(cc) BY

Пургина Дарья Александровна
специалист отдела информации
МБУ РМ «ЦМПиИ» ГО Богданович
г. Богданович, Свердловская область
магистрант
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Свердловская область

ПРИМЕНЕНИЕ REELS, КЛИПОВ И ВИДЕО О ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ПО РАБОТЕ С МОЛОДЕЖЬЮ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Аннотация*: в работе автором предпринята попытка проанализировать использование формата коротких видеороликов в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, TikTok Центром молодежной политики и информации города Богдановича, а также другими органами и учреждениями сферы молодежной политики Свердловской области. По результатам исследования разработаны предложения по созданию аккаунтов для молодежи в социальных сетях анализируемых организаций.*

Ключевые слова*: молодежная политика, здоровый образ жизни, социальные сети, ВКонтакте, Instagram, TikTok, видео.*

2020 год стал поворотным в государственной молодежной политике. Пандемия коронавируса ускорила процессы погружения населения различных возрастных и социальных групп в online-среду [4, с. 45]. В свою очередь, учреждения по работе с молодежью потеряли наиболее эффективную форму работы – встречи с молодежью, а специалистам данных учреждений пришлось адаптироваться к существующим условиям: осваивать прямые эфиры, начать записывать и монтировать качественные видеоролики, разбираться с понятием «Подкаст» и так далее. То есть направить определенные усилия не только для активной ком-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

муникации, группового общения и творчества в социальных сетях, но и для обмена информацией в удобовариваемом формате, например, короткие видеоролики в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, TikTok, так называемые «Клипы», «Reels» и видео, соответственно. Конечно, обмен информации должен быть направлен на реализацию всех направлений государственной молодежной политики, но в данной работе акцент будет сделан на направление «Организация досуга, отдыха, оздоровления молодежи, формирование условий для занятий физической культурой, спортом, содействие здоровому образу жизни молодежи» [5] как тренда в нынешней эпидемиологической ситуации.

Об актуальности темы сейчас говорит отсутствие приоритета здорового образа жизни (ЗОЖ), отсутствие механизма ответственности молодого человека за выбор способов жизнедеятельности, слабой пропагандистской установке на ЗОЖ [3, с. 245]. Несомненно, ЗОЖ является ценностью современной молодежи, в том числе среди студентов [1, с. 66–67] и работающей молодежи [9, с. 240]. Вместе с тем, актуально применение здоровьесберегающих технологий в молодежной среде, которые позитивно влияют на молодежь [10, с. 120].

В социальных сетях, при отсутствии возможности работать с молодежью в offline-режиме или встречаться в online-режиме, контент, популяризующий ЗОЖ, занятия физической культурой и спортом, необходим. Нами была предпринята попытка проведения анализа контента на страницах в социальных сетях Instagram, Вконтакте, TikTok, присутствия или отсутствия нового и популярного формата коротких видеороликов (reels, клипы, видео в Instagram, Вконтакте, TikTok) на сайтах Центра молодежной политики и информации города Богдановича (далее Центр), а также других 5 органов и учреждений сферы молодежной политики области Свердловской области. При работе использованы методы анализа теоретических источников и анализа деятельности, а также сравнительного анализа данных. Социальные страницы 5 учреждений и органов сферы молодежной политики для мониторинга выбраны по методу случайной выборки. Цель дан-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

ного исследования – разработать рекомендации для актуализации формата контента о ЗОЖ учреждениями по работе с молодежью, действующими в муниципальных образованиях Свердловской области.

Достаточно популярна у органов и учреждений сферы молодежной политики социальная сеть – ВКонтакте. В июне 2020 года ВКонтакте представила «Клипы» – сервис видео, представляющий собой бесконечную ленту коротких вертикальных видео. Как отмечают Вконтакте, набор просмотров на начальном этапе помогают алгоритмы: первыми ролики видят подписчики, затем доступ к широкой аудитории обеспечивает рекомендательная платформа. Статистика показала, что новый формат в среднем в сутки клипы собирают по 180 млн просмотров [7]. Использование клипов позволяет стать ролику «вирусным», т.е. контент о ЗОЖ, созданный учреждениями и органами сферы молодежной политики, могут увидеть значительно больше молодежи.

Отметим, что группа Центра была создана в 2016 году [8]. Формат клипов здесь, как и в других группах 5 исследуемых учреждениях, не используется. Следовательно, новая возможность взаимодействия со своими подписчиками и целевой аудиторией (молодежью) и донесения информации о ЗОЖ в популярном формате не используется.

Не менее популярной среди молодежи является социальная сеть Instagram и функция создания и обработки коротких видеороликов Instagram Reels, которая стала доступна русскоязычным пользователям в июле 2021 года [11]. Используя данную функцию, учреждения и органы сферы молодежной политики также могут добиться популярности публикаций о ЗОЖ путем работы алгоритмов. Проанализировав аккаунты учреждений в Instagram было выявлено, что формат Instagram Reels используется только 2 учреждениями, в том числе Центром. Остальные исследуемые учреждения или отсутствуют в Instagram, или не используют возможности данной сети. При использовании функции просмотры контента о ЗОЖ превысили количество подписчиков аккаунтов в Instagram.

Самой быстрорастущей социальной сетью TikTok, которая популярна у молодежи в возрасте от 14 до 24 лет [12], пользуется только одно учреждение из

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

анализируемых 6. К сожалению, контент данного учреждения не регулярен, а последние ролики публиковались в конце 2021 года.

В современном мире учреждениям и органам сферы молодежной политики необходимо использовать возможности данных социальных сетей и их функций в популяризации ЗОЖ: бесплатность, свободный формат, легкость в усвоении материала, обусловленной в первую очередь сравнительно небольшой длительностью роликов, и доступностью предоставляемого материала.

Для того чтобы изменить ситуацию, связанную с отсутствием контента в формате популярных коротких видеороликов, в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, TikTok предложено создать аккаунты учреждений в популярных у молодежи социальных сетях и регулярно публиковать там материалы о ЗОЖ в формате коротких видеороликов, а также привлекать к созданию подобных видеороликов молодежь, формируя у нее субъектные качества: самоорганизацию, самоуправление и нормотворчество [6, с. 186].

Таким образом, интеграция контента о ЗОЖ органов и учреждений сферы молодежной политики в формат коротких видеороликов в социальные сети ВКонтакте, Instagram, TikTok будет способствовать формированию ценностей ЗОЖ, а также «полноценно учиться, трудиться, общаться с людьми» [2, с. 8], а также способствовать развитию социальной активности молодежи.

Список литературы

1. Арсланбекова Э.М. Здоровый образ жизни как ценность современной молодежи / Э.М. Арсланбекова, Н.В. Попова // Инновационный потенциал молодежи: гражданственность, профессионализм, творчество: сборник научных трудов Междунар. молодеж. науч.-исслед. конф. (Екатеринбург, 24 ноября 2020 г.) / под общ.ред. д-ра пед. наук А.В. Пономарева, канд. филос. наук Н.В. Поповой; М-во науки и высшего образования РФ. – Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2020. – С.66–71.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

2. Буйносова Н.И. Здоровый образ жизни как элемент корпоративной культуры современного промышленного предприятия: Опыт. Проблемы. Пути решения / Н.И. Буйносова, Н.В. Попова. – Каменск-Уральский: ОАО СинТЗ, 2007. – 76 с.

3. Буянова Л.В. Формирование здорового образа жизни учащихся как профилактика девиантного поведения / Л.В. Буянова // Устойчивое развитие науки и образования. – 2018. – №9. – С. 243–248.

4. Ваулина К.О. Online-технологии в работе с молодежью в условиях пандемии / К.О. Ваулина, Н.В. Попова // Вестник педагогических инноваций. – 2020. – №2 (58). – С. 45–55.

5. Гарант.ру. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/

6. Гончаров С.З. Креативность принципа субъектности в философии / С.З. Гончаров, Н.В. Попова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – Выпуск 8. Екатеринбург. – 2008. – С. 180–197.

7. Новости для прессы. ВКонтакте представила «Клипы» – сервис видео с AR-спецэффектами / Пресс-служба ВКонтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/press/vk-clips.

8. Официальный сайт МБУ РМ «ЦМПиИ» ГО Богданович [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cmpii.ru/.

9. Положение молодежи Свердловской области в 2015 году: научные основы доклада правительству Свердловской области: коллективная монография / под общ. ред. проф. Ю.Р. Вишневского. – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2016. – 272 с.

10. Попова Н.В. Здоровьесберегающие технологии в работе со студенческой молодежью: анализ и пути совершенствования / Н.В. Попова, К.К. Данике // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2021. – Т. 6. – №3. – С. 118–124.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

11. Smmplaner. Instagram Reels: все что нужно знать о коротких видео рилс в Инстаграме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://smmplanner.com/blog/instagram-reels-vsie-chto-nuzhno-znat-o-korotkikh-vidieo-rils-v-instaghramie/

12. Spark. Самые популярные соцсети в России в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spark.ru/user/133946/blog/80389/samie-populyarnie-sotsseti-v-rossii-v-2021-godu

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)