

*Чепак Валентина Василівна,
доктор соціологічних наук, професор, декан факультету соціології
КНУ імені Тараса Шевченка*

*Сидоров Микола Володимир-Станіславович,
кандидат фізико-математичних наук, доцент,
завідувач кафедри методології і методів соціологічних досліджень
КНУ імені Тараса Шевченка*

ФАКУЛЬТЕТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МИ ШУКАЄМО, НАС ЗНАХОДЯТЬ...

Майбутні студенти університету – це покоління, яке постійно занурюється в соціальні мережі та цифрові технології. Соціальні мережі на сучасному етапі - один із найбільш розповсюджених сервісів як для отримання, так обміну інформацією, її створення. І більшість абітурієнтів активно використовують це джерело інформації, в тому числі і як спосіб вибору університету, факультету, а часто і спеціальності. При цьому вплив мереж на професійне самовизначення може бути як позитивним, так і негативним, стихійним і цілеспрямованим, загальним і специфічним, оскільки цей процес включає поєднання особистісних характеристик, здатностей і можливостей та чинників зовнішнього середовища.

Преференції сучасної молоді, зокрема, учнів старших класів, щодо видів та способів комунікації, суттєво змінили підходи ЗВО до організації і форм проведення профорієнтаційної роботи. В останні роки поряд із традиційними формами взаємодії між університетами і школами, університетами і потенційними абітурієнтами та їх батьками, стали все активніше використовуватись Інтернет-ресурси. Передусім, це сайти університетів, факультетів, кафедр, сайти для абітурієнтів МОН, освітні портали, а також сайти профорієнтаційних центрів, професійна реклама і агітація тощо.

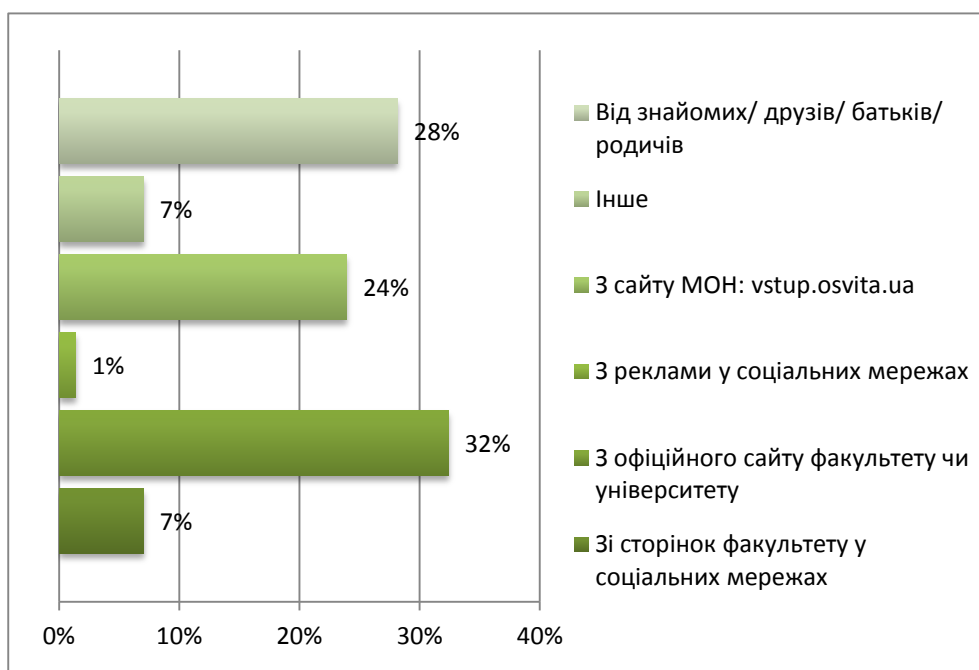
Пандемія COVID-19 внесла суттєві корективи в усі сфери людського життя, включаючи і освіту. Зміна формату навчання, різке обмеження безпосереднього спілкування, перехід на активне використання інформаційних технологій, освоєння нових методик – все це наші сьогоденні реалії. Проведення профорієнтаційних заходів виключно онлайн також стало новою практикою університетів. Наскільки ця практика вплинула на вибір абітурієнтів, адже ресурси соціальних мереж мають значний потенціал для того, щоб забезпечити результативність професійного самовизначення?

На факультеті соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка у кінці вересня 2020 року на онлайн-платформі LimeSurvey.org. було проведено соціологічне дослідження щодо ролі присутності факультету у соціальних мережах при виборі майбутньої професії. Використовувався метод веб-опитування (самозаповнення) серед переваг якого: оперативність проведення та отримання результатів в максимально короткі

терміни, високий рівень анонімності респондентів та зручність у використанні. Опитування було суцільним серед студентів I курсу факультету ОР «бакалавр»(93 особи).

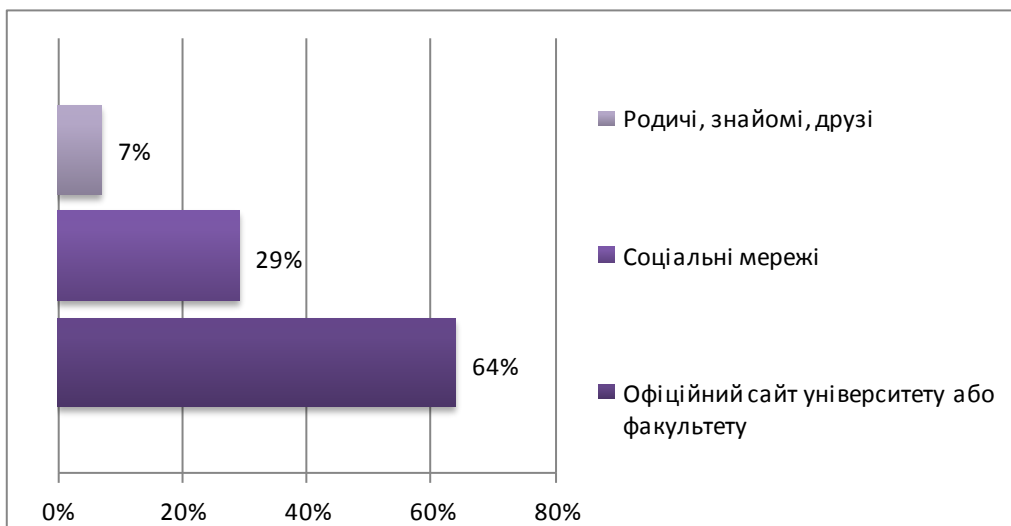
Результати дослідження підтвердили, що соціальні мережі практично на всіх етапах вибору і закладу вищої освіти, і спеціальності виступають одним із визначальних інструментів прийняття рішень.

На етапі отримання інформації про факультет соціології та спеціальність «соціологія» саме Інтернет - ресурси виявилися ключовими джерелами інформації для абітурієнтів. Зокрема, 32% респондентів дізналися про факультет саме з офіційного сайту факультету чи університету, 7% - із сторінок факультету у соціальних мережах, 7% - із інших джерел (Див.Діаграму1).



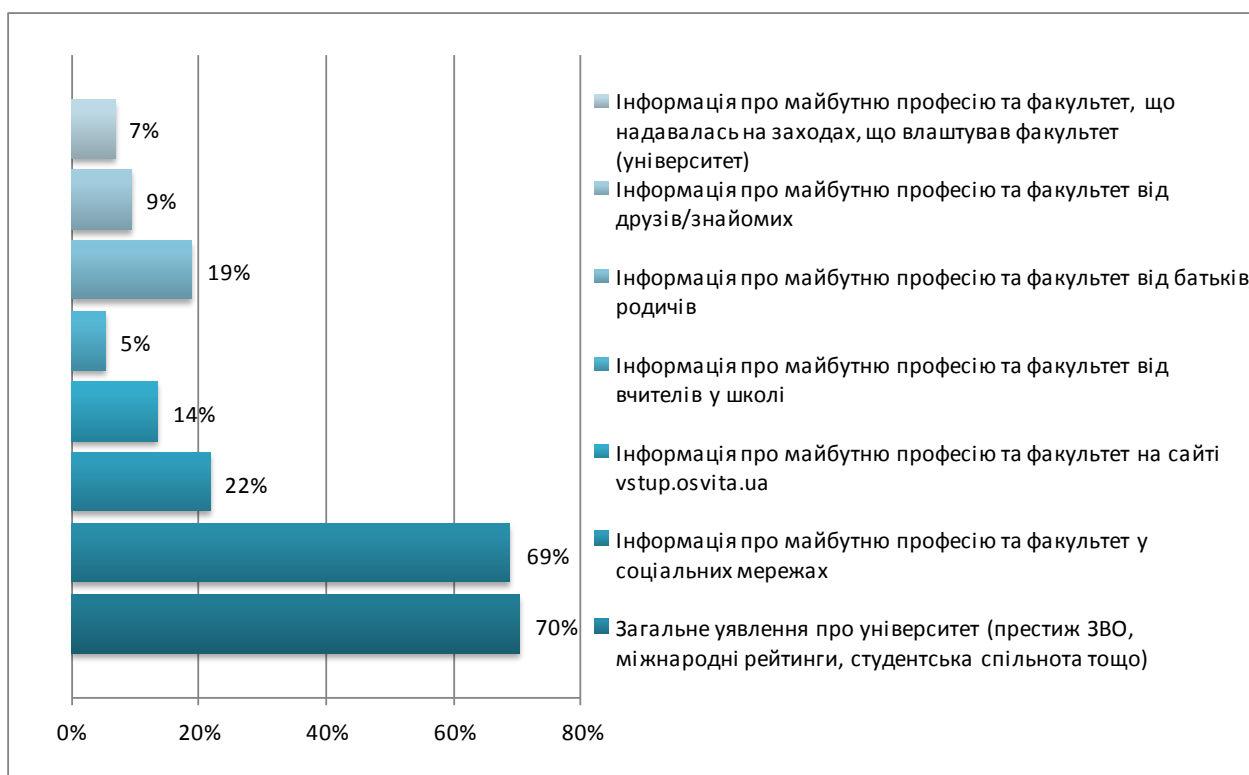
Діаграма 1. Звідки Ви дізнались про факультет соціології КНУ імені Тараса Шевченка?

Подальша зацікавленість факультетом і спеціальністю, намагання зрозуміти сутність професії соціолога, перспективи, можливості працевлаштування у майбутньому пов'язані із більш активним залученням соціальних мереж. Так, 29% першокурсників саме через мережі, в яких присутній факультет, змогли отримати вичерпну інформацію, яка вплинула на подальші міркування щодо вибору факультету (Діаграма 2).



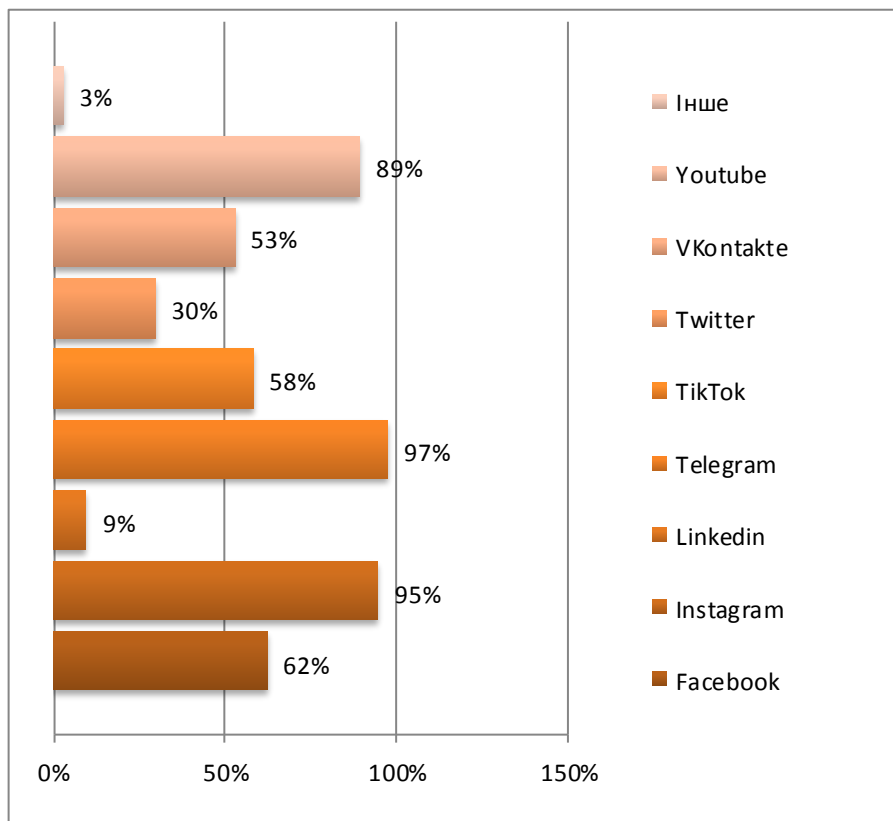
Діаграма 2. Якими джерелами Ви користувалися для отримання більш детальної інформації про факультет та спеціальність, за якою Ви зараз навчаєтесь?

Показовим є вплив соціальних мереж на визначення першого пріоритету. Саме отримана з них інформація для 69% першокурсників виявилась найбільш значущою, переконливою для прийняття відповідного рішення (Діаграма 3). Звісно, ми припускаємо, що така активність в мережах пов'язана і з карантинними обмеженнями, передусім відсутністю безпосередніх комунікацій, і з специфікою самої спеціальності, яка не є масовою і потребує додаткових пояснень, і власне з індивідуальною активністю в мережах.



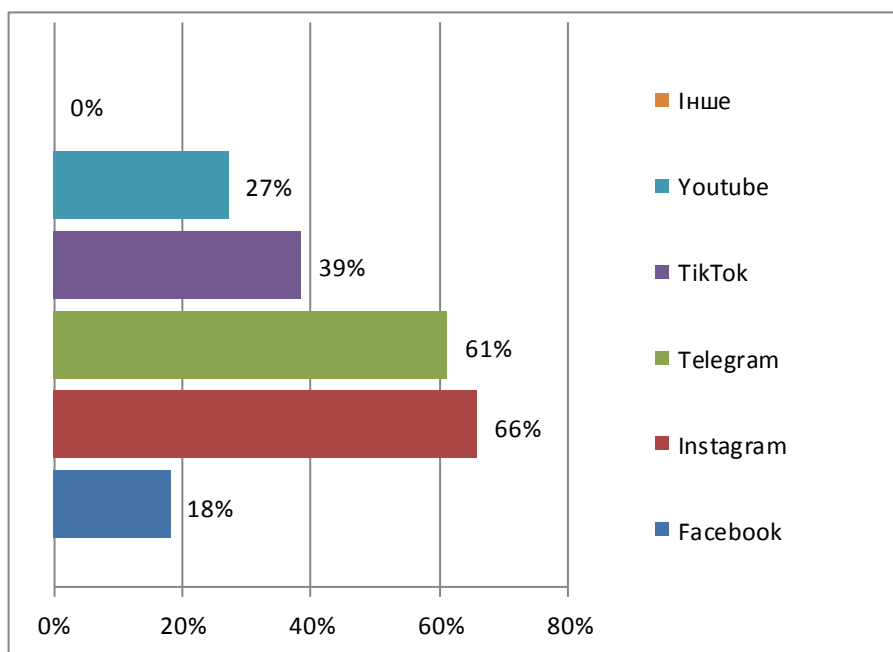
Діаграма 3. Що з переліченого нижче найбільше вплинуло на Ваш вибір першого пріоритету

Щодо залученості до мереж, то всі студенти є активними їх користувачами, причому перевага надається Telegram – 97%, Instagram – 95% та YouTube – 89%. Саме в цих мережах студенти-першокурсники шукали інформацію про факультет, передусім офіційні сторінки, вели переписку з адміністраторами, долучались до онлайн подій і заходів (Діаграми 4,5).

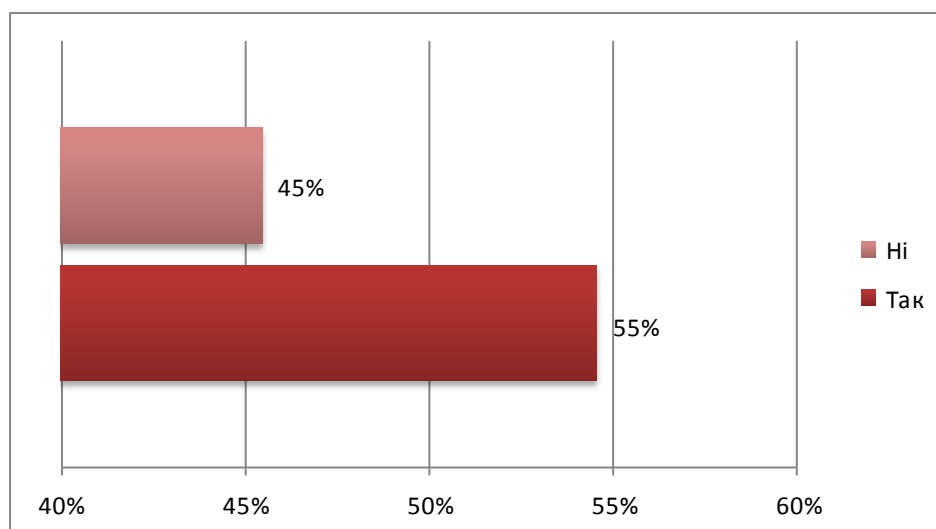


Діаграма 4. Вкажіть, будь ласка, в яких соціальних мережах та месенджерах Ви зареєстровані?

Ще одним важливим аспектом представлення факультету у мережах є наповнення сторінок. Це передусім їх інформативність, наповненість важливими для абітурієнта фактами, візуалізація, форми подання і презентації. Для 55% першокурсників контент сторінок факультету став одним із чинників здійсненого вибору (Діаграма 6). Втім, 45% дали негативну відповідь, що спонукає до питання: чи вірна стратегія комунікації з абітурієнтами на каналах та сторінках факультету? Які зміни потрібно внести, щоб контент став більш привабливим для абітурієнтів 2021?



Діаграма 5. У яких саме соціальних мережах Ви зустрічали офіційні сторінки/канали/групи факультету соціології?



Діаграма 6. На Вашу думку, чи вплинув контент сторінок факультету у соціальних мережах на вибір спеціальності?

Звісно, наведені окремі результати опитування не можуть бути достатньою підставою для узагальнень. Втім, вони показують одну із сучасних тенденцій розвитку освіти, яка особливо випукло проявилась в умовах пандемії – її диджиталізацію. І використання можливостей соціальних мереж, зважаючи на виклики сучасного світу, лише один із напрямів на цьому шляху.