

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ

Проблема соціальних мереж в освітньому середовищі набуває все більшої актуальності серед науковців нинішньої епохи. Це пов'язано з постійними змінами та нововведеннями у всіх сферах та галузях соціуму. Комп'ютеризація та інформатизація все швидшими темпами витісняє звичний виробничий процес. А тому соціальні мережі виступають відповіддю на всі ті вимоги, що висуває суспільство перед сучасною людиною, які дозволяють постійно оновлювати знання. Варто зазначити, що питаннями соціальних мереж, їх сутнісної ролі в житті людини займається широке коло науковців, зокрема М. Кастельс, В. Бурак, М. Згуровський, М. Соколова, О. Прогнімак, С. Паринов, С. Данилюк, Ю. Вернік, В. Попик та інші. Говорячи про проблему використання соціальних мереж в освітньому середовищі, спостерігаємо тенденцію звуження кола науковців, увазі яким підлягає це питання.

Мета статті. Дослідження проблеми використання соціальних мереж в процесі навчання для формування практичних навичок використання здобутих знань, умінь та навичок для створення та ведення власної справи

Виклад основного матеріалу. З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій розкриваються широкі можливості Інтернету, зокрема і в освітній галузі. Розвиток Інтернет-технологій перевів безліч повсякденних речей по той бік екрану: навчання, шопінг, оплата комунальних послуг, спілкування.

Насамперед, спілкування в інтернеті породило таке явище як соціальна мережа. Соціальна мережа – веб-сайт або інша служба у Веб, яка дозволяє користувачам створювати публічну або напівпублічну анкету, складати список користувачів, з якими вони мають зв'язок та переглядати власний список зв'язків і списки інших користувачів. Природа та номенклатура зв'язків може різнитись у залежності від системи [2].

На відміну від служб соціальних мереж, в Інтернет-спільнотах користувач не знаходиться в центрі системи; відношення користувача до інших учасників спільноти знаходиться на другому плані. Основна увага Інтернет-спільноти зосереджена на внеску користувача в досягнення спільних цілей, цінностей та спілкуванні.

У соціальних мережах користувач знаходиться в центрі системи та може належати до декількох груп водночас [2]. Вторинні зв'язки в соціальних мережах порівняно слабші за вторинні зв'язки в Інтернет-спільнотах. Наприклад, якщо користувач А має у соціальній мережі декілька спільних зв'язків з користувачем Б, зв'язки з невідомими йому знайомими Б будуть слабшими за аналогічні зв'язки в Інтернет-спільноті.

Першою службою соціальних мереж вважають SixDegrees, який був запущений в 1997 році. Зараз існує декілька тисяч соціальних мереж, проте не всі змогли набути великої популярності. На рисунку 1 зображено найпопулярніші соціальні мережі в світі станом на 2018.

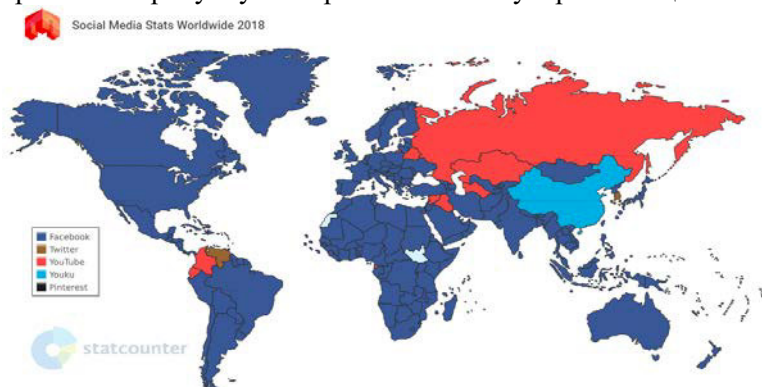


Рис. 1. Популярність соціальних мереж в світі

Як бачимо, найбільшою популярністю володіє соціальна мережа Facebook та Youtube, який з сервісу відео тепер об'єктивно перетворився на повноцінну соціальну мережу. У Китаї

популярна власна соціальна мережа, оскільки багато закордонних сервісів, таких як Youtube тут просто напроосто заборонені.

З широкою популяризацією соціальних мереж вони стали платформами, де можна швидко та дешево поширювати певну інформацію великій кількості людей. Рекламі стало вигідніше з'являтися у вашій стрічці новин, ніж на стовпах біля автобусних зупинках. Зрозуміло, що такі мережі стали інструментами для самореалізації.

На сьогоднішній день соціальні мережі стали одними з найбільших торгових майданчиків. Згідно статистики, в 2018 році було здійснено 42% покупок через соціальні мережі чи месенджери, серед всіх інтернет-покупок.

Очевидно, що соціальні мережі підходять якнайкраще, щоб недорого, а то і безкоштовно, продати свої товари чи послуги.

В сьогоднішню епоху, коли є великий попит на робітників виробничих професій постає питання реалізації отриманих навичок у процесі освіти. Кожна з професій, отриманих у професійно-технічних навчальних закладах може бути предметом створення бізнесу в соціальних мережах.

Візьмемо для прикладу Тернопільське вище професійне училище сфери послуг та туризму та розглянемо можливості самореалізації для студентів різних спеціальностей в процесі освіти. Варто також зазначити, що училище практикує дуальну форму навчання – вид освіти, при якій поєднується навчання осіб у закладах освіти з навчанням на робочих місцях на підприємствах, в установах та організаціях для набуття певної кваліфікації.

Серед спеціальностей що можна отримати в училищі, найбільш направлена на соціальні мережі – фотограф. Фотографу легко вести власний бізнес в Інстаграм чи Пінтерест, в залежності від виду зйомки, яку практикує фотограф. Для початку роботи достатньо мати техніку для роботи, яку можна придбати від 10 тис. грн.

Також доволі «Інстаграмними» професіями є візажист, перукар, манікюрник. На теренах цієї соціальної мережі достатня кількість профілів, що пропонують вищеперелічені послуги. Для самореалізації потрібно лише мати відповідні практичні вміння.

Щодо пропонованих професій кравець, закрійник, то ці професії серед перелічених вимагають капіталовкладень. Насамперед, можливість реалізації – це сторінки з продажем одягу власного пошиття. Таке користується великою популярністю в усіх соціальних мережах.

З практичним прикладами використання соціальних мереж для створення власної справи, в студентів значно підвищується інтерес до здобуття кращих професійних навичок, задля витримування конкуренції на ринку в соціальних мережах.

Як бачимо, будь яка спеціальність може бути реалізована у власну справу шляхом використання соціальних мереж. На жаль, на заваді цього стоїть необізнаність учнів та студентів з такими шляхами самореалізації та самореалізації в цілому. Система освіти направлена на отримання знань, проте не направлена на вивчення та пошук шляхів реалізації результатів процесу освіти.

Розглядаючи як середовище для просування власної справи, потрібно освоювати їх інструменти та засоби для просування. Для прикладу, вивчаючи просування в Інстаграм необхідно підходити до цього комплексно. Повно і обґрунтовано вивчати такі елементи як цільова аудиторія та робота з нею, унікальна торгова пропозиція, алгоритми роботи Інстаграм, наповнення профілю, розбір статистики профіля, чорні, сірі та білі методи просування, органічна реклама та реклама в блогерів, налаштування рекламного кабінету Фейсбук та реклама постів Інстаграм.

Великою проблемою для реалізації цього є необізнаність насамперед вчителів чи викладачів навчальних закладів. Середній вік українського вчителя складає 48 років. Зрозуміло, що більша частина з них не має розуміння роботи сучасних соціальних мереж. Сучасний вчитель інформатики чи викладач комп'ютерних мереж це людина, яка має постійно оновлювати свої знання та залишатись в тренді розвитку інформаційних технологій.

Проведені інформаційні дослідження показали, що соціальні мережі використовують понад 90% українців. У віці до 30 років найпопулярнішою мережею є Інстаграм, від 30 років – Фейсбук.

Висновки. Розбір функціональних можливостей соціальної мережі Інстаграм підтвердив можливість її використання для реалізації власних проєктів та ведення власної справи, володіючи навичками використання інструментів для просування в мережі.

Потреби сучасного інформаційного суспільства до глобалізації знань, своєчасного доступу будь-якої людини до інформаційних джерел, до інформатизації навчального процесу, вимагають масштабного впровадження соціальних мереж в процес вивчення та навчання.

Перспективами подальших досліджень є розробка сучасних методик використання соціальних мереж у процесі навчання для можливостей реалізації ними отриманих знань вмінь та навичок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горбатюк Р., Тулашвілі Ю. Мобільне навчання як нова технологія вищої освіти // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота. - 2013. - Вип. 27. - С. 31-34
2. Інстаграм. Вікіпедія.
3. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram> (дата звернення: 08.11.2019)
4. Основи інформаційних технологій. Курс лекцій. Заняття 12.
5. URL:http://www.victoria.lviv.ua/html/oit/html/lesson12_I.html (дата звернення: 16.11.2019)
6. Соціальна_мережа (Інтернет) Photoshop
7. URL:[https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_мережа_\(Інтернет\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_мережа_(Інтернет)) (дата звернення: 16.11.2019)
8. Исследование товарного рынка России: какие товары, кому и как продаются в соцсетях
9. URL:<https://vc.ru/marketing/61479-issledovanie-tovarnogo-rynka-rossii-kakie-tovary-komu-i-kak-prodayutsya-v-socsetyah> (дата звернення: 16.11.2019)