Секция «Реклама и связи с общественностью»

**Особенности медиакоммуникации Российской академии образования на примере социальных сетей ВКонтакте и Телеграм**

***Научный руководитель - Гуреева Анна Николаевна***

***Чекардина Анастасия Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, факультет журналистики, кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

*E-mail:* [*tach3211@list.ru*](mailto:tach3211@list.ru)

Последние годы российские вузы столкнулись с проблемой небольшого спроса на такие образовательные программы, как «Педагогическое образование» (ФГОС 44.03.01 - бакалавриат, 44.04.01 - магистратура) и «Психолого-педагогическое образование» (ФГОС 44.03.02 - бакалавриат, 44.04.02 - магистратура)[1]. Профессия педагога стала все больше обесцениваться в обществе, а нехватка кадров в школах и вузах страны сказываться на качестве образования. В такие моменты технологии рекламы и связей с общественностью играют значимую роль в решении проблемы. Через тщательно продуманные кампании Центр развития педагогического образования Российской академии образования не только повышает интерес к специальностям педагогики и психологии, но и формирует положительный образ профессии в обществе. Это, в свою очередь, способствует привлечению талантливых и мотивированных людей в сферу образования, что является критически важным для обеспечения качественного образования будущих поколений.

Медиапроект Центра развития педагогического образования РАО - это инновационная онлайн-платформа в социальных сетях ВКонтакте и Телеграм, предназначенная для объединения педагогов, студентов психолого-педагогической направленности, методистов и всех интересующихся современным педагогическим образованием в России.

Целью сообщества является популяризация психолого-педагогического направления посредством таких социальных сетей, как ВКонтакте и Телеграм.

Использование социальных сетей как инструмент медиакоммуникации позволило значительно расширить целевую аудиторию медиаплатформ и более эффективно взаимодействовать с ней. Для того, чтобы не пропустить ни одно мероприятие Центра развития педагогического образования РАО и быть в курсе последних новостей в сфере педагогики и психологии необходимо иметь доступ в интернет, что на сегодняшний день не является особой проблемой. По данным Mediascope, на 2023 год 81% россиян активно потребляют информацию в интернете[2].

ВКонтакте, как один из лидеров социальных сетей в России по данным Mediascope за 2023 г.[3], дала возможность Центру развития педагогического образования РАО донести информацию до молодежи в их привычной среде. В сообществе запускаются целевые коммуникационные кампании, направленные на привлечение внимания к педагогическим и психологическим специальностям, демонстрируя значимость этих профессий для общества и предлагая ясные пути карьерного развития. Постоянные рубрики Центра развития педагогического образования РАО направлены на интерактивную подачу полезного материала как для тех, кто уже давно работает в психолого-педагогической сфере, так и для молодого поколения. За два года работы группы ВКонтакте были достигнуты следующие результаты: 554 подписчика, средний показатель охвата - 275 просмотров, среднее количество реакций на посты - 16. Несмотря на то, что общие цифры не такие большие, качество аудитории достаточно высокое.

Телеграм стоит на втором месте по популярности по версии Mediascope[3]. Во многом его преимущество заключается в доступности контента, удобстве размещения и потребления новостей, а также инструментах ведения канала (истории, кружки, аудио, видео и текстовый формат публикаций). Телеграм позволяет поддерживать постоянную обратную связь с аудиторией. Центр развития педагогического образования РАО использует эту платформу для публикации актуальных новостей, а также создания образовательного контента, который помогает будущим и действующим педагогам и психологам совершенствовать свои навыки. Данная социальная сеть также удобна для ведения текстовых онлайн-трансляций. Пользователи могут получать информацию в режиме «реального времени». За три года работы Телеграм-канала были достигнуты следующие результаты: 1438 подписчиков, средний показатель охвата - 430 просмотров, среднее количество реакций - 19.

Активное использование медиакоммуникационных инструментов, таких как ВКонтакте и Телеграм как составляющая коммуникационной кампании, играют важную роль в преодолении текущих вызовов в образовательной сфере России. Они содействуют в формировании позитивного образа педагога и педагогической отрасли в целом, оперативном размещении новостей в психолого-педагогической области, а также помогают преподнести полезную информацию в интересном для пользователей виде.

**Литература**

1. Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС). // URL: <https://fgos.ru/search/bachelor/>
2. Исследовательская компания Mediascope. // URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/226/e7lwh96qizxpwhf1rj2ttfzkwlie8vr8/медиапотребление%202023.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/226/e7lwh96qizxpwhf1rj2ttfzkwlie8vr8/%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%202023.pdf)
3. Исследовательская компания Mediascope. // URL: [Социальные сети в первом полугодии 2023 - MediascopeMediascopehttps://mediascope.net › news](https://mediascope.net/news/1681112/#:~:text=%D0%92%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%BE%D0%BC%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%B8%202023%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0,%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%B5%2C%20%D0%B0%20%D0%B7%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%B9%20%E2%80%94%20%D0%B2%D1%8B%D1%88%D0%B5.)