

Фундація ім. Зофії Заменгоф



**РОЗВИТОК СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ
ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА**

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

ВАРШАВА

2023

Zofia Zamenhof Foundation



**DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE
COMMUNICATIONS
OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS
IN SOCIAL MEDIA**

COLLECTIVE MONOGRAPH

WARSAW

2023

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dabrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Reviewers:

Ihor Chornodid

D. Sc. in Economics, Professor of Business Economics and Management Department, Vice-rector for scientific and pedagogical work, Academy of Labour, Social Relations and Tourism (Ukraine)

Teo Tirtio

PhD in Economics, Project Manager in FARADI SRL, Researcher, Polytechnic University of Turin (Italy)

Arkadiusz Durasiewicz

Professor, Dr. habil., MBA, DBA, LL.D, Vice rector for Student Affairs and Science, Humanum Collegium Humanum (Poland)

Responsible editors:

Zbigniew Dąbrowski, Editor-in-Chief „Consortio – Journal of Economics, Social Sciences, Law and Education”, Chairman, Zofia Zamenhof Foundation (Poland)

Wojciech Duranowski

Ph.D. in Economics, Adjunct, Coordinator of the ERASMUS department, University of Opole, Vice president, Zofia Zamenhof Foundation (Poland)

Liudmyla Huliaieva

Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Academy of Labour, Social Relations and Tourism, Head of the Department of International Projects at Kyiv Business School (Ukraine)

Andrii Oliinyk

Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of International Management, State University of Trade and Economics, the Expert of the Department of International Projects at Kyiv Business School (Ukraine)

Recommended for publication by:

Approved for publication by the the Scientific Council of the Publishing House of Zofia Zamenhof Foundation at the sitting on 08 December 2023.

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph. Edited by Z. Dabrowski, W.Duranowski, L. Huliaieva, A.Oliinyk. Warsaw, Zofia Zamenhof Foundation, 2023. 366 p.

The publication is the result of the project “COMSUS. Development of sustainable communications of Higher education institutions in social media” (project n° 2022-1-PL01-KA220-HED-000090164, Erasmus + program).

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

The materials are printed in the author's edition. Authors bear personal responsibility for the content, accuracy of the provided facts, and originality of the publications.

© Zbigniew Dąbrowski, Wojciech Duranowski, Liudmyla Huliaieva, Andrii Oliinyk (resp. ed.), 2023

© Team of Authors, 2023

© Zofia Zamenhof Foundation, 2023

ISBN 978-83-970242-0-5 (eBook)

DOI: 10.6084/m9.figshare.24814065

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ FACEBOOK ТА INSTAGRAM У ДІЯЛЬНОСТІ ОКРЕМИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA FACEBOOK AND INSTAGRAM IN ACTIVITIES OF INDIVIDUAL INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

Політова Анна,

кандидатка юридичних наук, доцентка,
доцентка кафедри права,
Маріупольський державний університет,
Київ, Україна
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-7351-7110>

Михайліченко Тетяна,

кандидатка юридичних наук, доцентка
доцентка кафедри кримінального права та кримінально-правових дисциплін,
Полтавський юридичний інститут
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,
Полтава, Україна
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-4668-3375>

Politova Anna,

PhD, Associated Professor,
Associate Professor of Department of Law,
Mariupol State University,
Kiev, Ukraine

Mykhailichenko Tetiana,

Ph.D., Associated Professor at the Department of Criminal Law and
Criminal Law Disciplines,
Poltava Law Institute of the Yaroslav Mudryi National Law University,
Poltava, Ukraine

Анотація. У роботі здійснена спроба дослідити активність українських ЗВО у соціальних мережах Facebook та Instagram та описати типові підходи до розкриття ними своєї діяльності. Авторки дійшли висновків, що наразі соціальні мережі стали важливим інструментом у формуванні власного бренду як ЗВО, так і викладачів/науковців. Окрім того, вони сприяють побудові довірливих відносин зі

своєю аудиторією та їх ефективній взаємодії. Водночас відмічено, що не всі ЗВО повноцінно використовують можливості, які надають соціальні мережі.

Ключові слова: соціальна мережа, заклад вищої освіти, промоція, бренд науковця, бренд закладу вищої освіти.

Abstract. The paper attempts to investigate the activity of Ukrainian institutions of higher education in Facebook and Instagram social media and to describe typical approaches to disclosing their activities. The authors came to the conclusion that currently social media have become an important tool in the formation of their own brand of higher education institutions and teacher/scientist. In addition, it contributed to the building of trusting relationships with their audience and their effective interaction. At the same time, it is noting that not all institutions of higher education fully use the opportunities provided by social media.

Keywords: social media, institution of higher education, promotion, brand of a scientist, brand of a higher education institution.

Вступ. Сьогодні ми не уявляємо свого життя без соціальних мереж. Вони посіли у нашому житті особливе місце. Для будь-якого закладу вищої освіти (далі - ЗВО) соціальна мережа - це можливість не тільки рекламувати себе, але й знайомити громадськість зі своєю діяльністю та залучати широке коло людей до "похідної" промоції. Таке інформування дозволяє створити позитивний імідж, впливає на рейтинг ЗВО і сприяє залученню абітурієнтів до вступу.

Метою дослідження є аналіз активності українських ЗВО у соціальних мережах Facebook та Instagram та описати типові підходи до розкриття ними своєї діяльності.

Огляд літератури. Дослідження ролі соціальних мереж, проблем Інтернет-комунікацій та організації спілкування у соціальних мережах, їх впливу на особистість користувачів досліджували О. Белінська, Б. Вахула, А. Погодіна, В. Сазанов і А. Сапожник. Також В. Горовий, В. Сазонова та інші вчені присвятили

свої наукові розробки питанням вивчення інформаційного (мережевого) розвитку суспільства. Разом з тим, досліджень щодо впливу соціальних мереж ЗВО на сучасну роль соціуму не проводилося, хоча значна кількість ЗВО використовують ту чи інші платформи задля промоції та формування образу лідеру думок. Це вказує на актуальність та важливість такого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Варто відзначити, що повномасштабне вторгнення російських військ 24 лютого 2022 року в Україну завдало ще більшого удару українській системі вищої освіти порівняно з роками дії карантинних обмежень. Руйнування інфраструктури ЗВО, проблема людського капіталу, а також відновлення освітнього процесу в умовах воєнного стану стали справжніми викликами. Згадана вище часткова адаптація українських ЗВО до освітнього процесу в умовах карантинних обмежень надала корисного досвіду для відновлення навчання. Саме навички, набуті під час пандемії, навіть за умови руйнування інфраструктури закладів, допомогли продовжити їхню діяльність в умовах війни [1, с. 32]. Серед ЗВО України найбільша кількість постраждалих у Донецькій, Луганській та Харківських областях. Всього в Україні 3395 закладів пошкоджено та 363 зруйновано повністю [2]. Водночас наразі значна кількість ЗВО, які не перебувають біля лінії фронту або не є в прифронтових областях, відносила очне навчання чи навчання у змішаному форматі. І навіть у прифронтовому Харкові деякі заклади вирішили працювати у змішаному форматі (приміром, Харківський національний медичний університет [3]).

Хоча вступна кампанія 2022-2023 років і була для багатьох ЗВО серйозним випробуванням, адже якщо у 2014-2015 навчальному році в Україні налічувалось трохи більш як 890 тис. тих, що навчалися на бакалавраті, то у 2021-2022 році – вже 692 тис. (падіння у 27%). Тих, що навчалися на магістратурі, у 2014-2015 н. р. було 346,6 тис. осіб, а вже минулого навчального року – 266,5 осіб (скорочення на 23%) [4]. Зазначені цифри вказують про зменшення кількості бажаючих здобувати вищу

освіту. І ця тенденція характерна не лише для України. Так, дослідниками відмічається зменшення кількості нових студентів, які вступають і до університетів США. Більш того, ця тенденцією набирає обертів [5].

Н. Хоув та В. Штраус відзначають, що сьогодні в закладах вищої освіти, згідно із теорією поколінь, навчаються “міленіали”, молоді люди народжені в період з 1982 по 2004 рр. Вони характеризуються зарубіжними вченими як соціальна когорта, яка проводить значну частину свого життя у віртуальному світі, має найбільше знань і досвіду в галузі інформаційно-комунікаційних технологій, а більшість з них використовують ці технології як джерело інформації та ефективний засіб комунікації. Участь у створенні власного контенту, висловлення власного бачення та своєї думки, долучення на добровільних засадах до віртуальних спільнот – усі ці фактори призводять до збільшення часу перебування та примноження кількості молодих людей в інтернет-просторі [6, с. 415]. Саме тому для ЗВО велику роль у залученні абітурієнтів - майбутніх студентів - відіграють саме соціальні мережі. Так, сьогодні останні (соціальні мережі) - це основне джерело інформації, адже за результатами 66,2% респондентів віддають перевагу YouTube, 55% - Facebook. Також 50% опитаних споживають новини у Viber, 29,5% - в Instagram, 25,1% - у TikTok, 8,3% - у Twitter [7].

У соціальній мережі Facebook є інформація про понад 100 університетів, серед яких приблизно 10 % - неофіційні сторінки, а 5 % - це сторінки кафедр, груп для спілкування, спільнот. Окрім того, інформація про діяльність деяких ЗВО застаріла та неактуальна. Проаналізуємо узагальнену інформацію більш детально на прикладі деяких ЗВО, зокрема, які увійшли у ТОП-10 рейтингу найкращих вишів України 2023 році, а також ЗВО де працюють автори цього дослідження (табл.1).

Таблиця 1

Інформація про Університети у Facebook

№ з/п	Назва ЗВО	Посилання на сторінку в Facebook	Інформація			Періодичність оновлення інформації
			«Життя»	Вступ	Заходи та події	
1.	Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”	https://www.facebook.com/politekh	+	-	Події та заходи не оновлюються з 2018 р.	Періодично оновлюється
2.	Київський національний університет імені Тараса Шевченка	https://www.facebook.com/kyiv.university	+	+	+	Оновлюється постійно
3.	Харківський національний університет імені Каразіна (сторінка у Facebook - V.N. Karazin Kharkiv National University)	https://www.facebook.com/Karazin.University	+	+	+	Оновлюється постійно
4.	Національний університет “Львівська політехніка” (сторінка у Facebook - Львівська політехніка)	https://www.facebook.com/lvivpolytechnic	+	+	+	Оновлюється постійно
5.	Львівський національний університет імені Івана Франка	https://www.facebook.com/franko.lviv.ua	+	+	+	Оновлюється постійно
6.	Сумський державний університет	https://www.facebook.com/sumdu.ua	+	+	Події та заходи не оновлюються з 2021 р.	Оновлюється постійно
7.	Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”	https://www.facebook.com/ntu.xpi	+	+	+	Оновлюється постійно
8.	Національний університет біоресурсів і природокористування України (сторінка у Facebook - НУБІП / NULES) Має 2 неофіційні сторінки	https://www.facebook.com/nubip.edu.ua	+	+	Події та заходи не оновлюються з 2020 р.	Періодично оновлюється
9.	Харківський національний університет радіоелектроніки (сторінка у Facebook - ХНУРЕ)	https://www.facebook.com/nureKharkiv/	+	+	Події та заходи не оновлюються з 2021 р.	Оновлюється періодично
10.	Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”	https://www.facebook.com/ntudp	+	+	+	Оновлюється постійно
11.	Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого	https://www.facebook.com/nlu.official	+	+	+	Оновлюється постійно
12.	Маріупольський державний університет	https://www.facebook.com/mdu.mariupol	+	+	+	Оновлюється постійно

Для порівняння з соціальною мережею Facebook, порівняємо ці ж самі ЗВО в Instagram.

Таблиця 2

Інформація про Університети в Instagram

№ з/п	Назва ЗВО	Інформація		Періодичність оновлення інформації
		«Життя»	Вступ	
1.	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»	+	+	Оновлюється постійно
2.	Київський національний університет імені Тараса Шевченка	+	+	Оновлюється постійно
3.	Харківський національний університет імені Каразіна	+	+	Оновлюється постійно
4.	Національний університет «Львівська політехніка» (має кілька сторінок, але ВСІ неофіційні, а також є сторінки окремих факультетів/ін-тів)	Останнє оновлення у 2015 р.		
5.	Львівський національний університет імені Івана Франка	+	+	Оновлюється постійно
6.	Сумський державний університет	+	+	Оновлюється постійно
7.	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	+	+	Оновлюється постійно
8.	Національний університет біоресурсів і природокористування України	Після 2021 р. оновлень не було, окрім 3 постів		Оновлення не інформативні
9.	Харківський національний університет радіоелектроніки	+	+	Оновлюється постійно
10.	Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»	+	+	Оновлюється постійно
11.	Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого	+	+	Оновлюється постійно
12.	Маріупольський державний університет	+	+	Оновлюється постійно

Висновки. Таким чином, наше дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Сьогодні соціальні мережі є важливим інструментом для ЗВО у формуванні власного бренду, побудові довірливих відносин зі своєю аудиторією та сприяють

ефективній взаємодії. Вони надають швидкий, короткий і оптимальний спосіб відображення ідентичності університетів у онлайн середовищі. За результатами дослідження використання соціальних мереж ЗВО, як інноваційної платформи для формування свого бренду, веде у деяких мережах до перенасичення непотрібною та зайвою інформацією, а також її не оновленням. Тому системний аналіз свого контенту та своїх підписників є ефективним механізмом для розвитку свого бренду, щоб не втратити свого майбутнього студента.

2. Аналіз соціальної мережі Facebook показав, що вона не може заохочувати майбутніх абітурієнтів, вона розрахована на більш старших фоловерів (батьків, випускників, стейкхолдерів). Більш молодіжною за своїм емоційним контентом є Instagram. Саме у цій соціальній мережі студенти та абітурієнти можуть переглянути невеличке (від 30 секунд до кількох хвилин) відео, картинки та скорочені емоційні змістовні пости про життя ЗВО та досягнення науковців, студентське життя тощо. Також саме остання соціальна мережа є більш розповсюдженою при проведенні так званих “Днів відкритих дверей”. Варто відмітити, що повноцінно всі можливості Instagram не використовує жоден із проаналізованих ЗВО, причиною чого, як нам видається, може бути відсутність відповідних фахівців, які б займалися виключно цим питанням. У той же час деякі ЗВО (зокрема, Харківський національний університет імені Каразіна, Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”, Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого та Маріупольський державний університет) періодично наповнюють власні сторінки досить емоційним контентом, що розрахований на молодь (як на студентів, так і на потенційних абітурієнтів). Досить вдалим видається контент, де надаються короткі розповіді у форматі відео чи фото про викладачів ЗВО. Але при цьому, на відміну від постів у Facebook, у Instagram вони позбавлені канцеляризмів, т.зв. “лонгвідів”, є яскравими та підтримують вже

бренд науковців/викладачів. Така колаборація йде на користь як ЗВО, так і їх працівникам.

Література

1. Nikolaiev Ye., Shemelynets H. Rii, I. (2023). Vyshcha osvita v Ukraini: zminy cherez viinu: analitychnyi zvit [Higher education in Ukraine: changes due to the war: analytical report] Kyiv: Kyivskyi universytet imeni Borysa Hrinchenka [Kyiv: Borys Grinchenko Kyiv University]. 94 p.
2. 7 milioniv ditei v Ukraini [7. million children in Ukraine]. Retrieved from <https://saveschools.in.ua/> (2023, September, 11)
3. U meduniversyteti Kharkova orhanizували zmishane navchannia: skilky studentiv vyrishyly vidviduvaty vysh [Mixed education was organized at Kharkiv Medical University: how many students were willing to attend higher education]. Suspilne. Novyny [Public. News]. Retrieved from <https://suspilne.media/567017-u-meduniversyteti-harkova-organizували-zmisane-navcanna-skilki-studentiv-virisili-vidviduvati-vis/> (2023, September, 11)
4. Berkal M. Yak viina vplynula na rynek osvity i chomu molod yde na nepotribni spetsialnosti [How the war affected the education market and why young people go to unnecessary specialties]. Retrieved from <https://delo.ua/education/yak-viina-vplynula-na-rinok-osviti-i-comu-molod-ide-na-nepotribni-specialnosti-417180/> (2023, September, 11)
5. Imed Bouchrika. (2023). 11 Top Trends in Higher Education: 2023 Data, Insights & Predictions. Jul. 28, 2023. Retrieved from <https://research.com/education/trends-in-higher-education> (2023, September, 11)
6. Howe N., Strauss W. (2000). Millennials rising: The next great generation. Vintage Books, 432 p.
7. Chorna O. (2023). «Opора»: Osnovnym dzherelom informatsii maizhe 80% ukrainsiv ye sotsialni merezhi [Opora: The main source of information for almost 80% of Ukrainians is social networks]. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukrainsiv-ie-sotsialni-merezhi/> (2023, September, 11).

ІНТЕГРАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В АКАДЕМІЧНУ СФЕРУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОМОЦІЇ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

INTEGRATION OF SOCIAL MEDIA INTO THE ACADEMIC SPHERE FOR EFFECTIVE COMMUNICATION AND PROMOTION OF RESEARCH

Шмаленко Юлія,

кандидат політичних наук, доцент,

доцент кафедри соціології,

Національний університет «Одеська юридична академія»,

Одеса, Україна

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-0806-7907>