



شبکه‌های اجتماعی چگونه به ابزار کاربردی در مراکز آموزش عالی دنیا تبدیل شده‌اند؟

نفوذ در کلونی دانشجویان



لادن فلاحنیا
مترجم

حضور در شبکه‌های اجتماعی هیچ‌گاه به اندازه این روزها برای دانشکده‌ها و مؤسسات آموزشی عالی اهمیت نداشته است، چرا که نسل Z به سن دانشجویی و دانشگاه رفتن رسیده‌اند. نسل Z در واقع به متولدین سال ۱۹۹۵ میلادی به بعد گفته می‌شود که اکنون حدود ۲۰ تا ۲۵ ساله هستند و این روزها پایشان به دبیرستان‌ها و دانشگاه‌ها باز شده‌است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی در مؤسسات آموزش عالی قاعده جدیدی است. (برای مطلب زیر از سایت «هیت‌سوییت» استفاده شده است).

مدت‌هاست در برخی نقاط دنیا استخدام و جذب نیرو، روابط دانشجویان و فارغ‌التحصیلان، برقراری ارتباط در موقعیت‌های بحرانی، جذب سرمایه و... همگی در شبکه‌های اجتماعی رخ می‌دهد. در این گزارش ما به نقش بزرگ شبکه‌های اجتماعی در آموزش عالی دنیا نگاهی می‌اندازیم تا ببینیم چگونه می‌توان با ابزار شبکه‌های اجتماعی نهاد و شهرت علمی برای خود دست و پا کرد و جامعه‌ای برای خود پروراند. مؤسساتی که اهمیت کار با شبکه‌های اجتماعی برای آموزش عالی را دریافته‌اند، مزایای فراوانی دارند. در اینجا به بررسی برخی از این مزیت‌ها می‌پردازیم.

افزایش و ارتقای ارزش‌ها و دستاوردها

ارزش‌ها و مأموریت مؤسسه خود را مشخص و معرفی کنید. کاربرد شبکه‌های اجتماعی در آموزش عالی در تنظیم برخورد در فضای دانشگاهی قابل توجه است. تبلیغ و شناساندن نوع فرهنگی که هدف مؤسسه شماست، باعث تقویت و کارایی بیشتر می‌شود. هم‌ترازی و همسویی ارزش‌ها از خریدهای کوچک گرفته تا تصمیمات مهم زندگی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. این امکان را فراهم کنید تا دانش‌آموزان آینده، استادان و شرکای شما بدانند که شما پذیرای آنها هستید و از آنها حمایت می‌کنید. در مقابل، با آن رفتارها و برخوردهایی که می‌دانید قابل تحمل و پذیرفته نیستند را بیان کنید. به دانش‌پژوهان حال حاضر و آینده دلیلی بدهید تا به حضور خود در این مؤسسه افتخار کنند. تعهدات مربوط به بخش همکاری بلندمدت، سرمایه‌گذاری در این اجتماع یا پیشرفت‌های تحقیقات پزشکی

را منتشر کنید. کمی فخر فروشی از عناوین قدیمی هم می‌تواند کارساز باشد. امکانات پیشرفته و هنری، جوایز تحقیقات و دیگر دستاوردها (دانش‌آموزان برتر، هیات علمی، استادان و فارغ‌التحصیلان و...) را به نمایش بگذارید. روحیه مدرسه یا دانشکده را با برگزاری جشن برای ورزشکاران، جوایز و جایگاه‌های اول می‌توان نشان داد.

ارتباط با فارغ‌التحصیلان و برنامه‌ریزی برای رویدادهای سالانه

اغلب، فارغ‌التحصیلان منبع مشارکت‌های اصلی جمع‌آوری کمک‌های مالی برای مؤسسات آموزش عالی هستند. شبکه‌های اجتماعی مشخصات شما را نمایش می‌دهد و به حفظ ارتباط شما با فارغ‌التحصیلان کمک می‌کند. بسیاری از کالج‌ها و دانشگاه‌ها اکانت‌های مخصوصی در شبکه‌های اجتماعی برای حفظ ارتباط با فارغ‌التحصیلان دارند. گروه‌های فضای مجازی فارغ‌التحصیلان در شهرها یا کشورهای مختلف هم می‌تواند ایده خوبی باشد. دانشگاه اورگون برای تمامی فارغ‌التحصیلان در سراسر دنیا گروه‌های فیسبوکی دارد. همچنین، شبکه‌های اجتماعی ابزار مناسبی برای انتشار رویدادهای جمع‌آوری سالانه و یک‌ساله کمک‌های مالی هستند. مثلاً در سال گذشته دانشگاه کلمبیا هشتگ #ColumbiaGivingDay را ترند و ۲۴ میلیون دلار از آن کسب کرد. بیش از ۱۹ هزار اهداکننده کمک‌های مالی در این رویداد شرکت کردند. شبکه‌های اجتماعی کلیدی برای گفتن حرف‌ها و الهام بخشیدن برای دریافت مشارکت و هداياست.

استفاده از محتوای تولید شده توسط کاربران

تمام جامعه دانشجویی شما به‌طور منظم محتواهای شبکه اجتماعی تولید می‌کنند. این محتوای زندگی واقعی می‌تواند به ارتقای نمایه مؤسسه شما کمک کند. هشتگی مانند #BerkeleyPOV بسازید تا دانشجویان تان بتوانند عکس‌هایشان را با آن هشتگ پست کنند. عکس‌های خیلی جذاب را در صفحه خودتان دوباره پست (ری‌پست) کنید. محتواهای شبکه‌های اجتماعی دانشجویان را تشویق می‌کند تا محتواهای مورد استفاده شما را به اشتراک بگذارند.

ایجاد فرصت‌های جدید برای یادگیری

شبکه‌های اجتماعی در آموزش عالی فرصت‌های ویژه‌ای را برای ایده‌های خلاقانه

و ارائه‌های جذاب فراهم می‌کند. تحقیقات اخیر نشان داده است که از شبکه‌های اجتماعی معمولاً برای موارد زیر استفاده می‌شود:

آموزش ادبیات

پزشکی

بازاریابی آموزش عالی

علوم اجتماعی

کاربردهای طرفدار شبکه‌های اجتماعی در آموزش عالی

توصیف تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر آموزش عالی خیلی سخت است. در این بخش تنها به چند کاربرد مهم این شبکه‌ها در آموزش عالی می‌پردازیم.

جذب گزینه‌های جدید

تحقیقات اخیر TargetX نشان می‌دهد ۵۸ درصد دانشجویان بلند پرواز و تازه‌کار از شبکه‌های اجتماعی برای انجام تحقیقات خود استفاده می‌کنند. ۱۷ درصد از این دانشجویان می‌گویند این منابع بسیار مفید و تأثیرگذار هستند و ۶۱ درصد هم می‌گویند حداقل تحت تأثیر تحقیقات شبکه‌های اجتماعی خود هستند.

تصور آینده از حضور در دانشگاه را برای دانشجویان تان امکان‌پذیر کنید. با گشت‌های مجازی و گفت‌وگو با دانشجویان محصل، زندگی دانشگاه را به نمایش بگذارید.

به روزرسانی‌های مهم را

در ساعت‌های پربازدید به اشتراک بگذارید

هیچ‌کس بحران یا شرایط اضطراری را دوست ندارد. اما برای دانشکده‌ها آمادگی لازم برای این مواقع مهم است. مردم در زمان‌های مهم به شبکه‌های اجتماعی نگاه می‌کنند تا اطلاعات و به‌روزرسانی‌های مهم را ببینند. شبکه‌های اجتماعی کلیدی‌ترین بخش از وسایل ارتباطی در مواقع بحرانی است. بیماری کووید-۱۹ نیاز ارتباطات قوی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها را افزایش داده‌است. شرایط ماسک گذاشتن، مقررات فاصله اجتماعی، اقدامات احتیاطی، تعطیلات اضطراری از این دست اخبار هستند که در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌شوند. همچنین مردم توقع دارند دانشکده‌ها به تحرکات اجتماعی واکنش نشان دهند. آنها می‌خواهند ببینند که دانشگاه اقدامات مشخصی را برای حل مسائل اجتماعی یا نهادی انجام می‌دهد.

مشارکت‌دهی دانشجویان

در داخل و خارج از خوابگاه

همه دانشجویان در خوابگاه زندگی نمی‌کنند اما این به آن معنا نیست که آنها دوست ندارند که در زندگی دانشجویی مشارکت داشته باشند. یکی از کلیدی‌ترین مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی در آموزش عالی این است که به دانشجویان امکان برقراری ارتباط را می‌دهد.

این ارتباط ممکن است از خانه، خوابگاه‌های دیگر، برنامه‌های مطالعه کاری یا در کنفرانس برقرار شود. کانال‌ها و گروه‌هایی در شبکه‌های اجتماعی برای پشتیبانی از دانشجویان بسازید.



تحقیقات اخیر TargetX

نشان می‌دهد ۵۸ درصد

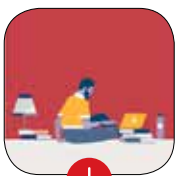
از دانشجویان بلند پرواز

و تازه‌کار از شبکه‌های

اجتماعی برای انجام

تحقیقات خود

استفاده می‌کنند



بیماری کووید ۱۹
نیاز ارتباطات قوی با
دانشگاه‌ها را افزایش
داده‌است. شرایط
ماسک اجباری، مقررات
فاصله اجتماعی،
اقدامات احتیاطی،
تعطیلات اضطراری از
جمله اخبار هستند که
در شبکه‌های اجتماعی
دنبال می‌شوند