

галузевих он-лайн видань і це на нашу думку може стати тією відправною точкою, що зрушить процес публікацій у виданнях з високим міжнародним авторитетом. В Україні видавництв із признаним міжнародним авторитетом одиниці. Необхідно стимулювати процеси, що дозволяють фаховим українським виданням популяризувати свій вміст через централізований переклад англійською, всіма доступними засобами поширювати перекладені видання закордоном. Державна підтримка двомовних (і навіть багатомовних) видань була б дуже доречною.

### **Література**

1. *About Us: Ranking WEB of universities: Methodology* / інтернетресурс [http://www.webometrics.info/en/About\\_Us](http://www.webometrics.info/en/About_Us). 2. *Methodology: Ranking WEB of universities: Methodology* / інтернетресурс <http://www.webometrics.info/en/Methodology>. 3. Воловець Я. В. *Розвиток інтернет-комунікацій університету як засіб підвищення його всесвітнього рейтингу* / Я. В. Воловець // *Інноваційні комп'ютерні технології у вищій школі : матеріали 3-ої Науково-практичної конференції, 18-20 жовтня 2011 року, Львів / Національний університет "Львівська політехніка" - Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. - С. 151-155.*

**УДК 37.06-057.8:004.77**

**Владислав Алексєєв**

Національний університет «Львівська політехніка»

## **ПРО ОРГАНІЗАЦІЮ У МЕРЕЖІ ІНТЕРЕНЕТ КАФЕДРАЛЬНОЇ СПІЛЬНОТИ ВИПУСКНИКІВ**

© Владислав Алексєєв, 2012

*Проведено аналіз проблематики організації спільноти випускників окремої кафедри на основі піраміди потреб людини за А. Маслоу. Сформульовано рекомендації щодо створення веб-ресурсу для підтримки взаємодії із випускниками через мережу Інтернет.*

*Ключові слова: інтернет-спільнота, асоціація випускників, соціальна мережа, піраміда потреб Маслоу.*

*The problem of formation of alumni society is discussed. The psychological basis of human needs hierarchy by A. Maslow is used. Analysis of needs levels for popular social networks with open access has been made. The university chair alumni society has been defined as a local social network with restricted access. The esteem needs and self-actualization needs found to be the key needs for success of newly created alumni society as a social network.*

**Keywords:** *internet society, alumni society, social network, human needs hierarchy by Maslow.*

**Вступ.** Одним із важливих елементів у розвитку та популяризації навчання на окремо взятій кафедрі є створення її позитивного іміджу. Чималий вплив на цей імідж здійснюють випускники, їх здобутки та досягнення. Позитивні сторони такого впливу можна побачити одночасно у двох напрямках: 1) зацікавлення потенційно більш здібних абітурієнтів та 2) стимул до старанного навчання для студентів, що навчаються. При цьому важливо створити умови, за яких розповсюдження інформації серед абітурієнтів і студентів здійснюється ненав'язливим «ненасильницьким» шляхом, або ж, навіть, ініціативно ними ж самими. Найбільш дієвим шляхом інформування є залучення студентів до самостійного створення і розповсюдження, або принаймні повідомлення представниками кафедри інформації про свої успіхи та здобутки. Оскільки найбільш вагомими здобутками у старшому шкільному та студентському віці людина очікує від майбутнього, то найкращим варіантом продемонструвати переваги старанного навчання в університеті (і саме на конкретній кафедрі) є створення для цієї молоді можливості побачити успіхи тих, хто на своєму життєвому шляху вже перебуває у такому майбутньому, тобто випускників. Саме тому виникає принципова проблема створення та організації постійного обміну інформацією в межах співтовариства або спільноти випускників. Найбільш доступним на сьогодні засобом швидкого і оперативного обміну інформацією є мережа Інтернет. Далі проаналізуємо проблематику залучення випускників до активної участі у спільноті на підставі вивчення психологічних аспектів, що сприяють реалізації впливу на них як на особистостей через надання їм можливості для задоволення своїх потреб.

**Принцип соціальної мережі.** На сьогоднішній день у більшості активних користувачів Інтернету сформувалася чітка схильність до спілкування через популярні соціальні мережі. Соціальна мережа – це інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, контент якого наповнюють самі учасники мережі [1]. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільними інтересами. До них належать і тематичні форуми, особливо галузеві, що досить активно розвивалися останнім часом. Зв'язок організовується, зазвичай, через веб-сервіс внутрішньої пошти чи миттєвого обміну повідомленнями. Також бувають соціальні мережі організовані на основі об'єктів інтересів – веб-сайтів, музики, фільмів, тощо. У таких мережах, як правило, використовується фолксономія – (англ. folksonomy, від folk (народний), та taxonomy (від грецького розташування за порядком + закон)) народна класифікація, практика спільної категоризації інформації шляхом довільного присвоєння об'єкту мітки

(або тегу), що згодом (переважно внаслідок присвоєння багатьма користувачами) стає постійною характеристикою цього об'єкту [2]. Найбільш відомі і популярні сучасні відкриті соціальні мережі «Facebook» (понад 500 млн. учасників [3]), «VKontakte» (понад 138 млн. учасників [4]), «LinkedIn», «Twitter» та деякі інші. За своєю природою спільнота випускників окремої кафедри теж є соціальною мережею, але закритою і має спеціальне цільове призначення – організація зв'язку із випускниками і, можливо, між самими випускниками після завершення навчання та інформування кафедри про здобутки випускників.

Цікавим є те, що стрімкий успіх соціальних мереж та їх тотальне проникнення навіть у повсякденне життя є справою останніх кількох років. Для прикладу «LinkedIn» з'явився у 2003 році, «Facebook» у 2004 році, а «Twitter» та «VKontakte» у 2006 році.

Причина такого приголомшливого успіху ховається у вдалому позиціонуванні та вмілій маніпуляції, заснованій на використанні людських потреб. Навіть поверхневий погляд на піраміду потреб людини за А. Маслоу [5] показує здатність задоволення потреб одночасно кількох рівнів (Рис. 1). Хоча на перший погляд від участі у соціальних мережах очевидним є задоволення лише соціальних потреб (спілкування, належність до спільноти),



Рис. 1 Піраміда потреб людини за А. Маслоу [5].

однак, насправді, сучасні соціальні мережі пропонують особистості реалізацію майже усіх рівнів потреб, крім, звичайно, фізіологічних. Це обумовлює охоплення найширшого кола учасників і забезпечення їх постійної активності у межах соціальної

мережі. У соціальних мережах реалізовано усе, щоб учасник хотів і користувався соціальною мережею, задовольняючи одночасно увесь спектр своїх потреб, і цим гарантується підтримка постійного інтересу до соціальної мережі. Очевидно, поєднання психологічних технологій із чітким і зрозумілим принципом спілкування у соціальній мережі, дозволяє розраховувати на успіх у її існуванні. Це дозволяє зробити висновок, що успіх у організації спільноти

випускників у мережі Інтернет повинен бути обумовлений психологічним підґрунтям для реалізації потреб випускника як особистості.

**Створення спільноти випускників.** Найбільш очевидним фактором при формуванні спільноти випускників є суттєвий вплив існуючих соціальних мереж. Вирішення проблеми можна шукати за такими напрямками: спілкування, контент, зручна функціональність, підтримка професійної активності.

Порівняно із швидкими та надійними системами обміну повідомленнями у існуючих соціальних мережах важко буде реалізувати хоча б якусь прийнятну альтернативу їм. Обмін повідомленнями найкраще реалізувати через існуючі поштові сервіси, якими вже користуються учасники. Тобто, найкраще надсилати повідомлення з мережі на поштову скриньку одержувача, лише дублюючи повідомлення на власному сервері, що обслуговуватиме мережу, із можливістю переглядати повідомлення через веб-інтерфейс.

Будь-який контент вимагає наявності вільного місця на серверах та засобів обробки цього контенту. Потрібно мати такий контент, якого не буде у традиційній соціальній мережі. Таким контентом для ВНЗ можуть бути «ностальгічні» фотографії, оцінки із залікової чи кумедні фрагменти курсових або контрольних робіт. Крім того, як контент можна розглядати і власне списки випускників. Через багато років більшість не згадає усіх, з ким вчилися. Це означає, що захід на сайт спільноти повинен гарантувати можливість відновлення у пам'яті потрібної інформації. Бажано, щоб це було реалізовано у цікавий та оригінальний спосіб.

З точки зору функціонування сайт спільноти може бути простим багатокористувацьким сайтом із деякими оригінальними елементами. У всьому решта можна сміливо використовувати стандартні засоби створення і управління сайтами. Водночас він повинен бути максимально зручним та доступним у використанні, щоб цей процес був приємним і не створював негативних вражень. Це вимагає наявності якнайзручнішого інтерфейсу, тому цьому аспекту потрібно приділити максимум уваги.

Специфіка цільової групи – люди із вищою освітою, що працюють інтелектуально. Це означає, що випускникам повинно бути цікаво повертатися на сайт спільноти з точки зору сприяння їх професійній діяльності. У цьому можуть допомогти:

- Засоби пошуку роботи (для випускників та студентів старших курсів).
- Засоби пошуку працівників (серед випускників та студентів).
- Каталоги професійної літератури.
- Професійно-орієнтовані наукові та науково-популярні статті.

Одразу слід зауважити, що останні два пункти також можуть бути і привабливим контентом.

Одна із особливостей спільноти випускників як соціальної мережі полягає у тому, що вона закрита, тобто задоволення потреби у безпеці, з однієї сторони, виконується апріорі, а, з іншої, не є настільки актуальним для учасника. Інша особливість полягає у тому, що задоволення соціальних потреб, зокрема, у спілкуванні, теж не є достатньою мотивацією для постійної участі у діяльності спільноти, оскільки цю потребу досить ефективно і успішно задовольняють існуючі відкриті соціальні мережі.

З точки зору потреби у повазі, визнанні та досягненні успіху для освічених людей, якими є випускники ВНЗ, до якого належить окремо взята кафедра, важливою є оцінка подібних собі людей, тобто таких самих за рівнем освіти і кваліфікації. Очевидно, що для професіонала у окремій сфері не є суттєвою навіть оцінка людей, що до цієї сфери не належать, не кажучи вже про тих, які за рівнем освіти чи інтелектуальними здібностями не в змозі адекватно оцінювати успіхи чи досягнення такого професіонала. Це означає, що тут закрита спільнота випускників має суттєву перевагу над відкритою і загальнодоступною соціальною мережею.

У частині задоволення духовних потреб випускника як особистості досить ефекти вини може виявитися експлуатація пізнавальних потреб. Для цього, звичайно, необхідно суттєве напруження інтелектуальних сил людей, що причетні до забезпечення функціонування спільноти, оскільки тут не достатньо лише використання матеріалів підручників з бібліотеки (хоча і це стане у пригоді). Потрібно підтримувати інтерес на рівні інформування та наукового аналізу найсучасніших досягнень у вузькоспеціалізованих галузях, освітою в яких займається кафедра. Для забезпечення цього напряму, очевидно, доцільним буде залучення студентських наукових робіт принаймні на рівні магістерських чи бакалаврських.

Рівень задоволення естетичних потреб може досягатися більш ефективно, порівняно із популярними соціальними мережами, але лише у тому випадку, коли інтерфейс і функціональне наповнення спільноти випускників буде відображати дух та спосіб сприйняття оточуючого світу, виховані за роки навчання. Це, звичайно, складне і спірне питання з точки зору практичної реалізації.

А от потреби у самореалізації найбільш ефективно можуть бути реалізовані через інструменти пошуку роботи і працевлаштування (як для студентів так і для випускників) у межах спільноти.

Отже, двома ключовими напрямками, що дозволяють існувати спільноті випускників як соціальній мережі, є забезпечення потреб престижу та духовних потреб (Рис. 1) відповідно до рівнів потреб за Маслоу.

**Висновки.** У дослідженні вивчено психологічне підґрунтя успішного функціонування популярних відкритих соціальних мереж та проведено аналіз рівнів потреб за Маслоу, на яких варто зосереджувати увагу при організації у мережі Інтернет спільноти випускників окремої кафедри. Розроблено рекомендації, щодо створення спільноти випускників за принципами соціальної мережі, зокрема визначено методику організації спілкування, проблеми наповнення контентом, необхідність забезпечення високої якості інтерфейсу та орієнтацію на професійний ухил.

### **Література**

1. *Соціальна сеть (Интернет) – Wikipedia, the free encyclopedia. — 2011. — Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная\\_сеть\\_\(Интернет\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть_(Интернет)). — Заголовок з екрану.*
2. *Фолксономия – Wikipedia, the free encyclopedia. — 2011. — Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Фолксономия>. — Заголовок з екрану.*
3. *Статистика – Facebook. — 2011. — Режим доступу: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>. — Заголовок з екрану.*
4. *Каталог пользователей ВКонтакте. — 2011. — Режим доступу: <http://vkontakte.ru/catalog.php>. — Заголовок з екрану.*
5. *Пирамида потребностей по Маслоу – Wikipedia, the free encyclopedia. — 2011. — Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Пирамида\\_Маслоу](http://ru.wikipedia.org/wiki/Пирамида_Маслоу). — Заголовок з екрану.*

**УДК 681.3.07**

**Ольга Габзовська, Альона Максимюк, Артем Савицький**  
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

### **ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО КОМПЛЕКСУ «ОБЛІК КАДРІВ ВНЗ»**

© Ольга Габзовська, Альона Максимюк, Артем Савицький, 2012

*В доповіді представлений досвід впровадження програмно – технологічного комплексу «Облік кадрів ВНЗ» (ПТК «ОК ВНЗ»). Наведені переваги та розкриті труднощі використання ПТК «ОК ВНЗ» в адміністративно – кадровій діяльності НТУУ «КПІ». Розкриті основні функціональні характеристики процесів.*

*Ключові слова: програмно-технологічний комплекс, відділ кадрів та діловодства, КАДРИ особова справа.*

*In the lecture the experience with software-technological complex “University personnel records” (STC “UPR”) is presented. In article the advantages and*