



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

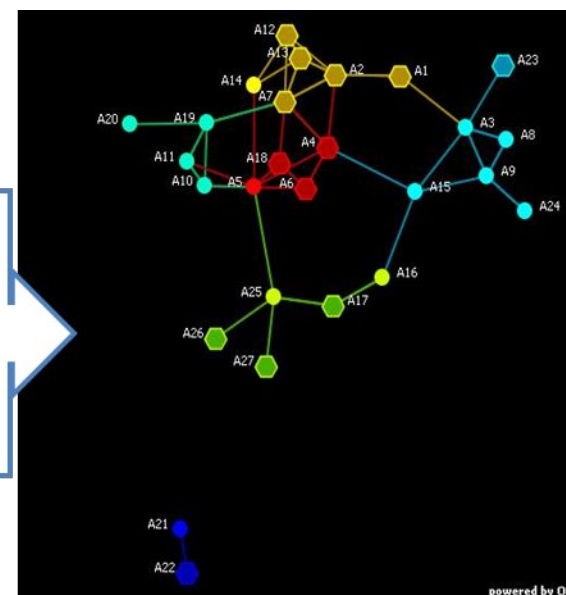
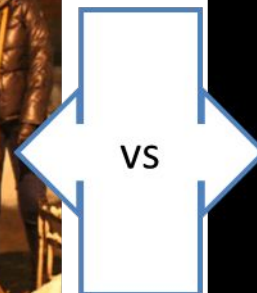
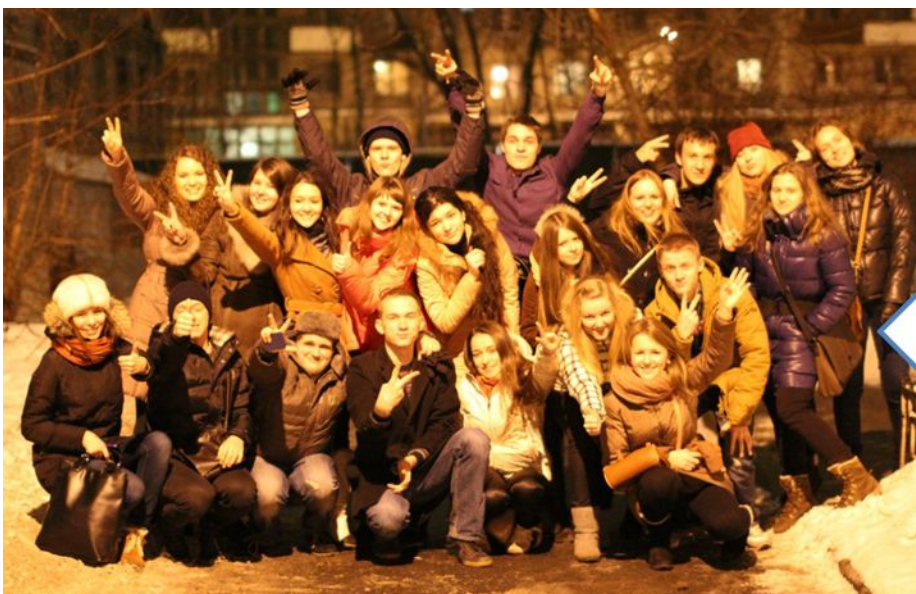
---

Создание новых учебных групп на основе социометрии

---

Создание проектных команд на основе социометрии

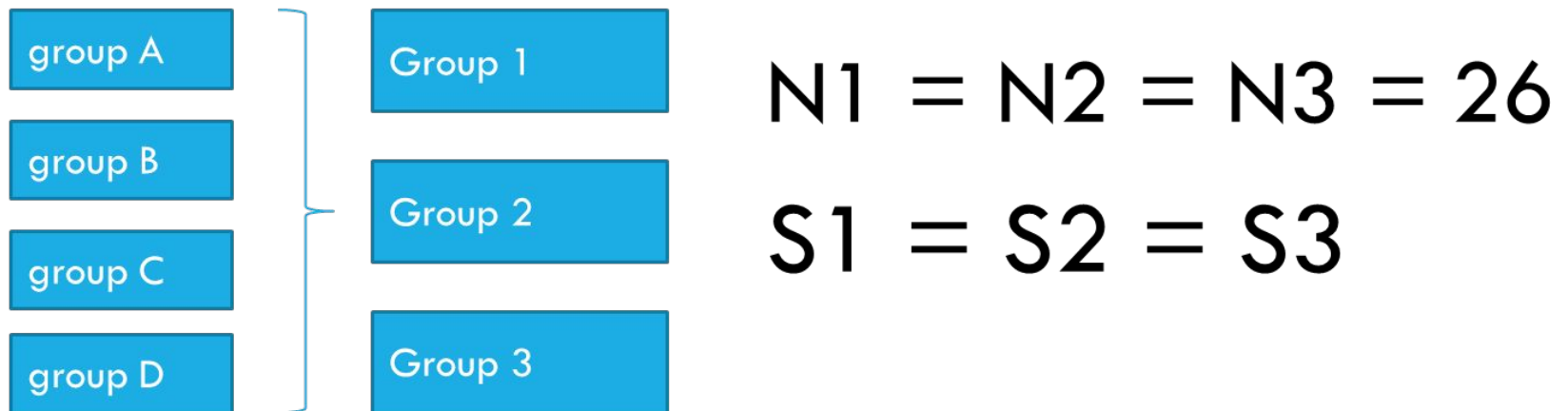
# О СОЦИОМЕТРИИ



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

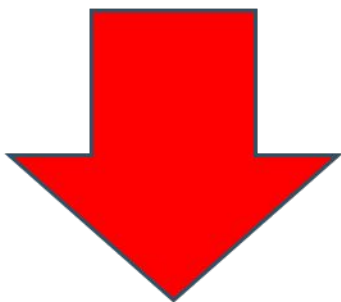
результатов

# 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»

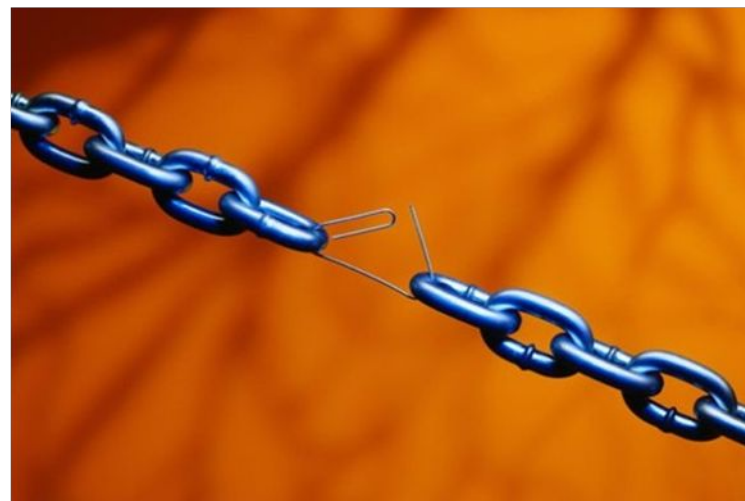
Ключевая  
идея

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

Графический  
анализ

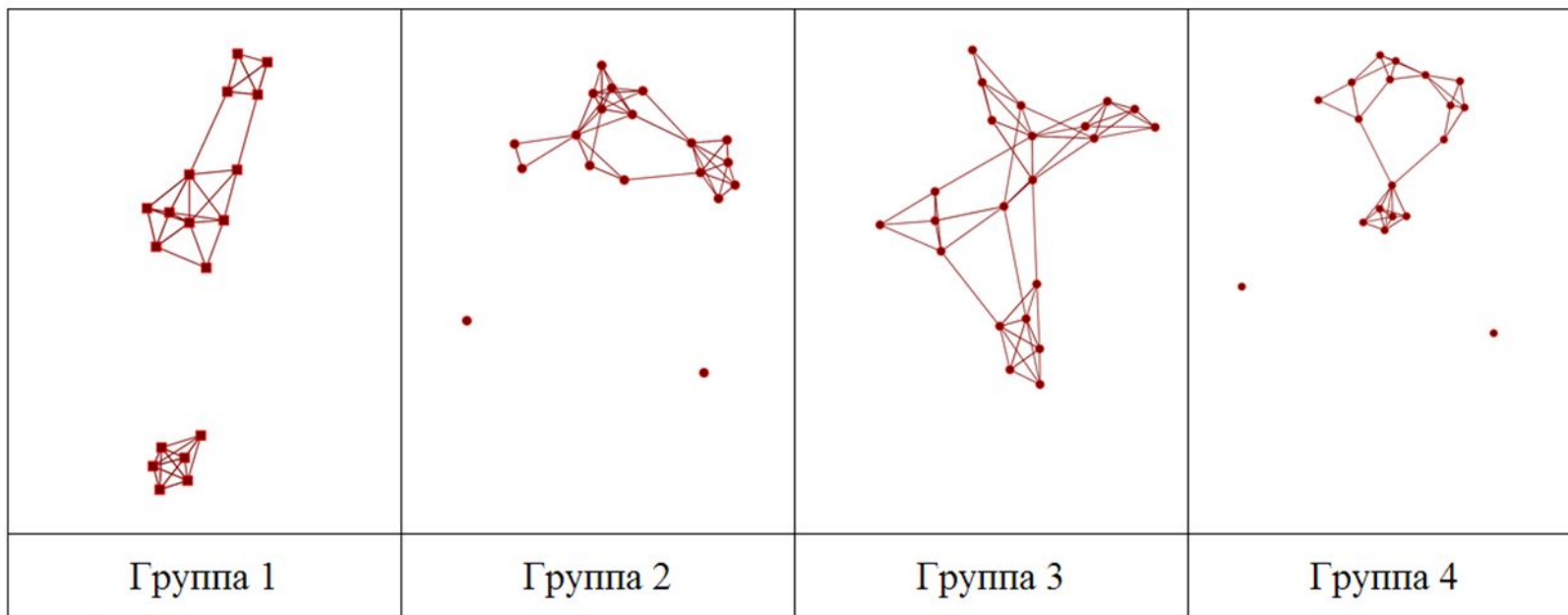
Анализ  
показателей

- Коэффициент реципрокности
- Коэффициент кластеризации



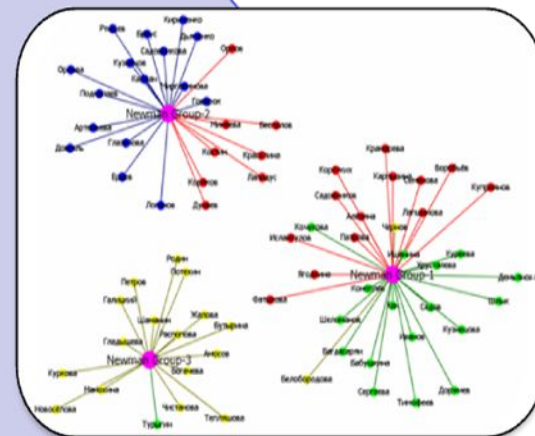
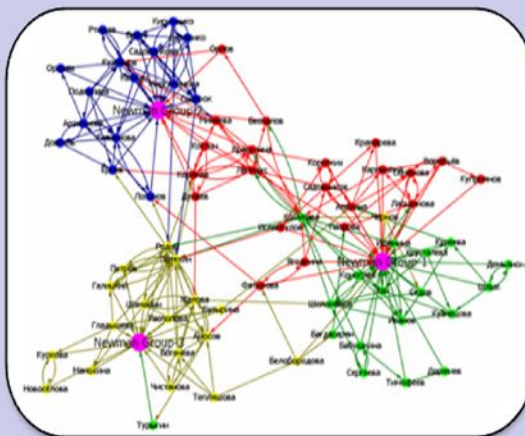
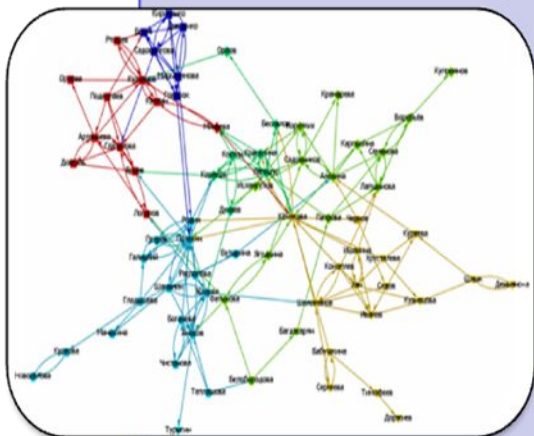


# АНАЛИЗ В СТРАТЕГИИ 1



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

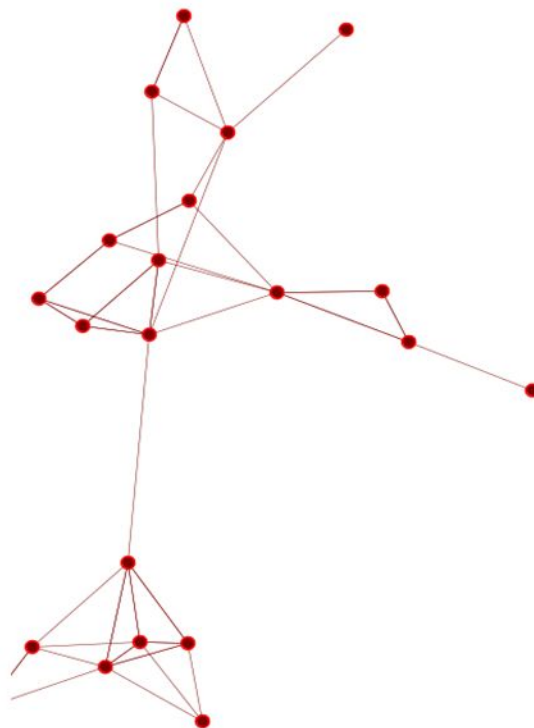
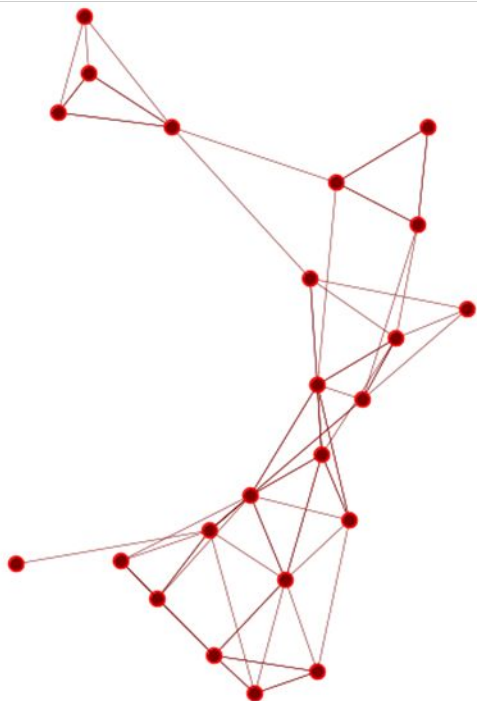
Тип группировки	На момент изменения		Спустя 6 месяцев после перегруппировки		Спустя 1 год после перегруппировки	
	% студентов, демонстрировавших рост среднего балла	Значение прироста, балл	% студентов, демонстрировавших рост среднего балла	Значение прироста, балл	% студентов, демонстрировавших рост среднего 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

---

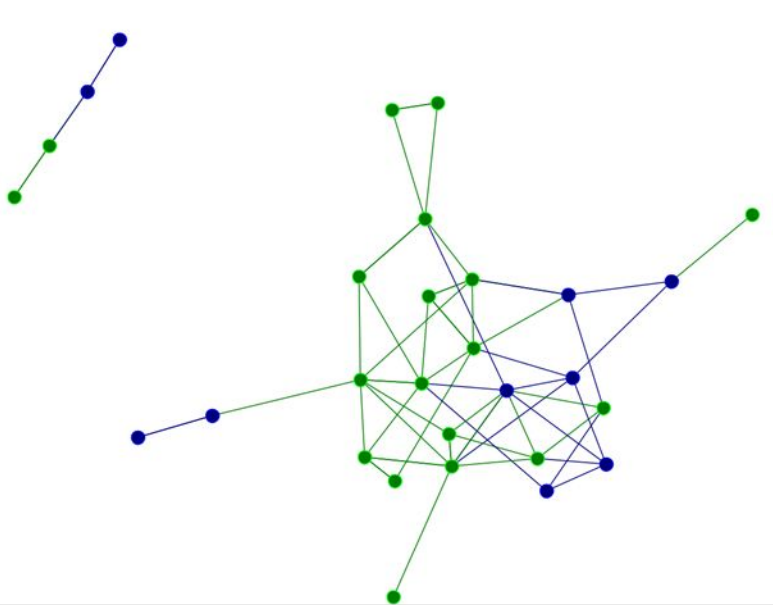
Формирование проектных  
команд

---

Поиск неформальных лидеров

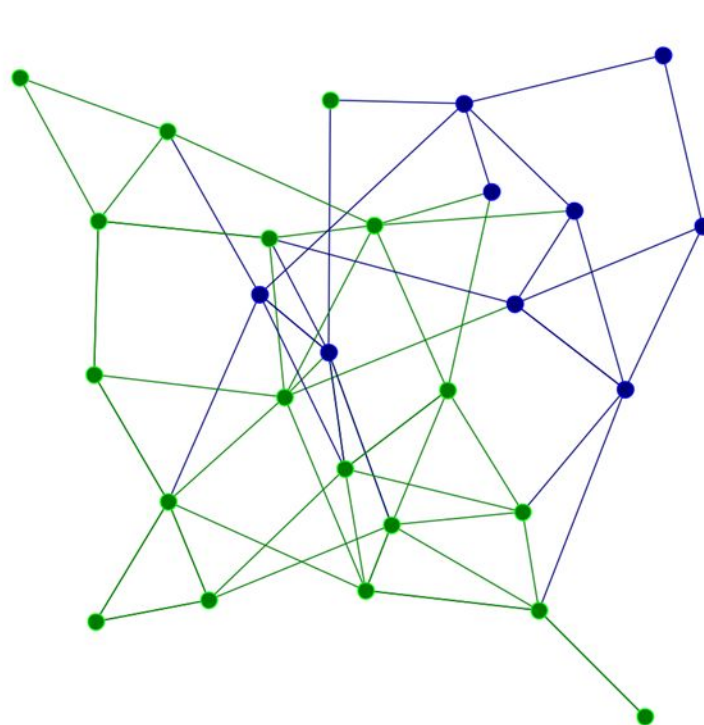
# ПОИСК ИНФОРМАЦИОННЫХ ЗАТОРОВ

**БЫЛО**



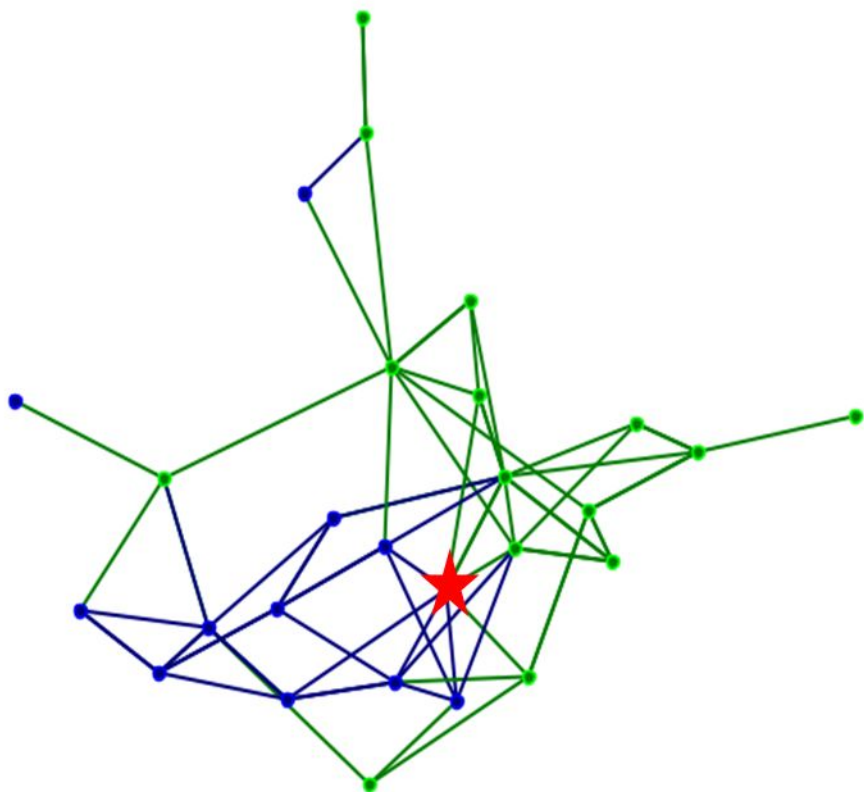
**СТАЛО**

(через полгода)



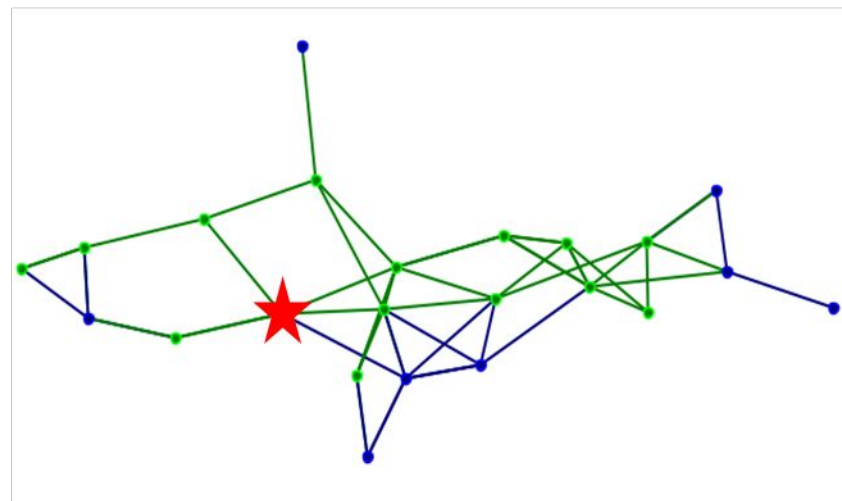
# ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ЛИДЕРСТВА

**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