

*Схвалено на засіданні Вченої ради Інституту  
інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України  
(протокол № 12 від 29 грудня 2015 р.)*

**Авторський колектив:**

**Богачков Ю.М., Буров О.Ю., Дементієвська Н.П., Пінчук О.П., Ухань П.С.,  
Яськова Н.В.**

**За загальною редакцією:**

**Пінчук О.П.**

**Електронні соціальні мережі як інструменти сучасного навчального середовища** : глосарій / [Ю.М. Богачков, О.Ю. Буров, Н.П. Дементієвська та ін.] ; за заг. ред. О.П. Пінчук. – ІТЗН НАПН України, 2015. – 34 с.

Глосарій включає перелік понять з їх визначеннями та джерелами. Вибрані терміни в межах предметної області НДР «Формування інформаційно-освітнього середовища навчання старшокласників на основі технологій електронних соціальних мереж» (2015-2017 рр.), що є загально визнаними або недавно введеними, або, як мінімум, незвичайними для традиційних педагогічних досліджень.

---

## **Соціальна мережа**

У більшості робіт не наводиться чіткої дефініції соціальної мережі. Якщо визначення дається, то воно, як правило, не може бути співставленим з визначенням цього ж поняття в інших авторів. Причина в тому, що визначення соціальної мережі формулюється спеціально для кожного конкретного випадку й, таким чином, є дуже ситуативними [Галіч Т. О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя [Текст] / Т. О. Галіч // Соціологія майбутнього: науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. – Х., 2010. – Вип. 1. – С. 145-152., с. 151].

Треба зазначити, що поняття «соціальна мережа» має кілька значень у понятійно-категоріальному апараті *соціології*. Основне, широке значення припускає трактування соціальної мережі як структури, що складається з вузлових елементів і зв'язків між ними – соціальної павутини [Галіч Т. О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя [Текст] / Т. О. Галіч // Соціологія майбутнього: науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. – Х., 2010. – Вип. 1. – С. 145-152., с. 147].

У соціології навколо цього поняття сформувався відносно самостійний напрям, так званий «мережевий підхід» (С. Вассерман, Б. Веллман, Л. Фріман та ін.).

З *технологічної* точки зору соціальна мережа – це інтерактивний, з великою кількістю користувачів веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками. Сайт представляє собою автоматизоване соціальне середовище, яке дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних загальним інтересом. Теоретично у якості соціальної мережі можна розглядати будь-яку онлайн-спільноту. Наприклад, соціальна мережа утворюється читачами тематичного співтовариства, створеного на будь-якому сервісі блогів.

Інформація, що міститься в ЕСМ не проіндексована пошуковими системами. Тому соціальні мережі є своєрідними Інтернет-сервісами із відповідним інтерфейсом, і при цьому вони не є частиною World Wide Web. Основним об'єктом в соціальній мережі є швидше людина ніж розміщена там інформація.

*Термін* «соціальні мережі» був введений у 1954 році представником «манчестерської школи» Джеймсом Барнсом у статті «Класи і збори в норвезькому острівному приході», яка увійшла до збірки «Людські стосунки».

У 1969 році J.C. Mitchell визначив соціальну мережу як специфічний набір зв'язків людини з певними людьми, що впливають на соціальну поведінку даної людини. Зарубіжні дослідники (C.S. Aneshensel, R.R. Frerichs, M. Ваггега, S.L. Ainlay та ін.) розглядають соціальну мережу через призму тих благ, які людина отримує в процесі взаємодії з членами мережі. Мова йде про соціальну підтримку людини, ті дії членів мережі, які дають людині впевненість у тому, що його люблять, цінують, що він значимий в їхньому житті. Отже з точки зору *соціальної психології*, соціальна мережа – це егоцентрична мережа, в якій всі її члени «обертаються» навколо однієї людини.

Соціальна мережа у *психології* визначається як суб'єктивна реальність міжособистісних взаємодій людини зі значимими для неї людьми. Протягом усього життєвого циклу соціальна мережа супроводжує людину. Соціальна мережа виступає елементом загального соціального середовища, через яке людина включається в суспільство, набуває соціального досвіду, освоює соціальні норми, правила, формує свої цінності та установки. Соціальна мережа тим самим пов'язує дві системи: людину і суспільство. З *соціологічної* точки зору, соціальна мережа – це свого роду соціальний капітал людини, за допомогою якого людина знаходить доступ до різних благ. У соціальній мережі відбувається обмін ресурсами, як матеріальними, так і нематеріальними. [Матрехина, Наталья Викторовна. Социальная сеть человека в контексте его жизненных ситуаций : автореферат дис. ... кандидата психологических наук : 19.00.05 / Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2006. – 22 с., с.3].

Соціальна мережа – це жива система взаємозв'язків людини зі значимими людьми, і людина і його соцмережа перебувають в постійному процесі змін. [Матрехина, Наталья Викторовна. Социальная сеть человека в контексте его жизненных ситуаций : автореферат дис. ... кандидата

психологических наук : 19.00.05 / Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2006. – 22 с., с.21].

Соціальна мережа у *філософії* розглядається як самоорганізована гнучка система соціальних взаємин [Яценко, Андрей Леонидович. Функциональные особенности социальных сетей в коммуникационном пространстве глобализирующегося общества : автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Яценко Андрей Леонидович; [Место защиты: Сев.-Кавказ. гос. техн. ун-т]. – Ставрополь, 2012. – 21 с., с. 8]

Соціальні мережі – феномен соціальної реальності, що відображає специфіку мережної комунікації в інформаційному суспільстві [Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе : автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Лещенко Александр Михайлович; [Место защиты: Пятигорский государственный гуманитарно-технологический университет]. – Пятигорск, 2011. – 25 с., с. 6-7].

### **Аналіз соціальних мереж**

Аналіз соціальних мереж – напрямок сучасної *комп'ютерної соціології*, яка займається описом і аналізом зв'язків (мереж), що виникають під час соціальної взаємодії та комунікацій [Прохоров А., Ларичев Н. Компьютерная визуализация социальных сетей // КомпьютерПресс. – URL: <http://www.compress.ru/article.aspx?id=16593> (дата звернення: 18.08.15).]

Соціальна значущість людей визначається, як правило, двома параметрами: знаннями людей і їх зв'язками. Мережу взаємодій можна проаналізувати різними методами теорії графів, теорії інформації та математичної статистики. В аналізі соціальних мереж виділяють чотири основні підходи:

- Структурний підхід (або формально-математичний) акцентує увагу на геометричній формі мережі та інтенсивності взаємодій. Всі актори (від англ. Actor - діяч, особистість) розглядаються як вершини графа, які впливають на конфігурацію ребер та інших акторів мережі. Особлива увага приділяється взаємному розташуванню вершин, центральності, транзитивності взаємодій. Для інтерпретації результатів в даному випадку використовуються структурні теорії та теорії мережевого обміну;

- Ресурсний підхід розглядає можливості учасників по залученню індивідуальних і мережевих ресурсів для досягнення певних цілей і диференціює учасників, що знаходяться в ідентичних структурних позиціях соціальної мережі, по їхніх ресурсам (вплив, статус, інформація, капітал);

- Нормативний підхід вивчає рівень довіри між учасниками, а також норми, правила і санкції, які впливають на поведінку учасників у соціальній мережі й процеси їх взаємодій;

- Динамічний підхід акцентує увагу на змінах у мережевій структурі в часі.

[Чураков А. Н. Анализ социальных сетей // СоцИс. – 2001. – №1. – С. 109-121, Батура Т. В. Методы анализа компьютерных социальных сетей // Вестник НГУ. – 2012. – Т. 10. – Вып. 4. – С. 13–28. URL: <http://lib.nsu.ru:8080/jspui/bitstream/nsu/250/1/02.pdf> (дата звернення: 24.07.13), Воронкин А. С. Практические основы аналитического исследования персональной учебной среды в открытом онлайн курсе // Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society). – 2013. – Т. 16. – № 4]

### **Служба соціальних мереж**

Служба соціальних мереж (*social networking service*) – веб-сайт або інша служба у Web, 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 [Buss A, Strauss N. Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand on the Web. Berkeley, CA: New Riders; 2009.]

### **Мережне суспільство**

Мережне суспільство (*Network society*) – суспільство, яке ґрунтується на горизонтальних соціальних зв'язках і головну роль в якому відіграють не ієрархічні моделі, а соціальні мережі. Значну роль у формуванні такого суспільства відіграють сучасні комунікації, особливо мережевого типу на зразок інтернету. Автором терміну є іспанський соціолог Мануель Кастельс (Manuel Castells), який спеціалізується в галузі теорії інформаційного суспільства [Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.].

### **Електронна соціальна мережа**

В умовах глобалізації та інтенсивного розвитку інформаційних технологій соціальна мережа (електронна) – симбіоз соціальної та технічної реальності, що утворює різноманітні комунікативні конфігурації (просторово-часові, суб'єкт-суб'єктні, суб'єкт-об'єктні), які компенсують високу інформаційну щільність сучасного суспільства та здійснюють всі види соціальної комунікації (масової, міжособистісної, групової) на всіх технологічних рівнях: вербальному, письмовому, аудіо-візуальному [Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе : автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Лещенко Александр Михайлович; [Место

защиты: Пятигорский государственный гуманитарно-технологический университет]. – Пятигорск, 2011. – 25 с., С. 6-7].

Соціальний мережний сервіс – віртуальний майданчик, що зв'язує людей в мережеві співтовариства за допомогою програмного забезпечення, комп'ютерів, об'єднаних в мережу (Інтернет), та мережі документів (Всесвітньої павутини) [Леонтьев В.П. Мобильный Интернет. Компьютерная академия на дому. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2008. – 149 с.].

Соціальний сервіс – це сервіс створення віртуальних особистостей з можливістю комунікації між ними; це сервіс з пріоритетним використанням результатів діяльності його користувачів [Леонтьев В.П. Мобильный Интернет. Компьютерная академия на дому. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2008. – 149 с., Деген А. Электронное портфолио по дисциплине «Компьютерные технологии в науке и образовании» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://degenstasya.wordpress.com/2009/09/14> (дата звернення: 25.04.2010).]

Соціальна мережа – це соціальний сервіс, де пріоритетним контентом і точкою уваги є сама особистість. Соціальна мережа проектується зазвичай на основі Web 2.0, де Web 2.0 – методика проектування систем, які шляхом обліку мережевих взаємодій стають тим краще, чим більше людей ними користуються. Особливість Web 2.0 – принцип залучення користувачів до наповнення контенту (змісту) [Леонтьев В.П. Мобильный Интернет. Компьютерная академия на дому. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2008. – 149 с.].

Соціальна мережа як тип сайту – веб-сервіс, що забезпечує можливість комунікації великих груп людей та їхнє об'єднання у віртуальні спільноти за інтересами. Особливістю побудови соціальних мереж у цьому розумінні стало те, що їхній зміст наповнюється самими користувачами, а крім спілкування та комунікації у акторів з'являється можливість споживати медіа-контент та весь спектр розважальних продуктів, вести економічну, політичну та інші види діяльності [Лобовікова, О. О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства [Текст] / О. О. Лобовікова, А. С. Мельніков // Вісник Львівського університету. – Л., 2011. – Вип. 5. – С. 154-160., с. 155].

Соціальні мережі – технологічні комплекси організації і управління обмінами електронною інформацією між суб'єктами соціальних відносин, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, об'єднаних спільними інтересами, інформаційними потребами та навиками спілкування [Онищенко, О. С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства [Текст] : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.].

Соціальна мережа – віртуальний майданчик, що забезпечує своїми засобами спілкування, підтримку, створення, розбудову, відображення та організацію соціальних контактів, у тому числі й обмін даними між користувачами і обов'язково передбачає попереднє створення облікового запису. [Івашньова С. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті / С. Івашньова // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. – 2012. – № 2. – С. 15–17.]

Соціальна мережа – це веб-сайт або інша служба у Web, яка дозволяє користувачам створювати «публічну» або «напівпублічну» анкету, складати список знайомих, з якими вони мають зв'язок, та переглядати власний список зв'язків і списки інших користувачів [Калинин А. «PR в социальных сетях» / А. Калинин // PR-менеджер. – 2011. – №6. – С. 36–44.]

Соціальна мережа – це інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, який представляє автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє активно спілкуватися користувачам, які об'єднанні спільними інтересами. Характерними особливостями соціальних мереж є можливості створення власної сторінки, розміщення на ній особистої інформації в різній формі: у вигляді фотографії, опису, відео та ін.; встановлення контакту з іншими учасниками мережі, обміну з ними різноманітною інформацією. [Архипова Т. Л. Социальные сети как средство организации учебного процесса / Архипова Т. Л., Осипова Н. В., Львов М. С. // Інформаційні технології в освіті: Зб. наук. пр. – Випуск 22. – Херсон: ХДУ, 2015. – С. 7-18. – ([http://www.ite.kspu.edu/webfm\\_send/819/1](http://www.ite.kspu.edu/webfm_send/819/1))]

Соціальна мережа – це структура, яка базується на людських зв'язках чи взаємних інтересах. Електронні соціальні мережі є засобом комунікації, а відтак передбачають і зворотній потік відомостей, реакцію реципієнта. Для оцінювання контенту опублікованого матеріалу (повідомлення, фото, відео, аудіо тощо) використовують «лайк», або коментар, або репост. Репост, як правило, є виражає схвалення презентованої інформації в такій мірі, що ініціатор репосту ділиться нею зі своєю аудиторією. Коментар, як відомо, може мати будь-який характер – виражати схвалення, незгоду [Семенов н. Все о социальных сетях. Влияние на человека [1/4]. Доклад / Никита Семенов – Режим доступу : <http://secl.com.ua/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijanije-na-cheloveka.html> – (08.06.2011)]

### **Електронна соціальна мережа як вид/тип/форма соціальних медіа**

*Соціальні медіа* (Social media) – вид мас-медіа, ряд онлайн-технологій на принципах Веб 2.0, завдяки яким споживачі контенту через свої дописи стають його співавторами і можуть взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією або брати участь у будь-якій іншій

соціальної активності із теоретично усіма іншими користувачами певного сервісу. За схемою Andreas Kaplan і Michael Haenlein виділено 6 *типів*:

- соціальні мережі,
- спільні проекти,
- блоги і мікроблоги,
- контент-спільноти,
- віртуальні ігрові світи,
- віртуальні соціальні світи.

Також, різні дослідники виділяють *форми соціальних медіа*:

- соціальні мережі (social networking): передбачають особисте анкетне спілкування;
- інтерактивна співпраця (collaboration work): спільна робота з інформацією, її створення та перетворення;
- соціальні бази знань (social knowledge bases): публікація контейнерів контенту, не пов'язаного хронологічно;
- трансляція соціальної інформації (social information broadcasting): 1) створення унікального контенту (unique content creation); 2) розповсюдження контенту користувачів (re-sharing)

[Социальные медиа в интернете. – Режим доступа: <http://knol.google.com/k> – Загл. с экрана. – (2012)].

7 «різновидів» соціальних медіа:

- соціальні мережі;
- блоги и мікроблоги;
- форуми;
- сайти відгуків;
- фото й відеохостінги;
- сайти знайомств;
- геосоціальні сервіси.

[Вікіпедія]

8 основних інструментів мережі (8 способів спілкування):

- миттєві повідомлення,
- форуми,
- блоги,
- wiki-бібліотеки,
- сховища документів,
- соціальні закладки,
- сховища навчально-методичних матеріалів та електронних курсів,
- відеоконференції.

[Акимов С. О. Моделирование влияния внутрифирменных коммуникаций в корпоративной социальной сети на развитие компетенций сотрудников предприятия : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.13 / Акимов Сергей Олегович. – М., 2012. – 24 с., С. 10-11]

## Види соціальних мережних сервісів

Типи мережних спільнот у соціальних мережах:

1) *науково-професійні* (у тому числі, навчальні) – об'єднанні особливою «професійною» етикою, досить вузькою спеціалізацією діяльності;

2) *творчі* – представлені спільнотами з можливістю розміщення продуктів власної творчості (вірші, музика, фото- і відеофайли та ін.), орієнтовані на творче самовираження особистості (у тому числі, авторські сторінки представників творчої інтелігенції – художників, поетів, фотографів та ін.), а також спільнотами, орієнтованими на комунікацію по темі творчості та мистецтва;

3) *розважально-дозвільні* – різноманітні гумористичні спільноти, спільноти за типом реалізованих дозвільних практик, наприклад, любителі риболовлі, групи шанувальників певних медіаперсон або споживачів того чи іншого бренду, різні підписки, групи за інтересами без жорсткої прив'язки до роду діяльності;

4) *цивільно-політичні* мають чітко визначену громадянську / політичну позицію, що об'єднують прихильників тих чи інших суспільних чи політичних сил (в ідеалі спрямовані на координацію і практичну реалізацію спільної діяльності в реальному житті). [Каменский Е.Г. Сетевые сообщества в социальных сетях как фактор развития личностной субъектности / Е.Г. Каменский, О.А. Гримов Вестник нижегородского университета им. Лобачевского “Социология и социальная работа”. – 2014. – 2(34) – С. 62-67. Режим доступа: [http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik\\_soc/18115942\\_2014\\_-\\_2\(34\)\\_unicode/10.pdf](http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik_soc/18115942_2014_-_2(34)_unicode/10.pdf)]

Класифіковано на основі врахування їх дидактичних можливостей і методичних функцій з орієнтацією на плановані освітні результати (особистісні, загально предметні і предметні):

- соціальні пошукові системи і народні класифікатори (спільний пошук інформації, спільне зберігання закладок);
- вікі (створення гіпертекстових об'єктів: статті, доповіді, реферати, вікі-газети, буклети, есе);
- блоги (спільне створення мережного проекту);
- соціальні медіа-сховища (спільне створення, редагування і використання в мережі текстових документів, електронних таблиць, презентацій, малюнків, спільна робота з фото і відеосервісами).

[Мнацаканян, Ольга Леонидовна. Методика использования социальных сетевых сервисов в школьном курсе информатики : автореферат дис. ... кандидата педагогических наук : 13.00.02 / Мнацаканян Ольга Леонидовна; [Место защиты: Моск. пед. гос. ун-т]. – Москва, 2012. – 23 с., С. 20]

Мережні соціальні сервіси, що мають безсумнівний освітній потенціал:

- соціальні пошукові системи,



- народні класифікатори,
- блоги,
- соціальні мережі (спільноти, форуми),
- вікі,
- соціальні медіасховища,
- персональні рекомендаційні сервіси,
- географічні сервіси,
- мешапи, або багатофункціональні портали – сервіси, що об'єднують в собі функції декількох вже відомих сервісів,
- 3D світи – соціальні мережує сервіси що дозволяють кожному зареєстрованому користувачеві створювати середовище свого віртуального життя. [Кречетников К. Г. Социальные сетевые сервисы в образовании [Электронный ресурс] / К. Г. Кречетников, И. В. Кречетникова // Социальные сервисы в образовании. – Тихоокеанский военно-морской институт имени С.О. Макарова. – №3 (39). – С.45-50. – Режим доступа: [http://ido.tsu.ru/other\\_res/pdf/3\(39\)\\_45.pdf](http://ido.tsu.ru/other_res/pdf/3(39)_45.pdf)]

Всі *соціальні сервіси* складаються з двох основних компонентів:

1. Ресурсу, який забезпечує майданчик для спільної діяльності і спілкування.
2. Активності самих користувачів.

До популярних соціальних сервісів можна віднести Фото mail.ru, Карти Google, Живий Журнал, Яндекс Фото, Яндекс карти, Літопису. Ру і так далі. [Социальные сети от А до Я. Путеводитель по социальным сетям интернета 6 Каталог социальных сетей [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.social-networking.ru/soccat>]

### **Корпоративна електронна соціальна мережа**

«Корпоративна соціальна мережа» – це інформаційна система, побудована у вигляді корпоративного порталу. Сукупність інструментів цього корпоративного порталу утворює інформаційне середовище, призначення якого полягає у формуванні та розвитку соціальної структури, що складається з множини агентів (співробітників, груп) і визначеній на ній множини відносин (сукупності зв'язків між агентами). Ряд інструментів цього порталу разом з системою мотивації є інструментами управління знаннями. [Акимов, Сергей Олегович. Моделирование влияния внутрифирменных коммуникаций в корпоративной социальной сети на развитие компетенций сотрудников предприятия : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.13 / Акимов Сергей Олегович; [Место защиты: Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики]. – Москва, 2012. – 24 с., С. 3]

### **Віртуальні спільноти**

«Віртуальний» – «штучне відтворення реальної речі, що означає майже «теж саме». Цей термін ставиться перед багатьма іншими Інтернет термінами і так вказує на технологію моделювання, яка дозволяє вам спілкуватися й обмінюватися досвідом, не зважаючи на кордони між країнами і без необхідності, фізично знаходитися будь-де. [Словник Інтернет-термінів netlingo [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.netlingo.com/dictionary/o.php>].

Термін «Віртуальна спільнота» був введений Говардом Рейнгольдом, дослідником соціальних відносин в мережі і одним із засновників спільноти WELL в 1993 році в книзі «Virtual Community» [Rheingold H. 1993 The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier MA: Addison-Wesley Pub. Co. ISBN 0-201-60870-7].

«Віртуальні спільноти є соціальними об'єднаннями людей, які є користувачами мережі, коли група людей підтримує відкрите обговорення досить довго і людяно, для того щоб сформувати мережу особистих відносин в кіберпросторі».

Відмінними рисами мережевих спільнот (за Говардом Рейнгольдом) є наступні:

1. Інформаційний обмін між членами спільноти підтримується через мережу Інтернет.
2. Для зберігання інформації всередині спільноти використовується цифрова пам'ять.
3. Для доступу до збереженої спільнотою інформації використовуються програмні агенти.

Єдиного визначення того, що є спільнота, не існує. Для різних людей це поняття означає різні речі. Різні наукові дисципліни формують різні визначення і різні підходи до вивчення спільнот.

Заманливо було б використовувати для *спільноти* (community) просте і коротке визначення, яке сформулював ще Джон Дьюї [Дьюї Дж. 2000 Демократія и образование. Пер. с англ. – М. Педагогика-Пресс, 2000, – 384 с] «спільнота це – багато людей, що *спілкуються* між собою».

Саме слово «спільнота» в мові емоційно забарвлене набагато позитивніше, ніж слово «суспільство». На одному полюсі розташовано суспільство, школа, знеособлене фабричне виробництво. На іншому полюсі – спільнота, домашні цінності, особисті і теплі відносини між людьми. Слідуючи абсолютно природного бажання використовувати позитивний сенс, пов'язаний зі словом «спільнота» багато організацій намагаються створити навколо себе спільноти. Так з'являються спільноти слухачів, глядачів, читачів, користувачів та інші.

Спільнота це не просто група. Спільнота – група людей, що активно спілкуються між собою. Необхідна умова загальної пов'язаності членів спільноти накладає досить жорсткі рамки на допустимі розміри спільноти. Цей розмір не може перевищувати 150 осіб, оскільки людина не в змозі утримати у

свідомості більше число зв'язків. [Е. Д. Патаракин. «Сетевые сообщества и обучение» / Е. Д. Патаракин. – ООО «ПЕР СЭ»: Москва, 2006. – 65 с.]

Online community (також virtual community) – онлайн-спільнота (віртуальна) група людей зі спільними інтересами, які спілкуються в Мережі, ВВС, відео конференції або якимсь іншим електронним способом. [Англо-український тлумачний словник з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування. – Вид.2. – К.: Видавничий дім “СофтПрес”, 2007. – 824с. (стор.370)]

Віртуальні спільноти (virtual communities, e-communities) – новий тип товариств, які виникають і функціонують в електронному просторі (перш за все, за допомогою мережі Інтернет) з метою сприяння вирішенню своїх професійних, політичних завдань, задоволення своїх інтересів у мистецтві, дозвілля тощо. Також: об'єднання користувачів мережі в групи зі спільними інтересами для роботи в електронному просторі з метою подальшого вдосконалення мережі. Основна увага інтернет-спільноти зосереджена на внеску користувача в досягнення спільних цілей, цінностей та спілкуванні. [Вікіпедія]

На базі соціальних мереж, таких як: Connect, Facebook, Faces.com, LiveJournal, Вконтакте, Однокласники.ru створюються і розвиваються віртуальні спільноти.

### **Віртуальні освітні спільноти**

Сплеск інтересу до теми спільнот і їх ролі в навчанні пов'язаний з роботами Етьєна Венгера, в яких він досліджував співтовариство практики або *співтовариство обміну знаннями* – (Community of Practice) [Wenger E. 1988 Communities of practice: Learning, Meaning and Identity. Cambridge University Press 1998; Wenger, Etienne 2002 Cultivating communities of practice: a guide to managing knowledge Harvard Business School Press, 2002.]. Термін позначає групу людей, залучених у спільну діяльність. Необхідною умовою співпраці людей в групі є їх професійне спілкування.

Одне з основних положень, на яких базується теорія «спільноти практики», полягає в тому, що знання завжди освоюються в певному контексті. Для засвоєння знань дуже важливо забезпечити участь новачка в реальній діяльності. Для опису такої початкової участі, коли новачки вступають в співтовариство, використовується спеціальний термін – *легітимна периферійна участь* legitimate peripheral participation LPP [Lave, J. Wenger. E. 1991 Situated learning: legitimate peripheral participation New York: Cambridge University Press]. Новачки, потрапляючи в спільноту, отримують законну можливість брати участь у діяльності спільноти. Беручи участь у цій діяльності, люди освоюють нові знання в контексті даного професійного співтовариства. Навчання

відбувається не стільки через засвоєння навчального курсу, скільки через участь у спільній діяльності.

У країнах пострадянського простору і в Україні найбільш вживається термін віртуальні освітні спільноти, мережні педагогічні спільноти або віртуальні мережні спільноти освітнього напрямку.

Віртуальними освітніми спільнотами називаються групи людей, учасників освітнього процесу (політики з освіти, освітяни, адміністратори, учителі, учні тощо), яких об'єднують спільні інтереси, ініціативи, взаємодії, пов'язані з освітніми цілями й освітнім контентом, які постійно і тривалий час спілкуються, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології, загальні сервіси і програмне забезпечення, дотримуючись належних норм поведінки у віртуальному просторі. [Малицька І.Д. Феномен віртуальних освітніх спільнот у системах освіти зарубіжних країн: підходи до визначення понять / І.Д.Малицька // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2012. – №4 (30). – Режим доступу до журналу: <http://www.journal.iitta.gov.ua>]

Віртуальні освітні спільноти найчастіше створюються на базі вже існуючих освітніх мереж, які мають відповідну платформу, таких як: глобальна освітня мережа Xplora, GlobalSchoolNet, Educared, Happychild, European Schoolnet (EUN), Teachers network (Мережа вчителів — Великобританія), Мережа творчих учителів (Росія) «Открытый класс. Сетевые образовательные сообщества», мережа „iEARN” (International Education and Resource Network), мережа «Партнерство в навчанні» (Україна) та інші.

Віртуальна предметна спільнота – об'єднання вчителів-предметників, яке виростає з мережі, має спільні інтереси, прагнення та цілі, активно спілкується між собою як на професійні, так і на непрофесійні теми. [Литвинова С. Г. Віртуальні предметні спільноти як засіб підтримки природничо-математичної освіти [Електронний ресурс] / С. Г. Литвинова // Інформаційні технології і засоби навчання. — 2012. — № 2(28). — Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/ITZN/2012\\_2/11midpzd.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/ITZN/2012_2/11midpzd.pdf). — Назва з титул. екрану.]

Віртуальні навчальні спільноти (virtual learning communities) – спільноти, в яких панує: атмосфера навчання, контекст, який забезпечує належну систему підтримки, завдяки якій задіяні навчальні процеси здійснюються через діалог і колаборативне формування знання, набуваючи, генеруючи, аналізуючи і структуруючи інформацію. [U. Carlen.“Typology of Online Learning Communities”, presented at First International Conference on NetLearning2002, Ronneby, Sweden, 2002 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.lorenzoguadamuz.net/Docs/pdf.>]

## **Соціальний капітал**

Соціальний капітал – інтегральна якісна характеристика життєдіяльності суспільства, що відбиває прагнення людей до співпраці, до об'єднань, до створення норм і цінностей суспільних відносин, насамперед, побудованих на взаємності та довірі. [Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе : автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Лещенко Александр Михайлович; [Место защиты: Пятигорский государственный гуманитарно-технологический университет]. – Пятигорск, 2011. – 25 с., с.8]

Соціальний капітал (social capital) являє собою зв'язки між людьми, які залежать від норми поведінки та довіри. Соціальний капітал в організації являє собою пусковий механізм для поширення знань. Розрізняють дві форми існування соціального капіталу:

Перший капітал – структурний, який включає мережі та інституції, правила, які диктують існування.

Другий капітал – когнітивний, який являє собою довіру, відносини і цінності. [Социальные сети от А до Я. Путеводитель по социальным сетям интернета 6 Каталог социальных сетей [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.social-networking.ru/soccat>].

Аксіологічний статус соціальних мереж полягає в тому, що вони виступають *механізмом конструювання сучасного комунікативного простору сучасного суспільства* за рахунок накопичення та реалізації соціомережного капіталу і дифузії інновацій, які охоплюють освітню, науково-інноваційну, політичну та економічну сфери сучасного суспільства (с. 8). Аксіологічний статус ЕСМ у сучасному інформаційному суспільстві проявляється в тому аспекті, що вона є *засобом накопичення і реалізації особистого і соціального капіталу* [Мнацаканян О. Л. Методика использования социальных сетевых сервисов в школьном курсе информатики : автореферат дис. ... кандидата педагогических наук : 13.00.02 / Мнацаканян Ольга Леонидовна. – М., 2012. – 23 с, С. 21].

### **Соціальне середовище дитини**

Соціальне середовище дитини – складне багаторівневе утворення, конкретний прояв суспільних стосунків, що мають місце в суспільстві, у якому живе та розвивається особистість; сукупність соціальних умов життєдіяльності людини (сфери суспільного життя, соціальні інститути, соціальні групи), які впливають на її свідомість та поведінку. Макрорівень соціального середовища – це система соціальних відносин у суспільстві. Мікрорівень – це конкретні умови життя особистості (сім'я, сусідство) та умови в середовищі найближчого оточення (вулиця, тип поселення, навчальний або трудовий колектив, громадські організації, формальні та неформальні об'єднання) [Соціальна педагогіка : мала енциклопедія / За заг. ред. проф. І.Д. Звереві. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 336 с.].

## **Соціальна активність дитини**

Соціальна активність дитини – складна динамічна функціональна система, що характеризується сімейно-побутовою, комунікативною, суспільно-трудою діяльністю, проявом духовних і фізичних здібностей людини в гармонії з соціальним середовищем, природою [Соціальна робота: технологічний аспект : Навчальний посібник / За ред. проф. А.Й. Капської. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 352 с., с. 189-190].

Соціальна активність дитини починає підвищуватися у підлітковому віці. Оскільки у цей період відбуваються якісні зміни в інтелектуальній та емоційній сферах особистості (інтенсивний, нерівномірний розвиток і ріст організму, особистісні новоутворення та ін.), що породжують новий рівень його самосвідомості, потребу в рівноправному і довірливому спілкуванні з ровесниками і дорослими [Постанова КМУ від 15.06.2011 р. № 872 «Про затвердження Порядку організації інклюзивного навчання у загальноосвітніх навчальних закладах». – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/872-2011-%D0%BF>. – доступ 26.11.2015.].

## **Ситуації кризи дитинства**

Ситуації кризи дитинства – це ситуації, в яких дитина не може самостійно реалізувати внутрішні потреби свого життя (мотиви, прагнення, цінності тощо). Тобто, це співвідношення зовнішніх і внутрішніх умов та чинників, які безпосередньо чи опосередковано впливають на систему стосунків дитини з оточуючим світом. [Безпалько О.В. Соціальна робота в громаді: навч. Посіб. / О.В. Безпалько – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 176 с.]

## **Соціальна ситуація розвитку**

Поняття соціальна ситуація розвитку було введено Л.С. Виготським як одиниця аналізу динаміки розвитку дитини, тобто сукупність законів, якими визначається виникнення і зміна структури особистості дитини на кожному віковому етапі. Соціальна ситуація розвитку обумовлює спосіб життя дитини, його «соціальне буття», в процесі якого їм виявляються нові властивості особистості і розвиваються психічні новоутворення.

Соціальна ситуація розвитку – це поєднання зовнішніх обставин життя дитини з тим, як вона їх переживає. Обставини зумовлюються як макросоціумом (економічні, культурно-історичні, національні особливості тощо.), так і мікросоціумом (сім'я, школа, однолітки, значущі дорослі). Вплив мікросоціуму більш очевидний і більшою мірою може бути змінений.

*Соціальна ситуація розвитку в підлітковому віці особлива – змінюється внутрішня позиція по відношенню до школи й навчання. Підліток, не ігноруючи навчання, надає особливого значення спілкуванню. У спілкуванні з*

однолітками він розширює межі своїх знань, розвивається в розумовому відношенні, ділячись своїми знаннями і демонструючи освоєні способи розумової діяльності. Спілкуючись з однолітками, підліток осягає різні форми взаємодій людини з людиною, вчиться оцінювати можливі результати свого і чужого вчинку, висловлювання, емоційного прояву. Значну частину часу підліток проводить у школі, де дорослі мають створити умови для розвитку його особистості. Для підлітка найбільш значущий інший підліток. Вони жадають спілкування, і це зазвичай відбувається після школи. Підліток прагне поділитися своїми почуттями, думками та досвідом з однолітками. Він же може не ділитися – ділитися це його сутнісна особливість. Дорослий друг, дорослий кумир, на думку психологів, є досить рідкісним явищем в індивідуальному житті підлітка. Проте дорослий, якого шанують і до якого прислуховуються, – досить розповсюджене явище у підлітковій групі. Добре, коли ця значуща людина – вчитель, керівник спортивної секції, наукового об'єднання та ін.

Підлітки, особливо ті, хто живе у великих містах, володіють реальними можливостями доступу до якісного інтернету, використовують мобільні засоби зв'язку, а отже застосовують і нові форми взаємодії, що, безумовно, знаходить відображення в навчанні [з різних джерел].

### **Агресивність соціального середовища**

Агресивність соціального середовища – соціальна мотивація агресивності, тісно пов'язана із зовнішніми впливами та базується на переконанні, що мотив, а відповідно і прояв агресивності людиною, є результатом навчання. Агресію може викликати ситуація, пов'язана із прагненням до справедливості. Отже, під «агресією» прийнято розуміти мотивовану деструктивну поведінку, яка суперечить нормам співіснування людей у суспільстві, що наносить шкоду об'єктам (живим і неживим), фізичну шкоду людям або психологічний дискомфорт (негативні переживання, стан напруженості, страху й пригніченості) [Мещеряков Б. Г. Большой психологический словарь / Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. – СПб : Прайм-Еврознак, 2003. – 666 с. , С. 19].

Ворожі зразки поведінки переймають у суспільстві із трьох *джерел*: 1) родина; 2) субкультура; 3) символічне моделювання, забезпечуване засобами масової інформації, особливо телебаченням. Таким чином, для прихильників цієї теорії агресивність – це продукт простого навчання. Вона розвивається, підтримується або зменшується в результаті спостереження сцен агресії та її наслідків для агресивної людини. [Бандура А. Теория социального научения / Альберт Бандура. – София : [б. и.], 2000. – 320 с.]

Агресивні прояви можна зменшити, якщо створити таку ситуацію, коли в суспільстві:

- потенційні агресори не зазнають сильного провокування;
- практично не отримують вигоди від застосування агресії;

- можливе покарання за агресивні дії буде суворим;
- імовірність покарання висока

[Бэрон Р. Агрессия / Р. Бэрон, Д. Ричардсон. - СПб: Питер, 2001. - 352 с: ил. - (Серия «Мастера психологии»), С. 12].

## **Дифузія інновацій**

Дифузія інновацій – Габриель Тард (1890), Фридрих Ратцель, Лео Фробениус, Эверетт Роджерс (1962) – процес, за допомогою якого інновація (наприклад, нові ідеї, процеси) протягом часу передаються через певні канали серед членів соціальних систем; теорія, що шукає відповідь на питання як, чому, з якою швидкістю розповсюджуються інновації [з різних джерел + Большая Энциклопедия Нефти Газа (<http://www.ngpedia.ru/id6466p1.html>)]

## **Інструмент управління знаннями**

Інструмент управління знаннями – сукупність технічних рішень для виявлення, зберігання, передачі, структуризації, обробки, перетворення, поширення та проведення інших операцій із знаннями та інформацією, якщо це необхідно для ефективної діяльності спільноти; сукупність організаційних методів і рішень, що дозволяють створити умови для ефективного обміну знаннями та інформацією. [Акимов, Сергей Олегович. Моделирование влияния внутрифирменных коммуникаций в корпоративной социальной сети на развитие компетенций сотрудников предприятия : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.13 / Акимов Сергей Олегович; [Место защиты: Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики]. – Москва, 2012. – 24 с., С. 3]

«Отримана одиниця інформації» – кількісна характеристика спілкування користувачів, унітарна неподільна сутність, що представляє собою логічно завершену думку, передану в вигляді даних (тексту, відео тощо) від одного користувача (передає одиницю інформації, вчитель) до іншого (одержувач одиниці інформації, учень). В даній роботі кількість отриманих одиниць інформації трактується як кількість простих речень, отриманих співробітником в результаті активності в соціальній мережі. Отримання одним або кількома співробітниками набору одиниць інформації є результатом активності співробітників в соціальній мережі. Існують *два типи одиниць інформації*, що визначають *три типи активностей* співробітників в соціальній мережі:

- «тематична одиниця інформації» (або «отримана одиниця інформації по компетенції») – така одиниця інформації, тематичний аналіз якої виявив відповідність компетенції зі списку компетенцій компанії. Одиниці інформації цього типу можуть бути результатом активностей, в яких співробітники проявляють себе в ролях «носіїв знань» (вчитель) і «одержувач знань» (учень).

- «нетематична одиниця інформації» – одиниця інформації, яка не є тематичною. Одиниці інформації цього типу можуть бути результатом



активностей, в яких співробітники проявляють себе в ролі «Комунікатор». [Акимов, Сергей Олегович. Моделирование влияния внутрифирменных коммуникаций в корпоративной социальной сети на развитие компетенций сотрудников предприятия : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.13 / Акимов Сергей Олегович; [Место защиты: Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики]. – Москва, 2012. – 24 с.]

### **Мережна форма навчання**

Мережна форма навчання являє собою тип взаємодії вчителя та учнів з приводу змісту освіти в умовах інформаційного суспільства, що сприяє соціальному розвитку підлітка, тому що враховує специфіку соціального розвитку підлітка в освітньому процесі як складного, організованого в умовах спільної діяльності педагогів та учнів процесу, що характеризується в координатах

- історичного часу – доповненням традиційного взаємодії вчителя і учня взаємодією з використанням інформаційних та комунікаційних технологій, де вчитель виступає рівноправним партнером, а підлітку забезпечується право вибору якісних інформаційних освітніх ресурсів;
- соціального простору – розширенням і ускладненням мережі соціальних відносин вчителя і учня, учнів між собою, з іншими учасниками освітнього процесу;
- індивідуального життєвого шляху особистості – самовизначенням підлітка у виборі мети, змісту, інформаційних ресурсів, способу, темпу роботи, соціальної позиції, партнерів навчального співробітництва, в результаті якого забезпечується готовність до самовизначення.

Підліток через мережу навчальних ситуацій включений в мережу соціальних взаємодій і взаємин у мережі колективів та спільнот, має доступ до мережі цифрових освітніх ресурсів, при цьому в його свідомості формується *ієрархічна мережа знань, норм і цінностей*. [Вылегжанина, Инна Витальевна. Сетевая форма обучения как средство социального развития подростков : автореферат дис. ... кандидата педагогических наук : 13.00.01 / Вылегжанина Инна Витальевна; [Место защиты: Вят. гос. гуманитар. ун-т]. – Киров, 2011. – 22 с., С. 14].

#### *Складники процесу навчання у мережній формі.*

- Інформаційна складова – це мережа інформаційних освітніх ресурсів, мережні засоби діяльності і спілкування, що постійно розвивається.
- Соціальна – поєднання в педагогічній взаємодії домінуючих позицій вчителя і учня «трансляція – індивідуалізація – співпраця», домінуючих позицій учня і навчальної групи «колективність – індивідуальність – спільнота».
- Особистісна – можливість вибору учнями мети, змісту, способу, темпу роботи, соціальної позиції, партнерів навчального співробітництва. [Вылегжанина, Инна Витальевна. Сетевая форма обучения как средство социального развития подростков : автореферат дис. ... кандидата

педагогических наук : 13.00.01 / Вылегжанина Инна Витальевна; [Место защиты: Вят. гос. гуманитар. ун-т]. – Киров, 2011. – 22 с., С. 15]

*Навчальний мережний проект* – спільна навчально-пізнавальна, дослідницька, творча або ігрова діяльність учнів-партнерів, що організована за допомогою телекомунікацій, має загальну проблему, мету, узгоджені методи, способи діяльності, спрямовані на досягнення загального результату. Особливість мережних проектів полягає в тому, що вони мають міжпредметний характер. Навчальний мережний проект, насамперед, орієнтується на таку якість, як самореалізація особистості учня за рахунок розвитку вольових якостей, інтелектуальних можливостей, творчих і комунікаційних здібностей. В процесі виконання мережного проекту учні також аналізують свою діяльність, свої відносини в групі, шукають причини при виникненні труднощів, знаходять рішення для виправлення помилок. [Мнацаканян О. Л. Методика использования социальных сетевых сервисов в школьном курсе информатики : автореферат дис. ... кандидата педагогических наук : 13.00.02 / Мнацаканян Ольга Леонидовна. – М., 2012. –23 с., С.15]

### **Інтерактивність як властивість ІКТ**

Інформаційно-комунікаційні технології інтерактивні, оскільки надають студентів можливість здійснювати власні дії, вимагають від нього швидкості, кмітливості, наполегливості, цілеспрямованості й інших особистісних якостей. Інтерактивність роботи з освітніми масивами передбачає більш тісну їх інтеграцію з новими освітніми технологіями, які мають в основі діяльнісний підхід до навчання. [Хуторской А. В. Интернет в деятельности российских школ на современном этапе / А. В. Хуторской // Интернет-журнал «Эйдос». – 2000. – <http://www.eidos.ru/journal/2000/0131.htm>]

Інтерактивність означає здатність взаємодіяти або знаходитися в режимі бесіди, діалогу з ким-небудь (наприклад, з комп'ютером або співрозмовником). [Сікорська Л. В. Інтерактивне навчальне середовище як чинник оптимізації навчання іноземної мови / Л. В. Сікорська, А. І. Калініченко, Т. В. Хоменко // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми. – 2013. – Вип. 35. – С. 445-450. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Sitimn\\_2013\\_35\\_95.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Sitimn_2013_35_95.pdf) ]

Інтерактивні суб'єктно-об'єктні відносини – це відносини типу студент ↔ інформаційне навчальне середовище (студент ↔ гіпертекст, студент ↔ інтерактивний інформаційний ресурс, студент ↔ інформаційний ресурс віддаленого доступу тощо). Основні види інтеракції: кооперація (співробітництво), яка виражається в об'єднанні зусиль для досягнення спільної мети і конкуренція як міжособистісна взаємодія, заснована на зіткненні цілей, інтересів, позицій, думок чи поглядів суб'єктів взаємодії [Коджаспирова Г. М. Словарь по педагогике / Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. – М. : ИКЦ «МарТ», 2005. – 448 с., С. 105].

## **Інтерактивні web-сайти та web-додатки**

Приклади: InterNet магазини, гральні портали, Flash-сайти.

Інтерактивні засоби сайтів: форум, блог, гостьова книга.

«Інтерактив» як технологічна вимога: обов'язкова візуальна підтримка дій користувача. «Інтерактив» – візуальне відображення активних, пасивних посилань; чітке позначення місцезнаходження користувача. Наприклад: за посиланням з кожної сторінки завантажується поштова програма (бланк листа для зворотного зв'язку).

Інтерактивність є одним з основних параметрів, які використовують при оцінці сайтів (поряд зі змістом, структурою і навігаційними функціями, дизайном та інтерфейсом користувача, функційністю та загальним враженням).

## **Інтерактивне навчальне середовище**

«Інтерактивне навчальне середовище» (interactive learning environment) – web-середовище, що підтримує структуровану взаємодію між членами навчальної спільноти. При використанні інтерактивних web-сайти та web-додатки (інтерактивних можливостей web-сайтів і web-додатків) створюється специфічне пізнавальне середовище, основними характеристиками якого є:

- інтерактивність – активна взаємодія всіх учасників навчання один з одним, а також з інформаційними ресурсами, що підтримується на технічному та методичному рівні;
- гіпертекстовість – насиченість середовища інформацією, організованість та зручність використання даного інформаційного середовища за допомогою спеціальних технологічних прийомів; таке навчально-пізнавальне середовище є відкритим з погляду доступу до інформаційних повідомлень і спілкування з іншими учасниками конференції;
- мультимедійність, що забезпечує інтеграцію даного середовища практично з будь-якою іншою системою (освітньою, науковою та ін.) на рівні організації;
- високу швидкість обміну інформацією, можливість контролювати процес навчання, підтримувати зворотний зв'язок зі слухачами, регулярно поновлювати інформацію та здійснювати доступ користувачів у будь-який зручний для них час.

Інтерактивне навчальне середовище складається із взаємопов'язаних інформаційних процесів, кожний з яких містить певний набір процедур, що реалізуються за допомогою інформаційних операцій та працює як система, функціонування кожного елемента якої підпорядковується загальній меті функціонування – одержання якісного інформаційного продукту або послуги з початкового інформаційного ресурсу відповідно до поставленого завдання.

Інтерактивне навчальне середовище – унікальне методичне забезпечення, котре включає величезні масиви інформації, що дозволяє наповнювати

навчально-виховний процес значним обсягом інформації як за кількістю, так і мобільністю пошуку та використання.

[Сікорська Л. В. Інтерактивне навчальне середовище як чинник оптимізації навчання іноземної мови / Л. В. Сікорська, А. І. Калініченко, Т. В. Хоменко // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми. – 2013. – Вип. 35. – С. 445-450. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Sitimn\\_2013\\_35\\_95.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Sitimn_2013_35_95.pdf) . – С.446]

Для створення інтерактивного навчального середовища необхідно, щоб інформаційно-комунікаційні ресурси узгоджувалися з процесами комунікації та діяльності, утворюючи деяку цілісність, інтегрувалися в єдину систему, за допомогою якої підтримується та спрямовується осмислене навчання. Суб'єкти й об'єкти навчально-виховного процесу утворюють соціальну мережу, що ґрунтується на фізичній мережі. [Гордійчук Г. Б. Підготовка педагогів в умовах використання інтерактивного освітнього середовища навчального закладу / Г. Б. Гордійчук // Інформаційно-телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи. Збірник наукових праць. Частина 2; [за ред. М. М. Козяра та Н. Г. Ничкало]. – Львів: ЛДУ БЖД, 2009. – С. 33-37., С. 33]

### **Стратифікація**

Поняття «стратифікація» (stratification) у перекладі з латинської – «шар» або «пласт». Таким чином, стратифікація має з'ясувати вертикальну послідовність стану соціальних шарів у суспільстві.

### **Віртуальна психологічна реальність**

Віртуальна психологічна реальність – це віртуальна реальність, породжена психікою людини. [Лучинкіна А. І. Психологія людини в Інтернеті : навч. посіб. / А. І. Лучинкіна. К. : ООО «Информационные системы». – 2013. – 200 с.]

*Віртуальна психологія* – це галузь психології, що вивчає психологічні віртуальні реальності.

*Віртуальна реальність* – модельне тривимірне (3D) оточуюче середовище, створене комп'ютерними засобами та реалістично реагуюче на взаємодію з користувачами. Технічною основою віртуальної реальності є технології комп'ютерного моделювання та комп'ютерної імітації, що разом з прискореною тривимірною візуалізацією дозволяють реалістично відобразити на екрані рухи. [Виртуальная реальность: уч. курс. – Режим доступу : <http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/39131517-5991-11da-8314-0800200c9a66/index.htm>]

*Віртуальна реальність* – це простір симулякрів, що створюється будь-якою активною реальністю і може існувати незалежно від неї; має свій час,

простір і закони існування; може взаємодіяти з усіма іншими реальностями, у тому числі і з того, що її породжує, як онтологічно незалежна від них.

*Інтернет-психологія* – це напрям у психології, що вивчає психологічні аспекти взаємодії особистості й Інтернет-середовища.

*Кіберпсихологія* – це напрям у психології, що вивчає взаємозв'язки психологічних феноменів і область діяльності, у якій взаємодія об'єктів опосередкована електронними носіями інформації.

*Монада* – одиниця, первинна проста (неподільна) активна субстанція, що має духовну природу, сприймає і відображає в собі весь світ.

*Поліонтичність* – це поняття про множинність реальностей.

*Симулякр* – знак, копія.

*Індивідуальна ідентичність в Інтернеті* – це синхронізація і координація сприйняття і поведінки користувачів, реалізована через цінності та норми Мережі.

*Колективна ідентичність в Інтернеті* – це те, що становить «громадське Я» інтернету, дозволяє різним індивідуумам усвідомити і відчути взаємозв'язок і загальну приналежність до конкретної онлайнової спільноти.

*Віртуальна соціалізація* – це процес засвоєння норм, правил, культури особистістю у віртуальному просторі.

*Інтернет-соціалізація* – це взаємодія однієї особистості з іншими особистостями у Інтернет-просторі, завдяки чому відбувається збагачення досвіду людини, засвоєння соціальних норм Мережі, розширення варіативності зони розвитку.

*Кіберсоціалізація* – це процес якісних змін структури самосвідомості особистості, який відбувається під впливом і в результаті використання нею сучасних інформаційних та комп'ютерних технологій у контексті життєдіяльності; процес засвоєння норм, правил, культури при взаємодії людини з комп'ютером.

### **Персональне навчальне середовище**

PLE (personal learning environments) – система, яка допомагає учням управляти своїм власним навчанням. Це включає забезпечення підтримки учнів у визначенні ними своїх власних цілей навчання, управління своїм навчанням, управління змістом і процесом навчання, взаємодією з іншими студентами в

процесі навчання, і, тим самим, досягненням цілей навчання. Персональне навчальне середовище може складатися з однієї або декількох підсистем: як таке, воно може бути програмним додатком, чи може складатися з одного або декількох веб-сервісів [Schneider D. K. Personal learning environment // EduTechWiki. URL: [http://edutechwiki.unige.ch/en/Personal\\_learning\\_environment](http://edutechwiki.unige.ch/en/Personal_learning_environment) (дата звернення: 22.07.13)].

*Лего-освіта* – система, в якій учень сам формує освітню програму і вирішує, коли, де і чому вчитися, вибираючи класи, курси або онлайн-сервіси на свій розсуд.

*Цифровий розрив* – ситуація, при якій розвиток цифрових технологій значно випереджає зміни в державі та суспільстві. Нові сервіси не можуть вбудуватися в стару відстаючу систему.

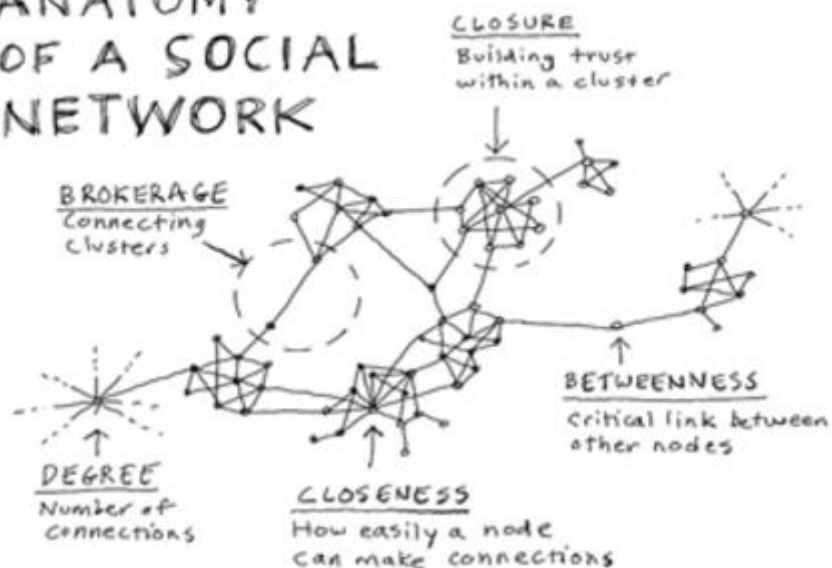
*Теорія соціального навчання* – полягає в припущенні, що люди вчаться найбільш ефективно, коли вони взаємодіють з іншими в рамках якоїсь теми або предмета. У соціальному навчанні, фокус уваги викладачів повинен зсуватися від вмісту предмета в навчальній діяльності до взаємодії людей, навколо яких цей вміст знаходиться. Саме тому закордонні експерти в галузі електронного навчання закликають розробників програмних продуктів створювати LMS, інтегровані з популярними соціальними сервісами. [Главные образовательные мемы 2010-ых. – <http://www.edutainme.ru/post/glavnye-obrazovatelnye-memy-2010/>]

### **Властивості мережі**

*Гомогенність мережі* (Homophily) – ступінь, з якою схожі учасники формують зв'язки між собою в порівнянні з несхожими. Схожість може бути визначена за статевою ознакою, расою, віком, родом занять, досягненнями в області навчання, статусу, цінностями або за іншими характеристикам. Поняття гомогенності пов'язано з асортативністю. [тут і далі: Аналіз соціальних мереж. <https://ru.wikipedia.org>]

*Взаємність* (Mutuality /Reciprocity) – ступінь, з якою двоє учасників відповідають один одному взаємністю у сфері дружніх або інших взаємодій.

# ANATOMY OF A SOCIAL NETWORK



Закритість (Closure) – міцність зв’язків. Пошук збігів, встановлення довіри, підтримка репутації та спільноти в кластерах. Ті хто формують довіру повинні розуміти глибинні зв’язки, які об’єднують людей і забезпечують їх ідентичність. [The Connected Company. Dave Gray, Thomas Vander Wal Publisher: O’Reilly Media, 2012 – 312 с.]

Близькість (Closeness) є мірою того, наскільки легко вузол може з’єднатися з іншими вузлами. Наприклад, ви, ймовірно, дуже близькі до команди на роботі, тому що легко можете звернутися до будь-якого колеги в будь-який час. Але ви можете бути далеко від інших людей у вашій компанії. З деякими досить важко встановити контакт.

Посередник (З’єднувач) (Betweenness) показує ступінь, в якій вузол утворює місток або критичний зв’язок між іншими вузлами. Наприклад, багато керівників захищені від відволікаючих контактів помічниками або секретарями, які контролюють доступ до часу і уваги керівника. Вплив з’єднувача визначається правами, які в нього є, щоб заблокувати або дозволити доступ до інших. Чим більше вузлів, які залежать від з’єднувача, тим більше його потенційне значення для них.

Таким чином, найпотужніша людина або організація в будь якій мережі є та, яка має велику кількість потенційних зв’язків, всі з яких є відносно близькими і, таким чином, легко доступні, в той же час, володіючи позицією в мережі таким чином, що він може блокувати або надавати доступ до інших вузлів.

*Сусідство* в мережі (Proximity) – схильність учасників мати більше зв’язків з тими, хто знаходиться ближче з точки зору географії.

*Структурні прогалини* мережі (Structural holes) – відсутність зв’язків між двома частинами мережі. Пошук і використання структурної прогалини може дати підприємцю конкурентну перевагу. Ця концепція була розроблена соціологом Рональдом Бертом Іноді її відносять до альтернативної концепції соціального капіталу.

*Групова поляризація* виникає в результаті групового обговорення, при зіткненні точок зору в яких враховуються початкові установки, а не середні думки.

*Мост* у мережі (Bridge) – індивід, чиї слабкі зв'язки заповнюють структурні прогалини, забезпечуючи єдине з'єднання між двома індивідами або кластерами. Він так само включає в себе найкоротший шлях, коли більш довгий шлях неможливий через високий ризик спотворення повідомлення або неможливості доставки.

*Група* визначається як «кліка», якщо кожен індивід в ній безпосередньо пов'язаний з іншим індивідом. Група визначається як «коло спілкування», якщо в ній менше вимог до прямого контакту, який може бути не визначений. Група визначається як структурно згуртований блок, якщо точність необхідна.

### **Кількісні показники мережі**

*Множинність мережі* (Multiplexity) – кількість форм, що містяться у зв'язку. Наприклад, дві людини, які є друзями і працюють разом матимуть множинність, рівну 2. Множинність пов'язана з міцністю відносин. [тут і далі: Аналіз соціальних мереж. <https://ru.wikipedia.org>]

*Центральність* в мережі (Centrality) – центральність відноситься до групи метрик, метою яких є визначення «значущості» або «впливу» (в різних значеннях) певного вузла (або групи) в мережі. Прикладами загальних методів виміру «центральності» є визначення центральності з посередництва, центральності по близькості, центральності власного вектора, альфа центральності і центральності за ступенем.

*Густина* мережі – відношення прямих зв'язків у мережі до загально можливої кількості зв'язків.

*Відстань* в мережі (Distance) – мінімальна кількість зв'язків, необхідна для з'єднання двох певних учасників, показана Стенлі Мілгремом в його експерименті в теорії шести рукокутискань.

*Коефіцієнт кластеризації* – міра ймовірності, з якою два партнери одного вузла є приятелями. Високий коефіцієнт кластеризації відповідає значній «кліковості».

*Згуртованість* – ступінь, з якою учасники пов'язані безпосередньо один з одним за допомогою соціальних зв'язків. Структурна згуртованість означає мінімальну кількість учасників, які, будучи віддаленими з групи, розвалить групу.

*Сила зв'язку* (Tie Strength) – це комбінація (ймовірно, лінійна) тривалості, емоційної інтенсивності (emotional intensity), близькості, або взаємної довіри (confiding), і реципрокних послуг, які характеризують даний зв'язок [Грановеттер М. Сила слабких зв'язків [Електронний ресурс] / М. Грановеттер // Экономическая социология; Государственный университет «Высшая школа экономики»; гл. ред. В. В. Радаев, 2009. – Т. 10. – № 4 (Сентябрь). – С. 31-50. – Режим доступу : [www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru), С. 32]]. Для індивіда слабкі зв'язки



виявляються важливим джерелом можливої мобільності. Якщо розглядати ситуацію на макрорівні, то слабкі зв'язки відіграють значну роль у створенні соціальної згуртованості [Там же, С. 43]. Сильні зв'язки визначаються гомогенністю, спорідненістю і транзитивністю, у той час як слабкі – мостами.

### **Взаємодії людей**

*Міжособистісна* – це взаємодія випадкова або навмисна, приватна або публічна, тривала або короткочасна, вербальні або невербальні контакти і зв'язки двох і більше осіб, що викликають взаємні зміни їх поведінки, діяльності, відносин і установок. [Тут і далі : Види і типи взаємодії людей // сайт Студопедия (інформація для студентів різних предметних галузей) – Режим доступу : [http://studopedia.ru/5\\_143542\\_vidi-i-tipi-vzaimodeystviya-lyudey.html](http://studopedia.ru/5_143542_vidi-i-tipi-vzaimodeystviya-lyudey.html)]

*Міжгрупова* – взаємодія процес безпосереднього або опосередкованого впливу множинних суб'єктів (об'єктів) один на одного, що породжує їх взаємну обумовленість і своєрідний характер відносин. Зазвичай воно має місце між цілими групами (а також їх частинами) і виступає як інтегруючий (або дестабілізуючий) фактор розвитку суспільства.

*Кооперація* – взаємодія, при якій суб'єкти досягають взаємної узгодженості / домовленостей щодо спільної мети і прагнуть їх не порушувати, поки збігаються їхні інтереси.

*Конкуренція* – взаємодія, що характеризується досягненням індивідуальних або групових цілей та інтересів в умовах протистояння між людьми. В обох останніх випадках як тип взаємодії (співробітництво чи суперництво), так і ступінь вираженості цієї взаємодії (успішне або менш успішне співробітництво) визначають характер міжособистісних відносин між людьми.

*Стратегії поведінки у взаємодії:*

- співробітництво, спрямоване на повне задоволення учасниками взаємодії своїх потреб (реалізується або мотив кооперації, або конкуренції),
- протидія, передбачає орієнтацію на свої цілі без урахування цілей партнерів по спілкуванню (індивідуалізм),
- компроміс, реалізується в приватному досягненні цілей партнерів заради умовної рівності,
- поступливість, припускає жертву власних інтересів для досягнення цілей партнера (альтруїзм),
- уникання, яке являє собою відходження від контакту, втрату власних цілей для виключення виграшу іншого.

*Прихована* – взаємодія включає в себе одночасно два рівні: явний, виражений словами, і прихований, котрий уявляємо. Передбачає або глибоке знання партнера, або більшу чутливість до невербальних засобів спілкування – тону голосу, інтонації, міміці і жестам, оскільки саме вони передають прихований зміст.

## Соціалізація

*Соціалізація* – це безперервний і багатогранний процес, який триває протягом усього життя людини. Але інтенсивніше він протікає в дитинстві і юності, коли закладаються базові ціннісні орієнтації, засвоюються основні соціальні норми, формується мотивація соціальної поведінки. Соціалізація особистості завжди була тісно пов'язана з родиною та системою освіти. Найбільш важливими факторами соціалізації стають комунікації. [Плешаков В.А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности //Проблемы педагогического образования. Сборник научных статей. Вып. 21. /Под ред. В.А. Слостёнина, Е.А. Левановой. – М.: МПГУ – МОСПИ, 2005.]

*Кіберсоціалізація людини* – соціалізація особистості в кіберпросторі – процес змін структури самосвідомості особистості, що відбувається під впливом і в результаті використання ним сучасних інформаційних та комп'ютерних технологій в контексті життєдіяльності. Кіберсоціалізація людини особливо яскраво відбувається в кіберпросторі інтернет середовища, використанні її ресурсів, у процесі комунікації з віртуальними агентами соціалізації (в соціальних мережах, чатах, блогах, форумах і т.д.) У процесі кіберсоціалізації у людини виникає цілий ряд нових інтересів, мотивів, цілей, потреб, установок, форм психологічної та соціальної активності, безпосередньо пов'язаних з кіберпростором – фактично новим віртуальним життєвим простором людини. [Плешаков В.А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности //Проблемы педагогического образования. Сборник научных статей. Вып. 21. /Под ред. В.А. Слостёнина, Е.А. Левановой. – М.: МПГУ – МОСПИ, 2005.]

## Аудиторія

У соціології масової комунікації – аудиторія це публіка, яка сприймає інформацію в залежності від своїх вікових, соціально-демографічних або культурно-освітніх характеристик.

Аудиторія – один з найважливіших структурних елементів духовного спілкування людей поряд з джерелом і змістом інформації. Сутність аудиторії полягає в тому, що вона відображає взаємозв'язки людей між собою, з суспільством у процесі спілкування. [Тут і далі Бориснєв С.В. Социология коммуникации: Учеб. Пособие для вузов. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С.104]

Потенційна аудиторія – це число людей, що мають технічну можливість сприймати інформацію,

Реальна аудиторія – число читачів, радіослухачів або телеглядачів, що практично реалізують цю можливість.

Цільова аудиторія – сукупність людей, об'єднаних спільними соціально-демографічними, культурними, економічними характеристиками, що є метою впливу творців духовного чи матеріального продукту.

Масова аудиторія – сукупність індивідів, які отримують одночасно або в різний час певну, що має значущість інформацію; особистості, включені в мережу реальних суспільних відносин і зв'язків. Для неї характерні: неоднорідність, розподіленість і анонімність.

*Об'єктивні ознаки аудиторії* – соціально-демографічні характеристики: стать, вік, рівень освіти, сімейний стан, місце проживання; структура матеріальних і духовних потреб суспільства, його сприйняття того чи іншого матеріалу.

*Суб'єктивні ознаки аудиторії* – це ставлення аудиторії до ЗМІ в цілому або до конкретного видання, що виявляється в оцінці засобу інформації.

*Величина аудиторії* – показник соціальної значущості й масштабів впливу певного джерела інформації на аудиторію. Розміри аудиторії визначаються за допомогою медіаметрії. Це опитування, щоденникові дослідження, спостереження, технічні виміри, фокус-групи. Завоювання все більш широкої аудиторії для джерел інформації – один з найважливіших практичних результатів інформаційно-пропагандистської діяльності держави, різних громадських організацій та об'єднань громадян. [Войскунский А. Е. Интернет – новая область исследований в психологической науке // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Выпуск 1/ Под общей ред. Б. С. Братуся, Д. А. Леонтьева. — М.: Смысл, 2002. — С. 82-101.]

*Якісна характеристика аудиторії* – рівень освіти. Він вказує причину вибору аудиторії того чи іншого джерела інформації, ступінь розуміння і використання змісту пропонованої інформації. [Там же]

*Аудиторія соціальних мереж* – це сукупність користувачів соціальних медіа з метою комунікації між собою, пошуку інформації, розваги, самоствердження і самореалізації. [Там же]

Людська *активність* у електронних соціальних мережах реалізується в процесі задоволення наступних основних потреб:

1) комунікативної (спілкування через електронну пошту, чати, конференції, форуми, співтовариства)

2) пізнавальної (читанням новин і аналітичних оглядів, креативний пошук конкретної інформації, дистанційна освіта, самоосвіта, тощо)

3) ігрової (соціальні мережі пропонують широкий асортимент ігор, де кожен користувач може знайти той вид гри, який йому найбільш близький і цікавий). [Интернет-журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.]

*Індивідуальна активність* (комунікативна, пізнавально-пошукова або ігрова) в соціальних мережах завжди або безпосередньо, або опосередковано передбачає спілкування.

*Взаємодія аудиторії* в соціальних мережах визначається її активністю. Зовсім недавно в соціальних медіа з'явився так званий *like-маркетинг*. Під цим терміном розуміється система заходів, спрямована на поширення інформації серед користувачів інтернет шляхом натискання кнопки «like». Використання like-маркетингу допомагає визначити ефективність будь-якого контенту, а також просунути його в соціальних мережах. Like-маркетинг допомагає досліджувати споживчі переваги, виміряти рейтинг контенту, охоплення і кількість відвідувань аудиторії, є безплатною формою усної або письмової реклами, за допомогою якої користувачі діляться один з одним інформацією про вподобаний товар. Зараз майже кожна соціальна мережа використовує like-маркетинг для виявлення інтересів і переваг її аудиторії. [Взаимодействие с интернет аудиторией используя метод «лайк»-маркетинга Режим доступа: [www.digitalwill.ru/materials/biznes-vozmozhnosti-sosialnoi-seti-facebook-i-sushchnost-laik-marketinga](http://www.digitalwill.ru/materials/biznes-vozmozhnosti-sosialnoi-seti-facebook-i-sushchnost-laik-marketinga) – Дата доступа: 22.04.2013]

*Зворотній зв'язок* – показник того, що аудиторія перестає бути тільки одержувачем повідомлення. Користувачі отримують інформацію, діляться нею, дублюючи її, залишаючи коментарі і будь-яким іншим способом висловлюючи свою реакцію. Те, що первинна інформація проходить через безліч джерел і видозмінюється, говорить про взаємодію аудиторії.

Види зворотного зв'язку:

- 1) епістолярний (пошта редакцій, звернення по телефону),
- 2) миттєвий (здійснюється в момент взаємодії комунікатора з аудиторією),
- 3) співавторський (залучення авторського активу для підготовки випусків видань),
- 4) тестуючий (з'ясування позицій аудиторії за допомогою опитувань, анкетування, інтерв'ю),
- 5) консультативний (обговорення продукції в ході конференції),
- 6) експертний (вивчення оглядів роботи ЗМІ, думок фахівців),
- 7) дослідницький (виміри динаміки реальної аудиторії).

Ефективний зворотний зв'язок характеризується хорошими результатами діяльності аудиторії. Це відгуки, коментарі та коментарі аудиторії на який-небудь матеріал, реакція на інформацію проблемного типу, збільшення числа продажів товару. [Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 287 с.]

## **Спілкування в Інтернеті**

Психологічні особливості спілкування в Інтернеті:

- 1) Анонімність. Для більшості користувачів інтернет характерним є переховування істинних та презентація неправдивих відомостей анкетного характеру, що обумовлює зниження психологічного і соціального ризику в процесі спілкування – розкутість, ненормативність.

2) Добровільність і бажаність контактів. Користувач добровільно зав'язує контакти з співрозмовником і може перервати їх у будь-який момент. Також, зважаючи на прагнення наповнення тексту емоційним компонентом, користувач може використовувати спеціальні символи, що позначають емоції.

3) Прагнення до нетипової, ненормативної поведінки. «У віртуальному середовищі ви взагалі можете бути ким хочете, виглядати як завгодно, бути істотою будь-якої статі за вибором, словом, у вас немає обмежень, характерних для матеріального світу» (Kelly P. Human). Найчастіше, у віртуальному середовищі користувачі віддають перевагу презентувати себе інакше, ніж в реальному житті. [Интернет-журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика»/ А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.]

## **Мотивація використання ЕСМ**

Мотиви відвідування користувачами електронних соціальних:

1) *Діловий мотив*. Можливість для широкого пошуку інформації, контактів і взаємодії з певною людиною, організації роботи. Для більшості користувачів – це складова частина професійної діяльності. Ділова мотивація – досягнення конкретного ділового результату.

2) *Пізнавальний мотив*. Цей мотив характерний для всіх користувачів. Пов'язаний з отриманням нової інформації, нових знань, можливостей, за допомогою спілкування з новими людьми, візуальних і слухових образів, різної гіпертекстової інформації.

3) *Комунікативний мотив*. Пов'язаний з потребою людини в обміні знаннями, думками, емоціями. Характеризується пошуком нових знайомств, людей з близькими інтересами, набуттям нового кола спілкування.

4) *Корпоративний мотив*. Значна частина людей працює в умовах спільної діяльності. Корпоративний мотив визначається орієнтацією користувачів на співпрацю. Це спільне рішення проблем, обмін результатами діяльності.

5) *Мотив самоствердження*. В основі цього мотиву лежить самооцінка особистості. Людині доводиться доводити собі й іншим свою спроможність і цінність. Віртуальне середовище – новий світ, де можна по-іншому позиціонувати себе, відкриваючи при цьому новий бік свого «Я».

6) *Ігровий мотив і мотив рекреації (відпочинку)*. У соціальних мережах кожен користувач може знайти для себе найбільш підходящий і цікавий вид відпочинку. Крім відновлення стану працездатності, гра і рекреація (система заходів, пов'язана з використанням вільного часу людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої і спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які розташовані поза їх постійним помешканням) є способом оволодіння новими видами діяльності, перевіркою своїх можливостей, змаганням.

7) *Мотив афіліації (affiliation – з'єднання, зв'язок)*. У кожної людини є потреба належати до певної групи, приймати її цінності і слідувати їм, займати власне місце в цій групі. Мотив афіліації реалізовує цю потребу.

8) *Мотив самореалізації та розвитку особистості.* Мотив розвитку особистості формує прагнення і розвиток своїх комунікативних, пізнавальних здібностей. Соціальні мережі дають можливість користувачеві проявити свої навички та вміння, що дозволяє людині реалізовувати свій творчий потенціал, отримати оцінку своєї творчості. [Интернет-журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.]

### **Ефективність групи**

Ефективність групи – ступінь, у якій група реалізує свої цілі, наскільки група близька до їх досягнення. Загальну ефективність в реальних організаціях важко виміряти, багато керівників відчують труднощі при оцінці ефективності, так як методи цієї оцінки засновані на вимірюванні таких характеристик, які не можна описати кількісно. [Тут і далі: Фактори групової поведінки. Дослідження Шехтера. Згуртованість і ефективність групи. – Режим доступу : <http://mydocx.ru/1-7467.html>].

Підходи в оцінюванні ефективності групи:

- цільовий підхід – оцінюється, наскільки група досягає своїх цілей в сенсі бажаного стану на виході,
- ресурсний підхід – ефективність визначається шляхом спостереження за початком процесу та оцінки спроможності групи ефективно добувати ресурси, необхідні для успішної діяльності,
- підхід внутрішніх процесів – розглядається внутрішня активність групи, ефективність оцінюється на основі показників «внутрішнього здоров'я і економічності»,
- підхід акціонерів (зацікавлених сторін) – заснований на твердженні про те, що для кожного колективу існують групи осіб, по-своєму зацікавлених у результатах його діяльності; показником ефективності роботи групи вважається задоволеність цих зацікавлених груп.

### **Безпечне і відповідальне використання Інтернету**

*Интернет-безпека* (або безпека в Інтернеті) – це знання особистих ризиків безпеки користувача щодо загроз приватній інформації та власності, пов'язаної з використанням Інтернету, і самозахисту від комп'ютерних злочинів в цілому. Загальні побоювання щодо безпеки в Інтернеті включають в себе: зловмисників (спам, фішинг, кіберзалякування, кіберпереслідування тощо), веб-сайти та програмне забезпечення (шкідливе ПЗ, комп'ютерні віруси) і різні види інформації непристойного або образливого змісту. [Вікіпедія (англомовна!) – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_safety](https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_safety)].

*Кібер-безпека* (синоніми: Інтернет-безпека, онлайн безпека, цифрова безпека) – здатність діяти в Інтернеті та інших комунікаційних середовищах (наприклад, мобільні мережі зв'язку) у безпечний і відповідальний спосіб. Така

поведінка стосується захисту особистої інформації і репутації, включає в себе безпечні методи і засоби, щоб мінімізувати небезпеку від проблем на поведінковій основі, а не за допомогою апаратного/програмного забезпечення.

Учні на практиці використовують безпечні стратегії, щоб захистити себе і сприяють власному позитивному фізичному, психологічному здоров'ю та благополуччю при загрозах, що можуть бути спричинені при використанні комп'ютерних технологій, технологічних систем, цифрових засобів масової інформації та інформаційних технологій, у тому числі в Інтернеті. [Сайт iKeepSafe (англ.) – Режим доступу: [http://ikeepSAFE.org/educators\\_old/more/c3-matrix/cyber-safety/](http://ikeepSAFE.org/educators_old/more/c3-matrix/cyber-safety/)].

*iKeepSafe* – Інтернет коаліція – організація створена в 2005 році, некомерційний міжнародний альянс понад 100 державних, громадських і комерційних організацій (політичних, освітніх, юридичних, ІКТ, охорони здоров'я) та інших зацікавлених осіб.

## **Інформаційна безпека**

Інформаційна безпека — це стан захищеності систем обробки і зберігання даних, при якому забезпечено конфіденційність, доступність і цілісність інформації, або комплекс заходів, спрямованих на забезпечення захищеності інформації від несанкціонованого доступу, використання, оприлюднення, руйнування, внесення змін, ознайомлення, перевірки, запису чи знищення (у цьому значенні частіше використовують термін «захист інформації»). [Вікіпедія – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0\\_%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0)].

*Інформаційна безпека особистості* характеризується як стан захищеності особистості, різноманітних соціальних груп та об'єднань людей від впливів, здатних проти їхньої волі та бажання змінювати психічні стани і психологічні характеристики людини, модифікувати її поведінку та обмежувати свободу вибору. [Г. Сашук «Інформаційна безпека в системі забезпечення національної безпеки» Електронний ресурс – Режим доступу: [http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/satshuk\\_publ.php](http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/satshuk_publ.php)].

Загальні *причини порушень інформаційної безпеки* включають в себе:

- Фішинг – вид шахрайства, коли шахраї маскуються як надійні ресурси в спробі отримати особисту інформацію, таку як паролі і дані кредитних карт тощо через Інтернет. Фішинг часто відбувається через електронну пошту і миттєвий обмін повідомленнями, і може містити посилання на веб-сайти, які спрямовують користувача увійти в їхнє середовище і надати приватну інформацію. Ці шахрайські веб-сайти часто виглядають ідентично законним, щоб уникнути підозр з боку користувача.

- Інтернет шахрайства – схеми, які обманюють користувачів різними способами в спробі скористатися їх власністю. Інтернет шахрайства найчастіше націлені, щоб обдурити жертву особистої власності безпосередньо, а не для отримання особистої інформації через марні обіцянки, виклик довіри, спеціальні трюки і багато іншого.

- Шкідливі програми (зокрема, програми-шпигуни) шкідливе ПЗ, незаконне програмне забезпечення, призначене для збору та передачі особистої інформації, наприклад, паролів, без згоди або відома користувача. Вони часто поширюються через електронну пошту, програмне забезпечення та файли, завантажені з неофіційних сайтів. Шкідливі програми є одним з найпоширеніших проблем безпеки, часто неможливо визначити, чи заражений файл, незважаючи на джерело файлу.

*Ризики, пов'язані з особистою безпекою:*

- Кіберпереслідування – використання Інтернету або інших електронних засобів, щоб переслідувати або турбувати фізичну особу, групу осіб або організацію. Це може включати в себе фальшиві звинувачення або заяви (наприклад, у наклепі), моніторинг, погрози, крадіжки особистих даних, пошкодження даних або обладнання, вимагання неповнолітніх для сексу, або збору інформації, які можуть бути використані, щоб переслідувати.

- Кіберзнущання – знущання і залякування через інтернет часто є продовженням знущань за межами Інтернету, може приймати різну форму. Наприклад, зловмисник може використовувати фото користувача без його або її згоди. Тому кіберзалякування часто має продовження у реальному житті. Це загально соціальна проблема, яка не тільки стосується безпеки в Інтернеті. Кіберзалякування і знущання зустрічаються частіше, ніж в реальному житті. Інтернет часто забезпечує ресурси і дані для виконання знущання, причому дозволяючи злочинцю залишатися невідомим і анонімним.

- Інтерне-хижацтво є актом залучення неповнолітнього до невідповідних сексуальних відносин через Інтернет. Зараз хижаки можуть ініціювати і спокушати неповнолітніх до відносин шляхом використання соціальних мереж.

- Непристойний/принижуючий зміст – матеріал в Інтернеті, який деякі люди можуть вважати образливим, огидним. Такі веб-сайти можуть включати в себе інтернет-порнографію, шокуючі сайти, або такі що призводять до розпалювання ненависті до певних груп (за статтю, етнічним походженням, релігією, расою, інвалідністю, сексуальною орієнтацією). Такий зміст може проявлятися у різних формах, наприклад, у вигляді спливаючих вікон і посилань. [Вікіпедія (англомова!) – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_safety](https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_safety)].

*Інтернет-залежні особи* характеризуються наступним симптомами:

- 1) нав'язливе бажання перевірити e-mail,
- 2) постійне очікування наступного виходу в Інтернет,



3) скарги оточуючих на те, що людина проводить занадто багато часу в Інтернеті,

4) скарги оточуючих те, що людина витрачає занадто багато грошей на Інтернет [Черных А.И. Социология массовых коммуникаций X учеб. пособие / А.И.Черных; Гос. ун-т - Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. –288 с.]

*Психологічний вплив* підрозділяється на такі види:

1) інформаційно-психологічний – вплив за допомогою слова та інформації. При такому методі у людини формуються певні ідеї, погляди та переконання, а також виникають позитивні або негативні емоції і почуття.

2) психогенний – вплив у вигляді фізичних (звук, температура, освітлення), або факторів, що викликають шоківу реакцію (навколишні умови і події). Це метод впливу на свідомість людини, в результаті якого змінюється стан його психіки.

3) психоаналітичний (психокорекційний) – вплив на підсвідомість людини терапевтичними засобами. Найчастіше застосовується під час глибокого сну або гіпнозу.

4) нейролінгвістичний – вплив на свідомість людини шляхом введення в нього спеціальних лінгвістичних програм.

5) психотронний – вплив на інших людей, здійснюваний шляхом передачі інформації через неусвідомлюване сприйняття.

6) психотропний – вплив на психіку людей за допомогою медичних апаратів, біологічних і хімічних речовин. [Крисько В.Г. Социальная психология: Курс лекций/ В.Г.Крысько. –3-е изд. – М.: Омега-Л, 2006. – 353 с.]

*Методи психологічного впливу:*

Переконання – метод впливу на свідомість людини, орієнтований на інтелектуально-пізнавальну сферу людської психіки. Метод заснований на прагненні домогтися від людини внутрішньої згоди, використовуючи логічні аргументи, а потім сформувані і закріплені у нього нові установки, відповідні переслідуваній меті. [Крисько В.Г.]

Переконання – метод психологічного впливу на свідомість людини, заснований на зміні його колишніх суджень допомогою логічних доводів і аргументів і подальшої трансформації світогляду і мотиваційної системи поведінки. Базується на осмисленому прийнятті людиною якихось цілей та ідей. [Социальная психология. Словарь / Под ред. М.Ю. Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л.А.Карпенко. Под общ. ред. А.В. Петровского. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 176 с.]

Навіювання – це метод психологічного впливу на свідомість особистості або групи людей, заснований на некритичному сприйнятті інформації. При навіювання мозкова активність дуже ослаблена або взагалі відсутня, і сприйняття інформації базується на механізмах зараження і наслідування. [Крисько В.Г.]

Навіювання – подача інформації, яка сприймається без критичної оцінки, впливає на перебіг нервово-психічних і соматичних процесів. При навіюванні слова суб'єкта навіювання викликають у об'єкта ті самі уявлення, образи, відчуття. [Социальная психология. Словарь]

Маніпулювання – спосіб психологічного впливу, здійснюваний практично непомітно, що змінює напрямок активності інших людей. Метод маніпулювання впливає на зміну поведінки і свідомості людей, ґрунтується на нав'язуванні різних мотивів, ідей, установок, вигідних суб'єкту впливу. [Крисько В.Г.].

Зараження – спосіб впливу, що ґрунтується на спонтанному сприйнятті інформації, прийнятої без належного способу людьми, які, керуючись лише своїм емоційним станом, сліпо повторюють дії один одного. В умовах психологічного зараження кожен індивід, стаючи джерелом зараження, нічим не відрізняється від тих, кого він заражає своїм станом. [Социальная психология. Словарь]

Наслідування – вплив, при якому об'єкт впливу за власною ініціативою починає слідувати вчинкам і способу думок, повторювати жести, міміку та інтонацію впливає на нього суб'єкта. [Социальная психология. Словарь]

Научіння – набуття організмом нових форм реакцій шляхом спостереження за поведінкою інших живих істот і наслідування йому. Термін пояснюється стимулом, реакцією людини бути подібним на іншого. [Социальная психология. Словарь].