

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ТА ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ

*Лариса Данильчук,
Артур Кочарян*

У розділі висвітлено теоретико-методичні засади реалізації соціальних медіа у професійній підготовці та діяльності соціальних працівників. Проаналізовано зміст соціальних медіа як інформаційного ресурсу. Окреслено методологічні підходи щодо можливостей та специфіки реалізації соціальних медіа у професійній підготовці та діяльності соціальних працівників, а саме: інституційний, соціалізаційний, особистісний, структурний, конструктивізму, правовий, соціологічний, лінгвістичний. Виокремлено функції, які виконують соціальні медіа: інформаційну, посередницьку, соціально-виховну, організаційну, соціально-креативну, комунікативну. Розглянуто методичні можливості застосування соціальних медіа, у тому числі й технології потокової передачі даних, які дозволяють інноваційно удосконалювати процес професійної підготовки соціальних працівників. Зауважено на необхідність використання соціальних медіа у практиці соціальної роботи як сучасного та доцільного інструменту. Обґрунтовано негативні та позитивні аспекти соціальних медіа, що впливають на формування ціннісних орієнтирів сучасної людини.

1.1. Теоретичні основи реалізації соціальних медіа у професійній підготовці соціальних працівників

В умовах політичних та економічних реформ в Україні мільйони людей опинилися в складних соціальних умовах: безробіття, міграції, бідності, незахищеності, утруднень та ін. Як засвідчує практика, люди часто опиняються в ситуаціях, вихід з яких самі не можуть знайти. Для цього потрібна допомога фахівців-професіоналів соціальної роботи, які здатні кваліфіковано допомагати в успішному вирішенні життєвих

проблем через відповідні ресурси та соціальні зміни в самій людині та її соціальному оточенні. Вирішення життєвих проблем потребує професійних підходів, а, відтак, обумовлює необхідність пошуку нових шляхів, рішень, методів та засобів. Не викликає сумніву, що такі обставини уможливають застосування соціальних медіа у професійній підготовці та фаховій діяльності соціальних працівників.

Здійснений аналіз із окресленої проблеми дозволив констатувати, що в Україні використання соціальних медіа для потреб соціальної роботи чи професійної підготовки фахівців соціальної сфери є предметом нечисленних досліджень та публікацій. Певні аспекти застосування онлайн технологій, реалізації мас-медіа в соціальній роботі відображені у працях О. Вакуленко, А. Рижанової, Т. Семигіної, М. Скиби та ін. Зауважимо, що соціальні медіа як інституційний інструмент та технологію комунікації переважно досліджували як вітчизняні (Х. Гурчіані, В. Демченко, О. Зернецька, Ф. Іванов, О. Лаже, Я. Матчук, Г. Онкович, Б. Потятинник, В. Різун та ін.), так і зарубіжні фахівці соціальної комунікації (П. Бурдье, Ю. Габермас, Р. Давіс, І. Дзялошинський, М. Кастельс, М. МакЛюен, Б. Тоффлер, Ф. Уебстер та ін.).

Соціальні медіа (англ. Social media) – вид мас-медіа, ряд онлайн-технологій на принципах Веб 2.0, завдяки яким споживачі контенту через свої дописи стають його співавторами і можуть взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією або брати участь у будь-якій іншій соціальній активності із усіма іншими користувачами певного сервісу [20]. Соціальні медіа в загальному значенні передбачають низку інформаційно-комунікаційних засобів та технологій, які застосовуються користувачами для отримання інформації, а також висловлення власної думки, утворюючи при цьому розгалужену мережу зв'язків з іншими користувачами або групами [18]. Соціальним медіа притаманні публічний і масовий характер, вони призначені задовольняти потреби

суспільства в цілому, а також різних соціальних груп, викликати інтерес і у значних масових аудиторій.

Про інституціоналізацію соціальних медіа свідчать їх здатність задовольняти особистісні та суспільні потреби, формувати соціальні спільноти і регулювати їх діяльність та соціальні зв'язки, а також поява правових норм і юридичної відповідальності, що регламентують як поведінку окремого користувача, так і взаємодію користувачів. Важливою умовою успішної інституціоналізації соціальних медіа є їх адаптація до специфіки соціокультурного поля, метасоціального контексту, який визначає характер соціальних взаємодій на мікро та макрорівні.

Можливості та специфіку реалізації сучасних соціальних медіа у професійній підготовці та діяльності соціальних працівників важливо розглядати із різних методологічних підходів:

- *інституційного* – налагодження комунікації та зворотного зв'язку з державними інституціями через соціальні медіа;

- *соціалізаційного* – засвоєння орієнтацій, цінностей, норм суспільства, що презентуються у соціальних медіа; відтворення системи соціальних зв'язків та набуття соціального досвіду завдяки соціальним медіа;

- *особистісного* – розвиток особистісних властивостей; формування активності та цілісності особистості посередництвом соціальних медіа;

- *індивідуального* – можливість здійснювати адресний вплив завдяки новим технологічним можливостям соціальних медіа (спеціальні комп'ютерні програми дозволяють відстежувати кожен крок користувача, аналізувати його інформаційні потреби, фіксувати місцезнаходження, вік, соціальний статус, тривалість перебування в мережі);

- *групового* – створення ком'юніті – віртуальних спільнот територіально розосереджених користувачів, яких об'єднують спільні інтереси, види діяльності й теми спілкування;

- *середовищного* – заміна реальної дійсності, в умовах якої відбувається розвиток людини, віртуальною, оскільки для

багатьох людей віртуальне середовище соціальних медіа та й інтернету, загалом, є більш комфортним для перебування;

- *структурного* – аналіз та структурування соціальної реальності та наявних об'єктивних структур, незалежних від свідомості і волі людей, здатних стимулювати дії та прагнення людей; розуміння структури соціальних медіа як оперативної моделі;

- *конструктивізму* – припущення, що дії людей, зумовлені життєвим досвідом, процесом соціалізації та набутими схильностями діяти так чи інакше, що є свого роду матрицями соціальної дії, які транслюють соціальні медіа;

- *правового* – осмислення правового поля та юридичного регулювання діяльності соціальних медіа як складової інформаційної системи існування людини;

- *соціологічного* – ступінь впливу висвітлення проблематики у соціальних медіа на управління та вирішення соціально значущих проблем;

- *лінгвістичного* – побудова нових/різних моделей мови, мовних конструктів соціальних медіа, які відображають картину світу певних соціальних груп та прошарків.

Зазначені методологічні підходи не є вичерпними. Вони дозволяють встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між державними інституціями та людьми в умовах нерівномірного розподілу соціальних реалій у просторі та часі, які відображаються через соціальні медіа.

Існують різні способи класифікації соціальних медіа. У роботі Р. Девіс виділено шість *типів* соціальних медіа: спільні проекти, блоги і мікроблоги, контент-спільноти, соціальні мережі, віртуальні ігрові світи, віртуальні соціальні світи [20]. Вважасмо за необхідне звернути увагу на те, що кожен зазначений тип соціальних медіа використовує не одну, а декілька технологій (дописи, поширення зображень, відеоблоги, записи на стіні, електронна пошта, безперервне спілкування, поширення музики, краудсорсинг, VoIP та багато інших); найбільше агрегують в собі комплексні соціальні платформи. Тому в більшості випадків певний ресурс неможливо віднести до однієї категорії.

За міркуваннями Я. Матчук до соціальних медіа відносять такі технології, як: інтерактивні веб-сторінки (Wikipedia, BuzzFeed); соціальні мережі (Facebook, LinkedIn); блоги (Wix, Wordpress, Tumblr, Blogger); платформи для мікроблогів (Twitter, Gab, Tout, Yammer, Mastodon); сервіси для поширення фото та відео (YouTube, Vimeo, Flickr, Snapchat та Instagram) [8].

За основним призначенням соціальні медіа *класифікують* на наступні категорії: комунікація, соціальні проекти, розваги, мультимедіа, огляди та відгуки. Здійснений науковий пошук та аналіз спеціальних джерел [1; 2; 6; 10; 14; 16] дозволив презентувати узагальнені міркування щодо класифікації соціальних медіа за призначенням (відповідно до кожної з зазначених категорій) (див. табл. 1.1).

Зауважимо, що соціальні медіа, що використовують з мобільних пристроїв, називають мобільними соціальними медіа. На відміну від медіа, що традиційно використовуються на комп'ютері, мобільні більш чутливі до часу і місця. Вони можуть бути чутливими:

- і до часу, і до місця – повідомлення чітко прив'язане до одного моменту й одного місця (наприклад, Facebook Places, Foursquare);

- тільки до місця – повідомлення прив'язане до певного місця, а інші читають його пізніше (наприклад, Yelp, Qype);

- тільки до часу – повідомлення з інших соціальних медіа переносяться в мобільні задля негайності їх поширення (наприклад, повідомлення у Twitter або статуси в Facebook);

- ні до часу, ні до місця – користувачеві не важливий момент і місце перегляду його повідомлення (наприклад, відео на YouTube або статті Вікіпедії).

Останнє десятиріччя засвідчило, що вплив соціальних медіа на людину починається із народження і продовжується усе життя. В сучасному світі соціальні медіа, як багатофункціональний соціальний інститут, взяли на себе значну частину функцій з формування свідомості людей, виховання їх поглядів, ідей, звичок тощо, тобто вони пропагують різні моделі соціальної поведінки. Зокрема,

посередницька функція соціальних медіа посилюється в період становлення громадянського суспільства, заснованого на принципах демократії і плюралізму, політичної свободи та гласності. Впроваджуючи в масову свідомість певні культурні стереотипи і цілеспрямовано формуючи певний тип особистості, соціальні медіа тим самим сприяють закріпленню і збереженню сформованої системи суспільних зв'язків.

Таблиця 1.1

Класифікація соціальних медіа за призначенням

Категорія	Підкатегорія	Приклад
Комунікація	<i>Блоги</i>	WordPress, Blogger, LiveJournal, Open Diary
	<i>Мікроблоги</i>	Google Buzz, Tumblr, Twitter
	<i>Події</i>	Eventful, Facebook події, Upcoming
	<i>Соціальні мережі</i>	Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Google+, LinkedIn, MySpace
Соціальні проекти	<i>Системи контент-менеджменту</i>	WordPress, Blogspot, Joomla
	<i>Робота із документами</i>	Docs.com, Google Docs
	<i>Соціальні закладки</i>	Google Reader, links.i.ua
	<i>Соціальні новини</i>	Newsvine, NowPublic, Reddit
	<i>Вікі</i>	Вікія, Wikidot, Вікімедіа, Wikispaces, Вікіновини
Розваги	<i>Ігри</i>	Zynga, Armor Games, Newgrounds
	<i>Медіа платформи</i>	YouTube, MySpace, mtv.com, Vimeo
	<i>Віртуальні світи</i>	Second Life, World of Warcraft, RuneScape

Мультимедіа	<i>Лайвкастинг (онлайн відео)</i>	YouTube, Skype, Livestream
	<i>Музика та аудіо</i>	Pandora Radio, Last.fm, MySpace Music, ReverbNation.com, ShareTheMusic, SoundCloud
	<i>Зображення</i>	Instagram, Pinterest, Flickr, Picasa, deviantArt
	<i>Презентація</i>	Prezi, SlideShare
	<i>Відео</i>	YouTube, Vimeo, Openfilm
Огляди та відгуки	<i>Бізнес огляди</i>	Customer Lobby, Yelp, Inc.
	<i>Запитання-відповіді</i>	ask.com, WikiAnswers, Yahoo! Answers
	<i>Відгуки на продукцію</i>	epinions.com, Amazon.com

Соціально-виховна функція полягає у тому, що через неї створюються сприятливі умови для цілеспрямованого закріплення та масового тиражування цінностей соціального – сімейного, етнічного, конфесійного, професійного, громадянського, регіонального та ін. – існування відповідних ідеалів, норм та зразків соціальної поведінки, базових соціальних рис тощо, які в систематизованому вигляді відбивають менталітет певного соціуму, суспільний настрій, впливаючи на соціальне становлення та реалізацію особистості у певному суспільстві, розвиваючи передусім громадянську соціальність всіх соціальних суб'єктів (людина, група, суспільство) [12, с. 389-390].

Соціальні медіа через інтернет виконують дві специфічні функції, які І. Тонкіх, покликаючись на міркування І. Фомічової, визначила як соціально-організаційну та соціально-креативну. З одного боку, ЗМІ беруть участь у функціонуванні реальних соціальних спільнот та інститутів: жителів країни або міста, працівників галузі або членів громадських організацій. (у цьому виявляється *соціально-організаційна функція*). З іншого боку, вони здатні створювати

середовище для формування соціальних спільнот, що існують лише завдяки комунікаціям (це *соціально-креативна функція*). На платформі соціальних мереж, форумів і блогів, інтернет-порталів та мережових видань створюються ком'юніті – віртуальні спільноти територіально розосереджених користувачів, яких об'єднують спільні інтереси, види діяльності й теми спілкування. При цьому віртуальні спільноти можуть перетворюватись на реальні, а головним каналом комунікації та способом організації стає інтернет [15, с. 38].

Ціннісно-регулятивна функція реалізується в соціальних медіа так само, як і в традиційних ЗМІ, проте засобів впливу на громадську думку в мережі набагато більше. Завдяки різним формам інтерактивного зв'язку виникають нові інструменти впливу на аудиторію. Цей процес має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, це розширює потенційні можливості та сприяє зростанню ефективності, дієвості та результативності публікацій, з іншого – призводить до зловживань маніпулятивними технологіями та формування хибних цінностей. Штучно створені сенсації, надмірна увага до цікавих, але другорядних за своєю значущістю фактів, відволікають увагу аудиторії від дійсно важливих проблем.

Оскільки інтернет-середовище одночасно є і джерелом інформації, і найбільш популярним на сьогодні каналом комунікації, як міжособистісної, так і масової, зміст *комунікативної функції* суттєво змінюється. Діалогічна модель комунікації у мережі спричинила трансформацію традиційної взаємодії «ритор – аудиторія». На відміну від преси, радіо і телебачення, які спілкувалися з аудиторією переважно у режимі монологу, інтернет відкрив нові можливості для реалізації двосторонніх зв'язків. Окрім цього, соціальні медіа усувають межі та бар'єри у процесі комунікації: завдяки відкритому характеру мережі та її доступності, спілкування стає транскордонним та не залежить від місця перебування комунікантів. Цей процес тісно пов'язаний із тенденцією глобалізації у сучасному світі.

Однією з функцій соціальних медіа сьогодні стає *розважальна функція*, яка є і одним з головних інструментів у

боротьбі за увагу аудиторії. Це відбиває і загальну тенденцію до посилення розважальності, і домінування формату інфотейнменту, і специфічні особливості розвитку інтернет-середовища, у якому стираються не лише просторові кордони, але й межі між різними галузями життєдіяльності людей.

Оскільки мережа використовується одночасно і для роботи, і для відпочинку, і для навчання, і для розваги, дистанції між цими видами занять стають умовними. Найбільшою проблемою інтернет-медіа у цьому зв'язку на сьогодні стає перетворення розважання на самоціль, коли інші, набагато більш важливі функції ЗМІ, витісняються *рекреаційною функцією*.

Рекламну функцію виконує переважна більшість інтернет-медіа, оскільки існування мережевого ресурсу залежить від того, наскільки він буде привабливим для рекламодавців, а це пов'язано із кількістю переглядів та активністю користувачів. На жаль, через це дуже часто рекламна функція стає домінантною і поглинає інформаційну: на сайтах багато прихованої реклами, замаскованої під новини, у результаті чого формується спотворена інформаційна картина світу.

Зауважимо, що *культурно-виховна, пізнавальна та просвітницька функції* у соціальних медіа часто ігноруються, хоча інтернет має великий потенціал як канал наукової та науково-популярної комунікації, отримання дистанційної освіти та велика джерельна база для представників будь-якої галузі діяльності.

Загалом, з одного боку, соціальні медіа реалізують функції, притаманні усім засобам масової інформації, з іншого – у мережі спостерігається стійка тенденція до перерозподілу цих функцій та зміни пріоритетів, у результаті чого традиційні функції зазнають значних трансформацій: інтегруються, модифікуються, втрачають домінуюче значення, синтезуються. Насамперед, це стосується комунікативної функції, яка у порівнянні з інформаційною стає однаково важливою. Оскільки соціальні медіа одночасно є і джерелом інформації, і найбільш популярним на сьогодні каналом комунікації, як міжособистісної, так і масової, зміст комунікативної функції суттєво змінюється.

Спільною рисою соціальних медіа та традиційних мас-медіа є здатність досягти малої або великої аудиторії; як допис у блозі, так і телепередача можуть залишитись невідомими, а можуть досягти мільйонів людей.

Відмінні риси соціальних медіа та традиційних мас-медіа:

- досягнення аудиторії – як ті, так й інші можуть виходити на глобальний рівень, але традиційні ЗМІ зазвичай використовують централізований спосіб організації, виробництва та поширення, тоді як соціальні медіа за своєю природою більш децентралізовані й розпорошені, менш ієрархічні;

- доступність – засоби виробництва ЗМІ зазвичай урядові та/або корпоративні, а засоби соціальних медіа загалом доступні для громадськості (вони або безкоштовні, або дешеві);

- можливість використання – традиційні ЗМІ зазвичай передбачають певні навички і уміння для їх виробництва, у той час як соціальними медіа, в теорії, може оперувати будь-хто;

- негайність – часова затримка між виробництвом і отриманням традиційних ЗМІ користувачами може складати дні, тижні і місяці, у порівнянні з соціальними медіа, інформація у яких є доступною фактично наступної миті після публікації;

- незмінність – традиційні засоби масової інформації не можуть бути змінені вже після їх створення (газетну статтю неможливо виправити, якщо вона уже надрукована і розповсюджена), тоді як соціальні медіа можуть видозмінюватись постійно через редагування та додавання коментарів.

Здійснений науковий пошук дозволяє стверджувати: соціальні медіа мають і таку суттєву перевагу перед іншими ЗМІ, як надання аудиторії альтернатив у виборі персоналізації або анонімності. Користувач може пройти процедуру реєстрації під псевдонімом (нікнеймом), не називаючи свого справжнього прізвища. Вигадане ім'я використовують не тільки задля того, щоб приховати справжнє, а й для надання додаткової інформації про свої захоплення, інтереси та хобі, для моделювання віртуального образу «Я». Ті самі функції

виконує й аватар – фото або графічне зображення користувача. Кожен може обрати реальне фото або обрати будь-яке зображення з доступних у мережі, щоб акцентувати той чи інший аспект змодельованого іміджу.

Анонімність аудиторії соціальних мереж можна вважати одночасно і перевагою, і суттєвим недоліком. З одного боку, це надає кожному користувачу значно більше свободи у висловленні думок, ніж у випадку обов'язкової ідентифікації особистості. З іншого боку – це призводить до численних порушень морально-етичних норм: анонімний характер поведінки аудиторії призводить до крайньої нетолерантності під час спілкування у чатах і коментарях. Через це дискусії на сайтах перетворюються на взаємний обмін образами та нецензурною лексикою.

Інтернет надає можливості маскуванню своєї індивідуальності або моделювання віртуального образу особистості, проте необхідно зазначити, що більше довіри у читачів викликають реальні прізвища та справжні фотографії, особливо у тому випадку, коли персоналізація відбувається додатково за допомогою посилання на акаунти у соцмережах. Адже за нікнеймами та випадковими зображеннями з мережі можуть приховуватися боти або тролі.

Безперечною перевагою соціальних медіа є можливість відстежувати кількісні та якісні характеристики аудиторії. Використання технічних засобів, дозволяє визначати кількість переглядів та їх географію. Ці показники можуть змінюватись протягом доби та залежати від різних зовнішніх факторів. Наприклад, у період надзвичайних подій – терористичних актів, природних катаклізмів або техногенних катастроф, кількість аудиторії соціальних медіа дуже різко зростає.

Основними соціально-демографічними характеристиками аудиторії соціальних медіа називають відносно молодий вік середньостатистичного користувача (аудиторія традиційних ЗМІ є набагато старшою), відносно високі показники рівнів освіти та забезпеченості, хоча останнім часом інтернет стає все більш демократичним та доступним каналом поширення інформації та засобом комунікації, яким користуються вже

майже усі соціальні верстви. Якщо раніше переважну більшість аудиторії соціальних медіа складали користувачі у віці від 18 до 35 років, то на часі вікові межі значно розширилися, вони вже охоплюють аудиторію від підліткового до пенсійного віку.

Аудиторія соціальних медіа більш активна й мобільна у порівнянні з пресою, радіо і телебаченням. Це відбувається завдяки різноманітним сервісам інтерактивного зв'язку та численним способам залучення користувачів не лише до процесу споживання, а й вироблення і розповсюдження масової інформації. У результаті цих процесів виникла журналістика Веб 2.0, або громадянська журналістика. Однак, незважаючи на щорічне зростання кількості аудиторії соціальних медіа, телебачення і дотепер залишається найбільш масовим каналом поширення масової інформації, хоча вже спостерігається стійка тенденція до зміни цієї ситуації найближчим часом.

Транслюючи різні грані соціальної проблематики, соціальні медіа віддзеркалюють і реальний стан соціальної сфери у тому чи іншому суспільстві, і сутність її осмислення наукою, філософією, громадською думкою. При цьому й ініціатори публічного обговорення тих чи інших соціальних проблем часто використовують соціальні медіа спочатку як інформатора, а потім і як засіб впливу та формування громадської думки.

Вважаємо за необхідне зауважити, що використання соціальних медіаплатформ для комунікації у соціальних мережах охоплює велику аудиторію, дозволяє долучати користувачів до дискусії та забезпечує зворотній зв'язок з державними інституціями. Х. Гурчіані стверджувала, що в українському суспільстві назріла ціла низка проблем, пов'язаних з областю управління соціальними процесами. Вочевидь, що такі проблеми як зростання злочинності, наркоманії, забруднення оточуючого середовища можливо вирішувати й запобігати їм при лише наявності ефективної комунікації між державними інститутами і суспільством [3, с. 74].

Зазначимо також, що соціальні мережі поступово перетворилися зі платформ для спілкування в інформаційно-новинні системи. Так, наприклад, основною опцією та ключовою сторінкою в інтерфейсі мережі Facebook є стрічка новин News Feed, яку для себе конструює сам користувач. З іншого боку ця особливість має і негативні наслідки у вигляді так званих «бульбашок фільтрів», тобто явища обмеження інформаційного простору конкретного користувача в результаті персоналізованого пошуку та індивідуалізованої стрічки новин, зокрема і у мережі Facebook [18]. Такі обставини дозволяють стверджувати наступне: соціальні медіа можуть відігравати і негативну роль, а саме: зупиняти соціальний розвиток соціальних суб'єктів, деформувати його, навіть забирати життя у людини через відповідну інформацію. Соціальні медіа приховують в собі й потенційні небезпеки: надмірне захоплення віртуальною комунікацією призводить до руйнування соціальних зв'язків у реальному житті, тобто до десоціалізації, що стає причиною девіантних форм поведінки – користувачі часто втрачають відчуття реальності світу [15, с. 39].

Оскільки соціальним медіа характерна самоорганізація, то вони майже не контролювані і не передбачувані. Результат діяльності користувача може бути невідомим навіть йому самому. Також, завдяки тому, що контент сайту створюється різними користувачами, то виникають суперечки щодо права власності як між дописувачами, так і між ними та власником сайту.

Серед головних *переваг соціальних медіа* можемо назвати:

- загальнодоступність (за умови підключення до інтернету та наявності необхідної техніки);
- відсутність процедури тиражування і територіальних обмежень у розповсюдженні;
- наявність архівів, у яких на сайтах зберігаються великі обсяги інформації;
- мультимедійний формат, що поєднує у собі усі доступні засоби знакової передачі повідомлень;

- легкість процесу редагування матеріалів, зокрема виправлення помилок, копіювання і цитування тексту;
- можливість автоматичного перекладу текстів декількома мовами, що усуває мовленнєві бар'єри;
- наявність тематичного пошуку, що автоматизує процедуру добору необхідної інформації;
- можливість доступу до великої кількості видань одночасно;
- доступність перегляду контенту з будь-яких сучасних гаджетів;
- оперативність надання інформації;
- наявність онлайн-відео трансляцій (тобто, у режимі реального часу);
- зручність і швидкість оформлення електронної підписки на розсилку новин;
- інтерактивність як новий формат двостороннього зв'язку з аудиторією, що істотно впливає на трансформацію її ролі у процесі обміну інформацією – читачі отримують можливість брати участь у процесі створення і поширення суспільно значущої масової інформації;
- гіпертекстова природа контенту, що значно розширює смислові межі повідомлень, відсилаючи до матеріалів, споріднених за темою або жанром.

Поряд із численними перевагами існують певні **недоліки соціальних медіа**, а саме:

- нерівномірний доступ до мережі інтернет у містах і селах, відносно висока вартість послуг інтернет-провайдерів;
- велика кількість повідомлень із неякісним контентом;
- незручність сприйняття тексту з екрану мобільних гаджетів;
- розсіювання уваги від надто великих обсягів інформації;
- залежність функціонування соціальних медіа від якості послуг провайдерів – насамперед, швидкості та стабільності трафіку;
- великий обсяг неоригінального контенту – матеріалів, запозичених із ЗМІ, часто без посилань та перевірки на достовірність, надмірне зловживання копіпастом (дослівним

копіюванням чужих матеріалів) і рерайтом (переписуванням тексту оригіналу із збереженням основного змісту повідомлення);

- значна кількість недостовірної, рекламної, тенденційної інформації;

- низький рівень соціальної відповідальності, через що трапляються порушення професійних загальнолюдських морально-етичних норм;

- перевага російськомовних конструктів та меседжів в українському медіасегменті;

- недостатній рівень професіоналізму модерації, через що в соціальні медіа потрапляє велика кількість флуду, флейму та інших видів «смітєвого трафіку»;

- широке використання соціальних медіа як основного інструменту в інформаційних війнах, що призводить до значного спотворення реальної інформаційної картини світу користувачів та втрати довіри;

- вироблення у користувачів звички постійного споживання лаконічних повідомлень (новин) та одночасно втрата здібності аналізувати отриману інформацію;

- брак якісної аналітики в соціальних медіа.

Серед *недоліків соціальних медіа*, найтяжчих за наслідками як для особистості, так і для суспільства в цілому, можемо назвати: *кібербулінг та кібергрумінг*. Вважаємо за необхідне розглянути їх більш детально.

Кібербулінг (анг. cyberbullying) – залякування, цькування та переслідування користувачів мережі інтернет шляхом направлення адресату відповідних текстів, зображень, звукових файлів із погрозами, приниженнями та ін. [19].

Поширення кібербулінгу/онлайнбулінгу відбувається завдяки мобільним пристроям і бездротовим мережам 24 години на добу та викликано специфікою віртуальної комунікації, яка визначається анонімністю; необмеженістю у часі, коли користувач може в будь-який момент вийти з діалогу або продовжити його; мультимедійністю як доступністю різних способів комунікації (тексту, графічних зображень, фото- і відеоматеріалів); опосередкованістю як

відсутністю прямого діалогу, при якому користувачі бачать один одного і використовують невербальні засоби комунікації; неконтрольованістю, а також зниженням меж моральних і соціальних кордонів, що також викликає проблеми культури комунікації.

У процес кібербулінгу залучені дві сторони: агресор (кібербуллер) і жертва, однак нерідко до них присьднується свідок (спостерігач). Як правило, жертвою стає той, хто слабший (фізично або розумово) або відрізняється особливостями поведінки (замкнутістю, імпульсивністю), нерозвиненістю соціальних навичок («домашні» діти), наявністю, захворювання і та ін. Психологи також виявили фактори, які сприяють формуванню агресивної поведінки.

Сучасні дослідники ідентифікували основну причину найбільшої вразливості молоді до кібербулінгу. Це прагнення до переваги: тінейджерам дуже важливо отримати суспільне визнання тоді, коли у них ще не вистачає ресурсів, сил і терпіння аби ствердитися самостійно. Саме з цієї причини молодь прагне самоствердитися, підносячись за рахунок приниження інших в очах оточуючих. Іншою причиною може бути почуття власної неповноцінності, яке тягне за собою заздрість і помсту. Комплекс неповноцінності виникає як результат різних причин, таких як власні помилки і невдачі, душевні травми та ін. Кібербулінг містить всі необхідні умови для компенсації власної неповноцінності – від створення віртуального образу «Я» до самоствердження через приниження іншого.

До інших причин можна віднести розваги. Кібербулінг може початися з жарту, якщо жарт носить уїдливі характер. Гумор є способом саморозваги, так як об'єкт сміху стає смішним, а суб'єкт вважає себе дотепним. Причинами кібербулінгу можуть також стати проблеми в сімейних стосунках, низький рівень емпатії, невміння вирішувати конфлікти, індивідуально-особистісні особливості індивіда.

Зауважимо, що науковці зазначають про існування прямої залежності між кібербулінгом і низькою успішністю учнів/студентів, труднощами з навчанням, агресивною

поведінкою, труднощами у спілкуванні з однолітками, випадками небезпечного сексу та вживанням психотропних речовин.

Наслідки кібербулінгу носять негативний травматичний характер, в силу чого даний спосіб самоствердження є шкідливим для всіх, хто в нього залучений: не тільки жертв, але і агресорів, а також тих, хто спостерігає за ситуацією, не втручаючись в неї. У жертви кібербулінгу спостерігається низка наслідків психологічного, педагогічного, фізіологічного (медичного) і соціального характеру, наприклад, депресія, самоушкодження, суїцидальні нахили, навіть самогубство. Вони призводять до стійких особистісних змін, які перешкоджають здатності молодій людині реалізувати себе в майбутньому.

Між станом жертви і негативними наслідками кібернасилення виявлено однозначно стійкий зв'язок. Психологи, педагоги, соціальні працівники висловлюють занепокоєння з приводу цього зв'язку. Однак соціальні наслідки кібернасилення не менше травматичні, так як проявляються в безлічі аспектів: шкода для жертви й агресора, шкода для суспільства в цілому. Тривале зберігання в інтернеті травмуючої інформації викликає деструктивні зміни особистості, міжособистісних стосунків і діяльності як окремої молодій людині, так і групи людей. Як правило, жертви насильства зазнають труднощів соціалізації, вирішення своїх проблем часто знаходять в девіантній поведінці. Більш того, зарубіжні дослідження підтверджують, що наслідки шкільного насильства можуть простежуватися протягом десятиліть.

Кібергрумінг (анг. *cybergrooming* / *childgrooming*) характеризує використання мережі Інтернет та соціальних мереж злочинцями для розшуку дітей, встановлення довірливих контактів з метою подальшого вступу з ними в статеві стосунки чи здійснення по відношенню до них інших дій сексуального характеру. Останнє кваліфікується як кіберзлочин. Метою зловмисників є особиста зустріч з подальшим: фізичним нападом, сексуальним насиллям, знущанням та ін. Окрім двох форм названого деструктивного

впливу в дослідженні EUKidsOnline вирізняють також інші онлайн ризики, а саме: відслідковування/використання персональних даних, отримання небажаних сексуальних коментарів, порад із причинення собі шкоди, небажані зустрічі із незнайомцями [19].

ІТ-фахівці відзначають стрімкий зріст загроз, що поширюються через соціальні медіа та інтернет, загалом, як-то:

спам – масова розсилка комерційної, політичної та іншої реклами (інформації) або іншого виду повідомлень (у тому числі й підроблених) особам, які не висловили бажання їх отримувати. Метою розповсюдження таких повідомлень є отримання від користувачів особистих відомостей;

шпигунське програмне забезпечення – це комп'ютерні програми, які збирають інформацію без відома власника комп'ютера чи мобільного пристрою;

фішинг – технологія інтернет-шахрайства, розроблена з метою крадіжки конфіденційної інформації. Її різновидами є поштовий фітинг та онлайн-фішинг. Фішинг іноді також може вважатися спамом;

фармінг – різновид шахрайства, коли оманливим шляхом користувач потрапляє на ідентичну копію відомих сайтів, особистих сторінок. Потім відбувається завантаження комп'ютера чи мобільного пристрою вірусами і шпигунським програмним забезпеченням [7].

Резюмуючи, можемо стверджувати: соціальні медіа відображають системи зв'язків і залежностей людей у макро- і мікромасштабі, умови їх життя; фіксують і розвивають інтереси як особистості, так і суспільства. Не викликає сумніву те, що вони мають потужний вплив на формування громадської думки аудиторії, її розуміння соціального життя. Вбачається доречним використовувати соціальні медіа як ресурси для: фахової підготовки фахівців соціальної сфери; здійснення професійної соціальної діяльності; реалізації форм та методів впливу на соціальне виховання молоді та групи осіб з ризикованою поведінкою; формування медіаграмотності та етичних норм клієнтів на засадах критичного мислення.

1.2. Методичні аспекти застосування соціальних медіа у освітньому процесі та фаховій діяльності соціальних працівників

Аналіз фахових публікацій засвідчив, що сучасна освіта просунутого навчання 4.0 (Advanced Training 4.0) ставить студента в центрі екосистеми і надає йому можливість структурувати освітні траєкторії з урахуванням кінцевого результату. Оскільки студенти вимагають більшої мобільності й індивідуального досвіду навчання, інноваційні методи навчання, онлайн-доставка контенту, змішані моделі навчання і розумні простори стають сутністю вищої освіти.

Важливими є наступні аспекти просунутого навчання 4.0: навчання на вимогу, навчання в мережевих спільнотах, самостійне навчання в режимі «час і місце», мобільне навчання, самоорганізоване і самовідповідальне навчання, поєднання різних методів і середовищ навчання. Потреба в інноваційних технологіях і кращих можливості навчання трансформує потреби студентів, вносячи зміни в саму ідею сучасної освіти. До зростання змішаного електронного навчання привів попит на ефективні програми навчання.

Змішане навчання стає важливим методом навчання на робочому місці. Викладачі в університетах все частіше використовують його, при цьому взаємодія з бізнесом та стейкхолдерами дозволяє викладачам освоювати нові технології та застосовувати їх при навчанні студентів.

Студенти швидко впроваджують дистанційне електронне навчання, оскільки воно дозволяє їм гнучко відвідувати курси і виконувати свої завдання. З появою онлайн навчання студенти вважають за краще інтегрувати технології в свої навчальні плани. Це вимагає від викладачів в університетах регулярного оновлення своїх курсів і впровадження нових методів навчання. Необхідність гнучких механізмів навчання призвела до популярності самостійного електронного навчання. В умовах «гнучкого навчання» викладач повинен взяти на себе роль гіда і заохочувати студентів до автономії та гнучкості у рамках освітньої траєкторії. Використання навчальних і професійних веб-ресурсів у процесі самоосвіти призводить до

формування інформаційного персонально-орієнтованого освітнього середовища кожного студента.

Аналіз форм навчальної діяльності та переваг студентів спеціальності 231 Соціальна робота підтверджує, що відбувається активне впровадження у традиційний навчальний процес елементів інформального навчання. Студенти активно використовують всі доступні джерела освітньої інформації. У той же час вони набагато менш активно використовують традиційну інформаційну інфраструктуру університету, наприклад, університетську бібліотеку.

На часі існують різноманітні платформи, які можна використовувати в навчальному процесі фахової підготовки майбутніх соціальних працівників. У деяких програмних продуктах навчального призначення (таких як останні версії системи управління навчальними курсами Moodle) реалізовані багато технологій соціальних медіа. Наприклад, для багатьох систем управління навчанням існують різноманітні соціальні простори, такі як блоги, групи, сторінки учасників і дискусійні форуми. Так як практично всі платформи підтримують приблизно однаковий набір сервісів, можна стверджувати, що запропоновані підходи є універсальними, інваріантні щодо конкретної платформи. З урахуванням результатів наукового пошуку інших дослідників, які розробляли питання ролі соціальних медіа у педагогічному контексті, важливими є міркування, що можуть бути покладені в основу ідеї використання соціальних медіа в адаптивному мережевому освітньому просторі.

Соціальні медіа мають значний педагогічний потенціал, при цьому їх ефективна реалізація залежить від грамотного відпрацювання технічних питань. Значну роль відіграє швидкість доступу до необхідного контенту в рамках мережі. К. Келлі в своєму дослідженні на підставі експериментального матеріалу встановила емпіричне правило – для профілактики фрустрації і зниження мотивації студентів вкрай важливо завжди, коли це можливо, забезпечувати доступ до необхідної інформації в рамках соціальної мережі «в один клік». Вона неодноразово підкреслювала важливість посилення швидкого

доступу для забезпечення успішних взаємодій студентів один з одним і пошуку необхідної навчальної інформації [6].

Однією з основних потенційних проблем у застосуванні соціальних медіа є складність пошуку інформації. Пошук повинен бути організований, в першу чергу, за повнотекстовим запитом. Як показав досвід, інші механізми пошуку істотно менш ефективні в таких умовах. Відповідно, структура соціальних мереж повинна забезпечувати користувачів зручним, швидким і структурованим доступом до інформації, щоб реалізовані ними проекти могли впоратися зі значною кількістю згенерованої інформації. Варіанти вирішення зазначеної проблеми, пов'язані зі скороченням змісту в мережі інформації, неприйнятні, оскільки при цьому відбувається значне зниження ефективності навчальної діяльності.

Такі міркування дозволяють стверджувати: необхідні певні зміни акцентів в проєктованій соціальній мережі як структурному елементі мережевого освітнього простору. Такі компоненти, як «групи», «блог» і «моя сторінка», повинні бути основними, так як саме вони забезпечують обмін основною інформацією в процесі виконання проєктів, які передбачають групові форми роботи.

Ефективність груп як інструменту організації роботи обумовлена наступним:

дискусійні групи є оптимальними засобами організації взаємодії студентів в рамках досліджуваної теми. Однак зростання кількості груп може викликати проблеми, викликані складністю управління кількістю взаємодій студентів та пошуком контенту;

групи дозволяють здійснювати огляд інтересів того, хто навчається.

Ефективність блогів в педагогічному контексті обумовлена наступними факторами:

блоги представляють зручніший формат для публікації навчальних результатів своєї навчальної діяльності в порівнянні з форумами;

блоги являють собою ефективний інструмент підсумкового контролю діяльності того, хто навчається. При

цьому викладач може оцінювати власне перебіг роботи студента, а також інтенсивність і спрямованість соціальної взаємодії і спілкування;

коментарі в блозі зазвичай легкодоступні і, отже, більш керовані, що теж відноситься до переваг;

доступ до розділу «записи в блогах», як правило, легко організувати з розділу «моя сторінка» максимально швидко, «в один клік»;

доступ до блогів інших студентів також може бути організований максимально просто;

блоги також є чудовим інструментом індивідуалізації навчального простору [21].

Зв'язок між компонентами «групи» і «блоги» забезпечується досить традиційним чином. В основі кожної соціальної мережі знаходиться сторінка, яка належить конкретному члену спільноти, – це так звана «моя сторінка». Така сторінка містить посилання на групи, блоги, сторінки друзів в Інтернеті, домашні сторінки і та ін. Вона, що істотно з дидактичної точки зору, містить область для коментарів, в якій інші учасники (які навчаються і викладачі) можуть залишати повідомлення, фотографії та інші види контенту.

Стосовно до проблеми використання соціальних медіа як елемента мережевого освітнього простору «моя сторінка» важлива як інструмент забезпечення того, хто навчається швидкими посиланнями на своїх друзів, групи, блоги та інші матеріали, які вони створили в процесі навчальної діяльності. Також «моя сторінка» служить ключовим засобом комунікації інших суб'єктів простору.

До основної інформації, що міститься на «моїй сторінці» і може бути автоматично оброблена в рамках функціонування адаптивного мережевого освітнього простору, відносяться:

- дані, що містяться в розділі «остання активність» для цього учасника;

- посилання та інформація щодо контенту, створеного цим суб'єктом (зокрема, посилання на розділи «блоги», «обговорення», «групи», «фотографії», «фотоальбоми» і «відео»);

- параметри, доступні тільки адміністратору в рамках системи обмеження прав доступу.

Розділ «моя сторінка» містить інформацію, що демонструє активність окремого учасника. Саме вона відображає інформацію про силу спрямованості інформаційних потоків, які зв'язують окремих студентів, що навчаються навчальними предметами і викладачів.

Зауважимо також, що інформація, що міститься у відповідних розділах соціальної мережі, може автоматизовано збиратися й оброблятися. Окрім розділів, прямо пов'язаних із навчальною діяльністю, необхідна також наявність інструментів мотивації та забезпечення зворотного зв'язку. Для цього можна передбачити створення особливих груп.

Подібні групи повинні бути компактними і містити мінімально необхідний набір елементів:

- заголовок, включаючи інформацію про групу, теги і налаштування конфіденційності;

- основне текстове поле, в яке можна додавати контент;

- набір дискусійних форумів (при необхідності);

- стіну коментарів, де будь-який бажающий може залишити повідомлення.

Така модель використання соціальних медіа в мережевому освітньому просторі сприяє реалізації властивості простору, який називають «інтермодальним» (мається на увазі, в першу чергу, надання студенту можливості залучення в різноманітні форми діяльності як специфічної – навчальної, так і ширше – соціальної). При цьому навчальні проекти, виконання яких ініційовано викладачами, не будуть єдиним домінуючим видом навчальної діяльності. Індивідуалізація навчального простору (за рахунок таких інструментів, зокрема, як «моя сторінка», «блог», «група») надасть можливість творчого самовираження у навчальній діяльності. Студенти, що навчаються отримають інструменти персоналізованого зворотного зв'язку (від однокласників та викладачів), можливості створення своїх власних груп і дискусійних форумів для обміну знаннями і створення нових знань, заснованих на їх користь. Вони також

отримують інструмент знайомства з фахівцями із різних предметних областей, що відносяться до різних вікових груп, а також із представниками інших навчальних закладів.

Вважаємо за необхідне зауважити, що використання соціальних медіа в мережевому адаптивному освітньому просторі дозволяє досягти й непрямого ефекту. Йдеться про вплив на тих, хто не бере безпосередньої участі в навчальному процесі. В силу інтерактивного та відкритого характеру соціальних мереж студенти служитимуть моделями соціальної поведінки для своїх однолітків, що сприяє збільшенню числа суб'єктів освітнього простору. Однолітки, які відчують на собі такий вплив, фактично опиняються в умовах інформальної освіти.

Загалом, розвиток персональних цифрових пристроїв і технологій потокової передачі даних призводить до змін в житті сучасного суспільства. Тенденція застосування мобільних технологій в освітньому процесі сьогодні вже не викликає подиву, як це було кілька років тому. Практично у кожного студента вишу є свій мобільний пристрій з доступом до мережі інтернет. Тим самим з'являються нові можливості для спілкування й обміну різною інформацією між викладачами та студентами із застосуванням мобільних додатків і он-лайн-сервісів. Однією з таких можливостей є застосування технології потокової передачі даних, яка дозволяє практично в реальному часі передавати та відтворювати аудіовізуальну інформацію від одного користувача іншим.

Зауважимо, що хоча сам принцип взаємодії між викладачем та студентом, коли відбувається майже миттєвий обмін інформацією (наприклад під час організації змішаного навчання – Blended Learning), на сьогодні не є новим, проте в науковій літературі (вітчизняній та закордонній) недостатньо висвітлені сценарії використання саме технології потокової передачі даних в освітньому процесі більш предметно.

На часі, Четверта індустріальна революція, обумовлює заміну глобалізаційних процесів процесами глокалізації (за принципом «Думай глобально – дій локально») [10], стрімким

розвитком та активним проникненням у життя технологій інтернет речей, смарт-об'єктів, смарт-приладів, технології потокової передачі даних стають доступними майже всім користувачам інтернету.

Аналізу загальних аспектів організації та проведення потокової передачі даних, узагальненню технічних характеристик, які необхідно забезпечити для якісної потокової передачі даних, порівняльному аналізу програмних засобів, які можуть бути використані в освітньому процесі, присвячені роботи Е. Амірханова/В. Кравченко, Д. Дені/Д. Вахідін [1; 21].

Вважаємо за необхідне більш детально розглянути тенденції активного використання технології потокової передачі даних. У 2010 році Міжнародний медіа консорціум (New Media Consortium) оприлюднив результати досліджень та визначив наступні тенденції розвитку ІКТ, які впливають на систему освіти: мобільні технології, відкритий контент, електронні книги, доповнена реальність, сенсорні інтерфейси, візуалізація даних, великих обсяг даних [25].

У 2015 році Ericsson ConsumerLab презентувала результати дослідження, які визначили наступні тенденції, що, на думку науковців, стануть впливовими на розвиток системи освіти у 2015 році [22]. Дослідники Ericsson ConsumerLab вважали, що майбутнє полягає у поширенні використання потокової передачі даних, а саме відео. Дослідники звертали увагу, що тенденція переходу на потокову передачу даних медіа-контенту майже не відрізняється у різних країнах. Користувачі все частіше віддають перевагу послугам за запитом, які прості у використанні та працюють на різних пристроях та платформах. 2015 рік, за міркуваннями дослідників Ericsson ConsumerLab, став переломним – люди почали частіше дивитися потокові сервіси замість традиційного телебачення. У 2014 році потокове відео вже майже зрівнялася за популярністю з традиційним телебаченням: 75% респондентів дивилися потокове відео кілька разів на тиждень, а 77% – традиційне телебачення [22]. Загалом, сучасні науковці констатують факт появи технології

потокової передачі даних як сталого тренду саме з 2015 року, хоча, не викликає сумніву те, що сама технологія потокової передачі даних виникла раніше.

Передача поточкових даних (streaming) – спосіб передачі даних малими порціями (пакетами), коли кожен отриманий пакет може бути відтворений без очікування завершення передачі всього файлу. Під час потокової передачі даних передані файли стискаються, пакетуються та послідовно передаються користувачеві. Розмір самого такого пакету залежить від каналу зв'язку та пропускної його спроможності. Отримавши достатню кількість пакетів в буфер, програма-клієнт розпочинає їх відтворення і одночасно продовжує отримувати інші пакети та послідовно відтворювати їх. Основною перевагою такого методу передачі даних є майже миттєве їх відтворення іншими користувачами без потреби завантаження самого файлу. Сам файл не зберігається на стороні користувача та не може бути тиражованим, що дозволяє різноманітним web-ресурсам для боротьби за власні авторські права дозволяти тільки переглядати або прослуховувати власні файли у потоковому режимі [22].

Поява технології мобільного зв'язку 3G та 4G дозволила ще більш активно використовувати потокову передачу даних ще більшій кількості користувачів інтернету. «Слабким місцем» потокової передачі даних є швидкість передачі даних. Для забезпечення безперебійного «відкриття» (відтворення) пакетів файлу потрібна доволі висока швидкість передачі даних. 4G (4th Generation) – стандарт четвертого покоління мобільного зв'язку, при якому швидкість передачі даних перевищує показник 3G в 200-500 разів. Саме тому, поява та використання 4G дозволяє активно використовувати потокову передачу даних. Так, 65% жителів України – користувачів Київстар, 63,8% жителів України – користувачів lifecell та 57% жителів України – користувачів «Vodafone в Україні» станом на грудень 2019 року вже мали доступ до 4G [9], що свідчить про потенційні перспективи активного використання потокової передачі даних серед користувачів Інтернет в Україні.

Зростання інтересу до потокового відео частково пов'язане з поширенням ОТТ сервісів (Over-The-Top Content) [11] і зростанням переглядів контенту таких сервісів, як YouTube. В Україні, за даними Ericsson ConsumerLab, майже всі власники смартфонів (близько 90%) використовують їх для доступу до ОТТ-сервісів [22].

Хоча 5G все ще знаходиться на стадії впровадження, технологія вже проявила себе. Аналітики прогнозують великий стрибок у розвитку 5G до кінця 2020 року. Рекламодавці та видавці повинні звернути увагу на ті можливості, які відкриються перед ними, – нові формати потокової передачі даних, більш високий дозвіл, більш якісні звукові та інтерактивні ефекти.

У травні 2019 року Ericsson ConsumerLab прогнозував великий стрибок у розвитку технології мобільного зв'язку 5G до грудня 2020 року, що призведе не тільки до появи нових форматів потокової передачі даних та більш якісних звукових та відео ефектів, а й суттєвому впливу на рекламну, видавничу та освітні галузі [17].

Прикладами використання потокової передачі даних є:

- *YouTube* (популярний відеохостинг <https://www.youtube.com>);

- *SoundCloud* (онлайн-платформа та веб-сайт для розповсюдження оцифрованої звукової інформації <https://soundcloud.com>);

- *Dailymotion* (французький відеохостинг <https://www.dailymotion.com>);

- *Vimeo* (сервіс, що надає послуги в збереженні та трансляції відеоматеріалів в мережі Інтернет за допомогою протоколу HTTPS <https://vimeo.com>);

- *Deezer* (вебсайт для прослуховування музики в потоковому форматі, що дозволяє користувачам слухати на різних пристроях онлайн чи офлайн записи найбільших лейблів <https://www.deezer.com>);

- *Spotify* (інтернет-сервіс потокового аудіо, що дозволяє легально й безплатно прослуховувати музичні композиції; надає послуги легального онлайн-стрімінгу аудіозаписів

основних світових і незалежних лейблів, включаючи BBC, Sony, EMI, Warner Music Group та Universal (<https://www.spotify.com>);

- *Facebook* (найбільша в світі соціальна мережа <https://www.facebook.com>).

Мобільні додатки:

- *WeChat* (мобільна платформа для обміну текстовими та голосовими повідомленнями, розроблена компанією Tencent <https://www.wechat.com>);

- *WhatsApp* (дозволяє пересилати текстові повідомлення, зображення, відео та аудіо <https://www.whatsapp.com>);

- *Periscope* (додаток для Android, iOS та tvOS, що призначений для трансляції потокового відео в реальному часі <https://www.pscp.tv>);

- *Telegram* (месенджер, програмне забезпечення для смартфонів, планшетів та ПК, яке дозволяє обмінюватися текстовими повідомленнями та різноманітними файлами, зокрема графічними файлами та відеофайлами, а також безкоштовно телефонувати іншим користувачам програми <https://telegram.org>) надають змогу користувачам обмінюватися потоковими даними у реальному часі.

Постійний стрімкий розвиток цифрових пристроїв та технологій потокової передачі даних призводить до певних змін в діяльності користувача інтернет-ресурсів [6, с. 66]. Web-сторінки та браузері втрачають свою важливість у порівнянні поточним даним у соціальних мережах. Користувачі хочуть [6, с. 67] отримувати та отримують фото, відео та музику у реальному часі, а не переглядати давніші публікації. Користувачі підписуються на поточкові канали у YouTube та RSS-стрічки блогерів аби отримувати актуально відео та новини «станом на тут і зараз». Теги змінюють посилання [6, с. 67]. Користувачі не збирають посилання аби потім знаходити потрібну інформацію. Користувачі все частіше використовують теги аби знаходити актуальну інформацію «станом на тут і зараз». Деякі платформи працюють виключно у теперішньому часі (поточковому форматі) – SnapChat, WeChat, WhatsApp, Telegram та ін.

Активне використання потокових даних неминуче призводить і до змін сценарію використання соціальних медіа та інформаційно-комунікаційних технологій в освітньому процесі. Сучасні дослідники зауважують на перехід від статичного використання електронних освітніх ресурсів до їх потокового використання. Ніколас Кар стверджує, що більшість створених електронних освітніх ресурсів до 2018 року є статичними. Під «статичністю» він розуміє статичність кожного об'єкта електронного освітнього ресурсу та його завершеність – продукт є готовим до використання і не підлягає змін та/або вдосконалень користувачами [24].

На часі, можемо констатувати наявність тенденції поступового відходу від статичних створених електронних освітніх ресурсів до мінливих або інтерактивних [6, с. 80] електронних освітніх ресурсів. Web-сторінки таких електронних освітніх ресурсів є гнучкими. Вони є адаптованими до різних пристроїв користувача з різними операційними системами. Контент такого ресурсу може бути персоналізованим під користувача в залежності від рівня його знань або практичних навичок. Окрім того передбачається коригування, покращення та редагування контенту такого освітнього ресурсу.

Загалом, окреслені вище можливості потокової передачі даних та постійний розвиток та вдосконалення портативних цифрових пристроїв користувачів (планшети, смартфони), доступність стандарту передачі даних 4G неминуче призводять до виникнення нових сценаріїв використання соціальних медіа та сучасних ІКТ в освітньому процесі. З'являються нові можливості використання потокової передачі даних, яка дозволяє майже у реальному часі передавати аудіовізуальну інформацію від одного користувача іншому. Більше того, подібні сценарії вже мають практичний досвід використання у вищій школі – Blended Learning (змішане навчання) та використання онлайн трансляції (streaming) викладачем та/або студентом для всіх користувачів за допомогою відеохостингу або соціальних мереж.

Аналізуючи доступний в мережі інтернет практичний досвід саме в Україні, можемо виокремити наступні онлайн

сервіси та мобільні додатки, які можуть бути корисними для потокової передачі даних у процесі фахової підготовки майбутніх соціальних працівників у найближчі роки:

- YouTube, Facebook для проведення онлайн трансляцій (streaming);

- Open Broadcaster Software (OBS), Padlet, Skype for Business – для запису та онлайн трансляції екрану комп'ютера;

- Nearpod, PowerPoint online та OneNote online (Office 365) – онлайн трансляції презентацій зі свого комп'ютера;

- Classroom, Teams (Office 365) – для адміністрування навчальним процесом, публікацією завдань та перевірки їх виконання студентами.

Вважаємо за необхідне більш детально розглянути сценарії використання потокової передачі даних за допомогою Nearpod (платформа є умовно безкоштовною), що може бути успішно реалізована у процесі професійної підготовки соціальних працівників. Окреслимо можливості та переваги платформи в межах безкоштовного пакету використання:

- кількість учасників одночасного застосування – до 40;

- користувачі можуть завантажувати та/або створювати презентації обсягом до 20 Мб;

- загальний обсяг збережених презентацій на одному обліковому записі не має перевищувати 50 Мб;

- безкоштовний доступ до понад сотні різноманітних уроків, які досить легко відфільтрувати за тегами (навчальними дисциплінами);

- можливість перетворювати PowerPoint у Google слайди;

- можливість організації та проведення формувального оцінювання учасників;

- налаштування гейміфікації оцінювання прогресу учасників;

- інтеграція із Google Classroom;

- викладач має можливість ставити запитання учасникам в будь-який момент онлайн трансляції та отримувати відповіді учасників в текстовому форматі;

- під час онлайн трансляції викладач має можливість відправити собі на електронну пошту результати поточного стану онлайн трансляції із виокремленням відповідей учасників на запитання.

Розробниками враховано можливість переходу на платне використання платформи та два додаткових платних пакета – «Золотий» (10 доларів на місяць) і «Платинум» (20 доларів на місяць). Платні пакети передбачають більш ширшу лінійку можливостей використання. Так пакет «Золотий» дозволяє збільшити кількість учасників класу до 50 (пакет «Платинум» дозволяє одночасно приєднати до 75 учасників); місце для зберігання до 3 Гб (в пакеті «Платинум» – до 5 Гб); розмір одного уроку-презентації не більше 40 МБ (пакет «Платинум» – не більше 50 МБ); індивідуальні звіти кожного студента; персоналізація траєкторії навчання; можливість завантаження власного відео та імпорт власних веб-сторінок; легка інтеграція із YouTube.

Прикладом реалізації соціальних медіа у професійній підготовці соціальних працівників може бути безкоштовний пакет «Срібний» платформи Nearpod. Пропонуємо розглянути технологію потокової передачі даних (із використанням платформи Nearpod) більш детально.

Насамперед зауважимо, що для якісного перебігу навчального процесу всі його учасники мають мати власний портативний пристрій (смартфон) та бути впевненими його користувачами, а також: мати облікові записи у Facebook (чи інших соціальних мережах), знати та використовувати загальні правила пошуку інформації у пошуковій системі Google; вміти користуватися голосовим пошуком та ін.

Реєструватися на платформі можна користуючись власною або робочою електронною скринькою, вже створеним обліковим записом Google чи Office 365. Враховуючи, що викладачі використовують переважно декілька різноманітних електронних освітніх ресурсів – реєстрація за допомогою корпоративного облікового запису значно спрощує сам процес реєстрації та відпадає потреба у запам'ятовуванні логінів і паролів для окремих електронних освітніх ресурсів.

Після реєстрації користувач потрапляє до робочої панелі Nearpod. Передбачається використання наступних сценаріїв використання:

- «Моя бібліотека» (*«My Library»*). Можливість запуску уроків, презентацій, які користувач вже створив або обрав із переліку доступних курсів із бібліотеки. Доступні курси є платними та безкоштовними;

- «Звіти» (*«Reports»*) – викладач має можливість переглянути узагальнені результати діяльності студентів по кожному створеному уроку;

- «Ресурси» (*«Theater Resources»*) – база знань для викладача. Тут знаходиться календар проведення вебінарів для викладачів; відео інструкції та відеопоради по створенню якісного електронного освітнього продукту; різноманітні шаблони;

- «Створити власний урок» (*«Create»*). Для створення власного уроку потрібно натиснути кнопку «Create», яка знаходиться у верхньому правому куті екрану. При її натисканні користувач із випадаючого меню може обрати можливість створення (експорту) уроку із Google Slides або створити безпосередньо у Nearpod. Радимо експортувати презентації з Google Slides і не використовувати PowerPoint, бо останній формат презентацій значно обтяжливий за обсягом пам'яті аніж Google Slides.

Якщо користувач обирає можливість самостійного створення уроку в Nearpod, то платформа пропонує наступні можливості:

- додати вже розроблений контент у форматі Word, PDF, PNG, PowerPoint. Зазначимо про можливість завантаження не тільки із пам'яті власного пристрою, але й з різних хмарних сховищ: Google Disk, Dropbox, OneDrive та ін.;

- використати готові ресурси, які вже опубліковані в мережі інтернет;

- додати інтерактивну діяльність або інтерактивні завдання. Прикладом може бути тестове завдання на відповідність, тестове завдання та вибір однієї або декількох правильних відповідей, тестове завдання на введення текстової

відповіді. Також передбачено можливість колективної діяльності учасників за допомогою спільних дошок, на яких є можливість розміщення коротких текстових повідомлень, посилок та зображень.

Зауважимо, що можливості використання уже готових освітніх ресурсів доволі різноманітні – це не тільки вибір готових зображень, тестових завдань, новин відомих міжнародних засобів масової інформації, а й використання готових зображень з бібліотеки 3D зображень та симуляторів.

3D зображення візуалізують об'єкти, сприяють їх сприйняттю, запам'ятовуванню та мотивують до практичного використання.

Щодо використання симуляцій, які пропонує платформа, то у контексті окресленої проблеми реалізації соціальних медіа у професійній підготовці соціальних працівників, краще використовувати ті симуляції, які пов'язані із повсякденним життям людини.

Після завантаження та/або створення презентацію необхідно зберегти. Для початку потокової передачі даних (онлайн трансляції) необхідно обрати презентацію із списку в розділі «Моя бібліотека» та розпочати трансляцію, натиснувши «Онлайн трансляція» (Live Lesson). Система автоматично генерує код, за яким учасники (студенти) мають приєднатися до уроку. Для учасників можливий сценарій приєднання без створення окремого облікового запису або реєстрації на платформі, що є дуже цінною перевагою даної платформи у навчанні дорослих людей. Проте необхідно пам'ятати, що під час кожного запуску онлайн трансляції код генерується заново.

Передбачена можливість відправки посилання для доступу до уроку на електронну пошту собі, як викладачу та учасникам уроку, як студентам. Є можливість поширити створений урок у соціальних мережах, поділитися посиланням із друзями та колегами, вставити урок на власний сайт або Google Classroom чи Microsoft Teams (Office 365).

Найбільш затребуваним для студентів є сценарій інтеграції створеного уроку в Nearpod на платформу дистанційного

навчання Moodle – для них цей сценарій значно зручніший аніж використання Google Classroom чи Microsoft Teams (Office 365). Останні передбачають додаткову реєстрацію, одночасне використання кількох відкритих електронних освітніх ресурсів. Незручна навігація для користувача у Google Classroom чи Microsoft Teams (Office 365) також ускладнюють користування Nearpod у зазначених платформах.

Для онлайн трансляції викладачу потрібно перемикаєти слайди та, за бажанням, створювати запитання та приймати відповіді від учасників. По завершенню онлайн трансляції в розділі «Звіти» можна переглянути результати діяльності учасників. Одночасно, по завершенню уроку, відповідний звіт автоматично генерується та надсилається на електронну скриньку викладачу.

Аналіз вітчизняного практичного досвіду використання платформи Nearpod за дистанційною формою навчання, дозволяє зробити припущення, що технологія потокової передачі даних є потенційно важливим ресурсом, що буде затребуваним у найближчі роки. Технологія потокової передачі даних може бути застосована як при традиційній лекційній формі навчання, так і під час змішаного навчання та інших форм організації навчального процесу. Останнє обумовлено простотою використання для викладача, доступністю платформи (безкоштовні пакети використання програмного продукту), широкий вибір онлайн сервісів. Окрім того, від користувачів не вимагається додаткова реєстрація, що значно приваблює студентів до його використання. Зручний та зрозумілий інтерфейс для користувача, можливість повернутися та повторно переглянути матеріал, що транслювався онлайн – це додаткові переваги його використання.

Зауважимо, що фахівці не рекомендують застосовувати потокову технологію передачі даних під час навчання студентів, які не підтвердили свій достатній рівень користувача ресурсів інтернету, не мають власного портативного пристрою (смартфона) та не є впевненими його користувачами. Доречним є до початку впровадження

технології потокової передачі даних в навчанні забезпечення виконання наступних умов:

- наявність власного портативного пристрою (смартфон) в учасників;

- підтверджена здатність впевненого користувача власного смартфона;

- підтверджена здатність впевненого користувача ресурсів інтернету;

- обов'язкова попередня підготовка викладача щодо оволодіння навичками роботи з технологією потокової передачі посередництвом соціальних медіа.

Загалом, можемо резюмувати: з долученням соціальних медіа до професійної підготовки соціальних працівників, останні отримують доступ до соціальної інформації різних країн, що сприяє формуванню правових, соціальних норм та цінностей, підвищенню загальнокультурного рівня різних соціальних груп, соціальній адаптації особистості до нових умов інформаційного суспільства.

Здійснений науковий пошук дозволяє стверджувати про необхідність використання соціальних медіа у практиці соціальної роботи як сучасного та доцільного інструменту, який дозволяє:

1) проводити профілактичну роботу серед населення;

2) надавати дистанційні консультаційні послуги тим, кому незручно в силу різних причин, зокрема, фізичних обмежень, далеких відстаней, потрапити на особисту зустріч до соціального працівника;

3) проводити тренінги, вебінари та інші навчальні заходи;

4) здійснювати дослідження (онлайн опитування клієнтів, представників цільових груп, нарративні дослідження та ін.);

5) реалізовувати програми адвокації, захисту прав конкретних людей або цільових груп [13].

Для прикладу:

- використання соціальних проектів як готових відео-кейсів, які представлені в YouTube, Vimeo, за умови неможливості постійно перебувати у соціальних службах майбутнім соціальним працівникам, дозволяє детально

розглядати процес та умови ведення випадку як базового способу надання індивідуальних соціальних послуг громадянам;

- інтерактивні веб-сторінки (Wikipedia, BuzzFeed) дозволяють здійснювати швидкий пошук інформації, необхідної для професійної підготовки та діяльності соціальних працівників, за умови недоступності до паперових носіїв;

- за умови використання соціальних мереж (Facebook, LinkedIn), блогів (Wix, Wordpress, Tumblr, Blogger), платформи для мікроблогів (Twitter, Gab, Tout, Yammer, Mastodon) соціальні працівники можуть оприлюднювати необхідну інформацію для клієнтів; надавати необхідні коментарі та консультації; здійснювати профілактичну та організовувати волонтерську роботу за рахунок соціальної реклами та репостів; проводити моніторинги з різних питань та проблем.

На платформі соціальних медіа, форумів і блогів, інтернет-порталів та мережевих видань створюються ком'юніті. При цьому віртуальні спільноти можуть перетворюватись на реальні: наприклад, учасники благодійних акцій у соціальних медіа часто проводять волонтерські заходи у реальному житті, а головним каналом комунікації та способом організації стають соціальні медіа.

За результатами соціологічного дослідження «Цифрова грамотність населення України», проведеного у 2019 році MLS group на замовлення міністерства цифрової трансформації України [4], 86,5% опитаних мешканців України користуються інтернетом вдома; 64,5% користувачів віком 60-70 років використовують власний смартфон для виходу в мережу інтернет вдома. 47,8% опитаних 60-70 річних користувачів бажають навчатись цифровим навичкам; 71,3% бажають це зробити з метою вирішення власних проблем за допомогою Інтернет ресурсів (пошук потрібної інформації, сплата за послуги та товари, розваги та ін.). При цьому онлайн навчання обирають 24,3% опитаних 60-70 річних користувачів, 27,5% – обирають навчання оф-лайн у спеціалізованих освітніх хабах, 25,9% готові поєднати навчання онлайн та офлайн.

За таких обставин, можемо констатувати збільшення кількості дорослих користувачів портативних пристроїв для виходу в мережу інтернет, збільшення інтересу дорослих користувачів інтернету до власного навчання за допомогою інтернет-ресурсів, у тому числі й з використання режиму «онлайн», який забезпечується технологією потокової передачі даних. Тож соціальні працівники можуть успішно використовувати технологію потокової передачі даних для освіти – навчання, перенавчання, профорієнтація дорослого населення України. Вищезазначене, у свою чергу, дасть можливість не тільки змінювати ситуацію щодо зайнятості дорослого населення, а й сприяти педагогізації та загальній освітченості українців.

Висновки

За результатами здійсненого наукового пошуку можемо резюмувати наступне: соціальні медіа, на часі, обумовлюють низку дискусійних питань, зокрема: їх вплив на формування ціннісних орієнтирів сучасної людини (негативні та позитивні аспекти). Серед *позитивних аспектів* – педагогізація суспільства та мінімізація чинників та факторів потрапляння у ситуації ризику (через спецпроекти, статті, сюжети в новинах та ін., які транслюються за допомогою соціальних медіа). Людина, яка раніше не зіткнулася з проблемою, завдяки можливостям сучасних медіа знайомиться з її найрізноманітнішими проявами, складає певну уяву і формує відповідне ставлення до зазначеної проблеми. *Негативні* – роль соціальних медіа як маніпулятивних чинників у мотивації дій людини; відсутність сформованого критичного мислення у людей щодо інформації, яка поширюється завдяки соціальним медіа; нав'язування стереотипів «красивого життя»; безвідповідального ставлення до свого життя та життя оточуючих; практичне пропагування готових алгоритмів діяльності злочинних угруповань щодо громадян; соціальні медіа не сприяють розумінню відповідальності за злочин, а лише констатують його наявність. Урахування таких обставин дозволяє за допомогою сучасних медіа у професійній

підготовці та діяльності соціальних працівників формувати особистісне ставлення та відношення клієнтів соціальних закладів до проблем, відповідні фахові компетентності, необхідні для успішного здійснення професійної діяльності.

Практика використання потокових даних обумовлює зміни у використанні соціальних медіа у професійній підготовці та діяльності соціальних працівників та мережевому освітньому просторі загалом.

Пріоритетними напрямками подальших наукових пошуків вважаємо визначення і розробку методик упровадження технологій соціальних медіа, як допоміжного ресурсу у професійну підготовку та діяльність соціальних працівників для забезпечення послуг різним групам клієнтів. Перспективу вбачаємо в дослідженні впливу на якість знань під час використання технології потокової передачі у звичайній лекційній формі навчання, змішаному навчанні або дистанційному та аналіз її ефективності у різних вікових категоріях.

Список використаних джерел

1. Амірханов Е. Д., Кравченко В. І. «Аналіз технологій передачі даних, що використовуються для розробки студії телемовлення в Інтернеті». Міжнародний науковий журнал «*Науковий огляд*». 2016. № 4(25). С. 12–18.

2. Базелюк В. Г. та ін. Освіта дорослих у перспективі змін: інновації, технології, прогнози. Ніжин: ПП Лисенко М. М. 2017. 160 с.

3. Гурчіані Х. Д. Особливості висвітлення соціальної проблематики сучасним українським ТБ у контексті глобальних світових тенденцій: дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.24 / Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, 2016. 191 с.

4. Дослідження – цифрова грамотність населення. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/> (дата звернення 20.02.2020).

5. Каверіна А. С. Ключові тенденції в українському медіапросторі. *Молодий вчений*. Науковий журнал. 2015. № 10 (25). С. 200–204.

6. Кевін Келлі. Невідворотне. 12 технологій, що формують наше майбутнє. К.: Наш формат, 2018. 136 с.

7. Кочарян А. Б. Виховання культури користувача Інтернету. Безпека у всесвітній мережі: навчально-методичний посібник. К.: 2011. 100 с.

8. Матчук Я. Соціальні медіа як комунікаційна платформа європейського парламенту. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3338/3016 (дата звернення 10.02.2020).

9. Мобільність четвертого покоління: як «Київстар», «Vodafone Україна» і lifecell просувають 4G. URL: <https://mind.ua/publications/20197094-mobilnist-chetvertogo-rokolinnya-yak-kiyivstar-vodafone-ukrayina-i-lifecell-prosuvaют-4g> (дата звернення 20.02.2020).

10. Олійник О. М. «Концептуалізація глокалізації: методологічні аспекти». *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2009. № 38. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_38_4.pdf (дата звернення 19.10.2019).

11. ОТТ. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/ОТТ> (дата звернення 19.02.2020).

12. Рижанова А. О. Засоби масової інформації. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери. 2-ге видання / за заг. ред. проф. І. Д. Зверєвої. Київ, Сімферополь: Універсум, 2013. 536 с.

13. Семигіна Т. Он-лайн технології у практичній соціальній роботі. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/13401/119-121.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 11.02.2020).

14. Тихонова О. В. Конверсно-модульний метод інтеграції мультимедійних потоків з контролем затримок в пакетних телекомунікаційних мережах. URL: <https://onat.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F-2.pdf> (дата звернення 04.02.2020).

15. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. 130 с.

16. Федоренко С. А. Університети «третього віку» як складова безперервної освіти: зарубіжний досвід. *Педагогічний процес: теорія і практика*. Вип. 1. 2014. С. 133–138.

17. 5G consumer potential An Ericsson Consumer & IndustryLab Insight Report May 2019 Busting the myths around the value of 5G for consumers. URL: <https://www.ericsson.com/498f26/assets/local/reports-papers/consumerlab/reports/2019/5g-consumer-potential-report.pdf> (дата звернення 20.02.2020).

18. Bozdag E. Bias in algorithmic filtering and personalization. *Ethics and Information Technology*. 2013. № 15. P. 209–227.

19. CEOP. Центр боротьби з експлуатацією та захисту дітей в Інтернет мережі (Великобританія). URL: <http://ceop.police.uk/> (дата звернення 19.02.2020).

20. Davis R. Social Media in Election Campaigning. EPRS Briefing. 2015. P. 8.

21. Deni D., Wahyudin D. «Smart Digital for Mobile Communication Through TVUPI Streaming for Higher Education». 2019. P. 30–46. URL: <https://online-journals.org/index.php/ijim/article/view/10286/5674> (дата звернення 11.02.2020).

22. Ericsson ConsumerLab. URL: <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/consumerlab/reports> (дата звернення 12.02.2020).

23. Maor W., Bouhnik D. «Usage Habits in Music Streaming Applications and Their Influence on Privacy Related Issues [Research in Progress]». *InSITE 2019: Informing Science+ IT Education Conferences: Jerusalem*. 2019. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Online-Information-Privacy%3A-Measuring-the-Trade-Off-Hann-Hui/25af00b01e4edfbc1576e6bc915f084e1c8aa166> (дата звернення 17.02.2020).

24. Nicholas Carr. *Words in Stone and on the Wind*. Rough Type, 2012. 160 p.

25. The 2010 Horizon Report//New Media Consortium. 2010. URL: <https://library.educause.edu/resources/2010/1/2010-horizon-report> (дата звернення 17.02.2020).