

РОЗДІЛ VI

ПЕДАГОГІЧНА ТА ВІКОВА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 37.01

Алмашій Іван Іванович,
старший викладач,

Мукачівський державний університет

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ

В статті розглядаються соціальні мережі як засіб формування екологічної культури молоді. Вказано на те, що соціальні мережі є важливим засобом екологічно спрямованої комунікації, який ще не до кінця освоєний і має великий виховний потенціал. Висвітлено широкий набір форм і методів екологічної комунікації в мережі, які спрямовані на більш динамічний вплив на свідомість і поведінку молоді у порівнянні з іншими засобами масової інформації. Окреслено шляхи екологоспрямованої комунікації в мережі, які потрібно вдосконалити і розвивати, щоб освітньо-виховний потенціал виховних інституцій міг відповідати вимогам і настроям цільової аудиторії, пропонуючи нові комунікаційні рішення і способи зворотного зв'язку. Проблема використання інтернет ресурсу потребує педагогічного дослідження з позицій підвищення ефективності виховання із застосуванням веб-сайтів, тобто досягнення бажаного психолого-педагогічного впливу на особистість та максимально можливих результатів комп'ютеризованого навчання.

Ключові слова: *молодь, соціальні мережі, екологічні комунікації, екологічна культура.*

Постановка проблеми. Екологічна культура особистості формується під впливом низки чинників: освітньо-виховним впливом виховних інституцій, медійного дискурсу та безпосередньо у процесі громадської діяльності людини. Екологічна свідомість як отожднення самого себе зі природним середовищем не тільки усвідомлення формального зв'язку в форматі «людина-природа», а й відчуття солідарності з природою, що виникає на основі спільних цінностей та досвіду природовідповідного стилю життя.

Існування соціальних мереж екологічного спрямування забезпечують її учасники, тобто «друзі» мережі, з метою вирішення окремих завдань. Одним головних з яких є завдання з виховною метою, яке пов'язано із засвоєнням соціокультурного досвіду, співіснування з природним середовищем, а саме - засвоєння природовідповідного стилю життєдіяльності. Якщо виходити із розуміння соціокультурного інституту, то в контексті виховних дій соціальні мережі в цілому лише активно досліджуються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання використання освітніх соціальних спільнот педагогами розглянуто у роботах Малицької І. Д., Остапенко М. А., Іванюк І. В., Литвинової С. Г. та ін. Можливості впровадження соціальних мереж у освітньо-виховний процес з метою надання освітніх послуг висвітлено зарубіжними та вітчизняними дослідниками: Думанський Н. О., Голощук Р. О., Гуревич Р. С., Івашньої С. В., Кадемія М. Ю., Клименко О. А., Ломакін Д. С., Патаракін Е. Д., Фещенко А. В.

Мета статті - розглянути виховний потенціал соціальних мереж у формуванні екологічної культури молоді.

Результати дослідження. Екологічна культури особистості, як і будь-яка культура, формується в комунікативному середовищі і спирається на систему точок ідентичності, що дозволяє людині, перебуваючи у суспільному просторі, відмежовувати «добро» від «зла»,

самостверджуватися у своїй екологосвідомій позиції. Світові практики залучення участі молоді до екологічних проектів через соціальні мережі продемонстрували, що віртуальний комунікативний простір є одним із сприятливих середовищ формування екологосвідомої позиції і має потужний виховний потенціал, який може бути успішно використаний для зміцнення привідповідної життєвої позиції – впровадженні масштабних (революційних) змін у освітньо-виховному процесі [2, 3].

Починаючи працювати в соціальних мережах екологічного спрямування, потрібно чітко уявити свої цілі і завдання. Тільки сплановані завдання, конкретні цілі та строки роблять виховний процес ефективним.

Основні етапи формування стратегії просування в соціальних мережах екологічної культури молоді:

I. Визначаємо цільову аудиторію. Перш ніж просувати екологічно спрямовану ідею, потрібно систематизувати «образ» молодіжної аудиторії. Чим детальніше можна визначити «образ» потенційного користувача, тим краще.

Для визначення цільової аудиторії необхідно враховувати такі характеристики:

- місце проживання потенційних користувачів;
- соціальні показники цільової аудиторії. Сюди входять такі характеристики, як стать і вік, освіта, сімейний стан;

- інтереси. Чим можуть цікавитися ваші потенційні користувачі, які мають різні інтереси, хоббі і т.д. Вся ця інформація необхідна для того, щоб найбільш точно організувати оприлюднення екологічної ідеї. Наприклад, «просування» молодіжного екстремального спортивного екотуризму не доречно пропонувати молоді, що не відповідає за віковим показником. Отже, дослідження особливостей вікової категорії допоможе швидше знайти своїх користувачів мережі.

II. Визначення головних завдання просування. Всі дії, які здійснюються у просуванні, повинні

ґрунтуватися на ключових завданнях вихідної ідеї. Інакше представлення екологічної ідеї на сторінці соціальної мережі перетвориться на порожні спільноти і «застиглі» блоги. Які в свою чергу є показником того, що не сформовані і чітко не поставлені головні завдання і цілі проекту, а керівники таких спільнот просто не знають, що і як їм потрібно робити. Часто вони просто створили спільноту своєї ідеї «для галочки», а розвивати і підтримувати його і в планах не було. Але який сенс в цій дії? Кожна екологоспрямована дія повинна мати під собою певну мету з певним результатом у формуванні екологічної культури особистості.

Формування екологічної культури всіх верств населення, що передбачає [4]:

- виховання розуміння сучасних екологічних проблем держави й світу, усвідомлення їх важливості, актуальності і універсальності, (зв'язку локальних з регіональними і глобальними);

- відродження кращих традицій українського народу у взаємовідносинах з довкіллям, виховання любові до рідної природи;

- формування усвідомлення безперспективності технократичної ідеї розвитку й необхідності заміни її на екологічну, яка базується на розумінні єдності всього живого й неживого в складно-організованій глобальній системі гармонійного співіснування й розвитку;

- формування розуміння необхідності узгодження стратегії природи і стратегії людини на основі ідеї універсальності природних зв'язків та самообмеженості, подолання споживацького ставлення до природи;

- розвиток особистої відповідальності за стан довкілля на місцевому регіональному, національному і глобальному рівнях, вміння прогнозувати особисту діяльність і діяльність інших людей та колективів;

- розвиток умінь приймати відповідальні рішення щодо проблем навколишнього середовища, оволодіння нормами екологічно грамотної поведінки; виховання глибокої поваги до власного здоров'я та вироблення навичок його збереження.

III. Вибираємо майданчики, на яких сконцентровані потенційні користувачі соціальних мереж. Цільова аудиторія визначена, тепер потрібно знайти місця її найбільшого скупчення, а саме цілі сервіси - Facebook, Вконтакті і т.д., так і спільноти всередині цих сайтів, блоги, форуми.

Зробити це можна за допомогою вивчення статистики спільнот соціальних мереж, яка дасть інформацію про особливості користувачів, наприклад, якої статі, віку та про інші показники. Крім цього, також буде корисним аналіз обговорюваних тем у спільнотах, аналіз портрета типового користувача соціальної мережі, а також використання спеціального функціоналу (вводимо параметри цільової аудиторії і отримуємо дані про те, скільки зареєстрованих користувачів їм відповідають).

Соціальні мережі Facebook та Вконтакті надають можливість реалізувати синхронне та асинхронне спілкування між користувачами.

Більшість соціальних мереж орієнтовані на різну цільову аудиторію – молодь шкільного та студентського

віку (Вконтакті), студентську аудиторію (Facebook), користувачів трохи старшого віку (Однокласники), наукову спільноту (SciWorld) та ін. [1].

За даними опитування, кількість користувачів відомих соціальних мереж, які хоча б один раз відвідували екологоспрямовані «сторінки» або розмішували на «стіні» екологічні фотографії чи брали участь у конкурсах на екологічну тематику, обговорювали чи коментували у відсотковому представленні розділились:

- Facebook (58 %);
- Вконтакте (45 %);
- Однокласники (46 %);
- Twitter (38 %);
- Інші соціальні мережі (39 %).

IV. Визначаємо особливості поведінки цільової аудиторії. Оскільки користувачів можна розділити на три поведінкові категорії: пасивні спостерігачі, учасники обговорень та генератори контенту. Тому для визначення стратегії просування важливо визначити, в якій з цих категорій ваших потенційних користувачів найбільше. Для генераторів контенту важливо створити кілька еколого спрямованих спільнот, грамотно оформити їх та надати можливість користувачам висловитися - далі вони самі будуть вести блоги, створювати теми дискусій та інше. Учасники обговорень рідко самі створюють нові теми дискусій, але із задоволенням приєднуються до вже існуючих. У цьому випадку ваше завдання - надати їм ці обговорення. І нарешті, пасивні спостерігачі. Вони не створюють обговорення і майже ніколи не висловлюються у вже наявних дискусіях, однак вони бачать і сприймають інформацію, яка надається про екологічну ідею.

Учасники обговорень (особливості їх стильового розпізнавання)

Генератори контенту (особливості їх стильового розпізнавання)

Пасивні (особливості їх стильового розпізнавання)

Особливості роботи з трьома категоріями.

V. Розробляємо контентну стратегію. Контентна стратегія включає в себе вибір таких елементів:

- головної тематики публікацій;
- частоти публікацій;
- стилістики публікацій;
- часу публікацій;
- кількості публікацій, які є відносно нейтральними.

Всі ці параметри необхідно планувати у відповідності з потребами та інтересами вашої аудиторії. І не варто забувати про те, що в різних соціальних сервісах необхідно по-різному вибудовувати контентну стратегію.

VI. Визначення показників ефективності. Це необхідно для того, щоб розуміти, наскільки ефективною є виховна дія, і наскільки виконуються поставлені завдання. Система таких показників повинна бути визначена заздалегідь, а вибір тих чи інших метрик залежить від цілей і завдань формування виховних завдань. Серед таких критеріїв - активність, охоплення аудиторії, кількість коментарів, «лайки» і т.д. Але

головним параметром ефективності може бути динаміка позитивних зрушень у прояві екологовідповідної поведінки.

VII. Ресурси. Говорячи про просування в соціальних мережах, ресурси зазвичай використовуються такі:

- ресурси часу (час, який витрачається на просування екологічної ідеї);
- ресурси інформаційних матеріалів та методичного забезпечення прикладного характеру для підтримки веб-середовища.

VIII. Календарне планування. Будь-яке виховне завдання повинно мати точний термін реалізації. На цьому побудована вся виховна мета. У календарний план потрібно заносити час старту і проведення всіх заходів, розклад публікацій статей і постів, а також вимір по головним показникам вихованості.

IX. Оцінка ефективності і корекція. Націлює на те, що виховна дія буде постійно оптимізуватись і вносити деяке коректування. Кожне джерело вимагає ретельного аналізу. Після закінчення певного періоду, потрібно порівнювати конверсію користувачів соціальних мереж, блогів, пошукових систем.

Як приклад, розроблений екологоспрямований сайт, який інтегрований в основні соціальні мережі (Facebook, Вконтакті в т. д.). Виховна мета якого це розвиток усвідомлення членами соціуму екологічних проблем, мотивація у сприянні очищення зовнішнього середовища в цілому. Також маєтсь на меті мотивувати людей у спонуканні їх до позитивного вчинку в рамках екології.

Потенційні відвідувачі сайту, який знаходить за адресою: msa.com.ua є молодь, яка не байдужа до екології Закарпатського краю.

Основні компоненти проекту MSA:

– Реєстрація. При реєстрації на сайті користувачі вказують інформацію про себе, яку вони вважають за необхідну.

– Після реєстрації для них відкривається ціла низка різного функціоналу та можливостей. По-перше, однією з найважливіших функцій є можливість додавання нових матеріалів користувачів на сайт. Тобто, вони зможуть обмінюватися своїми поглядами з іншими користувачами.

– Потім на основі прочитаного та переглянутого матеріалу поділитися враженнями та зробити висновки. По-друге, користувачі можуть викласти свої фото та відео на сайт, що надає додаткові переваги при обговоренні тих чи інших екологічних проблем Закарпаття. Ця платформа створена для того, щоб зацікавити молодь та розширити сферу впливу в рамках

екологічних знань, становить достатньо складну проблему, яка звичайно вирішується великими колективами авторів, які спираються на міцну економічну підтримку і витрачають на таку роботу кілька місяців або років. Зрозуміло, що для звичайного вчителя, студента чи викладача такий шлях не є реальним.

Широка проблематика теми екології та її інтеграції в сферу інтернет-простору призвела до застосування глобальної мережі для популяризації даної теми. У випадку, коли інтернет-простір стає основною базою розвитку проекту, робота зосереджується над розробкою такого інструменту дії (в даному випадку мова йде про конкретну програму), який зможе вплинути на членів соціуму. У вузькому розумінні, вплив потрібно розуміти, як чинник зміни поглядів на екологічну сутність певного індивіда. Якщо говорити про широке розуміння, то йде мова про зміни менталітету великої групи людей. Звичайно, що не можна обмежуватися єдиним інструментом дії у вирішенні такого глобального питання, як зміна ментальності нації, тому буде прикладена широка соціально-діагностична робота, спрямована на вивчення «антисоціальних» проявів у поглядах населення. Після визначення основних закономірностей прояву негативних тенденцій у певних соціальних групах, буде розроблений новий інструментарій соціального впливу в рамках корекції екологічних поглядів.

Отже, проект «Моя соціальна дія» (MSA) - це проект, створений з метою впливу на людей для вчинення ними суспільно корисних вчинків. Покращення свого оточення - ось основний постулат проекту. Кредо MSA зводиться до впливу на людину шляхом заохочення. Заохочення відіграє важливу роль у становленні та розвитку особистості. Воно сприяє посиленню виконання дій, спрямованих на досягнення певної мети. Сутність заохочення в проекті MSA зводиться до показу людиною власного суспільно корисного вчинку, за який вона отримує похвалу від інших людей.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Більшість із розглянутих форм і методів формування екологічної культури молоді виходять за межі інтернет-простору. Таким чином, педагогічний процес не переноситься на соціальні мережі, а лише відкриває нові можливості застосування педагогічних інструментів. Саме в цьому і полягає першочергове завдання: навчити молодь не жити в соціальних мережах, а «ввібрати» найкращі надбання екологовідповідного стилю життя людства на сучасному етапі.

Список використаних джерел

1. Івашнюва С. В. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті / С. В. Івашнюва // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. – 2012. – № 2. – С. 15-17.
2. Сігетій І. П. Особливості застосування нових інформаційних технологій на уроках математики. / І. П. Сігетій, В. М. Петейчук // Освіта Закарпаття, 2006. №3. –С. 11-14.
3. Щелина Т. Т., Чудакова А. О. Использование возможностей социальных сетей в формировании установки на ведение здорового образа жизни / Т. Т. Щелина, А. О. Чудакова // Молодой ученый. — 2015. — №23.2. — С. 41-43.
4. Острів знань. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://shkola.ostriv.in.ua/publication/code-148V3V2021C2C/list>>. – Концепція екологічної освіти України. – Мова укр.

В статье рассматриваются социальные сети как средство формирования экологической культуры молодежи. Указано на то, что социальные сети являются важным средством экологически направленной коммуникации, которая еще не до конца освоена и имеет большой воспитательный потенциал. Освещены широкий набор форм и методов экологической коммуникации в сети, направленных на более динамическое воздействие на сознание и поведение молодежи по сравнению с другими средствами массовой информации. Определены пути экологически направленной коммуникации в сети, которые нужно усовершенствовать и развивать, чтобы образовательно-воспитательный потенциал воспитательных институтов мог отвечать требованиям и настроениям целевой аудитории, предлагая новые коммуникационные решения и способы обратной связи. Проблема использования интернет ресурса требует педагогического исследования с позиций повышения эффективности воспитания с применением веб-сайтов, достижения желаемого психолого-педагогического воздействия на личность и максимально возможных результатов компьютеризированного обучения.

Ключевые слова: молодежь, социальные сети, экологические коммуникации, экологическая культура.

The article is devoted to social networks as a means of ecological culture formation of the youth. It has been pointed out that social networks are an important means of environmentally focused communications that are not yet fully coped with and has great educational potential. A wide range of forms and methods of environmental network communication, aimed at a more dynamic effect on the consciousness and behavior of young people in comparison with other media have been illustrated. The ways of ecologically directed network communications that need to be improved and developed have been outlined, for the educative potential of educational institutions could meet the requirements and moods of target audiences, offering new ways of communication solutions and feedback. The problem of the usage of internet resources needs pedagogical investigation from the viewpoint of education effectiveness improvement with the help of websites, i.e. to reach desirable psychological and pedagogical influence on personality as well as maximum possible results of computerized education.

Keywords: youth, social networks, environmentally focused communications, ecological culture.

УДК 378.141.2:316.614

Березовская Лариса Ивановна,

кандидат психологических наук, доцент,

Греба Илдико Золтановна,

асистент, кафедра педагогики и психологии,

Закарпатский венгерский институт им. Ференца Ракоци II

АДАПТАЦИЯ СТУДЕНТОВ К УЧЁБЕ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

В статье рассматриваются психологические подходы адаптации студентов к обучению в высшем учебном заведении. Рассматривается адаптация как процесс вхождения личности в новое для нее предметную и социальную среду. Представлен анализ психолого-педагогических подходов к понятию «адаптация». Раскрыта адаптацию как постоянный процесс активного приспособления индивида к условиям социальной среды и результат внутренних преобразований. Проанализировано адаптацию к учебной деятельности как процесс. Представлены виды адаптации студентов, критерии успешной адаптации к обучению в высшем учебном заведении. Выделены виды адаптированности.

Ключевые слова: адаптация, виды адаптации, студенты, критерии успешной адаптации, высшее учебное заведение.

Постановка проблемы. Проблема адаптации студентов к обучению в высших учебных заведениях есть особенно актуальной. Ведь вчерашний школьник, приходя в университет, чувствует неуверенность в дальнейших действиях, волнения перед новым опытом, приобретением нового социального статуса, привыканием к новым условиям и ритму жизни и обучения, выработкой новых умений и навыков, формированием новых личностных качеств как отдельного индивида, так и в роли члена нового социума (студенты, преподаватели, соседи в общежитии) и др.

Анализ последних исследований и публикаций. Решение вопроса адаптации студентов к обучению в вузе волнует целый ряд ученых. Проблему социально-психологических факторов адаптации студентов к обучению в вузе исследовали Т. В. Алексеева, А. П. Венгер, В. Гамов, А. Д. Гречишкина,

Г. П. Левковская, Е. А. Резникова, О. Солодухова, Ф. Хайрулин, А. В. Фурман и др. Педагогические аспекты адаптации студентов рассматриваются в трудах В. С. Штифурак, В. С. Сорочинской и др. Трудности начального этапа обучения и факторы, влияющие на процесс адаптации, в своих работах раскрывают А. Д. Андреева, Ю. Бохонкова, С. А. Гапонова, В. Д. Острова, О. В. Прудская; В. П. Каземирченко и др. М. Виевский, Л. Красовская, А. А. Стягунова, Н. М. Дятленко, А. В. Марина, Л. Гармаш, Н. Коцур, Т. В. Буяльская, М. Д. Прыщак и др. делают акцент на важности адаптации первокурсников к обучению, ведь именно они испытывают резкое изменение многих аспектов своей жизни и считают, что успешность протекания процесса адаптации является залогом успешного дальнейшего функционирования в определенной структуре в определенном социуме.