

Раздел первый

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 005.521:32

Дарья Игоревна Баклагина,
бакалавр 2-го курса
Института государственного
управления и предпринимательства
Уральский федеральный университет

SMM-СТРАТЕГИЯ И ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ (на примере молодежного правительства Свердловской области)

В статье исследуется роль SMM-стратегии в коммуникативной деятельности Молодежного правительства Свердловской области через социальные медиа «ВКонтакте», Facebook, Instagram.

Ключевые слова: SMM; PR-технологии; социальные сети; Молодежное правительство.

Baklagina Daria Igorevna,
2-year student
Institute of Public Administration and Entrepreneurship
Ural Federal University

**THE PLACE OF SMM-STRATEGY
IN THE SYSTEM OF PR-TECNOLOGIES
(on the example of the youth government of the Sverdlovsk Region)**

The article considers the role of the SMM-strategy in the communicative activity of the Youth Government of the Sverdlovsk Region through social media «VKontakte», «Facebook», «Instagram».

Keywords: SMM; PR-technologies; social networks; Youth Government.

В исследовании рассмотрено место SMM-стратегии в системе PR-технологий молодежного правительства Свердловской области. Особенно актуально их использование в деятельности Молодежных правительств РФ как институтов по реализации социально-значимых проектов.

Для этого в работе применялись следующие методы: метод системного подхода, благодаря которому были проанализированы элементы понятийно-категориального аппарата исследования («технология», «PR-технология», «SMM»); метод контент-анализа, с помощью которого был исследован текстовый массив в официальной группе «ВКонтакте», Facebook и страница в Instagram.

Тема исследования актуальна из-за стремительного развития Интернета как передовой платформы для размещения сообщений, а также быстрого и легкого доступа к информации через социальные медиа.

Так, представлено определение понятия «технология» [1].

При рассмотрении понятия «PR-технология» были изучены работы таких исследователей, как И. П. Кужелева-Саган [2], Д. П. Гавра [3], А. А. Калмыков [4], М. А. Денисова [4], М. А. Блюм [5], Н. В. Молотова [5].

Использовано определение «SMM» ученых К. В. Кожевникова и Е. И. Кельбаха [6].

Для анализа была рассмотрена SMM-стратегия продвижения Молодежного правительства Свердловской области в таких социальных медиа, как «ВКонтакте», Facebook, Instagram.

Установили самую активную социальную сеть («ВКонтакте» — по 2–3 публикации каждый день), сеть, пользующуюся популярностью у подписчиков (Instagram — посты набирают в среднем 56 отметок «мне нравится»).

Были определены общие черты публикуемого контента. Во-первых, в конце каждой публикации используются отличительные хештеги (#мпсо, #молодость66, #molprav66). Во-вторых, каждый пост содержит визуальный компонент (фотография, иллюстрация, инфографика, видео). В-третьих, каждый абзац начинается со смайлика, соответствующего теме. В-четвертых, создание определенного образа у аудитории («друг», «помощник», «наставник»).

Выявили тот факт, что структура текста в публикациях в «ВКонтакте» и Facebook в таких жанрах, как пост-релизы и анонсы, поздравления с днем рождения, схожа (текст дублируется). Для Instagram же выбрана стратегия публикации только самой важной информации (изначальный текст публикации сокращается вдвое).

Таким образом, SMM-стратегия МПСО занимает одно из ведущих мест в его продвижении. С помощью социальных медиа этот институт не только доносит до общества информацию о грядущих событиях, но и создает среди граждан образ сильной команды, с поддержкой которой можно реализовать свои идеи, добиться поставленных целей.

Литература

1. Научно-технический словарь [Электронный ресурс]. URL: <https://gufo.me/dict/scientific/%D0%A2%D0%95%D0%A5%D0%9D%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%93%D0%98%D0%AF>
2. *Кужелева-Саган И. П.* Научное знание о связях с общественностью: Философский анализ. М.: Книж. дом «Либроком», 2011. 464 с.
3. *Гавра Д. П.* Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра // ПР диалог. 2003. № 2–3 (март-июнь).
4. *Калмыков А. А., Денисова М. А.* Методическая экспертиза PR-технологий // Консультант директора. 2007. № 14 (290). С. 11–21.
5. *Блюм М. А., Молоткова Н. В.* PR-технологии в коммерческой деятельности. Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. С. 68.
6. *Кожевников К. В., Кельбах Е. И.* SMM-менеджеры — новый этап развития маркетинга // Контентус. 2014. № 7. С. 29–35.