
БЕЛОРУССКИЙ РЕСПУБЛИКАНСКИЙ СОЮЗ МОЛОДЕЖИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация

В статье рассматривается анализ активности БРСМ по районам. Хронологически исследование охватывает все публикации по 01.03.2021 включительно. Была проанализирована активность 118 аккаунтов в каждой социальной сети. Итоговый рейтинг представляет окончательный результат по четырем социальным сетям. Составлен он из суммы всех баллов, набранных районным комитетом по приведенным показателям. Для анализа использовался веб-сервис Popsters (<https://popsters.ru/>).

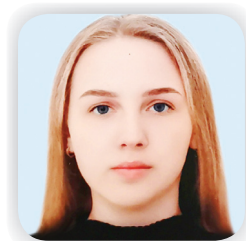
Ключевые слова: БРСМ, молодежное объединение, коммуникация, анализ, интернет-коммуникация, общество.

DOI: 10.51180/RPS.2022.20.3.012

Авторы

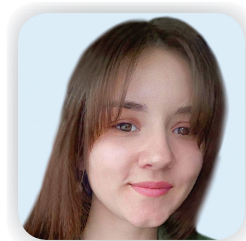
Зинович Валерия Ивановна

Студентка Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета
(Минск, Беларусь)



Ракузова Анастасия Александровна

Студентка Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета
(Минск, Беларусь)



Научный руководитель

Посталовская Ольга Александровна,

Кандидат политологических наук,
доцент кафедры политологии
Института социально-гуманитарного образования
Белорусского государственного
экономического университета
(Минск, Беларусь)



В современном мире общество диктует совершенно новые правила и запросы. Сегодня идет расширение демократических процессов в обществе, повышение социальной

активности граждан, что способствует реализации их прав и законных интересов через создание различного рода общественных и молодежных объединений. Самым крупным молодежным

объединением в Республике Беларусь является общественное объединение «Белорусский республиканский союз молодежи» (далее БРСМ) [1].

Данная организация ставит своими целями создание условий для всестороннего развития молодежи, раскрытия ее творческого потенциала, содействие развитию в Республике Беларусь гражданского общества, основанного на патриотических и духовно-нравственных ценностях [2].

Для достижения данных целей необходимо налаживать всестороннюю коммуникацию с молодежью. В современном мире наиболее популярным средством коммуникации у молодежи являются социальные сети [3]. Используя интернет, в частности социальные сети, общественные объединения налаживают диалог и взаимосвязь, привлекают к себе новых участников. Коммуникация с обществом здесь является важнейшей задачей.

Объект исследования: ОО «Белорусский республиканский союз молодежи».

Цель нашего исследования: проверить активность ОО «БРСМ» в социальных сетях.

Показатели, по которым проводился анализ личных страниц:

1. Количество публикаций на странице.
2. Общее количество лайков публикаций на странице.
3. Среднее количество лайков на одну публикацию на странице.
4. Общее количество комментариев к публикациям на странице.
5. Среднее количество комментариев на одну публикацию на странице.
6. Общее количество просмотров публикаций на странице.
7. Среднее количество просмотров на одну публикацию на странице.

Каждая социальная сеть анализировалась в отдельной таблице с указанием количества баллов и места, которое занимает тот или иной районный комитет БРСМ для данной социальной сети.

Баллы начислялись следующим образом: каждый показатель оценивался по десятибалльной шкале, затем баллы суммировались. Ноль баллов начислялся в том случае, если комитет не представлен в анализируемой социальной сети или же имел 0 публикаций. Итоговый рейтинг составлен, исходя из суммы всех баллов, набранных по приведенным выше показателям.

Анализ социальной сети «ВКОНТАКТЕ»

«ВКонтакте» — российская социальная сеть. «ВКонтакте» позволяет пользователям отправлять друг другу сообщения, создавать собственные страницы и сообщества, обмениваться изображениями, тегами, аудио- и видеозаписями.

Социальная сеть «ВКонтакте» является самой популярной среди белорусских пользователей, поэтому неудивительно, что на этой площадке представлено 100% районных комитетов.

Разберем анализ присутствия районных комитетов в сети «ВКонтакте». Сложность при данном анализе представляло то, что некоторые страницы являются закрытыми, а запросы на подписку отклоняются.

Большее количество баллов при подсчетах оказалось у Барановичского районного комитета, он набрал 37 баллов. На 2 балла меньше у Минского районного комитета — 35 баллов. Далее на 3 месте Оршанский районный комитет с 34 баллами. Четвертое место между собой делят Жлобинский и Солигорский районные комитеты, набрав по 24 балла. Закрывают пятерку лидеров Брестский и Ганцевичский районные комитеты — по 22 балла.

Анализируя данные таблицы, можно заметить, что количество публикаций не всегда является решающим. Например, аккаунт Барановичского районного комитета отстает от Минского

и Оршанского районных комитетов по количеству публикаций, но это не помешало ему оказаться на первом месте в общем рейтинге. Можно сделать вывод, что важно не количество публикаций, а качество контента, его правильная подача и донесение.

Следует отметить тот факт, что некоторые аккаунты закрывают доступ к комментированию записей. Например, аккаунт Сенненского районного комитета. Это говорит о незаинтересованности в получении обратной связи от общественности.

Наименьшее количество баллов, а именно 4, оказалось у Бешенковичского и Чашникского районных комитетов. Среднее количество лайков и комментариев здесь очень низкое.

В конце рейтинга оказались аккаунты Верхнедвинского и Краснопольского районных комитетов, которые являются закрытыми и отклоняют заявку на подписку.

Анализ социальной сети YOUTUBE

Далее приступим к анализу каналов в YouTube. Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения и показа видео. Пользователи могут загружать, просматривать, оценивать, комментировать, добавлять в избранное и делиться теми или иными видеозаписями.

На первом месте по количеству баллов разместился Брестский районный комитет, набрав 61 балл. Далее разместились Дубровенский и Оршанский районные комитеты, 43 и 35 баллов соответственно. В пятерку лидеров также вошли Ганцевичский районный комитет с 33 баллами, а пятое место разделили Кормянский и Круглянский районные комитеты, набрав по 31 баллу.

В конце рейтинга, не считая тех организаций, которые не имеют аккаунта, оказались аккаунты Мстиславского и Сенненского районных комитетов с общим количеством баллов 3. Это

обусловлено низким количеством просмотров, отсутствием лайков и комментариев.

Кроме этого, существуют аккаунты без какой-либо активности — таковыми являются аккаунты Житковичского и Сморгонского районных комитетов.

Если обобщить, то показатели представительства в YouTube неидеальны. 74 организации из 118 не имеют своего канала в YouTube. Это составляет 87,3% от общего количества районных комитетов Беларуси. Таким образом, имеют YouTube-канал лишь 44 районных комитета, что составляет 12,7% от общего количества, два из них, не имеют ни одной публикации, три канала содержат лишь одну публикацию.

Анализ социальной сети INSTAGRAM

Instagram — приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

Что касается сети Instagram, то вывод можно сделать положительный — там представлена большая часть исследуемых организаций. Большинство аккаунтов очень активны, публикуются волонтерские программы, конкурсы, мероприятия и многое другое, благодаря чему вызывается интерес и происходит привлечение молодежи.

Первое место по общему рейтингу разделяют два комитета — Дубровенский и Кобринский районные комитеты, набрав по 42 балла. Следом за ними занимает почетное второе место Мозырский районный комитет с 38 баллами. Закрывает тройку лидеров Житковичский районный комитет, набрав 37 баллов. Также можно отметить два районных комитета, входящих в пятерку, — Столинский и Крупский, набрав 35 и 34 балла соответственно. Им

не хватило лишь нескольких баллов, чтобы попасть в лидеры.

Наименьшее количество баллов набрали Кореличский и Шарковщинский районные комитеты. С нулевыми баллами и соответственно на последних позициях стоят Быховский, Жабинковский и Пуховичский районные комитеты.

Также есть аккаунты, у которых неплохой показатель количества публикаций, однако ограничен доступ к аккаунту: это Ганцевичский районный комитет, Верхнедвинский районный комитет. Их мы не смогли проанализировать по причине отклонения заявок.

Анализ социальной сети TELEGRAM

Telegram — кроссплатформенный мессенджер, позволяющий обмениваться текстовыми, голосовыми и видеосообщениями и фотографиями, файлами многих форматов. Также можно совершать видео- и аудиозвонки, организовывать конференции, многопользовательские группы и каналы.

Относительно сети Telegram все совсем не так красочно. Здесь представлено лишь 7 районных комитетов. Таковыми являются районные комитеты Барановичского, Брестского, Полоцкого, Копыльского, Минского, Молодечненского и Могилевского районов. Но и их активность отметить нельзя, поскольку нет ни публикаций, ни читателей Telegram-канала. Плюс можно поставить лишь за то, что шаг на пути освоения новой социальной сети у них уже сделан. В скором будущем, надеемся, мы увидим результат их работы и на данной площадке.

Заключение

Социальные сети Instagram и «ВКонтакте» можно назвать основными каналами коммуникации для районных комитетов БРСМ. Здесь представлено 93% и 100% районных комитетов соот-

ветственно. В то же время в социальной сети Telegram представлено лишь 6% районных комитетов БРСМ. В YouTube представлено 13% от общего количества.

Рассматривая итоговый рейтинг активности, мы пришли к выводу, что на первом месте с количеством баллов 109 оказался Брестский районный комитет. На втором месте Дубровенский районный комитет с общим количеством баллов 104. Закрывают тройку лидеров Оршанский и Барановичский районные комитеты с количеством баллов 93. В пятерку лидеров также вошли Минский районный комитет с суммой баллов 78 и Кормянский районный комитет, набравший 63 балла. Немного не дотянул до рейтинга ТОП-5 Поставский районный комитет с 62 баллами.

Следует отметить, что комитеты-лидеры показывали достойные результаты при анализе каждой социальной сети в отдельности.

В конце рейтинга расположились районные комитеты Жабинковского, Кличевского районов, набрав лишь по 7 баллов, и районный комитет Славгородского района (5 баллов).

Неоцененным остался Верхнедвинский районный комитет с нулевым количеством баллов. Это обусловлено тем, что аккаунт в сетях «ВКонтакте» и Instagram оказался закрытым, на запрос в доступе отказано. Что касается остальных социальных сетей, то здесь какая-либо активность отсутствует.

Позитивным моментом является то, что лидирующие районные комитеты не сконцентрированы лишь в одной области, а размещены по всем уголкам Республики Беларусь. Это приводит к мысли, что, обратив внимание на активность своих районных соседей, и другие организации начнут активнее налаживать коммуникацию в социальных сетях.

Остается печальным тот факт, что не все районные комитеты хотят получать обратную связь, закрывая аккаунты от постороннего взгляда или же ограничи-

вая доступ к комментированию записей для своих же подписчиков. Данные действия говорят о безразличии комитетов к получению обратной связи от читателей, хотя это могло бы способствовать выявлению наиболее интересного для посетителей аккаунтов материала, проблем, существующих у молодежи, и т.д.

Данный анализ доказывает в очередной раз, что «ВКонтакте» является самой популярной и в большей степени освоенной социальной сетью. Это подтверждается полным присутствием районных комитетов на данной площадке, а также высокой активностью организаций и значительной численностью публикаций.

Мы можем сделать вывод, что, грамотно используя интернет в своей

деятельности, комитеты БРСМ получили достойный результат в виде формирования должного уровня доверия и обратной связи. Однако такой результат получен лишь благодаря таким социальным сетям, как «ВКонтакте» и Instagram.

Также хотелось бы отметить, что залогом успешной деятельности в социальных сетях является систематическое пополнение контента, взаимодействие с аудиторией с помощью опросов и т.д. Работа через социальные сети упрощает коммуникацию с населением, и, что немаловажно, не требует больших материальных затрат, но, к сожалению, не все районные комитеты помнят о таком способе коммуникации и используют данный ресурс не полностью.

Литература

1. Закон Республики Беларусь «Об общественных объединениях» [Электронный ресурс]. — URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=v19403254https://brsm.by/> (дата обращения: 26.03.2021).
2. Интернет-портал БРСМ: Молодежь Беларуси [Электронный ресурс]. — URL: <https://brsm.by/> (дата обращения: 26.03.2021).
3. Быков И.А. Интернет-технологии в связях с общественностью: учеб. пособие / И.А. Быков, Д.А. Мажоров, П.А. Слуцкий и др. — СПб.: Роза мира, 2010. — 275 с.