

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 316.77

**ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАНИЦ МОЛОДЕЖНОГО ПАРЛАМЕНТА Г. НОВОПОЛОЦКА
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ПРЕДМЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИИ
С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ****А.А. АЛЕКСЕЁНОК***(Представлено: канд. ист. наук С.О. ШИДЛОВСКИЙ)*

В статье рассматривается понятие «социальная сеть», цели и задачи социальных сетей, а также проведено исследование страниц Молодёжного парламента г. Новополоцка в социальных сетях на предмет эффективности коммуникации с целевыми аудиториями.

Введение. В наши дни Интернет стал неотъемлемой частью жизни каждого человека. Сейчас любому доступны практически безграничные возможности во всех сферах жизни именно благодаря Всемирной сети. Люди могут работать, обучаться, общаться, заниматься любимым хобби и просто развлекаться, лишь открыв браузер Интернета. И это ещё не все возможности, которые может предоставить новшество конца 20 века. Жизнь не стоит на месте, вместе с ней и технологии подвержены постоянному развитию. Появляются новые возможности для получения и распространения информации, и многие сферы жизни постепенно переходят в виртуальный мир [1].

Основная часть. Для передачи информации (сообщения, фото, видео, аудио) используются различные социальные сети.

«Социальная сеть» – это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними (социальных взаимоотношений).

Термин «социальная сеть» был введён в 1954 году социологом из «Манчестерской школы» Джеймсом Барнсом в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе», вошедшую в сборник «Человеческие отношения» [2].

По мнению А. С. Дужниковой, можно выделить следующие черты, которыми должна обладать социальная сеть:

1. Возможность создания индивидуальных профилей, которые будут содержать основную информацию о пользователе - его имя, семейный статус, интересы и т. д.
2. Возможность взаимодействия пользователей путем просмотра профилей, отправки друг другу личных сообщений, комментариев и т. д.
3. Возможность достижения цели посещения данного Интернет-ресурса - например, поиск знакомых, ведение блога и т. д.
4. Возможность обмена ресурсами: информацией, различными файлами и т. д.
5. Возможность удовлетворения потребностей посредством накопления ресурсов. Например, удовлетворение потребности в общении посредством увеличения количества знакомств в социальных сетях [3].

В современном мире социальные сети стремительно развиваются и проникают во все сферы жизни общества. У различных организаций, объединений, учреждений образования, а также компаний имеются страницы в социальных сетях, так как социальные сети создают эффективную коммуникацию между группой или группами индивидов, объединенных одной целью.

Задачей создания таких страниц в социальных сетях являются:

- продвижение товара или услуг;
- обмен информацией, событиями, навыком;
- инструмент распространения среди определенного контингента.

Рассмотрим страницы Молодёжного парламента г. Новополоцка в Instagram [6], ВКонтакте [7], а также личный сайт [8].

Страницы для молодёжного парламента являются важным инструментом для взаимодействия с молодёжью и распространения информации о его деятельности.

Страницы в социальных сетях предоставляют молодёжному парламенту:

- доступ к молодёжи и обратная связь от неё;
- распространение информации о своих мероприятиях, акциях и инициативах;
- привлечение новых парламентариев и поддерживать связь с уже существующими;
- создание сообщества единомышленников и проводить онлайн-консультации с другими парламентами;

Таким образом, аккаунт в социальных сетях для молодёжного парламента является необходимым инструментом для эффективной работы с молодёжью и достижения поставленных целей.

Начнём с самой распространённой социальной сети Instagram и обратим внимание на то, что в данной социальной сети большинство информации запоминается визуально. Также особую роль играют комментарии. Комментарии – это языковая оценка и на первый план выходит человеческий фактор [4].

Данный аккаунт (@mp_np_) насчитывает более 1000 подписчиков. Присутствует единый логотип, который создаёт неформальную обстановку среди официального стиля. Аккаунт привлекает молодёжь следующими фразами: «Чем живёт сегодня молодёжь?», «Как себя реализовать?», «Хочешь к нам?» Целевая аудитория – заинтересованная и инициативная молодёжь, которая в поиске своего предназначения. Stories и публикации выходят в одно время, то есть stories является «рекламой к новой публикации». Созданы подразделы актуальных stories:

- «Events» – информирует о знаменательных событиях/мероприятиях;
- «Встречи» – информирует о встречах с различными гостями;
- «Состав» – знакомит с основным составом молодёжного парламента.

Отслеживая аккаунт несколько дней, можно отметить пару пунктов: нет выхода в сториз. Stories – та часть Instagram, которая отслеживается всеми и всегда. Но нужно учесть, что это аккаунт молодёжного парламента – органа молодёжного самоуправления, что говорит о его строгости. Почти каждый день можно увидеть публикации с качественными фотографиями и кратким текстом, что говорит о практически ежедневной работе молодёжного парламента. Также посты создают картину, того, над чем, с кем и как работают парламентарии. Публикации набирают от 100 лайков и более, значит можно сказать, что аудитория активна и замечает данные посты. Комментарии отсутствуют.

Перейдём к аккаунту в ВКонтакте. Благодаря функционалу данной социальной сети, на данной странице можно найти больше контактной информации, такую как номер телефона, адрес, время работы, руководителей и количество просмотров нежели в Instagram.

Публикации в социальной сети ВКонтакте не отличаются от публикаций в Instagram: также качественные фотографии и текст. Но аудитория менее активна, так как посты набирают от 50 до 250 просмотров и от 5 до 10 лайков. Скорее это связано с тем, что согласно с результатами опроса компании Baltic Internet Policy Initiative, Instagram является самой популярной соцсетью в Беларуси для получения новостей и необходимой информации [5].

Проведя опрос среди школьников и студентов о «Коммуникации молодёжного парламента г. Новополоцка с общественностью», мы выявили, что 100% опрошенных знают о существовании Молодёжного парламента г. Новополоцка и из них только 8% узнало о молодёжном парламенте через социальные сети, большинство (64%) узнали от друзей и знакомых. На вопрос «Как вы думаете, каким образом лучше всего ставить в известность учащихся о существовании Молодёжного парламента в нашем городе?» 22 человека из 50 ответили «Через социальные сети». Исходя из этого, можно сделать вывод, что аккаунты молодёжного парламента в социальных сетях на стартовой стадии развития аккаунта. Предприняв меры, а именно:

- чаще работать с аудиторией через Stories;
- выложить Stories с наклейкой с возможностью задать вопрос;
- ввести какую-либо привлекающую рубрику в публикациях (интересные факты, история возникновения);
- проводить прямые эфиры.

Скорее всего люди начнут замечать аккаунт и реагировать на него подпиской, лайками и комментариями, ведь это действительно важно, так как молодёжный парламент безразличен к обратной связи и коммуникации с целевой аудиторией.

Заключение. Таким образом, ВКонтакте более универсальная социальная сеть, которая предоставляет больше возможностей для продвижения. Инстаграм, с другой стороны, сосредоточен на визуальном контенте, таком как фотографии и видео. Эта социальная сеть имеет более современный интерфейс и функции, такие как Stories и IGTV.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воронцова, Д. С. Роль социальных сетей в современном менеджменте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnyh-setey-v-sovremennom-menedzhmente>. – Дата доступа: 11.04.2023.
2. Шахмартова, О. М., Болтага, Е. Ю. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-aspekty-obscheniya-v-sotsialnyh-setyah-virtualnoy-realnosti>. – Дата доступа: 11.04.2023.

3. Дужникова, А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-sovremennyye-tendentsii-i-tipy-polzovaniya>. – Дата доступа: 11.04.2023.
4. Двинина, С. Ю. ОСОБЕННОСТИ АККАУНТОВ ВУЗОВ В СЕТИ INSTAGRAM В ПЕРИОД САМОИЗОЛЯЦИИ 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobenno-sti-akkauntov-vuzov-v-seti-instagram-v-period-samoizolyatsii-2020/viewer>. – Дата доступа: 11.04.2023.
5. Instagram остается самой популярной соцсетью в Беларуси для получения информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belretail.by/news/instagram-ostaetsya-samoj-populyarnoy-sotssetyu>. – Дата доступа: 12.04.2023.
6. МР_НР_ – официальная страница Молодёжного парламента в Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.instagram.com/mp_nr_/. – Дата доступа: 11.04.2023.
7. Молодёжный парламент | НР – официальная страница Молодёжного парламента Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/teennr>. – Дата доступа: 11.04.2023.
8. Официальный сайт Молодёжного парламента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpnr.by>. – Дата доступа: 11.04.2023.