

Соціальні мережі як засіб популяризації громадських об'єднань

Діана Жеребецька

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

didizereb@gmail.com

Світлана Лісіна

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

svitiva@gmail.com

Abstract. The concept of "social networks" is defined as one of the powerful tools in the work of organizations. The relationship between the website and social networks in the process of promotion is clarified. The advantages of social networks are analyzed and their use in a concrete example is presented.

Ключові слова: Інтернет, популяризація, громадські об'єднання, соціальні мережі.

З урахуванням сучасного рівня розвитку інформаційних технологій, популяризація будь-якої сфери діяльності постає одним із найважливіших завдань у її продуктивній роботі.

Використання Інтернету як якісного інформаційно-комунікативного середовища є одним із основних напрямків роботи компаній які хочуть закріпити своє ім'я на ринку та збільшити цільову аудиторію. Актуальним питанням залишається специфіка використання соціальних мереж у громадських організаціях, які обмежені у своєму фінансуванні та адмініструванні.

Розглядаючи поняття Інтернет-ресурсу під кутом здійснення популяризації організації, можна виділити два основних засоби: веб-сайт та соціальні мережі.

Трактуючи поняття "соціальні мережі", та "мережеве суспільство", подав Г. Рейнгольд і визначив його як "соціальне об'єднання, яке виростає з Мережі, в якій група однодумців підтримує відкрите обговорення протягом тривалого часу, щоб сформувати особисті відносини" [3]. Аналізуючи роботу соціальної мережі, можна провести паралель із діяльністю громадських організацій, де група зацікавлених

певною галуззю роботи людей активно працюють над її розвитком.

Якщо порівнювати просування організації через соціальні мережі та веб-сайт, то в контексті пошуку потенційних членів організації однозначно перевагу мають соціальні мережі. Їх можна визначити як засіб залучення людей, які в нормальних умовах можуть бути просто не в курсі існування громадської організації й корисних для них послуг, що вона надає [2].

Варто відзначити, що існування сторінки ГО в соцмережі впливає на функціонування її веб-сайту. Адже посилання й згадування в соціальних мережах впливають на результати пошуку у пошукових системах. Соціальні мережі допомагають створювати постійну аудиторію сайту: підписники регулярно бачитимуть оновлення на своїй стрічці новин, й тому, ймовірно, будуть неодноразово повертатись на сайт [1]. Таким чином, можна визначити зацикленість процесу популяризації ГО (рис.1).



Рис.1. Взаємозв'язок соціальних мереж із веб-сайтом ГО

Однозначною перевагою соціальних мереж є можливість створення комунікативних каналів зі своїми користувачами у віддаленому режимі.

Відвідувачі можуть легко отримати зворотній зв'язок завдяки можливості надіслати повідомлення.

Оперативність інформування вважається чи не найвизначнішим фактором на шляху до успіху будь-якої організації. Така можливість визначена функціональними налаштуваннями соціальних мереж. Інформація про події, що відбуваються у житті організації має змогу миттєво поширюватись серед усієї маси користувачів Інтернету, а можливість проводити онлайн-трансляцію будь-якого заходу дозволяє пересічному відвідувачу сторінки відчувати себе частиною того чи іншого проекту.

При виборі соціальної мережі для громадської організації варто орієнтуватись на поставлені цілі (рис.2).

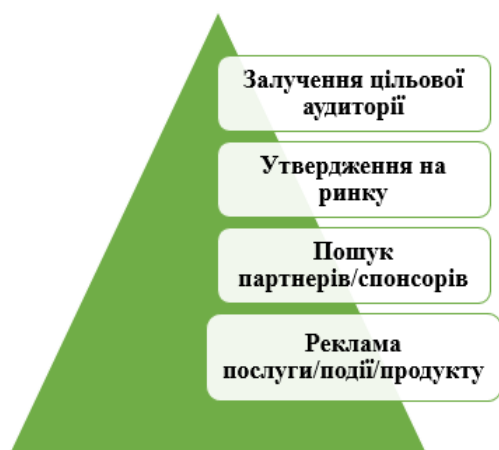


Рис.2 Основні цілі використання соціальних мереж брендами

За даними дослідження The State of Social 2018, 96 % брендів мають свою сторінку у мережі Facebook та чітку задокументовану стратегію популяризації в соціальних мережах [4]. Таким чином можна стверджувати те, що соціальні мережі стають одним із ключових інструментів просування та закріплення позицій організацій серед користувачів Інтернет.

Прикладом активного використання мережі Facebook є громадська молодіжна організація "AEGEE-Lviv". З погляду пересічного користувача варто виділити дотримання єдиного стилю оформлення сторінки, періодичність публікування постів та двомовний контент. Завдяки використанню всіх

можливостей Facebook на сторінці організації є більше 4 тисяч підписників та людей які її вподобали, що свідчить про ефективність використання даної соцмережі [5].

Соціальні мережі комплексно поєднують в собі всі елементи, які потрібні для популяризації громадських об'єднань, таким чином, створюючи загальну характеристику організації для потенційних членів організації та партнерів. Сторінку організації можна вважати і рекламним інструментом, без створення якого, отримати максимально позитивного результату неможливо. Проте, варто пам'ятати, що лише продумана структура, якісне та вичерпне наповнення всіх елементів буде сприяти формуванню позитивного іміджу організації на ринку.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Гребінь А.А. Соціальні мережі – сучасне середовище спілкування з користувачем Бібліотека. Наука. Комунікація матеріали наук.конф., (21-22квіт.2019р.), 2019. – С.111-112.
- [2] Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. 2012. №2 URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv
- [3] Онищенко О. С., Горовий В. М., Попик В. І. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія. НАН Укра-їни, Нац. б-ка України ім. В. І.Вернадського. 2013. С. 123-129.
- [4] Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование. WebCanape: веб-сайт. URL: <https://www.webcanape.ru/business/socialnye-seti-v-2018> (дата звернення: 29.04.20).
- [5] AEGEE-Lviv. Facebook: соціальна мережа. URL: <https://www.facebook.com/AEGEE.Lviv/> (дата звернення: 01.05.20).
- [6] А.Пелещин, А.Вус, О.Марковець, «Побудова формальної моделі віртуальних спільнот як середовища соціокомунікативного протиборства», Вчені записки таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, Серія: технічні науки, 2018, том 29 (68) № 4, с. 201-208.