



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

МЕТОДИЧЕСКИЕ СРЕДЫ // 27 ЯНВАРЯ
«ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В
ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ»

«ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ»

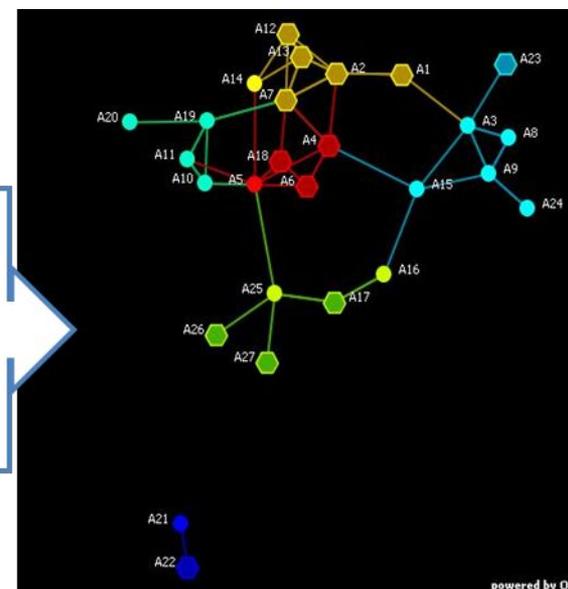
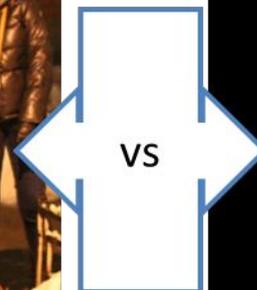
Елена Веретённый
СПбШЭМ НИУ ВШЭ
veretennik@hse.ru

ОПЫТ В ДЕТАЛЯХ

Создание новых учебных групп на основе социометрии

Создание проектных команд на основе социометрии

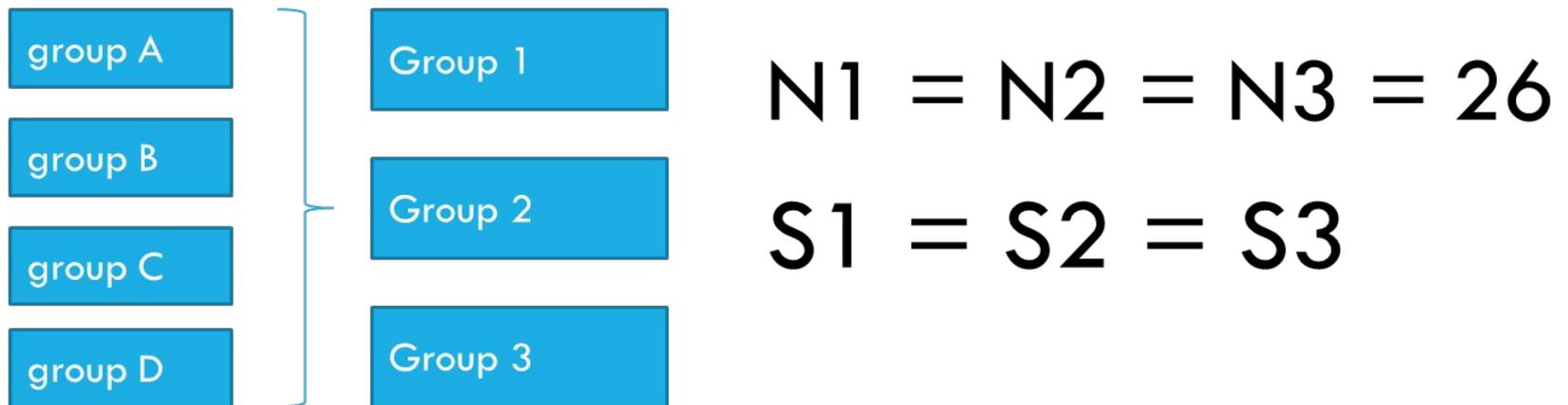
О СОЦИОМЕТРИИ



Программное обеспечение для обработки связей – **ORA, NodeXL**

// позволяет работать с социальными сетями в Интернете –
Facebook, Twitter

КЕЙС 1: СОЗДАНИЕ НОВЫХ УЧЕБНЫХ ГРУПП

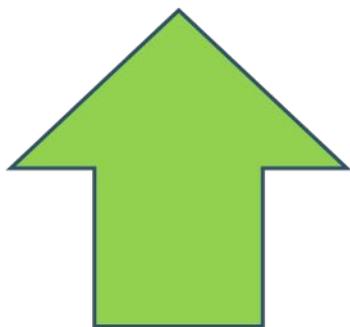


N – размер команды

S – показатели

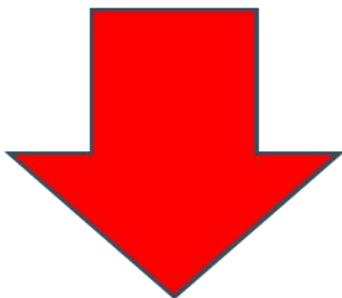
результатов

АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННОМУ ПОДХОДУ



«Сетевой» подход (критерии)

- Структура деловых коммуникаций
- Структура дружеских коммуникаций



Традиционный подход (критерии)

- Географический
- Гендерный
- «Последовательный»
- Субъективно-компетентностный

2 СТРАТЕГИИ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ

**Стратегия «слабого
звена»**

**Стратегия «кипящего
котла»**

СБОР ПЕРВИЧНЫХ ДАННЫХ

Ваше имя и фамилия
№ группы

Уровень группы

1. С кем из группы Вы общаетесь чаще всего?

A.
B.
C.
D.

2. Кому в группе Вы доверяете больше всего?

A.
B.
C.
D.

Уровень курса

3. К кому на курсе Вы обычно обращаетесь за информацией, связанной с учебой?

A.
B.
C.
D.
E.

4. К кому на курсе Вы обычно обращаетесь за помощью, обдумывая новую или сложную проблему, связанную с учебой?

A.
B.
C.
D.
E.

5. Вы бы учились лучше, если бы смогли чаще общаться с этими людьми на курсе:

A.
B.
C.
D.
E.

⇒ Сплоченность

⇒ Доверие

⇒ Коммуникации

⇒ Помощь в работе

⇒ Возможность для развития

Стратегия «Слабого звена»

Стратегия «Кипящего котла»

СТРАТЕГИЯ «СЛАБОГО ЗВЕНА»

Ключевая
идея

- Найти наименее «дружную» команду, четко разделенную на автономные кластеры

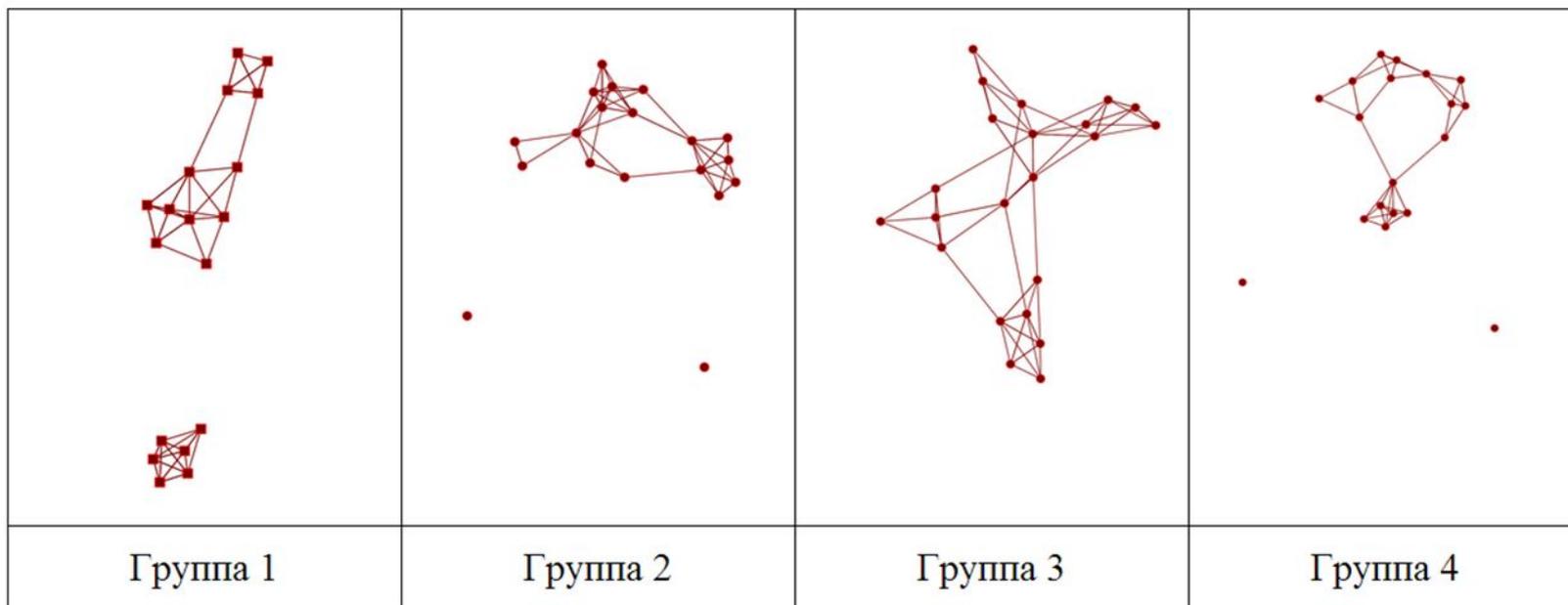
Графический
анализ

Анализ
показателей

- Коэффициент реципрокности
- Коэффициент кластеризации

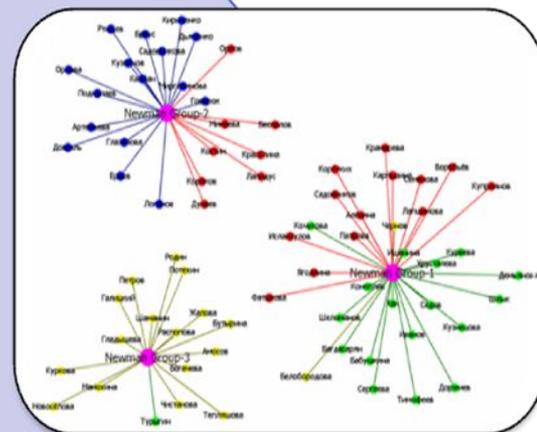
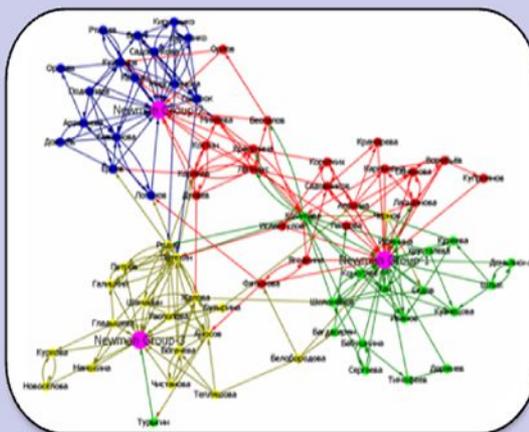
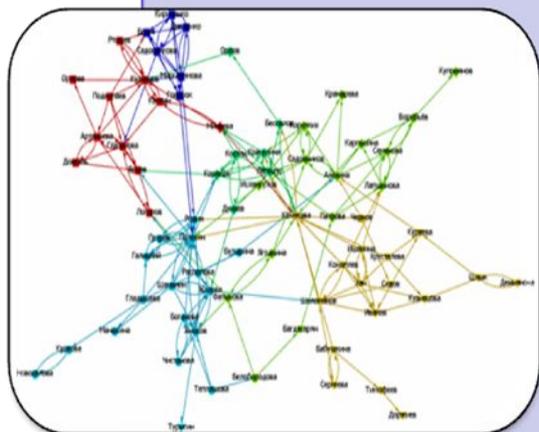


АНАЛИЗ В СТРАТЕГИИ 1



Коэффициенты	1_1	1_2	2_1	2_2	3_1	3_2	4_1	4_2
Коэффициент реципрокности	0.575	0.333	0.500	0.533	0.423	0.349	0.611	0.531
Коэффициент кластеризации	0.637	0.348	0.485	0.296	0.454	0.351	0.519	0.391

СТРАТЕГИЯ «КИПЯЩЕГО КОТЛА»



АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРЕГРУППИРОВКИ

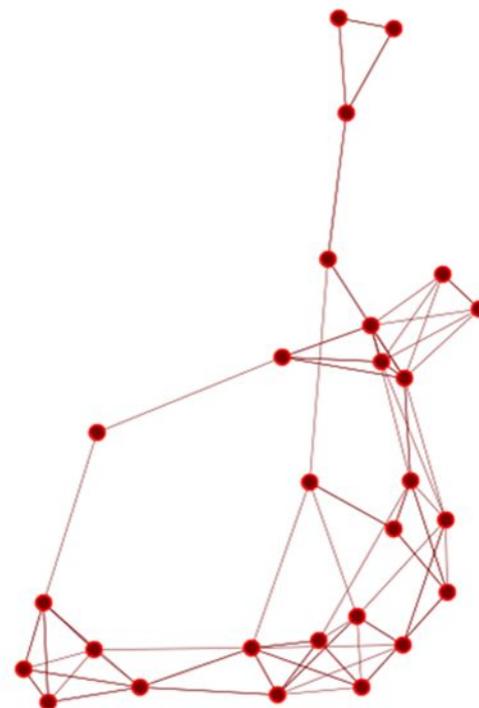
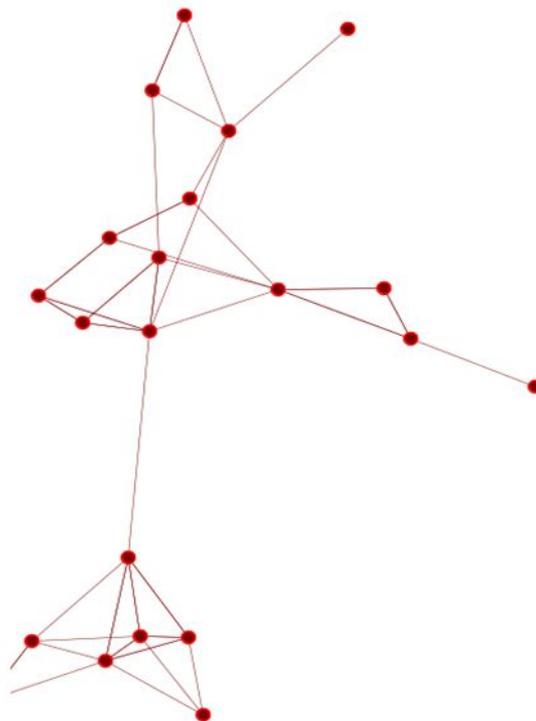
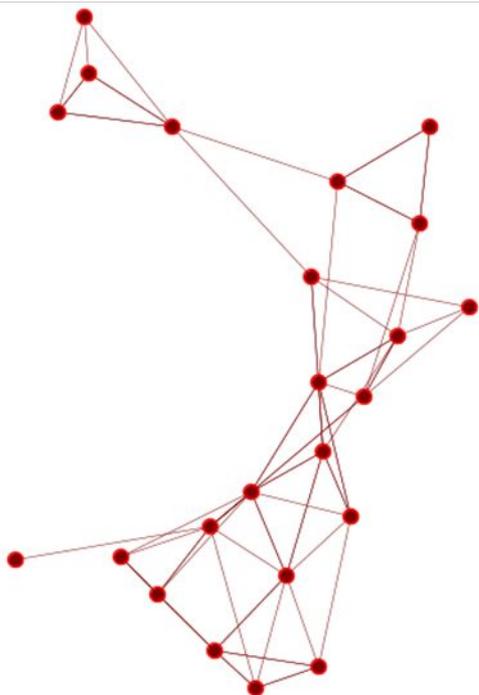
Тип группировки	На момент изменения		Спустя 6 месяцев после перегруппировки		Спустя 1 год после перегруппировки	
	% студентов, демонстрировавших рост среднего балла	Значение прироста, балл	% студентов, демонстрировавших рост среднего балла	Значение прироста, балл	% студентов, демонстрировавших рост среднего балла	Значение прироста, балл
Анализ социальных сетей	48%	0,24	48%	0,84	48%	1
Традиционный	35%	0,49	68%	0,44	52%	0,45

СТРУКТУРА УЧЕБНЫХ ГРУПП ЧЕРЕЗ 1 ГОД

Команда 1

Команда 2

Команда 3



КАКИЕ ЗАДАЧИ ЕЩЕ МОЖНО РЕШИТЬ?

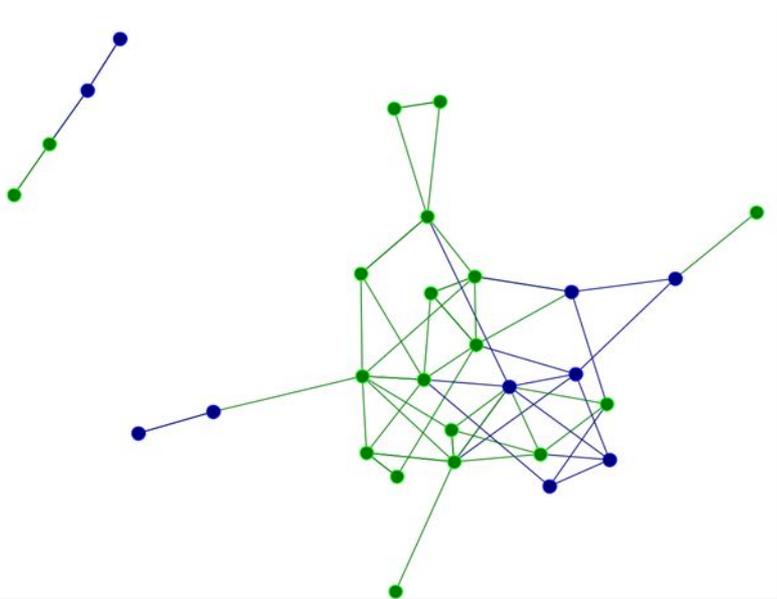
Поиск информационных
заторов в группе

Формирование проектных
команд

Поиск неформальных лидеров

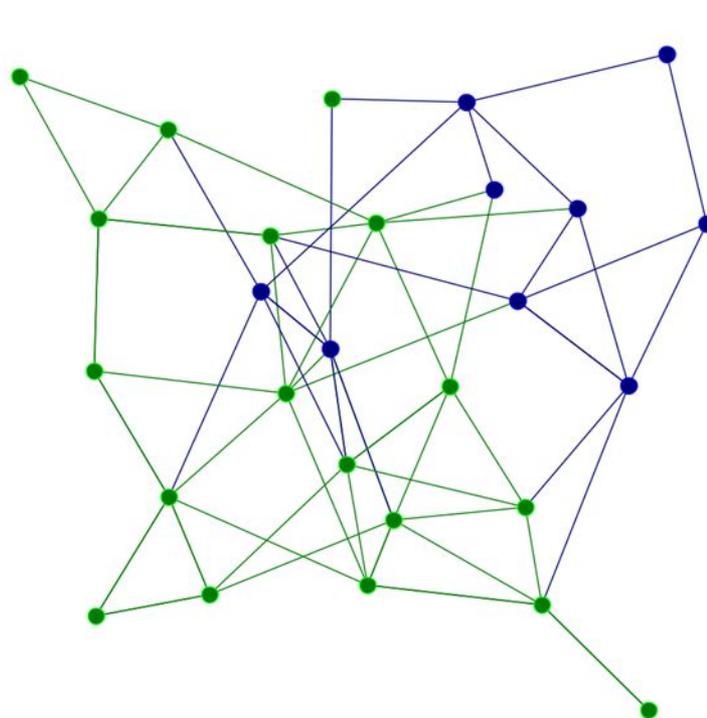
ПОИСК ИНФОРМАЦИОННЫХ ЗАТОРОВ

БЫЛО



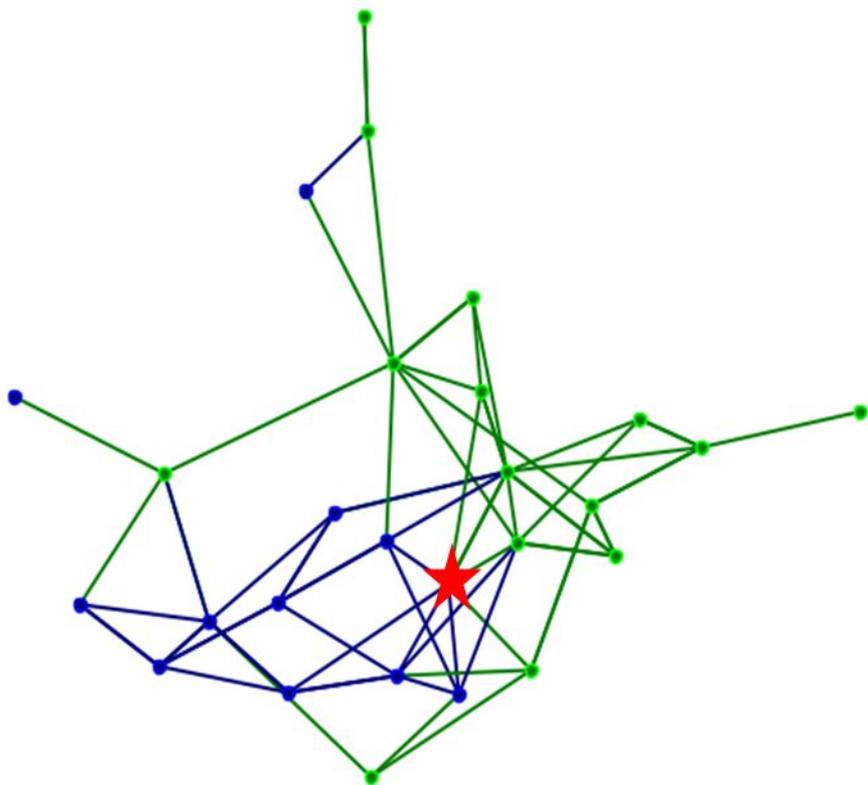
СТАЛО

(через полгода)



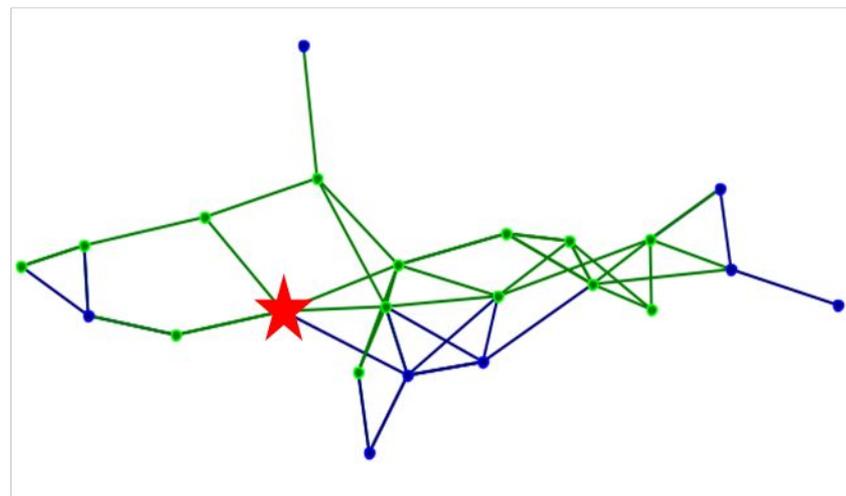
ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ЛИДЕРСТВА

БЫЛО



СТАЛО

(через полгода)



ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПОЧИТАТЬ ПО ТЕМЕ

Пронин А. С., Веретённик Е. В., Семенов А. В.
Формирование учебных групп в университете с
помощью анализа социальных сетей // Вопросы
образования. 2014. № 3. С. 54-73.

НИРС («Лучшая научно-исследовательская работа по
менеджменту» - 2015) Сизова О.В. (науч. рук. Веретённик
Е.В.) «Управление организационной структурой
компании на примере студенческой организации «СДС»

"The Hidden Power of Social Networks: Understanding How
Work Really Gets Done in Organizations" by Robert L. Cross,
Andrew Parker, and Rob Cross