

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»  
Факультет соціальних наук і соціальних технологій  
Кафедра Школа соціальної роботи ім. В. І. Полтавця

Кваліфікаційна робота  
освітній ступінь – бакалавр

на тему: «СОЦІАЛЬНА ПІДТРИМКА СТУДЕНТІВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ  
НаУКМА»

Виконала: студентка 4-го року навчання,  
Спеціальності  
231 Соціальна робота

Овчіннікова Марія Олегівна

Керівник: Романова Н.Ф.,  
кандидат педагогічних наук, доцент

Рецензент \_\_\_\_\_

Кваліфікаційна робота захищена  
захищена з оцінкою «\_\_\_\_\_»

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Київ - 2023

## ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ .....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ОСНОВНИХ АСПЕКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ МОЛОДІ .....	9
1.1 Основні поняття та аналіз соціальних мереж.....	9
1.2 Аналіз функцій та комунікацій різних поколінь.....	13
1.3 Соціальна підтримка студентів в онлайн-форматі .....	20
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ .....	28
2.1 Час та місце проведення дослідження .....	28
2.2 Етапи проведення дослідження .....	28
2.3 Процедура проведення дослідження.....	29
2.4 Метод та інструмент дослідження.....	30
2.5 Характеристика вибірки .....	31
2.6 Труднощі та обмеження проведення дослідження.....	32
2.7 Концептуалізація та операціоналізація понять .....	33
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НАУКМА .....	35
3.1 Медіа-моніторинг соціальних мереж НаУКМА .....	35
3.2 Потреби студентів у соціальній підтримці та умови її отримання в НаУКМА....	42
3.3 Візуальна карта соціальних мереж НаУКМА, які надають соціальну підтримку студентам.....	48
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	53
ДОДАТКИ.....	60
Додаток А. Гайд анкети .....	60
Додаток Б. План проведення медіа-моніторингу.....	64
Додаток В. Посилання на ПДФ Візуальну Карту .....	65
Додаток Г. Основні цифрові тренди у світі .....	66
Додаток Д. Найпопулярніші мережі за кількістю активних користувачів у мільйонах .....	67

Додаток Е. Кількість витраченого часу у соціальних мережах.....	68
Додаток Ж. Середній вік користувачів соціальних мереж .....	69
Додаток З. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні .....	70

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

НаУКМА – Національний університет «Києво-Могилянська Академія»

СО – студентські організації

СЖО – складні життєві обставини

ОСС – орган студентського самоврядування

ЦЕНТР САПС – Центр соціальної роботи, адаптації та підтримки студентів  
НаУКМА

ШІ – штучний інтелект

COVID -19 – пандемія, ковід

## ВСТУП

Невід’ємною частиною життя більшості молодих людей є студентські роки. Посилаючись на інформацію з сайту Міністерства освіти та науки України, у 2021 році для здобуття ступеню бакалавру було зараховано приблизно 131 тисяч осіб та 53 838 тисяч на магістратуру («Вступна кампанія 2021», 2021). Загалом у порівнянні з 2020 роком кількість студентів у 21-шому році зменшилась майже на 4% («Звіт національного агентства із забезпечення якості вищої освіти за 2021 рік», 2022). Проте вступників до закладів вищої освіти у 2022 році було помітно більше. За підсумками вступної кампанії 2022 року, було зараховано 225 922 тисяч бакалаврів та 188 667 тисяч магістрів («Вступна кампанія 2022», 2022). Щодо кількості студентів, які навчаються у Національному університеті «Києво-Могилянська академія» (далі – НаУКМА), то їх близько 3 500 осіб («НаУКМА в рейтингах ВНЗ України», 2023).

З початком пандемії та самоізоляцією, а в подальшому - з повномасштабним вторгненням росії на територію нашої країни, супроводжуваним такими наслідками, як відключення світла, повітряні тривоги, відсутність інтернету та обмежений зв'язок, освітній процес стикається зі значними труднощами, зокрема навчання студентів ускладнюється. Такі труднощі можуть призводити до негативного впливу на психоемоційний стан студентів, їх соціальне життя, навчання, призводити до проблем із самооцінкою та ризиками щодо стану психічного здоров'я.

Так, наприклад, під час ковіду студенти НаУКМА навчалися в онлайн форматі і як свідчить дослідження Кріжик(2021) студенти стикалися з деякими проблемами психологічного характеру, як-от «боротися з ізоляцією було важко кожному третьому респонденту», справлятися зі стресом було важко 61,7%, а підтримувати баланс між відпочинком та навчанням було викликом для 68,5% студентів (Кріжик, 2021, с. 42). Деякі науковці стверджують, що потужним чинником протидії стресу, негативного психічного стану, низької самооцінки, дискримінації та соціальної виключеності є наявність у людини соціальної підтримки. Соціальна підтримка забезпечує надання превентивної та швидкої допомоги індивіду у вирішенні його соціальних проблем під

час навчання, забезпечує створення умов та забезпечення підтримки, стимулює до усвідомлення засобів подолання проблеми(Коляденко, 2016).

Поняття «соціальна підтримка» визначається у науковій літературі як надання допомоги або створення комфорту іншим людям, щоб допомогти їм впоратися з біологічними, психологічними та соціальними стресорами(American Psychological Association, 2020).

Загалом, в науковій літературі існують різні визначення соціальної підтримки. Так, деякі дослідники визначають, що «соціальна підтримка — це відчуття того, що про людину піклуються, що вона може отримати допомогу від інших і, що більш важливо, є членом мережі підтримки»( Yuqiao Ye, Xiuyu Huang & Yang Liu, 2021, с.336).

Про відсутність соціальної підтримки як визначального фактору щодо проблем психічного здоров'я, включаючи симптоми депресії серед студентів, йдеться в роботах деяких зарубіжних дослідників (Bukhari & Afzal, 2017).

Саме соціальна підтримка та гарне фізичне здоров'я сприяють загальному добробуту людини. У більшості випадків за відсутністю соціальної підтримки можна передбачити погіршення фізичного та психічного здоров'я у людини. З іншої сторони, маючи соціальну підтримку можна припустити, що людина зможе впоратися зі стресом. Загалом, соціальна підтримка є основним фактором запобігання розвитку негативних симптомів, таких як тривога та депресія(Corey, 2005).

На сьогоднішній день, існують різні класифікації видів соціальної підтримки, одна з найбільш поширених у соціальній роботі визначається як: формальна та неформальна. У першій йдеться про ряд заходів, покликаних здійснювати забезпечення студентської діяльності – стипендії, обладнання бібліотеки тощо. Другий вид, і той, який нас цікавить найбільше у цій роботі, безпосередня підтримка з боку академічної спільноти(Лісовець, 2010).

Отже, коли ми говоримо про соціальну підтримку у наших реаліях, вона, на жаль, зазвичай є дистанційною. Перехід у такий онлайн-формат був спочатку зумовлений пандемією, а потім подовжений через небезпеки пов'язані із повномасштабним втрутанням росії на територію України. Основними методами для забезпечення безперервного навчання у такий складний час є, звісно, програми,

що дозволяють спілкуватися одночасно великій кількості людей(як-от, Zoom та Teams) та соціальні мережі, що відіграють значну роль не тільки в аспекті комунікації, маркетингу, просування, поширення та пошуку інформації, а й мають можливості організації онлайн-груп підтримки, ментального здоров'я та надання різних необхідних послуг студентству дистанційно. Поняття «соціальні мережі» визначається, як сайт або додаток, за допомогою яких користувачі можуть спілкуватися один з одним, додаючи інформацію, повідомлення, зображення тощо (“Social network”, 2023). Говорячи, зокрема, про соціальну підтримку, у НаУКМА для її надання послуговуються відповідними соціальними мережами, наприклад, йдеться про такі соціальні ініціативи як Бадді НаУКМА та Центр соціальної роботи, адаптації та підтримки студентів НаУКМА(САПС), які використовують, як мінімум, Телеграм та Інстаграм. Саме через ці соціальні мережі і здійснюється перший крок до надання соціальної підтримки студентству. Оскільки використання соціальних мереж для надання соціальної підтримки є відносно новим явищем, особливо в умовах дистанційного навчання, ця тема є актуальною та потребує більш предметного дослідження.

Відповідно, **об'єктом** роботи є соціальна підтримка молоді на онлайн платформах.

**Предмет** – види соціальної підтримки студентів, що надаються через соціальні мережі в НаУКМА.

**Мета дослідження:** описати види соціальної підтримки студентів в соціальних мережах НаУКМА та означити найбільш поширені мережі серед інтернет-користувачів НаУКМА.

**Завдання дослідження:**

- 1 - описати теоретичні засади соціальної підтримки студентської молоді в соціальних мережах;
- 2 - проаналізувати соціальні мережі, які надають соціальну підтримку студентській молоді та означити їх роль як засобів комунікації з інтернет-користувачами;
- 3 - визначити потреби студентської молоді щодо соціальної підтримки та умови отримання під час онлайн-навчання в НаУКМА;

4 - проаналізувати види соціальної підтримки студентів, які надаються в соціальних мережах НаУКМА;

5 - розробити візуальну карту соціальних мереж НаУКМА для поширення серед студентів, які опинилися в СЖО.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ОСНОВНИХ АСПЕКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ МОЛОДІ

### 1.1 Основні поняття та аналіз соціальних мереж

Перед тим як перейти до розгляду соціальної підтримки, що надається молоді, необхідно охарактеризувати процеси, що спровокували зміни у їх повсякденному житті.

На сьогоднішній день відбувається стрімкий технічний прогрес та розвиток інформаційних технологій, що призводить до помітних змін у житті суспільства та сучасної молоді. Сучасне покоління дітей та молоді зростають під час стрімкого розвитку цифрових технологій, такі зміни впливають на їх спосіб мислення та особливості сприйняття інформації.

За останнє десятиліття соціальні медіа(або соціальні мережі) стали більш помітними та інтегрованими в наше життя. Зазначимо, що соціальні мережі це додаток або веб-сайт, який дозволяє користувачам встановлювати та підтримувати соціальні зв'язки, розміщувати інформацію, комунікувати, створювати, ділитись та монетизувати контент(“Соціальна мережа”, 2019). Особливо активними користувачами соціальних мереж являються молоді люди (84%) у віці від 18 до 29 років, до яких зокрема входять й студенти (Auxier & Anderson, 2021).

Доволі важливою є роль соціальних мереж у повсякденному житті користувачів. Можна говорити про те, що онлайн-мережі набули глобального масштабу, доведемо це звітом Digital 2023, який підготували дослідні групи Meltwater та We are Social. У ньому, зокрема, зазначено про такі результати: кількість користувачів інтернету по всьому світу – 64,4%(близько 5,16 мільярда осіб); про те, що з жовтня 2022 року лише за три місяці на 90 мільйонів осіб збільшилася кількість інтернет-користувачів та те, що більше 4,76 мільярда людей користуються соціальними мережами регулярно, тощо[Додаток Г]. Цікавим також є те, що незважаючи на стрімке зростання

користувачів, люди стали проводити у мережі на 5% менше часу(біля 20-ти хвилин).  
Онлайн-сервіси, що найбільше використовують люди по всьому світу є:

- чати та месенджери – 94,8%
- соціальні мережі – 94,6%
- пошукові системи та вебсайти – 81,8%
- покупки, оголошення, аукціони – 76%

Digital 2023 виділяє найпопулярніші мережі за кількістю активних користувачів у мільйонах [Додаток Д]:

- Facebook – 2958;
- YouTube – 2514;
- WhatsApp – 2000;
- Instagram – 2000;
- Wechat – 1309;

При тому, соціальні медіа, на перегляд яких люди з усіх куточків світу витрачають більше часу – трохи відрізняються. Наприклад, TikTok займає перше місце і його показник складає – 23,5 години на місяць. Наступні – YouTube(23,1 година на місяць) та Facebook(19,7 годин на місяць)[Додаток Е].

Важливим для цієї роботи буде зазначити середній вік користувачів соціальних мереж, так як у цій роботі ми найбільше фокусуємось на студентах, то дізнаючись про переваги молодих людей у соціальних мережах та щодо них, можна підтвердити актуальність роботи, дати можливість зрозуміти важливість соціальних мереж для молоді та розглянути можливі перспективи розвитку онлайн формату навчання за використання соціальних мереж для студентів. Молоді люди віком від 16 до 24 років найбільше користуються – Instagram(для жінок та чоловіків відповідно). На другому та третьому місцях серед жінок – WhatsApp та TikTok з невеликим розривом (12,3% та 12%). У чоловіків друге місце залишається аналогічним – WhatsApp з 15,5%, а третє посідає Facebook з 10.5% [Додаток Ж](“Digital 2023 Global Overview Report”, 2023).

Тепер поглянемо на використання соціальних мереж в Україні, для цього звернемося до даних дослідження PlusOne Social Impact (2023). Лідером по популярності серед вікових груп 35-44; 45-54; та 55+ років залишається відеохостинг YouTube. Для вікової групи 25-34 років: YouTube та Instagram займають найвищу позицію, з невеликим відривом першого.

У той же час, серед молодого покоління(18-24) TikTok став найпопулярнішою соціальною мережею з 12 млн. акаунтами зареєстрованими в Україні(5,5 млн. з яких становить молодь)[Додаток 3]. Друге місце серед української молоді займає Instagram з більше як 4 млн. зареєстрованих користувачів(“Plus one Social Impact”, 2023).

Очевидно, що наразі соціальні медіа відіграють більшу роль, ніж просто як інструмент для спілкування та розваг. Вони також використовуються для отримання новин та інформації, а у найближчому майбутньому – й для надання послуг.

Звернемо увагу на проведене опитування у 2022 році Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Громадської мережі ОПОРА. За результатами для отримання новин українці найбільше використовували Telegram (65,7%), YouTube (61,2%) та Facebook (57,8%). Аналогічна статистика для молоді(18-39), де Telegram використовували 86,7% серед опитаних 18-29 років та 72,4% серед вікової групи 30-39 років. Друге місце посідає YouTube з 59,5% серед опитаних 18-29 років та 57,6% серед групи 30-39 років. Респонденти літнього віку(від 60 років), у свою чергу, надають перевагу YouTube(61,4%) та Facebook, де 59,3% - це респонденти 60-69 років та 43,3% серед вікової групи за 70 років(“Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни”, 2022).

Тож, беручи до уваги великий відсоток студентів, які користуються соціальними мережами, на думку Erica Seidel, Danna Ethan & Corey Basch (2013) настав час для фахівців освітніх закладів надолужити згаяне та стати частиною віртуального світу.

Сучасною тенденцією, яка виникає у вищій освіті, є важлива роль, яку соціальні медіа відіграють у контексті викладання та навчання (Manca 2020). Дослідження проведене Vendeyar(2020) підтверджує цю думку, так, наприклад, викладачі, що брали участь у

дослідженні, зазначали, що соціальні медіа є більш ефективним способом використання інформаційно-комунікаційних технологій для покращення їх практики та освітнього процесу загалом. Це вони пояснюють декількома причинами:

1. соціальні медіа змінили їх навчання, оскільки вони були ефективними, сприяли взаємодії та ідеально підходили для навчання невеликих класів;
2. соціальні мережі сприяли навчанню завдяки невід'ємним перевагам у тому, що ними було легко користуватися, вони могли синхронно передавати зміст курсу, сприяти онлайн-обговоренням і сприяти залученню студентів віддалено;
3. соціальні медіа були безкоштовними, були зручними для користувача інтерфейсом і технічними налаштуваннями, а також простотою підключення спонукали професорів і студентів прийняти їх як платформу для викладання та навчання;
4. викладачі віддали перевагу цьому режиму синхронної передачі, оскільки вони отримували миттєвий зворотний зв'язок від студентів.

Також важливо зазначити про те, що повсюдне поширення соціальних медіа дозволило проводити навчання майже незалежно від просторових і часових обмежень.

Окрім цього, викладачі виявили, що студенти більш позитивно реагують на використання соціальних медіа як інструменту для навчальних цілей. Наприклад, у практиці професорів, студенти не хотіли ставити запитання під час особистого спілкування в аудиторії, але в онлайн-середовищі дискусії процвітали, плюс, при використанні Facebook в освітньому процесі, студенти високо оцінили цей вид навчання та навіть попросили викладача спробувати іншу функцію цієї соціальної мережі – Facebook Live для його занять, що отримало позитивні відгуки від студентів, посприяло їх включенню на лекціях через більш дружню обстановку та, як виявилось пізніше, впливало на те, що більшість студентів залишалися протягом всієї лекції та до її закінчення. Професори також вважають, що впровадження нових технологій соціальних медіа задовольняє потреби студента двадцять першого століття. Такий метод навчання заохочував студентів залучатися до змісту предмету і водночас давав

можливість визначити, чи зрозуміли студенти матеріал чи їм потрібна додаткова підтримка(Vendeyar, 2020).

Отже, стрімкий розвиток цифрових технологій відіграє велику роль у повсякденному житті людей по всьому світові. Наразі соціальними мережами користується більше 4,76 мільярдів людей щоденно, їх особливо активними користувачами є молоді люди(18-29 років), до яких зокрема входять й студенти. В Україні так само, саме молодь найбільше користується різноманітними соціальними медіа.

Важливим є висвітлення напряму використання соціальних мереж, зокрема як інструменту в аспекті освіти. Зазначається, що використання соціальних медіа має низку переваг: не лімітовані часовими чи просторовими обмеженнями, сприяють до взаємодії та обговорень, є безкоштовним, зручним, комфортним у використанні та задовольняє потреби студентів нового покоління.

## **1.2 Аналіз функцій та комунікацій різних поколінь**

Сьогодні віртуальний світ, який виник завдяки Інтернету, має все більший вплив на суспільство. Багато людей використовують Інтернет для спілкування, роботи, розваг, покупок та звернення до різних організацій. Там легко і швидко знаходити необхідну інформацію та контакти, а також взаємодіяти з іншими людьми(Січкаренко & Довжук, 2023). До того ж, на сьогоднішній день, одними з основних інструментів взаємодії, спілкування та обміну інформацією стали соціальні мережі (Юфименко, 2020). Цікаво дізнатись про те, що, наприклад, науковиці (Шульська & Матвійчук, 2017) зазначили про комунікативний аспект соціальних мереж, а Юлія Єчкало(2013) співставила соціальні мережі із засобами масової інформації та зазначила про їх найбільшу ефективність в сучасному комунікативному просторі(Єчкало, 2013).

Спілкування з іншими людьми є невід'ємною частиною життя людей. Протягом усього життя комунікація розглядається як фундаментальний аспект, який сприяє

виконанню різноманітних завдань і діяльності, досягненню особистих і професійних цілей і збагаченню загальної якості життя людей.

Щодо визначення поняття «комунікації», то наукові джерела розкривають його як процес передачі інформації, ідей, думок або почуттів між людьми. Комунікація може відбуватися між двома або більше людьми, і вона може мати різні цілі, такі як передача інформації, переконання, вплив на поведінку або встановлення стосунків(“Communication”, 2023). Комунікація включає в себе не тільки вербальний аспект (словесне висловлювання, його зміст), але і невербальну комунікацію: жести, міміка, зоровий контакт, тон голосу тощо (Ковалинська, 2014). Якщо ми говоримо про типи комунікації, то виділяють раніше зазначені – невербальну та вербальну комунікацію, письмову комунікацію(у формі записів, наказів, оголошень, листів, звітів) та візуальну(засоби візуалізації, що допомагають передавати інформацію та ідеї, наприклад, фотографії, відео, емодзі, графіки тощо). До того ж, візуальний тип комунікації став найбільш використовуваним типом комунікації завдяки соцмережам таким як, наприклад, YouTube та іншим платформам цифрової ери(“Types of communication”, 2023).

Також виділяють наступні функції комунікацій:

- Інформування(передача, отримання та обмін інформацією між людьми. Це може бути передача фактів, даних, становища, інструкцій або будь-якої іншої інформації, яка може бути корисною або необхідною для отримання результатів);
- Переконання або вплив(змусити когось зробити або повірити в щось, давши їм дійсну причину для цього. Наприклад, начальник, переконує своїх підлеглих виконувати свою роботу ефективно, тощо);
- Інтеграція(для того, щоб досягти бажаних цілей та завдань людина не завжди може працювати усамітнено, тому інтегруючи інших людей у роботу, вона стає легше та швидше працювати. Також, інтегрувавшись людина може знайти себе і не відчувати себе самотньою чи ізольованою);
- Створення відносин або розбудова стосунків: ефективне спілкування вважається основою для створення стосунків. Стосунки ж відіграють важливе

значення у житті кожної людини і можуть допомогти розділити труднощі, відкрити нові можливості тощо(Kumar, 2021).

Також виділяють різні види комунікацій.

- Масові або суспільні комунікації – повідомлення інформації чисельно великим групам людей за допомогою технічних засобів або засобів масової комунікації;
- Міжособова комунікація – найбільш поширений тип комунікацій. Це комунікація з іншою людиною, зазвичай йдеться про неформальне спілкування(тобто без чітких форми та стилю повідомлення).
- Віртуальна комунікація – такий обмін повідомленнями, що відбувається через Інтернет: на різноманітних сайтах, у соціальних мережах, форумах тощо(Січкаренко & Довжук, 2023).
- Синхронна комунікація – спілкування, що відбувається в режимі реального часу.
- Асинхронна комунікація – обмін інформацією, що відбувається без вимоги бути «тут і зараз», спілкування з відкладеною відповіддю(Синоруб, 2020).

Окрім того, важливо зазначити про засоби комунікації, їх можна умовно поділити на онлайн та офлайн (див. табл. 1).

Таблиця 1

Засоби	комунікації
Онлайн засоби комунікації (які, ще називають сучасним способом або новою ерою комунікації, яка змінила світ з точки зору технологій)	Офлайн засоби комунікації або традиційний спосіб спілкування
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Електронна пошта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Листи</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Платформи соціальних мереж (Facebook, Twitter, Instagram тощо)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дротові телефони</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Блоги</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Радіо</li> </ul>

• Веб-сайти тощо	• Телебачення та інше
------------------	-----------------------

(Singh, 2022)

Завдяки приголомшливим змінам, що привнесли цифрові технології до нашого повсякденного життя, відбувається так звана «діджиталізація», яка є проявом глобальної цифрової революції(Омельчук & Левицька, 2020).

Діджиталізація (з англ. - digitalization), яку також іноді називають цифровізацією – це впровадження цифрових технологій у всі можливі сфери суспільного життя(Хлебінська, 2021).

Посилаючись на дані Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), ковід-19 став каталізатором цифровізації багатьох держав. Одні з найбільш явних змін відбулися у компаніях та підприємствах, їх пандемія підштовхнула до початку цифрової трансформації(процес переходу до нових способів діяльності шляхом впровадження цифрових технологій та сервісів) (OECD, 2021; Хлебінська, 2021).

Окрім бізнес-інновацій, діджиталізація призвела до створення та впровадження електронних засобів у навчальний процес, розробки комунікаційних мереж та розвитку нових технологій дистанційного навчання. На думку Омельчук та Левицької (2020), такі зміни мали явний вплив на освітній процес та мають свої плюси: пришвидшують засвоєння великої кількості інформації, вчать управляти інформацією, швидко приймати рішення та інтенсифікувати процес придбання знань.

Прослідкувати за тим, як змінювались засоби комунікації через технологічний прогрес та відповідно до стрімкого розвитку цифрових технологій можна через теорії поколінь, створених у 1991 році двома американськими вченими Неулом Хоувом та Уільямом Штраусом.

Науковці виокремлювали покоління за набором цінностей, що формувались під впливом соціальних умов, виховання, освіти, політичної та технологічної ситуації. Також ідентифікувати групу людей, що об'єднані в одне покоління можна за трьома критеріями: одна історична епоха, однакові важливі історичні події та соціальні впливи, почуття приналежності до покоління(Заїка, 2019).

Щодо теорії поколінь, то виділяють такі типи:

1. Мовчазне покоління (1925-1942 роки народження);
2. Покоління «Бєбі-бумєрів» (1943-1960 роки народження);
3. Покоління Х (1961-1981 роки народження);
4. Покоління Y або мїленїум, мережеве покоління (1982-2003 роки народження);
5. Покоління Зе або цифрове покоління (починаючи з 2004 і по сьогоднішній день)(Howe & Strauss, 1991).

Головною ідеєю теорії поколінь є те, що цінності, які будуть загальними для різних країн(наприклад, виникнення інтернету) є ключовою категорією визначення рамок покоління. У цілому, ця теорія побудована на циклічності розвитку суспільства з урахуванням етапів підйому та кризи(Струтинська, 2020).

Отже, коротко охарактеризуємо приведені вище типи поколінь.

Мовчазне покоління(1925 – 1942) було народжене та виховане у період Другої Світової війни. Очевидним є те, що вплив репресій, голоду та руїни дуже сильно вплинув на риси людей цього покоління. Мовчазному поколінню притаманне вміння працювати у колективі, бути запасливими та бережливими, звертати особливу увагу на статус людини. А також, бути законотримувачами, терплячими та мовчазними.

Покоління «бєбі-бумєрів» (1943 – 1960) народились вже після Другої Світової війни під час становлення СРСР та холодної війни. Відмінними рисами цього покоління є жага до перемоги, віра у власні сили, що, в свою чергу, заклало підґрунтя до більш індивідуального розвитку.

Покоління Х (1961 – 1981) – самостійні, що сподіваються лише на власні сили. Холодна війна, перебудова, економічні та політичні зміни зумовило представників цього покоління розраховувати лише на себе, бути загартованими, готовими до змін, відповідальними та намагатися усіма засобами вибороти свою свободу.

Особливо цікавою особливістю цього покоління є поява іншого покоління людей, яких називають «цифровими аборигенами»(digital natives). Такий термін вперше використав дослідник Марк Пренскій у 2001 році. Так він назвав людей, що народилися приблизно після 1980 року, бо ті виростили з цифровими технологіями, тобто з самого народження Інтернет був частиною їх життя. При тому, Пренскій запропонував і протилежний термін, для тих, хто народився до існування цифрових технологій – «цифрові іммігранти»(digital immigrants)(Prensky, 2001).

Покоління Y (1982 – 2003) – зростало під впливом та розвитком цифрових технологій. Саме через це вважається, що це покоління має гнучке мислення, залежність від технологій та здатність швидко опрацьовувати інформацію. Що цікаво, люди цього покоління належать до більшості сучасних студентів. До того ж, велика кількість дослідників зазначають про те, що процес здобування освіти явно різниться від традиційного викладання студентам минулих років(Балковий & Кононець, 2021).

Покоління Ze (2004 і до сьогодні) – яких ще називають «цифрові діти» чи «народжені з Інтернетом». Більшість сучасних учнів є представниками покоління Ze.

Це покоління максимально наближене до технологій, вони чудово працюють з технологіями та вміють знаходити будь-яку необхідну інформацію. Але є й інша «сторона медалі», наприклад, на думку доцентки педагогічного інституту Світлани Алексеєвої(2021), «цифрові діти» мають проблеми з концентрацією уваги та слабку пам'ять, таку особливість пояснюють кліповим мисленням, тобто «здатністю людини сприймати навколишній світ за допомогою короткого, яскравого посилу, що втілений у формі певного кліпу»(Соболева, 2019, с.87). До того ж, вони набагато менше рухаються та не прагнуть швидко дорослішати та жити самостійно.

Велика кількість сучасних студентів належить до покоління Y та Ze. Освітній процес з групами цих поколінь буде значно відрізнитись від минулих. Сучасні здобувачі освіти проводять велику кількість часу в інформаційному середовищі, яке суттєво впливає на розвиток особистості, міжособистісні стосунки та навчальний процес. В Україні, згідно даних щорічного дослідження інтернет-трендів України «newage.» - у

2022 році із приблизно 22 мільйон громадян у віці 14-70 років, близько 19 мільйонів користувалися інтернетом («Digital в Україні 2022: тренди українського інтернету та вплив війни», 2022). Також по результатам іншого дослідження («Цифрові технології в молодіжній роботі», 2020), молодь (14-24) користується інтернетом щодня, 92,8% комунікують в соціальних мережах, 82,2% користуються електронною поштою і такий же відсоток використовують месенджери. За результатами науковців (Лепканич та Миронюк, 2022) щодо особливості та структури залученості до мережі Інтернет студентської молоді в умовах карантинних обмежень, від 41,3% студентів бакалаврату молодших курсів до 49,3% старших курсів, щоденно перебувають у мережі інтернет 7 і більше годин. Цікаво, що серед студентів магістерських програм таких лише 20% («Особливості та структура залученості до мережі Інтернет студентської молоді різних курсів навчання в умовах карантинних обмежень», 2022).

Відрізнятись процес навчання буде і тому, що мережеве покоління (покоління Y), наприклад, має велику адаптивність та формальне ставлення до навчання. При цьому, вони не бажають працювати цілий день та надають перевагу більш гнучкому графіку та дистанційній роботі (Рисований, 2021).

Цифрове покоління (покоління Z) у свою чергу несамотійні, важко пристосовуються до нового середовища, але чудово орієнтуються у мережевому середовищі та надають перевагу комунікаціям у соціальних мережах. Виходячи з цього, вони іноді можуть не бачити сенсу навчання в освітньому закладі, адже дізнаються всю інформацію через інтернет та краще опановують знання в ігровій формі чи за допомогою візуалізації (Подік, 2017).

Отже, соціальні мережі стали необхідним інструментом для взаємодії, спілкування та обміну інформацією серед людей. Науковці активно досліджують комунікативний аспект соціальних мереж і співставляють їх з засобами масової інформації, зазначаючи про їх високу ефективність в сучасному комунікативному просторі. Комунікації ж виконують різноманітні функції та мають велику кількість видів та засобів. Диджиталізація усіх можливих сфер суспільного життя призвела до ширшого

впровадження електронних засобів у навчальний процес та розвитку можливостей дистанційного навчання.

Теорію поколінь, запропоновану двома американськими вченими, можна розглядати для того, щоб відстежувати зміни у засобах комунікації та розвиток інших індивідуальних особливостей, які зазнали впливу стрімкого розвитку цифрових технологій. Зокрема цікавими є покоління Y та Ze до яких відноситься переважна кількість сучасних студентів. Згідно з результатами досліджень, більшість сучасної молоді користується Інтернетом, соціальними мережами та загалом проводить значну кількість часу в мережевому середовищі, що впливає на їх особистість, міжособистісні стосунки та процес навчання. Серед позитивних аспектів можна відзначити велику адаптивність та формальне ставлення до навчання у покоління Y, а також хорошу орієнтацію покоління Ze у мережевому середовищі та їх вміння опановувати знання в ігровій формі. Однак, зазначається й про те, що залученість до мережі Інтернет може призвести до втрати інтересу до навчання у традиційному форматі. У зв'язку з цим, освітні заклади повинні адаптуватися до потреб та особливостей цих поколінь студентів. Наприклад, включати більше практичних завдань та проектів у навчальний процес, давати студентам можливість працювати в команді, використовувати інтерактивні методи навчання, такі як ігрові елементи, відео та аудіо матеріали, а також забезпечувати доступ до онлайн-ресурсів, платформ для самостійної роботи, та імплементувати соціальні мережі у якості платформ чи інструментів для навчання.

### **1.3 Соціальна підтримка студентів в онлайн-форматі**

Світ зіткнувся з кризою охорони здоров'я, оскільки COVID-19 поширився по всьому світу і призвів до великого навантаження на системи охорони здоров'я у різних країнах через велику кількість хворих, психологічні наслідки, брак ресурсів тощо. У зв'язку з пандемією навесні 2020 року вищі навчальні заклади перейшли на навчання онлайн. Подальше повномасштабне вторгнення росії 24-того лютого 2022 року,

змусило студентів України продовжити навчання дистанційно. Таким чином, за останні роки потреба у соціальній підтримці студентів України набула ще більш насущного значення, яку можна було задовольнити єдиним можливим, зважаючи на обставини, способом – за допомогою соціальних мереж.

На початку роботи ми дещо доторкнулись визначення «соціальна підтримка». Основним визначенням на яке ми будемо спиратися у цій роботі є пояснення дослідниці Коляденко М.(2016). Вона, зокрема, визначає соціальну підтримку студентської молоді, як – «діяльність із надання превентивної та оперативної допомоги індивіду (студенту, викладачу), колективу (академічній групі) у вирішенні їх соціальних та психолого-педагогічних проблем у процесі життєдіяльності, спрямована на створення умов та забезпечення найбільш вдалої підтримки даних категорій клієнтів, стимулювання усвідомлення сутності проблеми, що виникає (виникла), засобів її подолання, а також підштовхування до самостійності й активності в цьому»(Коляденко, 2016, с.136).

Загалом виділяють наступні типи соціальної підтримки(Олексюк, 2019):

1. матеріальна (матеріальна допомога; виховання поваги до матеріальних цінностей);
2. психологічна (розвиток психологічної захищеності, подолання комплексів; підтримка позитивних емоцій тощо);
3. соціально-педагогічна (допомога у налагодженні соціальних контактів, адаптація до колективу та групи);
4. фізична (своєчасне виявлення захворювань та направлення на лікування; дотримання здорового способу життя).

Крім того, дослідники(Cutrona & Suhr) розробили систему категорій соціальної підтримки. Вони виділяють наступні п'ять:

1. Інформаційна підтримка, вона відноситься до повідомлень, що містять у собі факти, деяку інформацію, як наприклад поради чи відгуки.
2. Емоційна підтримка – пов'язана з проявами занепокоєння, турботи, емпатії та співчуття.

3. Підтримка поваги(*esteem support*) – висловлення поваги та впевненості у здібностях, допомога у підтримки внутрішніх здібностей, цінностей та навичок.
4. Соціальна мережа підтримки(*social network support*) – комунікація, що допомагає посилити почуття приналежності до певної групи людей зі схожими інтересами та проблемами.
5. Матеріальна підтримка – надання необхідних товарів і послуг тим, хто цього потребує(*Cutrona & Suhr, 1992*).

Технологічний прогрес і соціальні медіа надали фахівцям(соціальним працівникам, психологам) можливість проводити дослідження та надавати послуги більш унікальними та далекосяжними способами, ніж раніше(*Giota, 2015*).

Якщо ж говорити про надання підтримки онлайн, про це почали говорити ще у 1995 році, коли зростала кількість людей, що потребували емоційної підтримки, поради та онлайн-консультацій. Цікавим є те, що концепція онлайн-консультування була розроблена в 1986 році «дядьком Езрою» (що названа на честь Езри Корнелла, засновника університету), а заснував її - Джеррі Фейст (директор психологічної служби) і початківець психологічної служби на університетському рівні(*Gupta & Agrawal, 2012*).

Онлайн-підтримка має великий потенціал, бо вона пропонує прямий зручний доступ до ресурсів, яких людина могла б не мати в іншому випадку. Так, наприклад, онлайн-втручання пропонують людям підвищену конфіденційність та анонімність, а також більш економічно ефективний метод, який легше охоплює більшу кількість людей, які живуть у ізольованих географічних районах(*Changrani et al., 2008*). І, використовуючи Інтернет як спосіб спілкування, люди часто відчують себе менш стриманими, що може сприяти більшому особистому, емоційному вираженню та саморефлексії (*Suler, 2004*).

Незважаючи на переваги онлайн-консультування, фахівці часто вагаються щодо використання технологічних досягнень. Ненадійні технології та недостатній рівень невербальної комунікації є основними недоліками онлайн-роботи. Відсутність мови тіла або голосових сигналів може створити додаткові проблеми для клієнта та спеціаліста. До того ж, для деяких людей цей спосіб спілкування може бути не таким

ефективним, як особисті зустрічі. Тож, дистанційне консультування може бути як корисним, так і дещо складним зважаючи на різних клієнтів та особисті цілі поставлені у роботі з ними. Соціальні працівники ж, незважаючи на існуючі недоліки, все частіше надають послуги через різноманітні технології.

Звернемо увагу на міжнародний досвід надання соціальної підтримки молоді. На сьогоднішній день у кожного вищого закладу США є студентська служба, що займається потребами студента від вступу до випуску. Йдеться про такі види робіт, як: фінансова допомога малозабезпеченим студентам, консультування, допомога із визначенням професії чи місця роботи, допомога тим, хто має труднощі із навчання та тим, хто приїхав на навчання з інших країн тощо. Так, соціальна підтримка у США мотивує освітян до навчання, забезпечує сервісною підтримкою, покращує загальне самопочуття та гарантує донесення актуальної інформації студентам. Також, може включати у себе релігійну(для тих, для кого релігія має важливе значення) та онлайн-підтримку(Ящишак, 2022).

Так, наприклад, в Массачусетському Університеті Амхерст (University of Massachusetts Amherst) використовують Facebook як інструмент підтримки. Вони обрали саме цю соціальну мережу через те, що більшість студентів будуть почуватися себе комфортно при користуванні, так як вже знайомі з функціоналом мережі і часто її відвідують, а також Facebook має зручний інтерфейс, що дозволяє знайомитися з одногрупниками через їх соціальні профілі та зв'язуватись з ними(Ellison, 2010). Підключення до соціальної мережі розширить ресурси студентів щодо отримання соціальної допомоги, а також підвищить шанси учням почувати себе зручніше. Інші дослідження (Selwyn, 2009) також підкреслюють ефективність використання фейсбук-груп для об'єднання студентів у певний момент курсу поза аудиторією для додаткової підтримки студентами один одного та викладача. Наступний спосіб у який університети використовують Facebook для підтримки студентів у навчанні – процес консультування. Так, Holyoke Community College (HCC) провів опитування щодо бажаних методів контакту в процесі консультування і багато студентів обрали саме Facebook як найкращий спосіб спілкування. До того ж, цю соціальну мережу можна використовувати для допомоги студентам у навчанні, шляхом створення сторінок

служб підтримки студентів, вважається, що можливість зв'язатися з надавачем послуг онлайн може зробити звернення по особисту допомогу менш страшною (Eberhardt, 2007). Необхідно зазначити також і те, що різні Facebook сторінки сприяють інформаційно-просвітницькому контенту і можуть висвітлювати інформацію про різноманітні мистецькі та академічні події в Університеті (Jenness, 2011).

Цікаво також розглянути вітчизняну систему соціальної підтримки студентів. На думку Ящищак та Олексюк (2021), вона створена із двох рівнів: зовнішньому (адміністрація соціальної служби закладу, служби, що діють у населеному пункті) та внутрішньому (персонал підрозділів освітньої установи, координатори програм, студенти-лідери, тощо) (Ящищак & Олексюк, 2021).

Зазначаючи про вітчизняний досвід, можна казати про те, що першу студентську соціальну службу було створено на базі Київського політехнічного інституту імені Ігоря Сікорського у 2001 році. І зовсім нещодавно (2020р.), студентську соціальну службу було також створено в НаУКМА, як Центр соціальної роботи, адаптації та підтримки студентів (САПС). Метою центру є попередження проблем серед студентів, надання соціальної підтримки та допомога у професійному зростанні соціальних працівників. Послуги надані центром є безкоштовними для всіх студентів та пов'язані із консультуванням, розв'язанням конфліктів, здійсненням соціального супроводу, групової роботи у моголянському колі спілкування тощо (Романова, 2021). САПС на період ковіду і до сьогоднішнього дня продовжує свою роботу в онлайн-форматі, де систематично збирає за допомогою Zoom моголянське коло спілкування, публікує корисний інформаційний контент в телеграм-каналі, в Instagram та Facebook та продовжує текст-консультування за допомогою Telegram і інших конференційних програм.

Продовжуючи тему імплементування соціальних мереж в освітній процес, можна також зазначити й про те, як їх можна використати у роботі зі студентами.

#### 1. Телеграм-чати, боти та канали

Чат-боти — це комп'ютерні програми, розроблені на основі нейронних мереж і технологій машинного навчання, які дозволяють спілкуватися в аудіо або текстовому

форматах. Вони використовуються для виконання конкретних завдань, таких як отримання інформації або виконання обчислень(Мудра & Кухарська, 2021).

Чат-боти мають велику перспективу у використанні в освітніх цілях, оскільки вони можуть підтримувати кожного студента індивідуально відповідно до його рівня та темпу навчання, роблячи освіту доступною практично кожному, хто має мобільний пристрій та доступ до Wi-Fi.

За функціональністю в навчальному процесі можна виділити наступні види чат-ботів:

- Інформаційний бот - надає інформацію на певну тему за розкладом.
- Пошуковий бот - допомагає студентам знайти необхідну інформацію за введеними ключовими словами або запитам. Це можуть бути відео, зображення, статті або навіть об'єкти на карті.
- Бот-помічник викладача/тренера/репетитора – ці чат-боти створені для надсилання учням додаткової інформації або завдань для індивідуального вирішення. Також такий бот може проводити опитування чи тестування учнів.
- Бот-консультант - цей бот служить віртуальним помічником і має можливість відповідати на запитання.
- Бот-перекладач – існує ціла низка чат-ботів, які спеціалізуються виключно на вивченні мови в цілому, а також на окремих аспектах мови.
- Робочий бот - ці боти мають широкий спектр застосування, і їх основна функція полягає в тому, щоб зробити складні дії простими для більшості людей.

Використання чат-ботів стає особливо затребуваним під час дистанційного та змішаного навчання. За такої форми навчання та використання чат-ботів, студенти будуть мати швидкий доступ до інформації, миттєвий зворотний зв'язок та індивідуальний підхід до процесу навчання. Окрім того, така робота буде цікавою для здобувачів освіти та полегшить роботу викладачам, роблячи деяку роботу автоматизованою(Волошинська & Герасименко, 2022).

Для прикладу, соціальна мережа Телеграм має можливість створення чат-ботів та каналів усіма охочими. Так, Кафедра журналістики Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького активно розвиває свій навчальний процес і має власний телеграм-канал, який студенти використовують для отримання

актуальних новин, оголошень та інформації, необхідної для наукової діяльності. Канал надає різні типи контенту, такі як фоторепортажі, новинні сюжети, анонси, майстер-класи та новинні замітки, які широко висвітлюють студентське життя та навчальний процес, інформують студентів про майбутні заклади та актуальні новини, сприяють популяризації закладу і привабленню нових студентів (Мойсієнко, 2021).

## 2. Облікові записи або акаунти у соціальних мережах

Було проведене дослідження, що вимірює використання викладачами Facebook як освітнього інструменту. Було виявлено, що лектори зазвичай мають обліковий запис Facebook, але менше ніж половина з них розглядає це як майданчик, який можна використовувати для дискусій, інформування та інших можливих пов'язаних із освітніми аспектами активностей (Tiryakio & Erzurum, 2011). Хоча за результатами іншого дослідження, було виявлено, що оголошення, дистриб'юція завдань та їх збір є найулюбленішими цілями використання Facebook (Kara, Çubukçuoğlu & Elçi, 2020). Отже, звернувши увагу на вищезазначені факти використання Facebook як інструменту підтримки та висвітлення інформації про академічні та мистецькі події в університеті, прослідковується імовірно розширення функцій облікових записів цієї соціальної мережі ще й в аспекті оголошення, збору та дистриб'юції завдань для студентів.

## 3. Групи у соціальних мережах

Щодо груп у соціальних мережах, Facebook-групи були доволі комфортними для використання у навчальному процесі, бо дозволяли формувати, зберігати та знаходити всю необхідну інформацію в одному місці. Окрім того, можна було спілкуватися та просити про пораду безпосередньо у викладачів. Також, зазначалося про сформовані освітні групи у соціальній мережі NING. Під час їх створення було зручно те, що можна було скористатися мультимедійними компонентами, які обирали вчителі чи студенти, як обговорення(форум), блог, зображення, фільм та миттєві повідомлення(чат)(Kara, Çubukçuoğlu & Elçi, 2020).

Отже, у зв'язку з пандемією весною 2020 року, українські вищі навчальні заклади перейшли на дистанційне навчання. Після того, як росія розпочала повномасштабний

наступ в лютому 2022 року, студенти України продовжили навчання дистанційно. Це призвело до того, що потреба у соціальній підтримці студентів стала ще більш актуальною, а соціальні мережі стали єдиним можливим засобом задоволення цієї потреби в обставинах, що склалися. Онлайн-підтримка має як переваги, так і недоліки, але все більше і більше фахівців починають користуватися соціальними мережами для надання своїх послуг. Порівнюючи процес надання соціальної підтримки закордоном та в Україні, прослідковується те, що перші мають доволі комплексний досвід її надання та доволі часто використовують соціальні мережі в освітній діяльності. Тоді як вітчизняний досвід є дещо обмеженим, хоча теж намагається використовувати у своїй роботі месенджери, чат-боти та інші мережі.

Говорячи безпосередньо про навчальний процес, важливо звернути увагу на те, яким чином соціальні мережі можна використати при роботі зі студентами. Зокрема було виділено три типи: чат-боти, канали, облікові записи або акаунти та групи у соціальних мережах. Кожен з цих типів підтверджувався практичним прикладом застосування у викладацькій діяльності, тож, на нашу думку, використання соціальних мереж не обмежується лише безпосереднім викладанням матеріалу чи перепискою, також мережі можуть стати майданчиками для надання соціальної підтримки, у різноманітних виглядах, як-от: фідбек на виконане завдання, обговорення особистих та академічних питань, миттєві відповіді на найбільш задавані запитання та надання підтримки, порад у разі необхідності.

## РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 2.1 Час та місце проведення дослідження

Дослідження проводилось у місті Києві з лютого по квітень 2023 року серед студентів Національного університету «Києво-Могилянська Академія» (далі – НаУКМА). Під час проведення дослідження дослідник знаходився у Києві, а респонденти - у різних містах України та закордоном. На дослідження мало вплив повномасштабне вторгнення росії в Україну, що зумовило проведення збору матеріалу для дослідження дистанційно з використанням електронних засобів комунікацій.

У рамках дослідження планується вивчення надаваних видів соціальної підтримки студентам НаУКМА у соціальних мережах НаУКМА. Відповідно до цього були використані чати студентів НаУКМА у соціальній мережі Telegram для розповсюдження онлайн-опитувальника. Були використані телеграм-групи соціальної ініціативи «Бадді НаУКМА», групи студентів спеціальності «соціальна робота» 2-3 років навчання, а також інші чати та групи пов'язані зі студентами.

### 2.2 Етапи проведення дослідження

Дослідження проводилося у три етапи: підготовчий, основний та заключний.

На першому етапі (жовтень 2023 – грудень 2023) було визначено тему дослідження та проведений аналіз літератури, де були розписані основні поняття роботи, був проведений аналіз використання соціальних мереж у світі, в Україні та середній вік користувачів; аналіз комунікацій, їх видів, функцій та засобів; онлайн-формат як новий вид надання соціальної підтримки та його використання у роботі за студентами. Також був проведений медіа-моніторинг соціальних мереж НаУКМА.

На даному етапі було обрано досліджувану групу – студентів НаУКМА, а саме з факультету соціальних наук та соціальних технологій(далі – ФСНСТ) та розроблено відповідний інструмент дослідження(анкета).

Під час основного етапу (січень - лютий 2023 року) були визначені канали розповсюдження анкети та був проведений безпосередній збір даних.

Третій етап (квітень 2023 року) передбачав аналіз отриманих даних, узагальнення результатів та розробку візуальної карти соціальних мереж НаУКМА, що надають соціальну підтримку, для того, щоб легше було орієнтуватися у наявних спільнотах та більше студентів дізналися про їх існування.

### **2.3 Процедура проведення дослідження**

За підсумком опрацьованої літератури було визначено досліджувану групу людей, здійснено вибір методів дослідження та розроблено інструмент дослідження з відповідним наповненням – онлайн-опитування та медіа моніторинг.

Планувалось, що будуть проведені напівструктуровані інтерв'ю з надавачами соціальної підтримки в НаУКМА. Проте під час опрацювання соціальних мереж НаУКМА стало зрозумілим, що таких надавачів буде важко розрізнити, наприклад, якщо брати соціальні ініціативи, які надавали у більшості своїй лише інформаційну підтримку, ідентифікувати надавачів соціальної підтримки і зв'язатись з ними було б майже неможливо. Тож було прийнято рішення замінити напівструктуровані інтерв'ю анонімним анкетуванням, яке, з одного боку, охопить більшу кількість людей, а з іншого, такий інструмент було легше та швидше розробити і провести. Додатково, був проведений медіа-моніторинг соціальних мереж НаУКМА для того, щоб повністю зрозуміти актуальний стан справ соціальних мереж НаУКМА, яку соціальну підтримку вони надають, яку кількість користувачів мають та у яких соціальних мережах перебувають тощо.

Дослідження відбувалось за наступним планом : медіа-моніторинг, розробка питань анкети, створення гугл-форми, знаходження каналів поширення, інформування та розповсюдження анкети, аналіз результатів.

Анкета була попередньо протестована і після перших заповнень були перероблені або доповнені деякі запитання для покращення їх розуміння респондентами.

Гугл-форма була розповсюджена за допомогою Telegram-груп студентів НаУКМА, що були створені для обміну інформацією та інформування.

Респонденти були повідомлені про мету дослідження та подальше використання отриманої інформації. Дослідниця контактувала з Бадді для кращого розповсюдження анкети серед студентства та запитувала дозвіл у адміністраторів груп для поширення гугл-форми. Середня тривалість заповнення гугл-форми становить 7 хвилин. Анкету заповнили 54 особи. Далі відбувався аналіз зібраних даних.

## **2.4 Метод та інструмент дослідження**

Метод опитування був використаний як основний метод дослідження, зокрема йдеться про проведення анкетування.

Метод анкетування допоміг з'ясувати, як респонденти розуміють що таке соціальна підтримка, скільки разів зверталися щодо її надання і яким був результат, можливості надання соціальної підтримки за допомогою використання соціальних мереж НаУКМА, основні мережі, якими користуються студенти та їх основні потреби.

Для опитування було розроблено гугл-форму для збору даних від основної групи респондентів: студентів ФСНСТ НаУКМА.

Анкету можна умовно поділити на 5 блоків, тематичні блоки були утворені за принципом групування інформації про основні питання, що були нам цікаві у цьому дослідженні. Блоки мають такі назви: соціально-демографічні дані, соціальна підтримка, соціальні мережі, звертання по допомогу у соціальних мережах НаУКМА, майбутні перспективи (Додаток А). Загалом анкета включає 14 запитань.

Другий метод, який використовувався у цьому дослідженні – медіа моніторинг(Додаток Б), йдеться про огляд та аналіз соціальних мереж НаУКМА. Такий метод допоміг охопити усі пов’язані з темою роботи соціальні мережі НаУКМА та виокремити, яка їх кількість займається соціальною підтримкою і які її види надає. Це поклало основу до створення онлайн-опитування та дозволило виділити соціальні мережі, якими зазвичай найбільше користуються соціальні ініціативи та інші організації та спільноти для поширення інформації.

## 2.5 Характеристика вибірки

До анкетування були залучені студенти ФСНСТ з національного університету «Києво-Могилянська Академія». Для формування вибірки були застосовані наступні критерії:

- статус студентів від 1 до 6 курсу;
- навчання на Факультеті Соціальних наук та Соціальних технологій.

Такі критерії були застосовані для звуження вибірки для онлайн-анкетування.

Формування вибірки відбувалось цілеспрямовано за обраними критеріями та за принципом доступності.

Більшість опитаних студентів навчались на спеціальності «соціальна робота» (див. рис. 2.5.1). Найменша кількість з них на спеціальностях «журналістика» та один студент зі спеціальності «менеджмент».

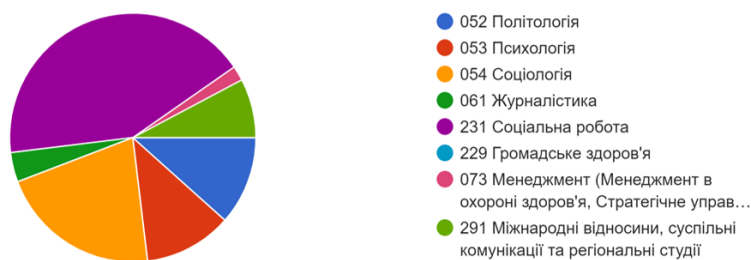


Рисунок 2.5.1 Спеціальність респондентів

Більшість опитаних респондентів на момент дослідження перебували на 4 році навчання, найменша ж кількість респондентів навчалась на 1 курсі(див. рис. 2.5.2).

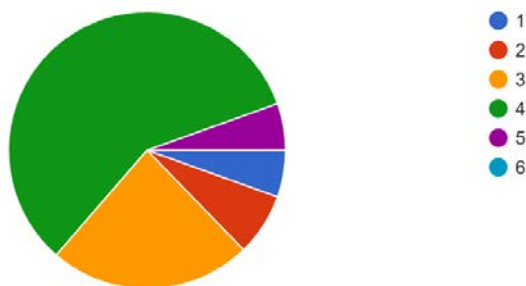


Рисунок 2.5.2 Рік навчання респондентів

При проведенні медіа-моніторингу, були досліджені лише соціальні мережі НаУКМА, що відповідали наступним критеріям:

- студентські та інші організації, що були створені соціальними організаціями, ініціативами та спільнотами НаУКМА.
- студентські та інші організації, що надавали будь-яку з видів соціальної допомоги(зокрема, це матеріальна, соціально-психологічна, інформаційна та підтримка спільноти);

Всі соціальні мережі НаУКМА були проаналізовані за наступними критеріями:

- У яких соціальних мережах активні/присутні;
- Яку соціальну підтримку надають;
- Кількість учасників(в кожній соціальній мережі);
- Чому присвячена організація?

## 2.6 Труднощі та обмеження проведення дослідження

Одні з перших обмежень у дослідженні виникли у зв'язку із розпочатим росією повномасштабним вторгненням. У зв'язку з цим дослідження було проведено дистанційно. Розповсюдження анкети через обрані канали поширення не дали очікуваного результату, було заповнено небагато анкет з малою кількістю респондентів.

Другим обмеженням дослідження є те, що вся інформація про соціальну підтримку студентів збиралася на базі НаУКМА та соціальних ініціатив НаУКМА. Таким чином, це дослідження буде стосуватися лише студентів НаУКМА, а не всіх студентів вищих навчальних закладів України.

Наступним обмеженням також було те, що деякі респонденти пропускали відкриті запитання, які були позначені як обов'язкові або відповідали недостатньо розгорнуто, але таких випадків загалом було небагато.

## **2.7 Концептуалізація та операціоналізація понять**

Соціальна підтримка – різноманітні заходи та інформація, яка надається студентам для допомоги у вирішенні їх проблем та викликів, з якими вони можуть стикатися під час навчання.

Соціальна мережа - це додаток або веб-сайт, який дозволяє користувачам встановлювати та підтримувати соціальні зв'язки, розміщувати інформацію, комунікувати, створювати, ділитись та монетизувати контент(“Соціальна мережа”, 2019)

Соціальні мережі НаУКМА - студентські та інші організації(СО, ОСС), спільноти та соціальні ініціативи, що мають свої сторінки, канали, чати та боти у соціальних мережах.

Медіа моніторинг - огляд та аналіз соціальних мереж НаУКМА.

Адмін/Модератор сторінки(групи, чату) - людина, що веде відповідну сторінку, відповідає за опубліковану інформацію, здійснює підтримку і організацію роботи, слідкує за дотриманням правил.

Штучний інтелект(ШІ) - це здатність машин виконувати завдання та моделювати розумну поведінку людини(“Artificial intelligence”, 2023).

FAQ - Frequently Asked Question(s)) - питання, які часто ставляться.

## РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НАУКМА

### 3.1 Медіа-моніторинг соціальних мереж НаУКМА

Для пошуку необхідних соціальних мереж НаУКМА використовувався офіційний сайт НаУКМА, чат-бот вищого виконавчого виборного колегіального органу студентського самоврядування (далі – ОСС) Студентської колегії НаУКМА у Телеграм – «СК Хелпер» та дописи соціальної ініціативи «Спудейське Братство НаУКМА» щодо могилянських телеграм-каналів студентських організацій(далі – СО).

Для того, щоб бути включеним у дослідження соціальні мережі НаУКМА мали відповідати наступним критеріям:

- студентські та інші організації(СО, ОСС), спільноти та соціальні ініціативи НаУКМА, що мали свої канали, сторінки, боти у соціальних мережах;
- студентські та інші організації(СО, ОСС), спільноти та соціальні ініціативи НаУКМА, що надавали будь-яку з видів соціальної допомоги у соціальних мережах (зокрема, це матеріальна, соціально-психологічна, інформаційна та підтримка спільноти);

Мова: українська, англійська;

Статус соціальних мереж НаУКМА: загальнодоступні, створені у онлайн просторі. До обраних були включені соціальні мережі, що були активними на момент проведення дослідження (грудень 2023), та надавали одну або декілька з видів соціальної підтримки усім студентам НаУКМА, такі як:

- Інформаційна підтримка (надання інформації, знань та порад з метою допомоги людині вирішити конкретну проблему або відповісти на запитання);
- Матеріальна підтримка (надання фінансових або матеріальних ресурсів людині або групі людей з метою допомогти їм забезпечити основні потреби або досягти конкретних цілей);

- Соціально-психологічна підтримка (підтримка психологічного благополуччя та допомога у подоланні емоційних проблем, допомога у адаптації та налагодження соціальних контактів);
- Підтримка спільноти/social network support(надання ресурсів, обмін інформацією, підтримка співпраці та координації дій, організація заходів та зустрічей, які сприяють формуванню почуття приналежності до спільноти).

З аналізу були виключені соціальні мережі НаУКМА, що були неактивними, не надавали будь-яких з перелічених видів соціальної підтримки та ті, що не мали жодних сторінок, груп чи чатів у соціальних мережах(як-от, Телеграм, Інстаграм, Фейсбук тощо).

Загалом було проаналізовано – 54 соціальні мережі НаУКМА.

Кількість вибраних мереж НаУКМА для дослідження – 16.

Всі соціальні мережі НаУКМА були проаналізовані за наступними критеріями:

- У яких соціальних мережах активні/присутні;
- Яку соціальну підтримку надають;
- Кількість учасників(в кожній соціальній мережі);
- Чому присвячена організація?

По завершенню проведення медіа-моніторингу стало доволі очевидним, що соціальні мережі НаУКМА зазвичай користуються трьома основними соціальними мережами, так, наприклад, 9 з 16 проаналізованих СО використовували Телеграм, Інстаграм та Фейсбук для своєї роботи. При тому, Телеграм був присутнім в усіх з проаналізованих мереж НаУКМА. Соціальні мережі, які використовували найменше були: Ютуб (6 з 16), Тікток (3 з 16) та Твітер(2 з 16).

Окрім соціальних мереж у яких були активні СО та ОСС, також були виявлені боти(зокрема, телеграм-боти), які використовувалися для роботи. Всього їх активно використовують два СО(«Центр САПС»; «Now!КМА»)та одне ОСС(«Студентська колегія»). До того ж, необхідно зазначити, що телеграм-боти у СО «Вступ НаУКМА» та «Бадді НАУКМА» наразі неактивні.

Боти роблять наступне:

- відповідають на найчастіші запитання(FAQ) – «НаУКМА САПС-бот», «СК Хелпер»;
- приймають різноманітні запитання на опрацювання – «Now!КМА», «СК Хелпер»;
- записують на індивідуальну консультацію, анонімно допомагають - «НаУКМА САПС-бот»;
- надають інформацію щодо СО, їх створення та внесення змін - «СК Хелпер»;
- реєструють на події(як-от Могілянське коло спілкування) - «НаУКМА САПС-бот».

Якщо ж говорити про те, які СО та ОСС мають найбільшу кількість учасників у соціальних мережах, Телеграм займає перше місце у 6 з 16 соціальних мереж НаУКМА з найбільшою кількістю підписників(«Центр САПС»; «Психолог НаУКМА»; «Now!КМА»; «Спудейський вісник»; «КМА Today»; «Бадді НаУКМА»). Тут треба зауважити про те, що наступні СО використовують лише соціальну мережу Телеграм - «Психолог НаУКМА» та «Now!КМА».

Наступне місце займає – Інстаграм, де 5 СО мають найбільшу кількість користувачів («Взаємодопомога від НаУКМА»; «Екоклуб “Зелена хвиля”»; «Студентське братство НаУКМА»; «КМА Talks»; «ТА-КЕ-СО-БІ»). Третє місце – Фейсбук, де 2 СО та одне ОСС мають найбільшу кількість користувачів(«podkmast»; «Білий простір» та «Студентська колегія»).

Останнє місце по кількості користувачів займають Ютуб та Тікток, які мають лише по одному СО, яке має найбільшу кількість підписників у цих мережах(«ТА Могілянка» та «Вступ НаУКМА»). Так як Твітер використовують лише декілька СО, не дивно, що він поки не набирає велику кількість користувачів(див. рис. 3.1.1).

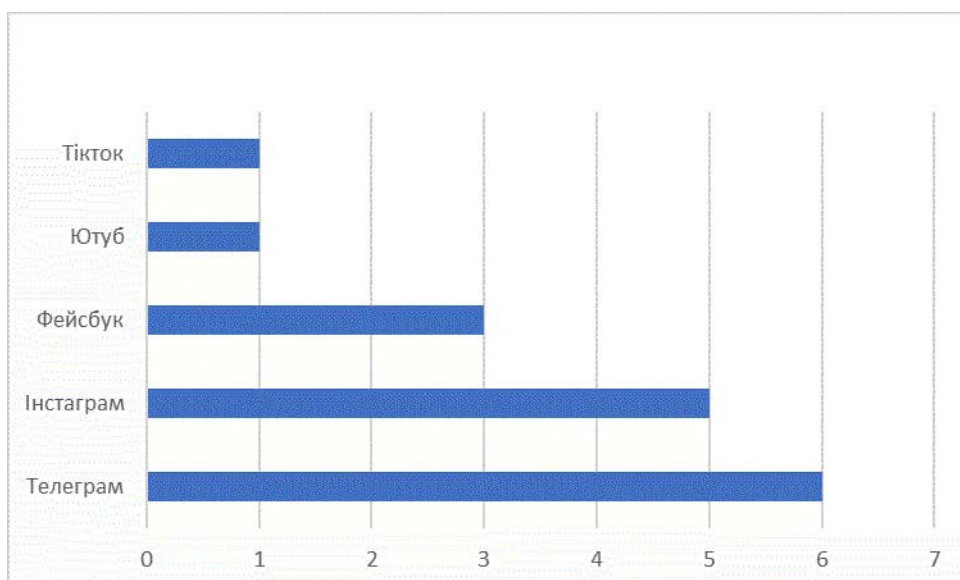


Рисунок 3.1.1 У яких соціальних мережах СО та ОСС НаУКМА мають найбільшу кількість підписників?

Кількість підписників може залежати від багатьох факторів, наприклад, перегляд матеріалу у візуальній формі, як-от у Інстаграмі, може бути більш доступним і приємним для користувача, ніж довгі дописи у Телеграмі. Також направленість СО відіграє велику роль, так, наприклад, «ТА Могілянка», які позиціонують себе як перше моголянське ЗМІ, публікують велику кількість відео на Ютуб і тому мають там перевагу у користувачах. Використання популярних і знайомих мереж для споживача є безумовною перевагою, тому велика кількість підписників у ТікТоці у СО «Вступ НаУКМА» не є дивиною. Так само, як і кількість активних користувачів Телеграм, який є, як найбільш використовуваною мережею серед усіх СО, так і займає перше місце щодо найбільшої кількості підписників.

Як зазначалося вище, до медіа-моніторингу були залучені соціальні мережі НаУКМА, які надавали одну з видів соціальної підтримки. Найбільш поширеним видом соціальної підтримки виявилася – підтримка спільноти, яку надають 14 з 16 соціальних мереж НаУКМА.

Дев'ять з шістнадцяти надають – інформаційну підтримку і лише три соціально-психологічну («ЦЕНТР САПС»; «Психолог НаУКМА» та «Бадді НаУКМА»)(див. рис. 3.1.2).

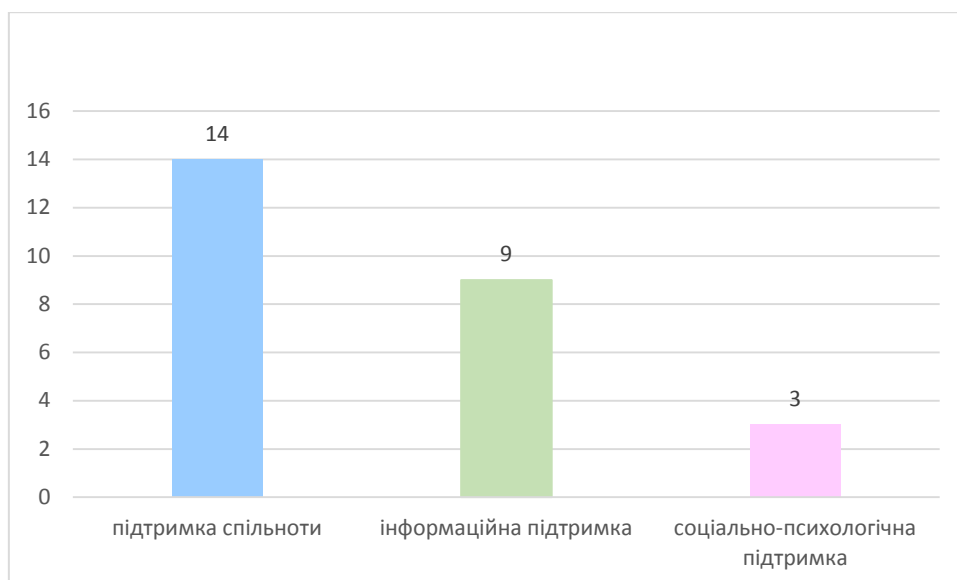


Рисунок 3.1.2 Види соціальної підтримки, яку надавали СО та ОСС

Цікаво було дізнатися про найбільш поширену комбінацію видів соціальної підтримки, зазвичай, це було поєднання надання інформаційної підтримки та підтримки спільноти(7 з 16)(див. рис. 3.1.3).



Рисунок 3.1.3 Комбінації видів соціальної підтримки

Соціально-психологічна підтримка покликана допомогти студентам у адаптації, соціалізації та сприяє підтриманню їх психологічного благополуччя. СО «Бадді Наукма» зазвичай займається процесом адаптації нових студентів (фрешів) до університету, відповідають на їх запитання та розповідають про університет. СО «Психолог НаУКМА» мають форму для запису на консультації, також вони проводять щотижневі психологічні стабілізаційні групи онлайн. У свою чергу,

«Центр САПС» проводить індивідуальні та групові консультації, також допомагають анонімно за використання соціальних мереж.

Інформаційна підтримка це надання людині необхідної інформації, знань та порад з метою допомогти вирішити певну проблему чи відповісти на запитання, дев'ять СО з шістнадцяти надають таку підтримку. Така допомога зазвичай полягає у:

- інформаційних дописах, що стосуються студентства (відповіді на часті запитання, алгоритм коротких дихальних практик, підбірки цікавих та корисних при навчанні ресурсів, порад щодо теми ментального здоров'я студентів під час війни та саморозвитку, тощо);
- надання інформації (щодо переліку існуючих СО та їх телеграм-каналів; про особистий досвід вступу, подання документів, посвяти, мобільності тощо).

Зокрема, йдеться про такі студентській та інші організації: «Центр САПС НаУКМА», «Психолог НаУКМА», «КМА Talks» - інформаційні повідомлення та поради щодо ментального здоров'я та його підтримки;

«Бадді НаУКМА», «Вступ НаУКМА», «podkmast» - інформаційні дописи щодо організації навчального процесу, вступу, подання документів, подій на тижні, запису на дисципліни тощо; допис(тут, зокрема, йдеться про аудіо-допис) щодо досвіду навчання у НаУКМА, про перший ФрешМіт, про мобільності, посвяту тощо.

«Студентське Братство», «Студентська колегія», «Взаємодопомога НаУКМА», - надання інформації щодо переліку існуючих студентських та інших організацій, їх наявність у телеграмі; поширення інформації щодо корисних ресурсів для студентства, зокрема під час війни;

Останній та найбільш надаваний вид соціальної підтримки – підтримка спільноти. Вона полягає у формуванні почуття приналежності до спільноті шляхом проведення різноманітних заходів, підтримки співпраці та координації, обміну ресурсами та інформацією. Переважна більшість соціальних мереж НаУКМА(14 з 16) надають цю підтримку, у наступних проявах:

- проведення спільних заходів для студентства(могилянське коло спілкування; віртуальний коворкінг, проведення тренінгів; своп-вечірки; літвечори; освітні події);

- надання ресурсів (підтримка при контакті з адміністрацією);
- поширення інформації (актуальних новин НаУКМА; про заплановані події та заходи; відео на актуальні теми в НаУКМА).

До студентських та інших організацій, що надають підтримку спільноти входять: «Центр САПС», «Взаємодопомога НаУКМА», «Спудейський вісник», «ТА Могилянка», «Бадді НаУКМА», «ЕкоКлуб «Зелена Хвиля»», «Студентське братство НаУКМА», «Білий простір», «КМА Talks» - проводять спільні заходи для студентів могилянки, ФрешМіти для нових студентів, культурні заходи, освітні події, літвечори, лекції, тренінги тощо., які сприяють формуванню почуття приналежності до спільноти та налагоджують соціальні зв'язки.

«Студентська колегія» - підтримка співпраці та координації дій, зокрема надають підтримку у разі виникнення конфліктних ситуацій та допомагають контактувати з адміністрацією.

«Now!КМА», «КМА Today», «ТА-КЕ-СО-БІ» - надають інформацію студентству про актуальні новини університету, створюють контент щодо актуальних тем у НаУКМА.

Отже, в ході проведення медіа-моніторингу було виявлено 16 студентських та інших організацій, які надають три типи соціальної підтримки(інформаційна, соціально-психологічна підтримки та підтримка спільноти). Хоча на початку і було зазначено про чотири, але матеріальну підтримку жодна СО та ОСС не надають. Зазвичай, соціальні мережі НаУКМА використовують – Телеграм, Інстаграм та Фейсбук, зокрема, соціальна мережа Телеграм присутня у кожній організації. Не дивно й те, що найбільшу кількість учасників у соціальних мережах НаУКМА має Телеграм. Також було виявлено 5 телеграм-ботів у соціальних мережах НаУКМА, два з яких були неактивні.

Найбільш надаваною соціальною підтримкою у соціальних мережах НаУКМА була підтримка спільноти, яку надавали 14 з 16 організацій. При тому, часто організації надають одразу декілька видів соціальної підтримки, так, наприклад, доволі розповсюдженим було поєднання надання інформаційної підтримки та підтримки спільноти. Таке поєднання було виявлено у 7 СО.

### 3.2 Потреби студентів у соціальній підтримці та умови її отримання в НаУКМА

З метою виявлення потреб студентської молоді щодо соціальної підтримки та умов її отримання під час дистанційного навчання в НаУКМА, було проведене опитування шляхом анонімного анкетування студентів ФСНСТ 1-6 року навчання(див. Додаток А). Всього анкету було пройдено 54-ма респондентами. Під час проведення анкетування було виявлено, що більшість респондентів(41 з 54) розуміють соціальну підтримку, як «допомога, що може надаватися шляхом фінансової підтримки, забезпеченням необхідної інформації, освітньої допомоги, правозахисту тощо», трохи менша частина респондентів (31 з 54) розуміють соціальну підтримку, як «відчуття того, що про Вас піклуються, що Ви може отримати допомогу від інших і є членом мережі підтримки або спільноти», а найменша кількість студентів обрали наступне визначення – «система дій для запобігання чи швидкого реагування наповсякденні проблеми».

На запитання «Які соціальні мережі Ви використовуєте для отримання соціальної підтримки в НаУКМА?» 42 респонденти з 54 відповіли Телеграм, 30 з 54 – Інстаграм, 9 з 54 зазначили, що не використовують соціальні мережі для отримання соціальної підтримки, 8 з 54 – користувалися Фейсбуком, 4 з 54 – Ютубом і лише одиниці зазначили про використання Твітеру, Емейлу та Офіційних Сайтів НаУКМА(1 з 54). Можна узагальнити, що більшість респондентів користуються Телеграмом або Інстаграмом для отримання соціальної підтримки.

Важливо також було з'ясувати якими соціальними мережами студенти користувалися найчастіше для отримання соціальної підтримки. Результати в більшості своїй повторювали минулі, більша частина(37 з 54) використовують Телеграм, друге місце посідає Інстаграм (20 з 54) та 9 респондентів зазначали, що не використовують соціальні мережі для отримання соціальної підтримки.

Отже, аналіз анкетних даних свідчить про різне ставлення до використання соціальних мереж у разі виникнення СЖО, яка потребує надання соціальної підтримки. Більшість використовує найбільш поширені у молодіжному середовищі месенджери, однак є студенти, які взагалі цим каналами комунікації не користуються.

Говорячи про організацію надання соціальної підтримки під час онлайн-навчання, на запитання про необхідність наявності деякої підготовки у адміна/модератора групи/чату респонденти переважно погоджувались, вони зазначали: *«так, звісно, людина, що веде відповідну сторінку, має бути готова відповідати на будь-які запитання користувачів, добре розумітися на тому, що вона викладає у соц мережі та виконувати свої зобов'язання вчасно»*(респондент 7)

*«Звичайно, бо тут важливо не лише яку інформацію подають, а ще й як саме. Важливо правильно орієнтуватися в потребах і проблемах аудиторії, знати особливості спілкування з ними. Для цього людина має бути навченою і володіти відповідними знаннями й навичками»*(респондент 11)

*«Звичайно. Така людина повинна бути готовою до стресових ситуацій, до сенситивних питань, з якими можуть звернутися студенти. Важливо для такої людини легко адаптуватися в таких ситуаціях, задля збереження власної нервової системи та продовження ефективної роботи»*(респондент 21)

Проте, хоча і невелика кількість, були респонденти, які не повністю погоджувались з необхідністю адміна мати деяку попередню підготовку.

*«Ні, неважливо. Мені здається, що людина може навчитись в процесі, адже кожен з нас вміє користуватись соц. мережами, тому не думаю, що людина повинна бути особливо підготовлена для роботи»*(респондент 3)

*«Я думаю достатньо медіаграмотності, толерантності та загальної освіченості»*(респондент 23)

*«Гадаю головне аби був психологічно готовий допомагати людям»*(респондент 33)

*«не обов'язково підготованим, але має знати до кого з яким питанням направити +дати контакти» (респондент 50)*

Отже, більшість респондентів вбачали деяку необхідність у наявності підготовки адміна/модератора чату чи каналу. При тому, решта зазначали про те, що попередня підготовка не потрібна, але стануться у нагоді інші елементи, як-от: психологічна готовність допомагати людям, знати до кого звернутися у разі потреби, загальна освіченість, медіаграмотність тощо.

На запитання *«Чи є потреба у створенні нового телеграм-каналу, інстаграм/фейсбук сторінки чи чат-боту?»* переважна більшість(32 з 54) відповіли, що наявних сторінок та груп достатньо. Зазвичай причиною такої відповіді була уже справна велика кількість соціальних мереж в НаУКМА, які задовольняли потреби студентства. Також часто респонденти зазначали про необхідність популяризації та розвитку тих мереж, які вже є: створення механізму координації, який би вказував куди звертатись щодо будь-якої проблеми та велику кількість ботів, які часто несправні.

До того ж, декілька респондентів виразили бажання щодо створення чату, чат-боту, сайту для психологічної підтримки студентів:

*«поки що невпевнена, чи є в цьому необхідність, але можливо розглядала б можливість створення чат-боту для швидкого надання підтримки та допомоги»(респондент 9)*

*«Хіба що створити нормальний сайт, або ж телеграм бот для психологічної підтримки студентів, в якому міститиметься інформація щодо того, де і яку допомогу можна шукати»(респондент 16)*

*«Не бачу такої потреби. Я би створила чат для психологічної підтримки студентів, проте тут мають бути залучені спеціалісти, оскільки самі студенти не впораються з багажем проблем інших»(респондент 19)*

Підсумовуюче це запитання, переважна більшість респондентів не виявляла потребу у створенні нової сторінки, каналу чи чату, але зазначали про інші необхідності пов'язані з існуючими СО та ОСС. Також деяка кількість студентів зазначали про потребу у створенні боту, чату або сайту, що стосується психологічної підтримки студентів.

Не менш цікавим було питання щодо залучення штучного інтелекту(далі – ШІ) до надання соціальної підтримки. Більшість респондентів відповіли, що ШІ не створений для надання соціальної підтримки, адже він недостатньо розвинутий; при наданні соціальної підтримки важливий соціальний контакт, людська підтримка(емпатія та розуміння)тощо, а цього ШІ забезпечити не може.

При тому, велика кількість зазначили про використання ШІ *«у вигляді боту, який відповідав би на питання про, наприклад, корпоративну угоду, або інші аспекти студентського життя, а також міг би давати поради для організації дистанційного навчання»*(респондент 5);

*«для генерування ідей та можливостей пошуку ресурсів»*(респондент 6);

*«для отримання теоретичної бази, дізнатись про правові аспекти і тд»*(респондент 7);

*«Так, щоб економити ресурс та час живих людей, щоб структурувати інформацію. Для якогось FAQ'у, наприклад»*(респондент 17)(FAQ(Frequently Asked Question(s)) - питання, які часто ставляться).

Загалом, переважна більшість студентів вважає недоречним використання ШІ при наданні соціальної підтримки, однак вони також зазначають про допоміжні функції, які може виконувати ШІ, які б значно облегшили роботу надавачам відповідної підтримки, наприклад, такі як: збільшення можливостей пошуку ресурсів, систематизація інформації та надавання швидшої відповіді студентам.

Доцільно також було з'ясувати кількість звернень студентів щодо отримання соціальної підтримки в соціальних мережах НаУКМА. Велика кількість з них (26 з 54) відповіли, що не звертались по підтримку, 13 з них – 1 раз, 8 респондентів – 2 рази, 5-теро зазначили, що звертались 3 рази і двоє, що 5 та більше разів. Загалом сумарна кількість респондентів, що звертались становить – 28 респондентів, тобто тих, хто звертався по підтримку було трохи більше за кількість тих, хто не звертався(26)(див. рис. 3.2.1).

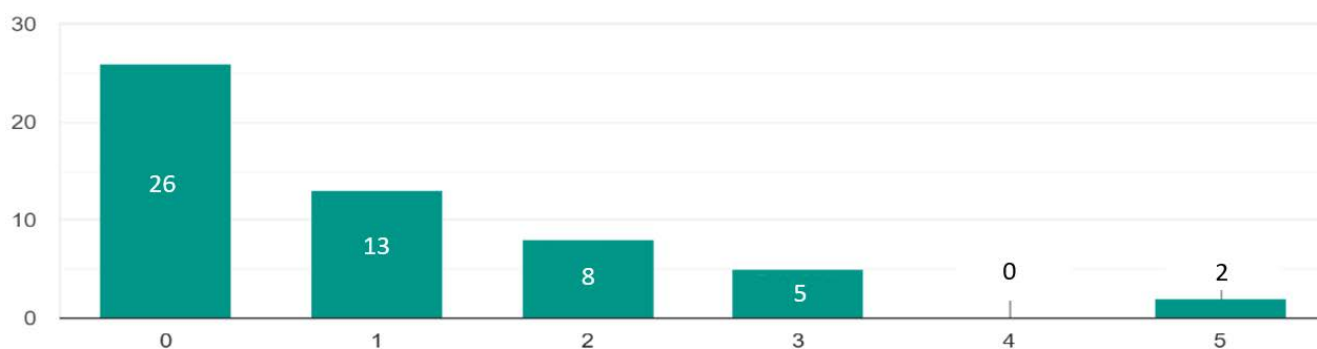


Рисунок 3.2.1 Скільки разів зверталися за соціальною підтримкою в соціальних мережах НаУКМА?

При тому, у наступному запитанні щодо соціальних ініціатив(спільнот, організацій) до яких звертались щодо надання соціальної підтримки, лише 17 з 54 відповіли, що не звертались. Решта респондентів зазвичай зазначали, що контактували з «Центром САПС», «Бадді НаУКМА» та «Вступ НаУКМА». Також були зазначені – «Взаємодопомога НаУКМА», «Психолог НаУКМА», «Спудейське Братство НаУКМА» та «Спудейський Вісник».

Отже, відповідно до аналізу анкетних даних, більшість студентів (28) зверталися щодо отримання соціальної підтримки в соціальних мережах НаУКМА. Остаточна кількість студентів (26) – не зверталися. Цікаво, що у наступному питанні велика кількість респондентів (37) зазначали, що звертались до деяких СО щодо отримання соціальної підтримки, і лише 17 з 54 відповіли, що не звертались до жодних соціальних ініціатив(спільнот, організацій).

Одним з важливих питань цього дослідження також було задоволення від отриманої допомоги. Більшість (29) респондентів з 34(бо відповідали лише ті, хто звертався по допомогу) відповіли – так(що були задовільнені), і лише 5 – ні(див. рис. 3.2.2).

10. Чи задовольнила Вас отримана допомога?(продовження минулого запитання)  
34 responses

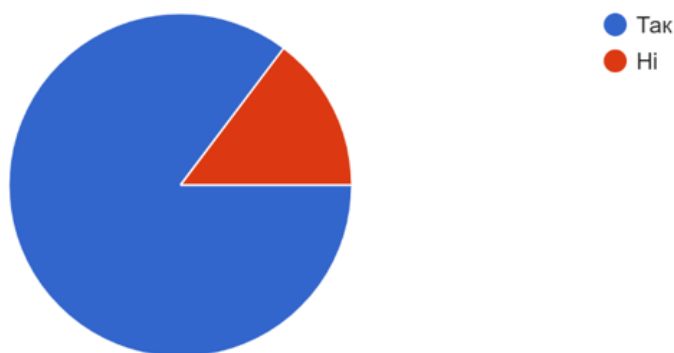


Рисунок 3.2.2 Чи задовольнила Вас отримана допомога?

У респондентів, які були незадоволені отриманою допомогою було запитано, чому так сталося та що можна було б покращити або змінити для ліпшого надання соціальної підтримки. Респонденти зазначали: *«Від Взаємодопомоги НаУКМА не отримала відповіді на своє звернення»*(респондент 1)

*«Не сподобався підхід психологині, не мій формат спілкування»*(респондент 4)

*«Відповіді Бадді не завжди приходили вчасно, адже вони такі ж студенти і мають багато роботи. Від психологині я не отримала ґрунтовної допомоги/порад, куди краще звернутись іще, лише загальні поради, що давали невеличкий ефект»*(респондент 7)

Отже, отримані результати свідчать про те, що переважна кількість студентів, що відповідали на анкету, зверталися щодо отримання соціальної підтримки в соціальні мережах НаУКМА. Було визначено, що студентство використовує переважно

Телеграм та Інстаграм для отримання соціальної підтримки за допомогою соціальних мереж НаУКМА. Соціальні ініціативи(групи, організації) до яких звертались найбільше були – «Вступ НаУКМА», «Центр САПС» та «Бадді НаУКМА».

Загалом, отримана допомога задовольняла потреби студентів. Решта ж потребувала відповідей на свої звернення та зміну формату надання допомоги.

Щодо організації надання соціальної підтримки, велика кількість зазначала про необхідність наявності деякої підготовки у адміна/модератора групи/чату. Студенти також виражали деяку зацікавленість щодо використання ШІ як допоміжного інструменту при наданні соціальної підтримки.

Щодо створення нових соціальних каналів(чатів, груп тощо), декілька респондентів зазначали про необхідність створення чату, групи для психологічної підтримки. Також респонденти повідомляли про необхідність популяризації та розвитку тих мереж, які вже є, створення деякого матеріалу, який би вказував куди звертатись щодо будь-якої проблеми та виправлення неполадок (як-от, несправні чат-боти) у соціальних мережах НаУКМА.

### **3.3 Візуальна карта соціальних мереж НаУКМА, які надають соціальну підтримку студентам**

Останнім же запитанням в онлайн-анкеті було про необхідність створення візуальної карти соціальних мереж НаУКМА(мається на увазі схематично зображені соціальні мережі НаУКМА та вид соціальної підтримки, яку вони надають) зокрема, і для того, щоб легше було орієнтуватися у наявних спільнотах та більше студентів дізналися про їх існування. На це запитання переважна більшість респондентів (52 з 54) відповіли так(див. рис. 3.3.1).

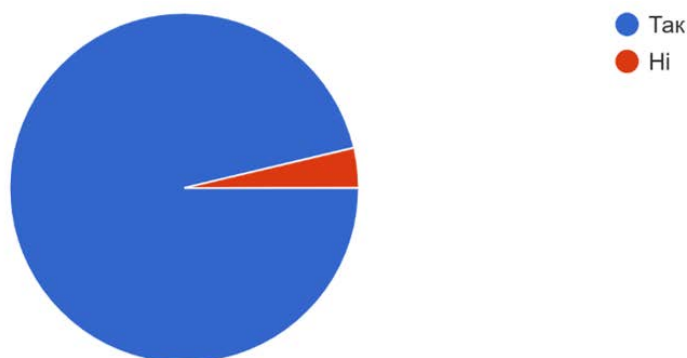


Рисунок 3.3.1 Потреба у створенні «візуальної карти» соціальних мереж НаУКМА

Така відповідь може свідчити про потребу студентства у більш чіткому відображенні наявних соціальних мереж НаУКМА до яких вони можуть звернутися. Цікаво також звернути увагу на висловлені побажання, що були зазначені трохи раніше у відповідях на запитання анкети щодо необхідності створення нового телеграм каналу, інстаграм акаунту тощо, відповідаючи на це запитання, респонденти зазначали про необхідність поширення наявних соціальних мереж НаУКМА та їх розвиток. Також йшла мова щодо необхідності висвітлення усіх наявних соціальних мереж НаУКМА в одному місці та опис тих видів допомоги, які вони можуть надати.

Отже, отримані дані дають підстави для створення візуальної карти соціальних мереж НаУКМА для студентства Національного університету «Києво-Могилянська Академія». Візуальна карта була створена для того, щоб поширити наявні соціальні мережі НаУКМА та проінформувати студентів щодо того, яку соціальну підтримку вони надають. На карті можна побачити три визначені типи соціальної підтримки: інформаційна підтримка, соціально-психологічна підтримка та підтримка спільноти. Далі необхідно звернути увагу на кольори, які відносяться до кожного з видів підтримки, так, наприклад, інформаційна підтримка означена зеленим кольором, якщо поглянути на СО «Вступ НаУКМА», можна розуміти, що вони надають лише інформаційну підтримку(бо кружечок СО горить лише зеленим).

При тому, глянувши, наприклад, на СО «Взаємодопомога НаУКМА», можна побачити, що вона горить обидвома кольорами – зеленим та синім, це означає, що вона може надавати як інформаційну підтримку, так і підтримку спільноти(див. рис. 3.3.2).

У ПДФ форматі файлу(Додаток В), також є можливість перейти на сторінки студентських та інших організацій у Телеграмі. Була обрана саме ця мережа через те, що усі студентські чи інші організації мають свої сторінки там. Для того, щоб перейти по посиланню необхідно натиснути на кружечок організації у ПДФ файлі візуальної карти.



Рисунок 3.3.2 Візуальна карта соціальних мереж НаУКМА

## ВИСНОВКИ

1. Відповідно до першого завдання дослідження було визначено основні поняття досліджуваної тематики та доведено, що використання різних соціальних мереж (Телеграм, Інстаграм, Фейсбук, Твітер, ТікТок та Ютуб) може сприяти збільшенню взаємодії, спілкування та забезпеченню ширшого доступу до освіти серед студентської молоді.

2. За результатами дослідження було визначено 16 соціальних мереж НаУКМА, які надають різнобічну соціальну підтримку студентам. Серед найбільш поширених соціальних мереж у яких присутні СО та ОСС зазначалися: Телеграм-канали, Інстаграм та Фейсбук, але першу позицію у цьому списку займають саме Телеграм-канали. Серед чат-ботів було виявлено 3 активних та 2 непрацюючих боти, що свідчить про можливе неналежне адміністрування; наявність і появу інших каналів комунікації та відсутність достатнього часу та ресурсів у модераторів для налагодження роботи неактивних чат-ботів.

Виявлено, що однією із основних функцій соціальних мереж, які надають соціальну підтримку є їх доступність, що забезпечує ефективну комунікацію для обміну думками, ідеями та досвідом. Інша важлива функція: формування спільнот, де студенти можуть знайти однодумців, отримати поради та підтримку щодо навчання та особистих питань. Також соціальні мережі використовуються для створення спільних груп та спільних сторінок, які спрямовані на конкретні академічні або ціннісні інтереси студентів, що підвищує рівень співпраці та обговорення специфічних тем, роблячи навчальний процес більш доступним та інтерактивним.

3. Виявлено, що наданням соціальної підтримки студентської молоді НаУКМА займається 16 організацій, але найбільш важливою з точки зору респондентів є такі студентські організації як «Вступ НаУКМА», «Центр САПС» та «Бадді НаУКМА».

Респонденти найбільш часто звертали увагу на необхідність підготовки адміністраторів та модераторів груп і чатів, що надають соціальну підтримку та виявили зацікавленість у використанні штучного інтелекту як допоміжного інструменту для надання соціальної підтримки.

4. При проведенні медіа-моніторингу було проаналізовано 16 соціальних мереж НаУКМА та виділено 4 основні види соціальної підтримки. Ними надаються лише 3 види: підтримка спільноти, інформаційна підтримка та соціально-психологічна підтримка. Було виявлено, що матеріальну допомогу жодна СО та ОСС НаУКМА не надає.

5. За результатами проведеного медіа-моніторингу та анкетування була створена візуальна карта соціальних мереж НаУКМА, де вказано перелік СО та ОСС, які надають різні види підтримки. Візуальна карта універсальна та може бути використана для усієї студентської спільноти, не залежно від курсу навчання чи факультету.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева С. (2021) Нетрадиційне навчання нового покоління дітей (покоління діджиталізації). Педагогічна компаративістика і міжнародна освіта - 2021: інновації в освіті в контексті європеїзації та глобалізації: матеріали V Міжнародної наук.- практи. конференції (Київ, 27– 28 травня 2021 р.) / Ін-т педагогіки НАПН України / за заг. ред. О. Локшиної. - Тернопіль : Крок, 2021. С.196-199. DOI: <https://doi.org/10.32405/978-966-97763-9-6-2021-322>
2. Андріученко Т.В, Артюх О.Р. & Тілікіна Н.В. (2020). Цифрові технології в молодіжній роботі.
3. Балковий, В. Г., & Кононець, Н. В. (2021) ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПОКОЛІННЯ УЧНІВ І СТУДЕНТІВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА. Друкується відповідно до Наказу по університету № 140-Н від 25 серпня 2021 р., 109.<http://www.buhoblic.puet.edu.ua/files/zb-m-21-2.pdf#page=110>
4. Вахула Б.Я. (2012) Соціальні інтернет-мережі, їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. Вісник Львівського університету. Вип. 6. С. 312–313.
5. Волошинська К.В. & Герасименко Ж.І. (2022). Використання чат-ботів під час дистанційного та змішаного навчання. Актуальні питання методики викладання загальноосвітніх дисциплін в умовах реформування ЗФПО
6. Вступна кампанія 2021. (2021). МОН <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2021/08/17/VSTUP.KAMP.2021-poperedni.pidsumky.17.08.pdf>
7. Вступна кампанія 2022. (2022). МОН <https://mon.gov.ua/ua/news/vstupna-kampaniya-2022-v-infografikah>
8. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери (2012).Сімферополь, Універсум, 2012. – 161с.
9. Єфименко В.Г. (2020). Соціальні мережі як ефективне середовище комунікації в мовній підготовці іноземних студентів

10. Єчкало Ю. В. (2013). Використання соціальних мереж у навчанні фізики / Ю. В. Єчкало // Теорія та методика навчання математики, фізики, інформатики : зб. наук. пр. : в 3-х т. – Кривий Ріг : Вид. відділ КМІ, 2013. — Вип. XI. – Т. 2 : Теорія та методика навчання фізики. – С. 70–75.
11. Заїка В.М. (2019) Теорія поколінь: поняття та сутність. 345. [https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni\\_naukovi\\_vidannya/Molod\\_osvita\\_nauka\\_duhovnist/2019\\_2.pdf#page=345](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni_naukovi_vidannya/Molod_osvita_nauka_duhovnist/2019_2.pdf#page=345)
12. Звіт національного агентства із забезпечення якості вищої освіти за 2021 рік. (2022). 16с. <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2022/02/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82-2021.pdf>
13. Ковалинська І. В. (2014). Невербальна комунікація.– К. : Вид-во «Освіта України», 2014. – 289 с.
14. Коляденко М.(2016) Партнерська взаємодія для здійснення соціальної підтримки студентської молоді в умовах ВНЗ. Наукові записки НДУ ім.Гоголя.
15. Кріжик К. (2021). Соціальна адаптація студентів першого курсу НаУКМА в умовах дистанційного навчання. [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/23304/Krizhik\\_Mahisterska\\_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/23304/Krizhik_Mahisterska_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
16. Лепканич А.О. & Миронюк І.С. (2022). Особливості та структура залученості до мережі Інтернет студентської молоді різних курсів навчання в умовах карантинних обмежень <http://healynation.uzhnu.edu.ua/article/view/258905/258199>
17. Лісовець С.(2010) Соціальна підтримка як фактор психічного здоров'я студентів. Вісник прикарпатського університету(35). URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/1487>
18. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. (2022). Опитування ОПОРИ [https://www.oporaua.org/news/polit\\_ad/24071-naibilshe-novin-ukrayintsi-spozhivaiut-cherez-telegram-youtube-ta-facebook](https://www.oporaua.org/news/polit_ad/24071-naibilshe-novin-ukrayintsi-spozhivaiut-cherez-telegram-youtube-ta-facebook)
19. Мойсієнко О.В. (2021). Використання телеграм-каналу для промоції освітніх послуг. Збірник матеріалів «Родзинка - 1».

- 20.Мудра І. & Кухарська О. (2021). Чат-боти як інструмент для популяризації матеріалів ЗМІ. <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.069>
- 21.НаУКМА в рейтингах ВНЗ України. (2023). НаУКМА <https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/153-admission/879-naukma-v-reitynhakh-vnz-ukrainy>
- 22.Олексюк Н.С. (2019) Соціальна підтримка батьків дітей з особливим потребами як актуальна проблема <http://surl.li/fbuhb>
- 23.Омельчук О. В. & Левицька Л.М.(2020) Діджиталізація суспільства і гаджет-залежність сучасної молоді – покоління Digital Natives. [http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32896/Omelchuk\\_Levitska.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32896/Omelchuk_Levitska.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 24.Подік І. І. (2017). Студенти Z: особливості та перспективи / І. І. Подік // Наукові записки [Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Серія : Педагогічні науки. - 2017. - Вип. 159. - С. 144-149. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz\\_p\\_2017\\_159\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2017_159_27).
- 25.Рисований І.М. (2021). Особливості сучасного покоління студентів в умовах становлення цифрового суспільства, 190с.
- 26.Романова Н.Ф. (2021) Соціальна служба в НаУКМА як інноваційний напрям розвитку студентської спільноти. [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/22608/01.Romanova\\_Tezy\\_konferentsii\\_25\\_02\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/22608/01.Romanova_Tezy_konferentsii_25_02_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 27.Синоруб Г.П. (2020). Асинхронна комунікація в процесі дистанційного навчання: переваги та недоліки. Збірник Тез. Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання: досвід, тенденції, перспективи. [http://conf.fizmat.tnpu.edu.ua/media/arhive/4.05.2020\\_edit.pdf#page=68](http://conf.fizmat.tnpu.edu.ua/media/arhive/4.05.2020_edit.pdf#page=68)
- 28.Січкаренко Г.Г. & Довжук І.В. (2023). Віртуальна комунікація та масова культура. Formation of perceptions of the structure of scientific methodology. Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference «Formation of perceptions of the structure of scientific methodology», January 30 – 31, 2023, Vienna, Austria by the «InterSci». 61 p. ISBN – 978-9-40368-949-4

- 29.Соболева, С. М. (2019). Кліпове мислення як соціально-психологічний феномен та його роль у навчально-пізнавальній діяльності студентів. *Юридична Психологія*, (1413), 86.
- 30.Соціальна мережа. (2019). Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Соціальна мережа> (дата звернення: 19.03.2023).
- 31.Струтинська, О. В. (2020). ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПОКОЛІННЯ УЧНІВ І СТУДЕНТІВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА. *Електронне наукове фахове видання “ВІДКРИТЕ ОСВІТНЄ Е-СЕРЕДОВИЩЕ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ”*, (9), 145-160. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2020.9.12>
- 32.Хлебінська О.І. (2021) Теоретичні підходи до цифровізації та цифрової трансформації. <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230519>
- 33.Шульська Н.М. & Матвійчук Н.М. (2017). Соціальні мережі як ефективне середовище викладацько-студентської комунікації в навчальному процесі. ISSN: 2076-8184. *Інформаційні технології і засоби навчання*, 2017, Том 58, №2.
- 34.Ящищак І. В. & Олексюк Н. С. (2021) Організація соціальної підтримки студентів в закладах вищої освіти України. <http://surl.li/fapab>
- 35.Ящищак І. В. (2022) ДІЯЛЬНІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ СЛУЖБИ В УНІВЕРСИТЕТАХ США ЯК РІЗНОВИД СОЦІАЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ СТУДЕНТІВ. *Науковий журнал Хортицької національної академії*, (6), 170-176.
- 36.American Psychological Association. (2020) APA Dictionary of Psychology “Social Support”.
- 37.Artificial Intelligence. (2023). Oxford Learner`s Dictionaries.
- 38.Auxier B. & Anderson M. (2021) Social Media Use in 2021. Pew Research Center
- 39.Beyond COVID-19 Advancing Digital Business Transformation in the Eastern Partner Countries Policy Insights GLOBAL RELATIONS Eurasia Competitiveness Programme. (2021). OECD (Organization of Economic Co-operation and Development), 28-31.

40. Bukhari, S. R., & Afzal, F. (2017). Perceived social support predicts psychological problems among university students. *The International Journal of Indian Psychology*, 4(2), 2349–3429. [[Google Scholar](#)]
41. Changrani, J., Lieberman, M., Golant, M., Rios, P., Damman, J., & Gany, F. (2008). Online cancer support groups: Experiences with underserved immigrant Latinos. *Primary Psychiatry* 15 (10), 55–62.
42. Communication. (2023). Cambridge Dictionary <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/communication>
43. Corey M. (2005) Relations Between Social Support and Physical Health [Electronic resource] / M. Clark Corey ; SAPA Project Tests. – Rochester, NY : Rochester Institute of Technology – Mode of access: <http://www.personalityresearch.org/papers/clark.html>. – Title from the screen.
44. Cutrona CE. Suhr JA. Controllability of stressful events and satisfaction with spouse support behaviors. *Communication Research*. 1992;19:154–174. [[Google Scholar](#)]
45. Digital 2023 Global Overview Report. (2023). Meltwater. We are Social <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
46. Digital в Україні 2022: тренди українського інтернету та вплив війни. (2022). Newage. <https://cases.media/article/digital-v-ukrayini-2022-trendi-ukrayinskogo-internetu-ta-vpliv-viini>
47. Eberhardt, D. M. (2007, September-October). Facing up to Facebook. *About Campus*, 18-26.
48. Ellison, N. (2010, February 12). Facebook use by undergraduates: An educational tool? *Facebook in Education*. [Web log post]. Retrieved from <http://www.facebook.com/notes/facebook-in-education/facebook-use-by-undergraduates-an-educational-tool/487460320569> .
49. Fordham University Student Services (2022). URL: <https://www.fordham.edu/student-life/student-services/>
50. Giota, K. G. (2015, June 23). *Social Media and Counseling: Opportunities, risks and ethical considerations*. Academia.edu. Retrieved March 18, 2023, from

[https://www.academia.edu/8440967/Social\\_Media\\_and\\_Counseling\\_Opportunities\\_Risks\\_and\\_Ethical\\_Considerations](https://www.academia.edu/8440967/Social_Media_and_Counseling_Opportunities_Risks_and_Ethical_Considerations)

51. Gupta, A., & Agrawal, A. (2012). Internet counselling and psychological services. *Social Science International*, 28(1), 105–122.
52. Howe, N., Strauss, W. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company. ISBN 978-0-688-11912-6.
53. Jenness Sarah E. (2011). Rethinking Facebook: a tool to promote student engagement. University of Massachusetts Amherst <https://www.studentaffairs.com/resources/ejournal/archives/2011-summer/>
54. Kara N., Çubukçuoğlu B., & Elçi A. (2020). Using social media to support teaching and learning in higher education: an analysis of personal narratives. *Research in Learning Technology*
55. Kumar A. (2021). 10 functions of Communication. GetupLearn. <https://getuplearn.com/blog/functions-of-communication/>
56. Manca, S. (2020). Snapping, pinning, liking or texting: Investigating social media in higher education beyond Facebook. *The Internet and Higher Education*, 44, 1–13.
57. Moreno M.A. et al. (2011). Feeling bad on Facebook: Depression disclosures by college students on social networking site *Depression and Anxiety* 28: 447-455.
58. Plus One Social Impact. (2023). Facebook та Instagram в Україні <https://plusone.com.ua/research/>
59. Prensky M. (2001, October 5) Digital Natives, Digital Immigrants <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
60. Saefudin, W., Sriwiyanti, Yusof, S.H.M. (2021) Role of social support toward student academic self-efficacy in online learning during pandemic. 133-154 <https://doi.org/10.20414/jtq.v19i2.4221>
61. Seidel E., Ethan D. & Bash C.H. (2013) Using Social Media to Connect College Students with Mental Health Services. *Journal of Mass Communication & Journalism* 2013, 4:1. DOI: 10.4172/2165-7912.1000e150

- 62.Selwyn, N. (2009). Faceworking: Exploring students' education-related use of Facebook. *Learning, Media, & Technology*, 34(2), 157-174.
- 63.Singh V. (2022). What is Communication? Means of communication Definition and Meaning. SAFALTA
- 64.Social Network (2023). Oxford Learner`s Dictionaries <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/social-network>
- 65.Student services. University of Calgary <https://www.ucalgary.ca/current-students/current-students/undergraduate/student-services>
- 66.Suler J. (2004) The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior* , 7, 321-326.
- 67.Tiryakioglu, F., & Erzurum, F. (2011). Use of Social Networks as an Educational Tool. *Contemporary Educational Technology*, 2(2), 135-150. <https://doi.org/10.30935/cedtech/6048>
- 68.Types of communication. (2023). Communication. Valamis <https://www.valamis.com/hub/types-of-communication>
- 69.Vandeyar, T. The academic turn: Social media in higher education. *Educ Inf Technol* 25, 5617–5635 (2020). <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10240-1>
- 70.Yuqiao Ye, Xiuyu Huang & Yang Liu (2021) Social Support and Academic Burnout Among University Students: A Moderated Mediation Model, *Psychology Research and Behavior Management*, 14:, 335-344, DOI: [10.2147/PRBM.S300797](https://doi.org/10.2147/PRBM.S300797)

## ДОДАТКИ

### Додаток А. Гайд анкети

Шановний(на) Респонденте!

Прошу Вас відповісти на запропоновані питання анкети для визначення обізнаності, потреб та можливих проблем, з якими Ви стикалися.

Прочитайте уважно запитання та оберіть(або впишіть) той варіант, який найбільше відповідає Вашій думці або досвіду. Якщо запитання вимагає відкритої відповіді, будь ласка, висловіть свою думку. Важливо відповісти на всі запитання.

Опитування анонімне, тому Вам не потрібно вказувати своє ім'я та прізвище. Усі отримані відповіді будуть використовуватися лише у межах роботи та з дотриманням правил конфіденційності.

Заздалегідь дякуємо за участь у дослідженні!

#### Блок 1. Соціально-демографічний

1. Оберіть, будь ласка, Вашу спеціальність:

052 Політологія

053 Психологія

054 Соціологія

061 Журналістика

231 Соціальна робота

229 Громадське здоров'я

073 Менеджмент (Менеджмент в охороні здоров'я, Стратегічне управління)

291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

2. Оберіть, будь ласка, Ваш рік навчання:

1

2

3

4

5

6

#### Блок 2. Соціальна підтримка

3. Як ви розумієте, що таке «соціальна підтримка»? (можливі кілька варіантів)

- Допомога, що може надаватися шляхом фінансової підтримки, забезпеченням необхідної інформації, освітньої допомоги, правозахисту тощо
- відчуття того, що про Вас піклуються, що Ви може отримати допомогу від інших і є членом мережі підтримки або спільноти
- мережа сім'ї, друзів, і членів спільноти, яка доступна в разі потреби, щоб надати психологічну, фізичну, фінансову та іншу допомогу
- система дій для запобігання чи швидкого реагування на повсякденні проблеми

4. Які види соціальної підтримки Ви можете отримати/отримуєте в соціальних мережах НаУКМА? (можливі кілька варіантів)

- Інформаційна підтримка (надання інформації, знань та порад з метою допомоги людині вирішити конкретну проблему або відповісти на запитання)
- Матеріальна підтримка (надання фінансових або матеріальних ресурсів людині або групі людей з метою допомогти їм забезпечити основні потреби або досягти конкретних цілей)
- Соціально-психологічна підтримка (підтримка психологічного благополуччя та допомога у подоланні емоційних проблем, допомога у адаптації та налагодження соціальних контактів)
- Підтримка спільноти/social network support (надання ресурсів, обмін інформацією, підтримка співпраці та координації дій, організація заходів та зустрічей, які сприяють формуванню почуття приналежності до спільноти)
- Ваш варіант:

Блок 3. Соціальні мережі

5. Які соціальні мережі Ви використовуєте для отримання соціальної підтримки в НаУКМА? (можливі декілька варіантів)

- Телеграм
- Інстаграм
- Фейсбук
- Твітер
- Ютуб
- Не використовую
- Ваш варіант:

6. Які соціальні мережі Ви використовуєте найчастіше для отримання соціальної підтримки в НаУКМА? (можливі декілька варіантів)

- Телеграм
- Інстаграм
- Фейсбук
- Твітер

- Ютуб
- Не використовую
- Ваш варіант:

7. Чи є на Вашу думку важливим, щоб модератор/адмін\* телеграм-групи, інстаграм, фейсбук сторінки тощо, був підготовленим до такої роботи? Поясніть свою відповідь

*\*людина, що веде відповідну сторінку, відповідає за опубліковану інформацію, здійснює підтримку і організацію роботи, слідкує за дотриманням правил*

8. Чи є, на Вашу думку, потреба у створенні нового телеграм-каналу, інстаграм/фейсбук сторінки чи чат-боту?

Якщо так, то з якої тематики, у якій соціальній мережі, в якому форматі? Опишіть, будь ласка

9. Чи варто, на Вашу думку, залучати штучний інтелект(як-от, Chat GPT) до надання соціальної підтримки? Чому?

Блок 4. Звертання по допомогу у соціальних мережах НаУКМА

10. Скільки разів Ви зверталися за соціальною підтримкою в соціальні мережі НаУКМА?

Жодного разу

0

1

2

3

4

5

5 та більше разів

11. Назвіть, будь ласка, соціальні ініціативи(спільноти, організації тощо) у соціальних мережах до яких Ви зверталися для отримання соціальної підтримки?

Якщо не зверталися, будь ласка, так і зазначте

(Наприклад, Бадді НаУКМА, Центр САПС(Центр соціальної роботи адаптації та підтримки студентів), Вступ НаУКМА, тощо)

12. Чи задовольнила Вас отримана допомога?(продовження минулого запитання)

- Так
- Ні

13. Якщо Ви відповіли ні, поясніть, будь ласка, чому Вас не задовольнила отримана соціальна підтримка? Що необхідно було б зробити, щоб покращити її надання?

Блок 5. Майбутні перспективи

14. На вашу думку, чи потрібно створити "візуальну карту"\* соціальних мереж НаУКМА, що надають соціальну підтримку, для того, щоб легше було орієнтуватися у наявних спільнотах та більше студентів дізналися про їх існування?

\*мається на увазі, схематично зображені соціальні мережі НаУКМА та вид соціальної підтримки, яку вони надають

Так

Ні

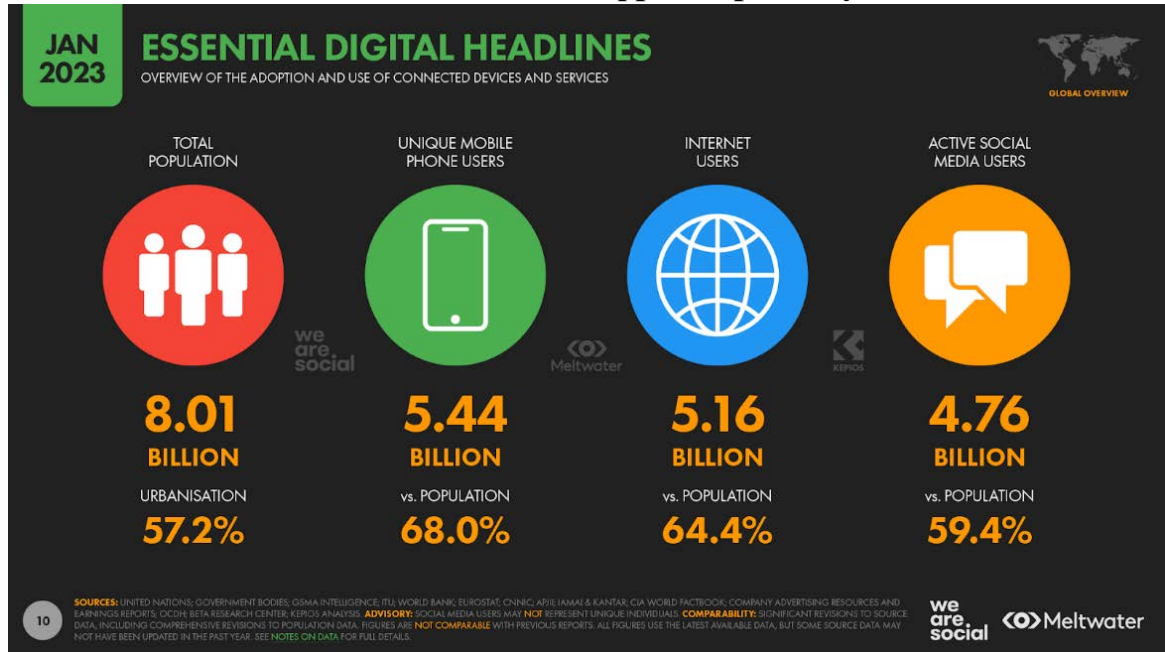
Ваш варіант:

### **Додаток Б. План проведення медіа-моніторингу**

1. Визначення цілей медіа-моніторингу (проаналізувати соціальні мережі, які надають соціальну підтримку студентській молоді; проаналізувати види соціальної підтримки студентів, які надаються в соціальних мережах НаУКМА);
2. Вибір джерел для моніторингу (студентські та інші організації НаУКМА);
3. Визначення критеріїв моніторингу (як для відбору соціальних мереж НаУКМА, так і для аналізу студентських та інших організацій);
4. Використання інструментів моніторингу ( офіційний сайт НаУКМА; чат-бот ОСС «Студентська колегія» - «СК Хелпер» та телеграм-канал СО «Спудейське Братство НаУКМА»);
5. Аналіз та інтерпретація даних;
6. Звіт та презентація результатів.

**Додаток В. Посилання на ПДФ Візуальну Карту**  
[ <http://surl.li/grwqq> ]

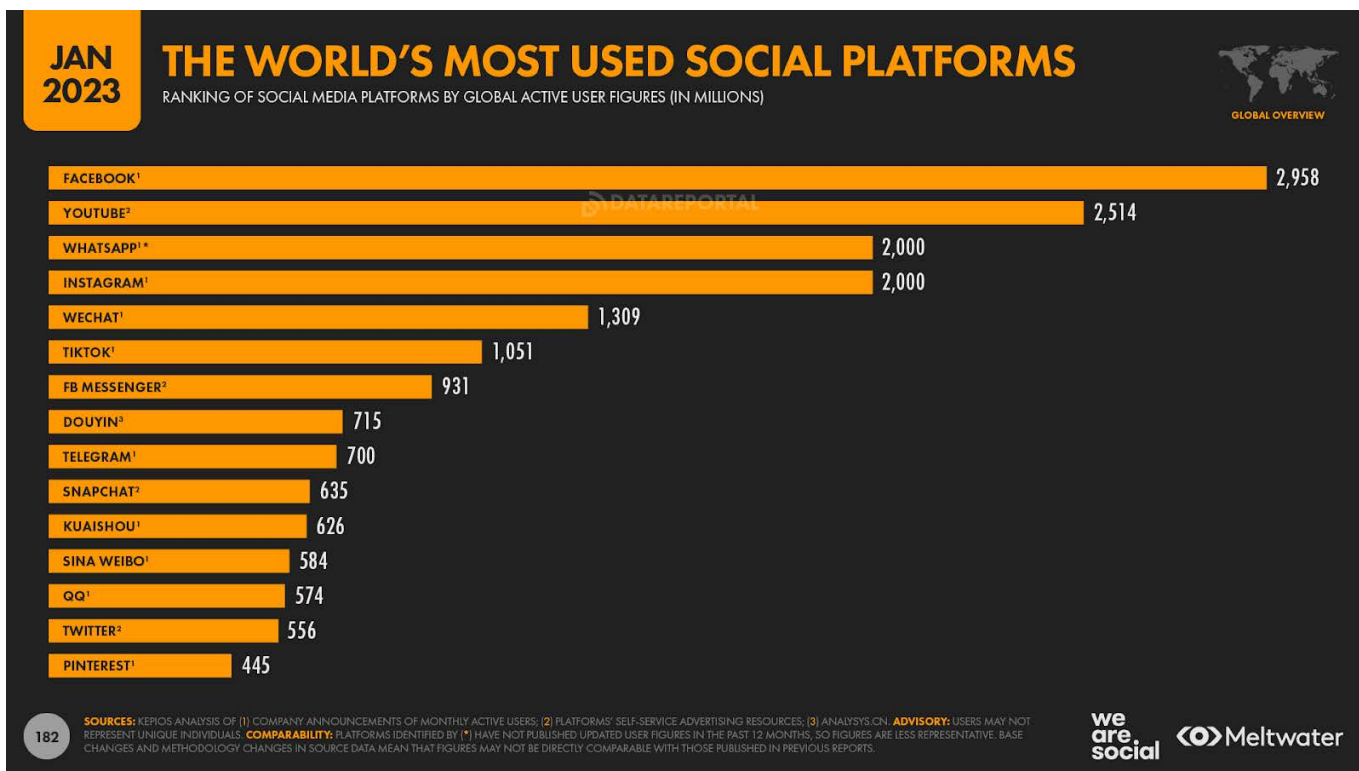
## Додаток Г. Основні цифрові тренди у світі



### Основні цифрові заголовки

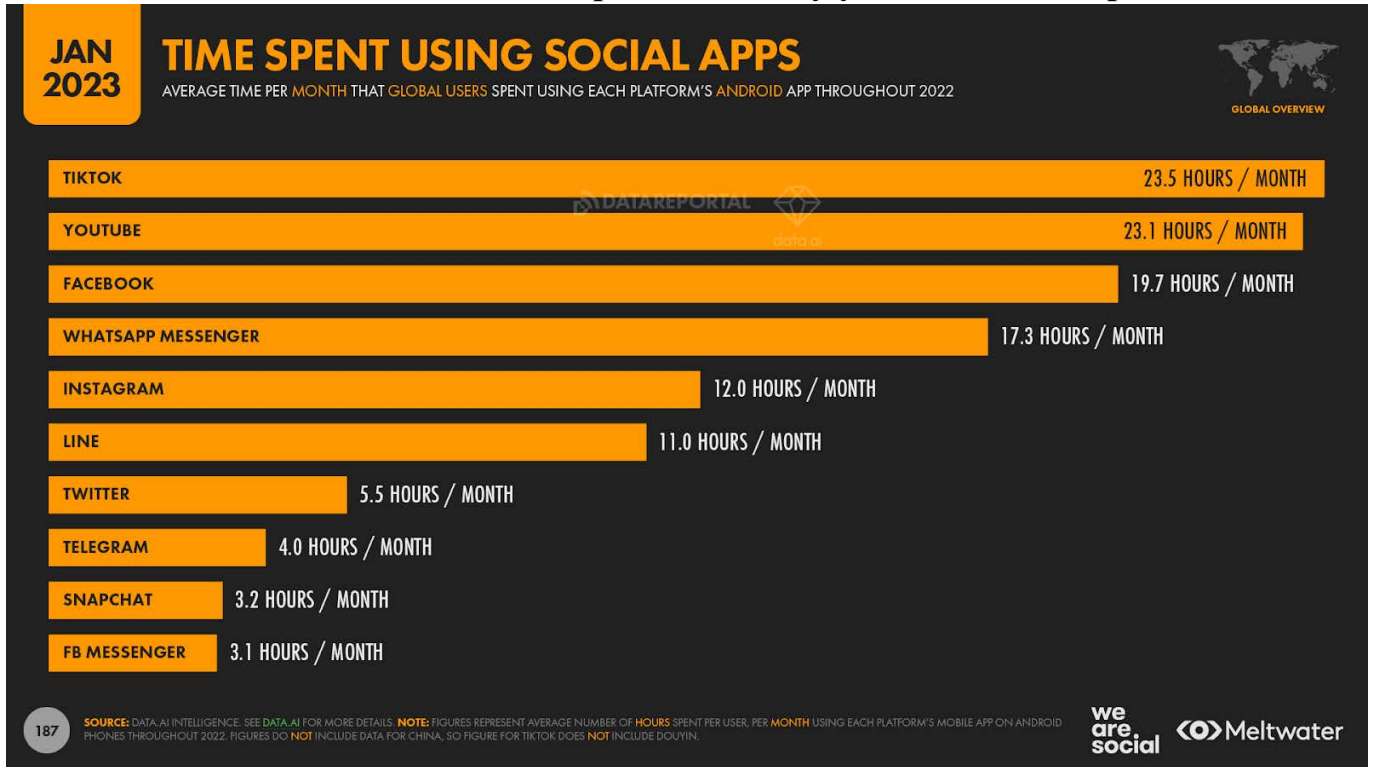
(“Digital 2023 Global Overview Report”, 2023)

## Додаток Д. Найпопулярніші мережі за кількістю активних користувачів у мільйонах



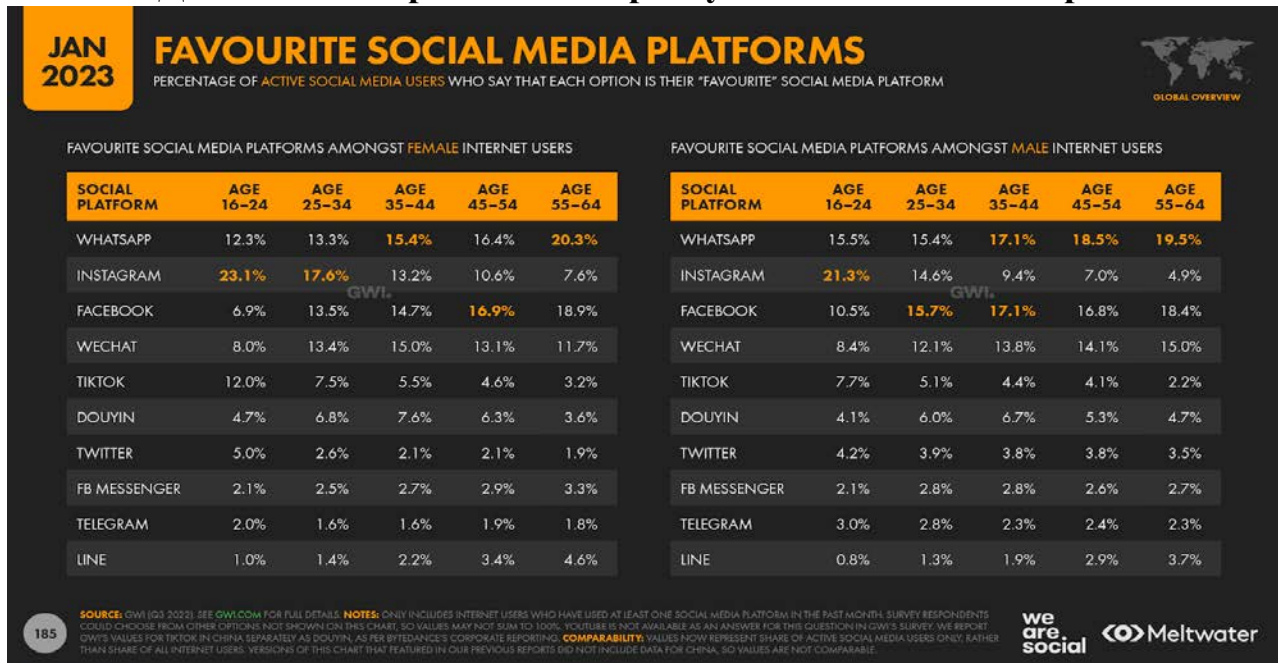
Соціальні платформи, які найбільше використовують у світі  
(“Digital 2023 Global Overview Report”, 2023)

## Додаток Е. Кількість витраченого часу у соціальних мережах



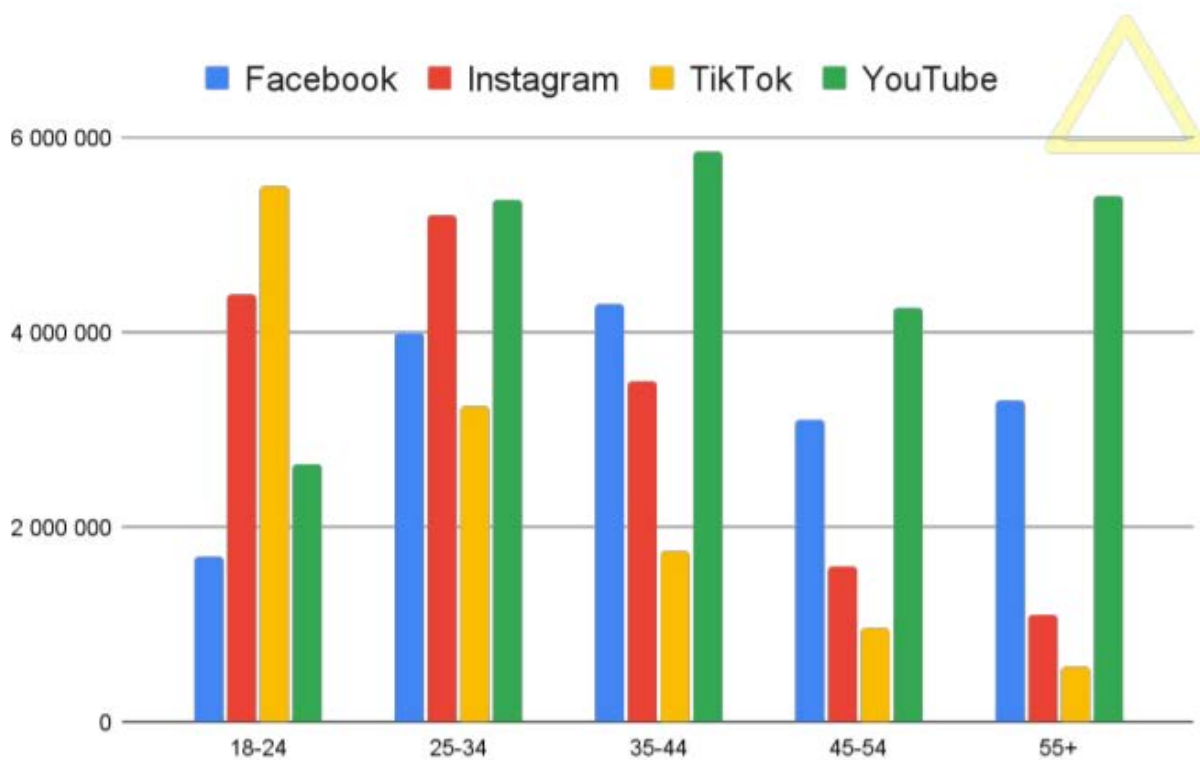
Час, витрачений на використання соціальних мереж  
 (“Digital 2023 Global Overview Report”, 2023)

## Додаток Ж. Середній вік користувачів соціальних мереж



Улюблені соціальні медіа-платформи у розрізі за віком та статтю  
 (“Digital 2023 Global Overview Report”, 2023)

### Додаток 3. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні



(“Plus one Social Impact”, 2023).