аудиторію. Крім того, аналітика даних на основі штучного інтелекту надає корисну інформацію для вдосконалення комунікаційних стратегій і моніторингу настроїв громадськості. Однак використання штучного інтелекту в соціальних мережах також створює проблеми, пов’язані з конфіденційністю, упередженістю, прозорістю та етичними проблемами. Встановлення балансу між автоматизацією, керованою штучним інтелектом, і людським наглядом має вирішальне значення для вирішення цих проблем.

7. Важливо, щоб сучасні університети визнавали потужний потенціал цифрових інструментів соціальних медіа та активно інтегрували їх у свої педагогічні та комунікаційні практики. Сучасні університети, надаючи

цифровізовану платформу для спільнотворення, партнерства, освіти взаємодії, можуть стати місцем, де люди не просто набувають знань, але й знаходять відповіді на екзистенціальні питання про себе, про суспільство та про сенс життя в цілому. Цифровізація освіти та розвиток цифрових технологій перетворюють університети у центри освіти та культури в містах. Університети стають ключовими гравцями у формуванні інтелектуального та культурного середовища в містах, розширюючи можливості навчання та надаючи доступ до цінних ресурсів через цифрові технології. Університети стають інноваційними центрами, де формується стале майбутнє суспільства.

8. Соціальні мережі є потужним інструментом для покращення навчання, сприяючи співпраці, взаємодії та візуалізації навчального матеріалу. Соціальні мережі є важливим інструментом для підвищення професійного розвитку та професійної мобільності викладача у закладах вищої освіти. Однак їхнє використання вимагає уважного підходу та балансу між перевагами та викликами. Університети повинні обирати найкращі практики для використання соціальних мереж у навчанні з метою забезпечення ефективності та якості освіти. Розуміння та дотримання загальних принципів етикету, академічної доброчесності в соціальних медіа є запорукою комфортного та безпечного існування в інтернет-просторі.

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Фундація ім. Зофії Заменгоф

Наукове електронне видання

Рекомендовано до видання 8 грудня 2023 року

РОЗВИТОК СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Колективна монографія

Видавництво Фундації ім. Зофії Заменгоф
Адреса: вул.Мазовєцка, 11, офіс. 49, 00-052 Варшава, Польща
Телефон: + 48 604 997 656
Mail: biuro@zofiazamenhof.pl
https://fzzpublishing.eu/

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Zofia Zamenhof Foundation

Scientific Electronic Publication

Recommended for Online Publication on December 8, 2023

DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE COMMUNICATIONS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN SOCIAL MEDIA

Collective monograph

Publishing House of Zofia Zamenhof Foundation
Address: ul. Mazowiecka 11, lokal 49, 00-052 Warsaw, Poland
Phone: + 48 604 997 656
Mail: biuro@zofiazamenhof.pl
Website: https://fzzpublishing.eu/