



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра социально-гуманитарных наук

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)

**На тему Социальные сети как инструмент формирования
патриотического сознания молодежи**

Исполнитель Батальер Михайлова Анна

Руководитель кандидат философских наук, доцент

Пряхина Анна Валентиновна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

кандидат культурологии, доцент

Киреева Ольга Викторовна

« 05 » июня 2024г.

**Санкт-Петербург
2024**

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	2
ВВЕДЕНИЕ	3
1 Теоретическое исследование феноменологии патриотического сознания молодежи в современном социально-коммуникационном пространстве	6
1.1 Исторические и терминологические основы исследования патриотического сознания молодежи	6
1.2 Коммуникационные особенности формирования патриотического сознания молодежи на современном этапе	10
2 Анализ деятельности организации СПб ГБУ «ЦПМИ «ВЕКТОР»	20
2.1 СПб ГБУ «ЦПМИ «ВЕКТОР» как базисный субъект	20
2.2 Анализ целевой аудитории	24
2.3 SWOT-анализ	31
2.4 PEST-анализ	34
2.5 Анализ социальных сетей	48
3 Разработка программы формирования патриотического сознания молодежи с помощью социальных сетей	55
3.1. Программа формирования патриотического сознания молодежи с помощью социальных сетей	55
3.2 Критерии и методы оценки эффективности	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	72
ПРИЛОЖЕНИЯ	76
Приложение 1. Пост к 9 мая, Дню Победы в Великой Отечественной Войне ...	76
Приложение 2. Интерактивный пост, приуроченный ко Дню рождения Санкт-Петербурга	77

ВВЕДЕНИЕ

Молодежь в современной России играет решающую роль в преобразованиях общества. Будучи наиболее мобильной и восприимчивой к изменениям, молодежь чутко улавливает новые смыслы и идеи. Исследователи в России и за рубежом пристально изучают молодежную культуру и ее проблемные аспекты.

Этот интерес обусловлен тем, что молодежь является движущей силой прогресса, воплощая потенциал для социально-культурного и экономического роста страны. Молодые люди, отличающиеся своим возрастом и маргинальным положением в обществе, особенно чувствительны к изменяющимся условиям. Они легко адаптируются к новым социальным реалиям и лидируют в процессах социокультурных трансформаций.

Культурный плюрализм и повсеместное использование интернета в России оказывают непосредственное влияние на формирование ценностно-смысловой основы молодежной культуры. Проблема ценностных ориентиров и их динамики у молодежи становится особенно актуальной в условиях кризиса российского общества, сопровождающегося переоценкой ценностей и распространением гедонистических и потребительских установок.

В настоящем обществе, где социальные медиа играют важную роль в повседневной жизни, каждый человек часто ощущает себя в «информационном вакууме», где закрепляются устойчивые модели поведения. Особенно молодежь гибко реагирует на эти трансформации и принимает правила игры в виртуальном мире, создавая идеальный образ себя на страницах социальных сетей.

Молодые люди создают свой собственный путь общения, который соответствует их собственному восприятию смысла и жизненным установкам. Они получают одобрение за свои действия, мысли и представление о себе в виртуальном пространстве, что в конце концов создает положительный социальный эффект.

К сожалению, в современных условиях молодежь формирует свое понимание патриотизма в социальных сетях, основываясь на собственном опыте и воздействии без достаточного педагогического руководства или систематической патриотической пропаганды. Этот процесс происходит неструктурированно и неконтролируемо.

В последние годы среди молодежи наблюдается интерес к пересмотру и переоценке исторических событий и их значимости, что требует улучшения методов нравственного и патриотического воспитания молодежи. С учетом развития информационных систем, особенно интернета, важно адаптировать воспитательную работу для учета современных информационных технологий и проникновения в глобальную сеть.

В настоящее время существует множество инновационных образовательных технологий, однако роль информационных телекоммуникационных систем, основанных на интернете, в патриотическом воспитании молодежи до сих пор недооценивается.

Основная цель патриотического воспитания заключается в развитии высокой социальной и гражданской активности среди молодежи, формировании высокоморальных граждан, готовых проявить свои положительные качества в деле благополучия своей родины.

Молодежь является будущей элитой общества и ее патриотическое сознание имеет огромное значение для развития государства. Анализ влияния социальных сетей на формирование патриотического сознания молодежи позволит выяснить, каким образом различные аспекты социальных сетей, такие как новости, образование, общение с единомышленниками и др., могут использоваться для повышения патриотизма среди молодежи.

Результаты данного исследования могут быть использованы для разработки программ и мероприятий, направленных на укрепление патриотического сознания молодежи через социальные сети. Это может быть особенно полезно для образовательных учреждений, государственных и общественных организаций, занимающихся молодежными вопросами.

Актуальность темы обусловлена необходимостью противодействия распространению в интернет-пространстве, в том числе в социальных сетях, искаженной информации и ложных трактовок исторических событий, что представляет угрозу для формирования адекватного патриотического сознания у молодежи. В современных условиях активизации деструктивных сил использование социальных медиа становится особенно значимым инструментом для противодействия подобным влияниям и воспитания у молодого поколения истинного патриотизма.

Цель данной дипломной работы – исследование и анализ роли социальных сетей как инструмента формирования патриотического сознания у молодежи, а также разработка программы формирования патриотического сознания молодежи (на примере) Центра «ВЕКТОР».

Объектом исследования является цифровые коммуникации государственных учреждений.

Предмет исследования - использование социальных сетей как эффективного инструмента формирования патриотического сознания среди молодежи.

Задачи исследования - изучение современного состояния патриотического сознания среди молодежи, исследование влияния социальных сетей на молодежь, определение положительного и отрицательного влияния социальных сетей на формирование патриотического сознания, исследование действующих практик использования социальных сетей для формирования патриотического сознания молодежи, и разработка программы формирования патриотического сознания молодежи на базе Центра «ВЕКТОР».

В процессе исследования будут использованы следующие методы: анализ документов, анализ целевой аудитории, SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ социальных медиа и др. Работа включает введение, три главы, заключение и список литературы.

1 Теоретическое исследование феноменологии патриотического сознания молодежи в современном социально-коммуникационном пространстве

1.1 Исторические и терминологические основы исследования патриотического сознания молодежи

Проблема патриотического воспитания представляет собой одну из наиболее обсуждаемых вопросов в научной педагогической литературе последних лет. Многие современные ученые активно исследуют определение патриотизма и ищут эффективные методы патриотического воспитания. Например, В.И. Лутовинов определяет патриотизм как любовь к родине, своему народу и стремление служить их интересам, подчеркивая, что патриотизм является единством духовности, гражданственности и социальной активности в деятельности личности во благо отечества. Данное определение объединяет в себе взгляды нескольких поколений российских ученых на сущность патриотизма.

В словаре В.И. Даля патриотизм определяется как любовь к отчизне. Основной характеристикой патриотического чувства является любовь, которая представляет собой духовно-нравственную категорию. Педагогический энциклопедический словарь также трактует патриотизм как любовь к отечеству, которая включает в себя не только любовь к своей земле, но и к собственной культурной среде, из которой человек рождается духовно и нравственно. Этот подход подчеркивает духовные основания патриотизма, основывающиеся на христианской идее, которая объединяет людей, а не разделяет их.

Изучение истории формирования отечественной патриотической мысли позволяет увидеть ее преемственность и непрерывность, независимо от социально-политических условий или государственного строя [11, с.13].

Известные представители отечественной педагогической мысли, такие

как К. Ушинский, К. Победоносцев и представители русского философского зарубежья, включая И. Ильина, П. Новгородцева и Г. Федотова, единодушно сходятся во мнении о том, что православная вера и Отчизна являются духовными основаниями, на которых строится патриотическая идея русского народа.

Например, И. Ильин считал, что воспитание должно начинаться с того, чтобы «впитать в душу ребенка духовный опыт его родины». Он придавал большое значение семье, которая должна поддерживать и передавать духовные, религиозные, национальные и отечественные традиции из поколения в поколение.

П. Новгородцев защищал идею Родины как совокупности духовных благ, переданных предками своим потомкам. По его мнению, патриотизм заключается в сохранении этих духовных благ.

Классики отечественной педагогической мысли раскрывают значение православной веры и Отчизны в формировании патриотизма русского народа. Они подчеркивают роль семьи в передаче духовных и национальных традиций, а также обращают внимание на акт духовного самоопределения и сохранение духовных благ для развития патриотических чувств и идеалов.

При обращении к опыту советской педагогической науки следует отметить, что он был крайне политизирован и склонен к излишней идеологизации в трактовке патриотизма. В большинстве источников того времени подчеркивается героизм и жертвенность патриотизма, необходимые в условиях военного конфликта [15, с.43]. По определению из Толкового словаря русского языка 1939 года, патриот — это человек, преданный своему народу, который любит свою родину и совершает подвиги в ее интересах. Такие качества, конечно, необходимы во времена угрозы для страны, но патриотизм не ограничивается только героическими подвигами. Он также представляет собой постоянное внутреннее состояние, которое порождает повседневную «практическую добродетель» - желание и стремление быть гражданином своей родины, где бы человек ни находился.

В своем видении патриотического воспитания Василий Сухомлинский уделял особое внимание духовно-нравственным ценностям. Он считал патриотическое воспитание сферой духовной жизни, проникающей во все сферы познания, деятельности и стремления формирующегося человека.

Вышеперечисленные определения помогают сформировать целостное понимание сути патриотизма и способов его воспитания у современной молодежи. Осознание значения патриотизма и развитие патриотических чувств должны осуществляться через интеллектуальные, нравственные и духовные усилия со стороны формирующейся личности и выражаться в деятельности. Изучение истории, культуры и природы своей родины, готовность к патриотически направленной деятельности - все вместе они могут служить эффективным средством патриотического воспитания современной молодежи.

В современной России, после периода переосмысления ценностей в 1990-е годы, проблематика патриотического сознания вновь вышла на первый план. В основных государственных документах, таких как «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года», патриотизм рассматривается как важнейшая основа формирования гражданской позиции и национальной идентичности молодежи.

С теоретической точки зрения, исследование патриотического сознания молодежи опирается на фундаментальные концепции и подходы, разработанные в отечественной социологии, психологии и педагогике.

Так, сущность и структура патриотического сознания изучались в рамках теории ценностных ориентаций личности (Б.Г. Ананьев, М.Г. Ярошевский), теории социальной идентичности (Г.М. Андреева, Е.П. Белинская) и теории гражданского общества (Е.С. Баразгова, А.Г. Вишневский).

Механизмы формирования патриотического сознания молодежи рассматривались в контексте теории социализации личности (И.С. Кон, А.В. Мудрик), теории воспитания (Л.И. Божович, А.С. Макаренко) и теории

развития ценностно-смысловой сферы подростков и юношества (Д.А. Леонтьев, В.Ф. Сафин).

На сегодняшний день в условиях нового геополитического развития формируется важная повестка, связанная с развитием патриотизма в России. Это обусловлено рядом ключевых факторов. Во-первых, усиление роли национальной идентичности и традиционных ценностей в современном мире. В условиях глобализации и информационной открытости общества вопросы сохранения культурной самобытности и исторической преемственности приобретают особую значимость [19, с.25].

Во-вторых, необходимость консолидации общества перед лицом внешних вызовов и угроз. Патриотическое воспитание молодежи рассматривается как важный механизм укрепления гражданского единства и обеспечения национальной безопасности.

В-третьих, запрос на формирование активной гражданской позиции среди молодого поколения. Развитие патриотического сознания способствует вовлечению молодежи в социально-политические процессы и решение задач государственного масштаба.

В-четвертых, трансформация системы ценностных ориентаций современной молодежи. В условиях размывания традиционных моральных устоев особую важность приобретает формирование патриотических установок, основанных на любви к Родине, гордости за ее историю и стремлении к ее процветанию.

В-пятых, необходимость противодействия деструктивным внешним информационным воздействиям. Развитие патриотического сознания молодежи рассматривается как эффективный способ нейтрализации попыток манипулирования общественным сознанием и размывания национальной идентичности.

В этой связи на государственном уровне разрабатываются и реализуются различные программы и стратегии, направленные на воспитание патриотизма у подрастающего поколения. Особое внимание уделяется

использованию современных каналов коммуникации, таких как социальные сети, для формирования патриотического сознания молодежи.

Таким образом, в условиях новых геополитических реалий проблема развития патриотизма в молодежной среде приобретает ключевое значение для обеспечения национальной безопасности и устойчивого социально-экономического развития России.

1.2 Коммуникационные особенности формирования патриотического сознания молодежи на современном этапе

Вследствие политических и общественных изменений, которые произошли в стране в начале 1990-х годов в связи с демократическими реформами, произошла переоценка существующих идеологических принципов. Ранее принятые ценности были отвергнуты, а национальная идея достижения «светлого будущего – коммунизма» признана неконструктивной. Власть новой эпохи не смогла предложить обществу новую идеологию, и жизнь людей полностью погрузилась в рыночную экономику, где основным стремлением стало «обогащение любыми способами». Это привело к формированию поколения людей с неопределенными морально-нравственными ориентирами.

Идеи о патриотизме связаны с глубоким уважением к своей Родине, однако понимание сути патриотизма различно у людей. Из-за этого некоторые считают себя патриотами, в то время как другие не считают себя таковыми. Это подтверждается результатами социологического опроса, проведенного ВЦИОМ в 2010 году. Ответы респондентов на вопрос о том, в чем заключается истинный патриотизм, были разнообразны: от обсуждения патриотических тем с друзьями до уважения традиций и участия в воспитании детей. Этот пример показывает, что общество имеет общие и абстрактные представления о патриотизме, и оно готово критиковать текущее положение вещей, но не всегда принимает активное участие в решении

общественных проблем.

В своем обращении к Федеральному собранию в 2013 году, В.В. Путин призывал к принятию конкретных мер по воспитанию патриотизма в стране. Он отметил, что 2014 год объявлен Годом культуры в России и должен стать годом истинного просвещения, обращения к нашим культурным истокам, к вопросам патриотизма, нравственности и морали. Президент подчеркнул, что чувство ответственности за страну является основой Конституции России и призвал каждого из нас к взаимному признанию этой ответственности.

Социологический опрос ВЦИОМ, проведенный в июне 2013 года, подтверждает, что воспитание чувства патриотизма в России не получает достаточного внимания. Когда респондентам был задан вопрос о событиях, вызывающих чувство гордости за последние 10-15 лет, ответы были следующими: Возрождение армии (8%), Олимпиада в Сочи (7%), Евровидение (6%), воспитание патриотизма – 1%. Это свидетельствует о необходимости формирования новой социальности, гражданственности и государственности [24].

Формирование патриотизма среди населения может успешно опираться на теории и концепции массовых коммуникаций. Анализируя социальные и культурные институты, американские социологи Д. Белл и Э. Шилс уже в начале 20-го века сделали вывод, что массовое производство и потребление продуктов средств массовой коммуникации приводят к однородности общества и объединению людей через эти средства. Более того, средства массовой информации выполняют важные социальные функции, которые можно условно разделить на три группы: информационную, регулирующую и культурологическую.

В современных общественных и культурных изменениях акцент сделан на необходимости гражданско-патриотического воспитания, которое имеет важное значение для обеспечения стабильности страны. Патриотизм, внушаемый молодому поколению в целенаправленной обстановке, является неотъемлемой частью духовно-нравственной основы личности, формирует

гражданскую позицию и мотивирует служить своей Родине достойно и с самоотверженностью.

Возможно, такое отношение обусловлено тем, что в школьном возрасте патриотическое воспитание организуется наиболее активно и систематически. В период перехода в студенчество появляются новые возможности для развития и самовыражения, но эта стадия также несет определенные риски. С одной стороны, молодое поколение становится более информированным и участвует в политических событиях страны и региона, но с другой стороны, демократизация и многопартийная система могут создавать определенные трудности в понимании патриотизма. Кроме того, современная молодежь не получила того же уровня патриотического воспитания, которое было доступно старшему поколению [21, с.53].

В последнее время развитие патриотизма и гражданственности среди молодежи стало одной из главных задач государственной политики. Все больше и больше признается, что патриотизм является основой духовных ценностей общества и способствует укреплению государства. Президент Российской Федерации В.В. Путин неоднократно подчеркивал важность патриотического воспитания, привлекая внимание к сохранению памяти о ключевых событиях нашей общей истории, противодействию историческим фальсификациям и формированию гражданской позиции среди молодежи: «Наша сила - в патриотизме граждан, в их верности Родине и готовности защищать ее интересы. Именно поэтому так важно укреплять традиционные российские духовно-нравственные ценности, воспитывать у молодежи чувство гордости за историю и культуру страны.»

За последние несколько лет было принято несколько важных нормативно-правовых документов, касающихся патриотического воспитания молодежи. В целях укрепления государственной позиции в области духовно-нравственного воспитания с активной гражданской позицией, изменения были внесены в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», чтобы включить воспитательный аспект как одну из основных и

приоритетных составляющих образовательного процесса. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года также подчеркивает значимость формирования у молодого поколения традиционных российских ценностей, приобретения знаний и навыков, позволяющих реализовать их потенциал, а также готовности к мирному созиданию и защите своего государства и родины. В Федеральном законе «О молодежной политике в Российской Федерации», принятом в конце 2020 года, одно из основных направлений реализации молодежной политики придается «воспитанию гражданственности, патриотизму, преемственности традиций, уважению к отечественной истории, историческим, национальным и иным традициям народов Российской Федерации». И наконец, важную роль в реализации государственной политики по воспитанию гражданской и государственно-ориентированной личности играет федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации», который является частью национального проекта «Образование». В рамках этого проекта предусмотрено создание патриотического движения через развитие ассоциации студенческих патриотических клубов «Я горжусь» и проведение различных всероссийских и региональных мероприятий с патриотической направленностью.

Результаты социологических исследований указывают на то, что отечественная система образования является относительно успешной в первичной социализации. Она успешно передает традиционные российские духовно-нравственные ценности, формирует чувство патриотизма и гордости за историю России. Это подтверждают различные исследования, которые указывают, что большинство молодежи получает информацию об истории и культурных достижениях страны, а также о государственных символах, в учебных заведениях.

Необходимо отметить, что в условиях нестабильной внешнеполитической обстановки и увеличения попыток фальсификации событий в мировой и отечественной истории, это имеет особое значение.

Однако, ограничивать систему патриотического воспитания только политикой исторической памяти и популяризацией официальной государственной символики недостаточно, особенно среди молодежи, которая уже закончила обязательное образование в школе [16].

Необходимо отметить, что формирование чувства принадлежности к государству и участия в его общественно-политической жизни активно происходит в период студенчества. Это связано с тем, что в этом возрасте люди становятся совершеннолетними и имеют больше возможностей для проявления своих индивидуальных качеств, включая социальную и политическую активность, в том числе в сфере киберпространства. Исследования показывают, что по мере взросления у молодежи усиливается социально-экономическая и политическая составляющая патриотизма. Чем больше они отдаляются от системы образования и становятся более самостоятельными, тем больше внимание они уделяют политическому устройству своей страны, отходя от традиционного «территориального принципа», присутствующего в системе школьного воспитания.

Несомненно, основой российского патриотизма является историческая память народа. Однако, стоит признать, что исторические события ограничены в своей способности бесконечно поддерживать патриотические чувства нового поколения. Результаты социологических исследований показывают, что наибольшее количество респондентов, гордящихся военными победами, находятся в возрасте до 18 лет. Это, как уже отмечалось, связано с тем, что это школьники, которые еще не имеют независимого критического мышления. Однако, у молодых людей старше 19 лет, чувство гордости за исторические военные победы уступает место другим приоритетам. Респонденты из «старших» возрастных групп ставят в первую очередь ценность научно-технологических достижений страны, которые являются фундаментом для социально-экономического развития страны, благополучия ее народа и, в конечном счете, своих семей [10].

Все это указывает на необходимость предлагать современной молодежи

другие патриотические ориентиры, которые помогут формировать конструктивное мировоззрение и государственно-ориентированную личность в процессе вторичной социализации. Одной из причин такой ситуации является то, что современные дети уже выросли в мире цифровых технологий, которые изменяют традиционные формы межличностных коммуникаций и развлечений. Именно поэтому нельзя игнорировать прогрессивные технологии, которые открывают новые возможности для патриотического воспитания детей и молодежи в цифровом мире, учитывая индивидуальные траектории развития каждой личности.

В последние годы государство активно поддерживает социально-значимые проекты, которые исследуют условия и факторы формирования гражданско-патриотического воспитания молодежи в современной России. Одновременно эти проекты используют интернет-технологии в качестве эффективного средства коммуникации. Целью проектов является изучение условий и факторов, которые влияют на формирование гражданско-патриотического воспитания, а также разработка эффективных подходов, включающих использование интернет-технологий в системе гражданско-патриотического воспитания молодежи.

Подобные проекты располагают комплексным социологическим исследованием с применением методов анкетирования и опросов экспертов, кабинетного исследования, а также созданием историко-патриотических веб-сайтов, использующих передовые интернет-технологии визуализации и активное проникновение этой формы в молодежную интернет-среду как одного из перспективных и эффективных направлений работы с молодежью.

Такие исследования позволяют выявить условия и факторы, которые влияют на формирование гражданско-патриотических ценностей у современной молодежи, а также выяснить, какую роль играют интернет-коммуникации в процессе формирования гражданско-патриотического сознания молодых людей.

В рамках реализации таких проектов проводятся кабинетные

исследования, которые помогают обобщить накопленный опыт, выявить основные условия и факторы, влияющие на формирование гражданско-патриотических ценностей у современной молодежи, а также определить направления использования интернет-технологий в гражданско-патриотическом воспитании молодых людей.

Для достижения указанных целей анализируется нормативно-правовая база, содержание региональных программ гражданско-патриотического образования, документы официальной статистики и данные предыдущих социологических исследований. Также изучается текущая деятельность органов исполнительной власти и местного самоуправления, проводится мониторинг материалов СМИ и источников интернета, связанных с гражданско-патриотическим воспитанием молодежи. В результате формулируются рекомендации по совершенствованию системы гражданско-патриотического воспитания молодежи.

Следует отметить, что на сегодняшний день тема гражданско-патриотического воспитания часто обсуждается в средствах массовой информации и источниках Интернета, особенно в контексте официальных программ и законодательства. Главным образом, вопросы гражданско-патриотического воспитания затрагиваются в области образования. Большинство статей рассматривает патриотизм как неотъемлемую часть национальной идеи. Значительная часть материалов посвящена воспитанию молодежи через государственную молодежную политику и воспитанию в семье. Однако тема практической реализации патриотизма реже всего освещается.

По результатам мониторинга источников СМИ и Интернета можно утверждать, что материалы, связанные с гражданско-патриотической тематикой, регулярно появляются, и средства массовой информации относятся к таким темам с большим интересом. Однако следует отметить, что потенциал интернет-СМИ недостаточно активно используется. В рамках гражданско-патриотического воспитания молодежи следует более активно

применять интерактивные и гипертекстовые возможности интернета, таким образом, используя инновационные формы взаимодействия с молодежью и повышая эффективность проводимых мероприятий.

На основании результатов количественных социологических исследований можно сделать вывод, что более половины молодых людей считают себя патриотами. Вся молодежь имеет потенциал стать патриотами, но для достижения этой цели необходимо активнее взаимодействовать и работать с ней [13, с.78].

Особенно впечатляющим для молодежи являются встречи с ветеранами войн. Когда респондентам задавался вопрос о том, чем они могут гордиться как граждане России, на первом месте с явным преимуществом оказался ответ «Победа России в Великой Отечественной войне».

Поэтому особое внимание следует уделить разработке коммуникационных стратегий в интернет-среде, особенно в отношении указанного направления. Например, можно создавать фильмы о ветеранах и событиях, а также разрабатывать онлайн-игры, которые реконструируют исторические события.

Учитывая высокий процент активной присутствия молодежи в социальных сетях (почти 100% в возрасте от 14 до 30 лет) и то, что они проводят в сети от 1 до 3 и более часов в день для общения, интернет-коммуникация становится уникальным и возможно единственным каналом, чтобы донести информацию до современной молодежи. Однако для этого необходимо разработать соответствующие методы коммуникации, которые будут интересными, игровыми и захватывающими [14].

Множество экспертов в данной области однозначно согласны с тем, что наиболее важными проблемами, стоящими перед молодежью, являются доступность качественного образования и последующая работа по специальности. Также отмечаются проблемы, связанные с организацией досуга и наличием доступного жилья для молодых семей. Редко упоминаются такие проблемы, как алкоголизм, наркомания, низкий интеллектуальный

уровень, неграмотность, безнравственность, отсутствие желания к труду.

Большинство экспертов оценивает уровень гражданско-патриотического воспитания современной молодежи как удовлетворительный или очень низкий.

Кроме того, эксперты сходятся во мнении, что решение проблем гражданско-патриотического воспитания молодежи зависит в первую очередь от действий государства, федеральных и региональных органов власти, а затем от общества, семьи и образовательных учреждений.

Использование интернет-коммуникаций является важным аспектом гражданско-патриотического воспитания молодежи в современном обществе. В целом, развитие и внедрение интернет-технологий является перспективным и целесообразным в гражданско-патриотическом воспитании. Однако, необходимо использовать интернет-коммуникацию в качестве дополнительного канала, поскольку живое общение и примеры реальных людей являются более эффективными и должны быть приоритетными.

Важно создавать и развивать интернет-сайты, которые сосредоточены на исторических и патриотических темах. Для этого необходимо привлекать большое количество заинтересованных специалистов, работников школьных музеев и всех, кто неравнодушен к этим вопросам.

Параллельно с этим можно активно развивать один из наиболее эффективных способов привлечения молодежи к гражданско-патриотическому воспитанию - использование социальных сетей. Создание различных групп, посвященных историческим и патриотическим темам, может быть более эффективным, чем создание обычного сайта, учитывая постоянную активность и интерес пользователей.

Таким образом, гражданско-патриотическое воспитание молодежи России должно быть организовано системно, многопланово и нацелено на все возрастные группы. Важно учесть возможности современных информационно-коммуникационных технологий. Использование интернет-коммуникаций является уникальной возможностью взаимодействия с

современной молодежи. Однако необходимо разрабатывать формы и методы, которые будут актуальными, интересными и привлекательными для молодежи. В настоящее время используемые методы не всегда актуальны и не вызывают интерес молодежи. Важно помнить, что ничто не может заменить живое общение, поэтому интернет-коммуникации следует использовать как дополнительный канал взаимодействия с молодежью, а основной упор следует делать на личный пример.

2 Анализ деятельности организации СПб ГБУ «ЦПМИ «ВЕКТОР»

2.1 СПб ГБУ «ЦПМИ «ВЕКТОР» как базисный субъект

Базисным субъектом в рамках дипломной работы является Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР», где проводят профессиональные консультации, курсы по профориентации и рынку труда, экскурсии на предприятия, игры и тренинги на тему выбора профессии.

Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» было создано 15 декабря 1986 года и находится в ведении Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями. На рисунке 1 представлена структурная схема Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями.



Рисунок 1 – Структурная схема Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями.

Это первый государственный центр профориентации в России и первая

в Санкт-Петербурге государственная служба психологической поддержки и профессиональной ориентации молодежи.

За время существования Центра его специалисты оказали помощь более чем 5 миллионам молодых людей в выборе жизненного и профессионального пути. В Центре «ВЕКТОР» работают профессионалы, помогающие молодежи найти подходящую профессию, стать высококвалифицированными специалистами и определить варианты развития карьеры.

Центр обслуживает молодых людей в возрасте от 14 до 35 лет. Все услуги для жителей Санкт-Петербурга предоставляются бесплатно.

Основная цель сотрудников Центра «ВЕКТОР» - помочь каждому молодому человеку, обратившемуся к ним, максимально раскрыть свой жизненный потенциал.

Таким образом, Центр «ВЕКТОР» охватывает широкий спектр целевых аудиторий, включая школьников, студентов, работающую молодежь, представителей молодежных организаций и профильных специалистов. Деятельность Центра направлена на оказание всесторонней поддержки молодым людям в выборе профессии, построении карьерной траектории и личностном развитии.

В 2023 году Центр «ВЕКТОР» провел более 3300 индивидуальных консультаций для молодежи по выбору профессии и построению карьерной траектории. С каждым годом наблюдается увеличение количества обращений за карьерными консультациями, особенно от несовершеннолетних представителей молодежи Санкт-Петербурга. Центр оказывает помощь в поиске ответов на возникающие вопросы и определении профессионального пути.

В течение всего года Центр занимался организацией и проведением совещаний городского методического объединения специалистов в сфере профессиональной ориентации молодежи Санкт-Петербурга. За год было проведено 4 совещания, в которых приняло участие 120 специалистов.

В 2023 году Центр организовал более 150 профориентационных

экскурсий для учащихся Санкт-Петербурга на предприятия, где ребята смогли окунуться в мир профессий, открыть новые возможности и полезно провести время. Школьники встречались с представителями различных профессий, которые делились своим опытом, посещали предприятия и организации, наблюдали рабочие процессы, участвовали в мастер-классах и практических занятиях. Профориентационные экскурсии помогают учащимся понять, какие профессии могут соответствовать их интересам и ожиданиям.

За год было организовано и проведено 12 районных мероприятий, посвященных выбору профессии, под названием «Молодежная биржа труда 2.0», которые посетило 8011 учащихся города. На выставке профессий ребята узнавали о разных специальностях, смогли пообщаться с представителями учебных заведений, приняли участие в мастер-классах.

В апреле Центр организовал и провел межрегиональную научно-практическую конференцию по профориентации, в которой приняли участие более 140 специалистов. Участниками конференции стали представители из Санкт-Петербурга, Омска, Ярославля, Красноярска, Москвы, Нижнего Новгорода, Челябинска, Самары и других регионов РФ. Ежегодно конференция становится площадкой для обмена опытом и обсуждения современных идей и проектов в сфере профориентации.

Весной Центр организовал Форум молодежного самоуправления «Артель», который объединил 400 человек. Мероприятие позволило объединить молодых людей, состоящих в органах молодежного самоуправления и являющихся экспертами молодежной политики, а также тех, кто только начинает заниматься деятельностью в сфере молодежного самоуправления.

В 2023 году Центр торжественно открыл коворкинг в совместной коллаборации с молодёжным пространством «ПРОСТО». В коворкинге были созданы все условия для комфортной учёбы и работы, проведения мероприятий и встреч. Благодаря такой площадке объединяются яркие,

заинтересованные молодые люди, которые в дальнейшем создают новые проекты на благо страны. Открытие было приурочено к 320-летию Санкт-Петербурга. Коворкинг получил отклик у молодежи и был включен в проект «Точки притяжения».

Благодаря новому пространству, Центр провел несколько мастер-классов по работе с графическим планшетом. Более 30 человек узнали о роли графического дизайна в современном мире, а также об основах работы с ним. Уже на первом занятии участники создали свой мини-проект.

Летом Центр принял участие в Фестивале «Выше Крыши» и Форуме социального призвания. На протяжении всех мероприятий участникам была предоставлена возможность пройти профориентационную консультацию с опытными психологами Центра.

Одним из направлений работы Центра является поддержка молодежных инициатив. За год было проведено 6 выездных интенсивов для работающей молодежи Санкт-Петербурга, в которых приняло участие 395 человек. Участники мероприятия познакомились с новыми людьми, обменивались опытом и налаживали ценные деловые связи. Благодаря таким выездам молодые специалисты могут сохранять психологическое благополучие, а также продолжать проявлять эффективность в своей деятельности, расти и развиваться.

Осенью 2023 года Центр организовал масштабное событие для работающей молодежи Санкт-Петербурга – Форум работающей молодежи, который объединил 300 молодых специалистов для обмена опытом между организациями и предприятиями города.

В течение года Центр на постоянной основе оказывал поддержку региональному отделению студенческих отрядов. Совместно с отделением проводились мероприятия, основными из которых стали: патриотическая акция «Невский десант», линейки открытия и закрытия сезона, межрегиональная стройка «Санкт-Петербург», образовательные форумы и выезды. В мероприятиях приняло участие свыше 2,4 тысячи человек.

Таким образом, Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» оказывает влияние и вызывает доверие в глазах молодежи.

2.2 Анализ целевой аудитории

Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» является ведущей организацией в Санкт-Петербурге, специализирующейся на оказании услуг в области профессиональной ориентации и карьерного консультирования для молодежи. На протяжении многих лет Центр успешно реализует различные проекты и инициативы, направленные на помощь молодым людям в выборе профессионального пути и построении успешной карьеры.

Одним из ключевых факторов, обеспечивающих эффективность деятельности Центра, является четкое понимание и учет потребностей целевой аудитории. Целевая аудитория Центра «ВЕКТОР» представляет собой широкий спектр различных групп молодежи Санкт-Петербурга, каждая из которых имеет свои особенности и нуждается в индивидуальном подходе.

Центр ориентирован на широкую целевую аудиторию, которая включает в себя различные группы молодежи Санкт-Петербурга:

1. Учащиеся средних общеобразовательных учреждений (школьниками) в возрасте от 14 до 18 лет. Эта возрастная группа является одной из ключевых целевых аудиторий Центра, поскольку именно в подростковом возрасте многие задумываются о выборе будущей профессии и планировании своего карьерного пути.

Для школьников Центр разработал специальные программы и мероприятия, направленные на помощь в профессиональном самоопределении. Эксперты Центра понимают, что выбор профессии – ответственный шаг, который во многом определяет дальнейшую жизненную траекторию человека. Поэтому важно еще на этапе школьного обучения предоставить подросткам необходимую информацию, инструменты и поддержку для осознанного выбора профессии в соответствии с их

интересами, склонностями и способностями.

Одним из ключевых направлений работы с этой целевой аудиторией является профориентационное тестирование и консультирование. Используя современные психологические методики и инструменты, специалисты Центра помогают школьникам определить свои сильные стороны, интересы, предпочтения и таланты, а также выявить профессиональные сферы, в которых они могут максимально реализовать свой потенциал.

Кроме того, для школьников организуются различные профориентационные мероприятия, такие как экскурсии на предприятия, встречи с представителями разных профессий, мастер-классы и тренинги по развитию навыков, необходимых в определенных сферах деятельности. Это позволяет учащимся на практике познакомиться с разнообразными профессиями, их особенностями, требованиями и перспективами.

Центр также проводит информационно-просветительскую работу среди школьников и их родителей, рассказывая о современных тенденциях на рынке труда, востребованных профессиях и возможностях для карьерного роста в различных сферах. Это помогает молодым людям сделать более осознанный выбор, основанный на реалистичных ожиданиях и представлениях о мире профессий.

2. Студенты средних профессиональных и высших учебных заведений в возрасте от 18 до 25 лет. Эта целевая группа находится на важном этапе профессионального становления, когда необходимо принимать решения, определяющие дальнейшую карьерную траекторию.

Понимая специфические потребности и вызовы, с которыми сталкиваются студенты, Центр предлагает им комплексную поддержку и консультационные услуги. Одним из ключевых направлений является карьерное консультирование, в рамках которого эксперты Центра помогают студентам определиться с выбором специализации, оценить свои сильные стороны и возможности, а также спланировать дальнейшие шаги для успешного трудоустройства и карьерного роста.

3. Работающая молодежь в возрасте от 25 до 35 лет. Эта категория клиентов находится на активном этапе построения карьеры и профессионального развития, когда необходимо принимать важные решения, связанные с выбором дальнейшего пути, смены специализации, повышения квалификации или даже смены сферы деятельности.

Для работающей молодежи Центр предлагает комплексные консультационные услуги и программы, призванные помочь им максимально реализовать свой потенциал и добиться успеха в карьере. В частности, проводятся индивидуальные консультации по вопросам профессионального развития, где специалисты Центра помогают клиентам оценить свои сильные стороны, навыки и достижения, определить области для дальнейшего роста и составить план действий для достижения поставленных целей.

Кроме того, Центр организует групповые консультации и тренинги, посвященные различным аспектам карьерного развития, таким как эффективная самопрезентация, управление временем, развитие лидерских качеств, формирование личного бренда и многое другое. Эти мероприятия дают возможность работающей молодежи получить ценные знания и практические инструменты для успешного продвижения по карьерной лестнице.

Для тех, кто рассматривает возможность смены карьерного пути или профессиональной переориентации, Центр предлагает специализированные консультации и программы профессиональной переподготовки. Опытные консультанты помогают клиентам оценить свои интересы, способности и возможности, а также изучить перспективные и востребованные профессии, соответствующие их потенциалу.

Понимая важность личностного роста и сохранения психологического благополучия для успешной карьеры, Центр также проводит тренинги и семинары, направленные на управление стрессом, поддержание баланса между работой и личной жизнью.

Кроме того, Центр регулярно организует выездные интенсивы, форумы

и другие мероприятия, позволяющие работающей молодежи обмениваться опытом, установить деловые связи и получить вдохновение от общения с успешными профессионалами и экспертами в различных областях. Такие мероприятия способствуют созданию сильного профессионального сообщества и поддержанию мотивации для дальнейшего развития.

4. Представители органов молодежного самоуправления и эксперты в сфере молодежной политики. Эта целевая группа играет важную роль в формировании и реализации программ и инициатив, направленных на развитие и поддержку молодежи. Для этой целевой группы Центр выступает площадкой для обмена идеями, обсуждения актуальных вопросов и реализации совместных проектов, связанных с профориентацией и развитием молодежи.

Взаимодействие с представителями органов молодежного самоуправления и экспертами в сфере молодежной политики позволяет Центру лучше понимать потребности и запросы молодежи, а также выстраивать более эффективные стратегии и программы, отвечающие современным реалиям и тенденциям. Объединяя усилия и ресурсы, Центр и его партнеры могут оказывать комплексную поддержку молодежи в процессе профессионального самоопределения и карьерного развития.

5. Специалисты в области профессиональной ориентации, педагоги и психологи. Центр регулярно проводит совещания и конференции для обмена опытом и повышения квалификации специалистов, работающих в сфере профориентации молодежи.

Одной из важных задач Центра является повышение квалификации специалистов, работающих в области профориентации. Для этого проводятся специализированные тренинги, мастер-классы и курсы повышения квалификации, на которых рассматриваются современные методы профориентационной работы, техники диагностики профессиональных склонностей и интересов, инструменты карьерного консультирования и другие актуальные темы.

Благодаря глубокому пониманию потребностей и особенностей каждой целевой группы, Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» может разрабатывать и реализовывать эффективные программы, мероприятия и услуги, максимально соответствующие запросам молодежи. Это позволяет Центру оставаться актуальным и востребованным, а также достигать поставленных целей по профессиональной ориентации и карьерному развитию молодых людей Санкт-Петербурга.

Работа с целевой аудиторией является непрерывным процессом, требующим постоянного мониторинга и адаптации к изменяющимся потребностям и тенденциям. Центр «ВЕКТОР» придает этому аспекту первостепенную важность, понимая, что только путем регулярного изучения целевой аудитории можно оставаться релевантным и востребованным для молодежи.

Кроме того, Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» тесно сотрудничает с различными организациями, задействованными в сфере молодежной политики и профессиональной ориентации. Такое взаимодействие является неотъемлемой частью деятельности Центра и приносит множество преимуществ для эффективной работы с целевой аудиторией.

В числе ключевых партнеров Центра – органы исполнительной власти Санкт-Петербурга, отвечающие за реализацию государственной молодежной политики, такие как Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями. Сотрудничество с этими структурами позволяет Центру быть в курсе актуальных инициатив и программ, направленных на поддержку и развитие молодежи в городе, а также принимать участие в их реализации.

Кроме того, Центр налаживает партнерские отношения с молодежными организациями и движениями, такими как студенческие объединения. Такое сотрудничество позволяет охватить самые разные группы молодежи, учитывая их специфические интересы и потребности.

Еще одним важным аспектом работы Центра «ВЕКТОР» является активное использование современных технологий и каналов коммуникации для эффективного взаимодействия с целевой аудиторией молодежи. Центр понимает, что в современном мире молодые люди активно используют цифровые каналы для получения информации, общения и обмена опытом, поэтому присутствие в этой среде крайне важно для успешного вовлечения целевой аудитории.

Одним из ключевых направлений в этой области является активное присутствие Центра в социальных сетях, таких как ВКонтакте и Telegram, популярных среди молодежи платформах. На этих ресурсах Центр ведет официальные аккаунты, публикуя актуальную информацию о предстоящих мероприятиях, новостях в сфере профориентации и карьерного развития, а также полезный контент, связанный с выбором профессии и построением успешной карьеры.

Помимо информирования, социальные сети также активно используются для взаимодействия с целевой аудиторией. Центр регулярно проводит опросы, конкурсы и другие интерактивные активности, привлекая внимание молодежи и стимулируя их вовлеченность. Кроме того, через социальные сети осуществляется оперативная обратная связь, позволяющая молодым людям задавать вопросы и получать ответы специалистов.

Важным компонентом цифровой стратегии Центра является ведение собственного веб-сайта и информационных ресурсов в Интернете. На сайте представлена подробная информация об услугах и программах Центра, календарь мероприятий, полезные материалы и ресурсы по профориентации и карьерному развитию.

Благодаря эффективному использованию цифровых технологий и каналов коммуникации, Центр «ВЕКТОР» может достигать широкой целевой аудитории молодежи Санкт-Петербурга, предоставляя им актуальную информацию, вовлекая их в интерактивные активности и обеспечивая доступ к своим услугам и программам в удобном для них формате. Это позволяет

Центру оставаться востребованным и релевантным для современной молодежи, повышая эффективность своей деятельности в области профессиональной ориентации и карьерного развития.

Используя комплексный и систематический подход к работе с целевой аудиторией, Центр «ВЕКТОР» смог завоевать высокий авторитет и признание среди молодежи Санкт-Петербурга. За годы своей деятельности Центр зарекомендовал себя как надежный и профессиональный партнер, предлагающий актуальные и востребованные услуги в сфере профессиональной ориентации и карьерного развития.

Многочисленные положительные отзывы и высокие показатели вовлеченности молодежи в программы и мероприятия Центра свидетельствуют об его успешной работе с целевой аудиторией. Ежегодно тысячи молодых людей из Санкт-Петербурга и Ленинградской области принимают участие в профориентационных мероприятиях, семинарах, тренингах и других активностях, организованных Центром.

Популярность Центра среди молодежи объясняется рядом ключевых факторов:

- высокое качество услуг и программ. Центр привлекает квалифицированных экспертов, использует современные методики и регулярно обновляет содержание программ в соответствии с актуальными трендами и потребностями целевой аудитории;

- клиентоориентированный подход. Центр внимательно изучает запросы и предпочтения молодежи, адаптируя свои услуги под их нужды и ожидания. Также уделяется большое внимание обратной связи и учету пожеланий участников программ;

- использование современных технологий и каналов коммуникации. Присутствие в социальных сетях, активное ведение сайта и цифровых ресурсов позволяет Центру эффективно взаимодействовать с молодежью, находясь в их привычной среде;

- широкая партнерская сеть. Сотрудничество с образовательными

учреждениями, молодежными организациями и органами власти обеспечивает широкий охват целевой аудитории и доступ к разнообразным ресурсам;

- комплексный подход. Центр предлагает не разрозненные услуги, а целостные программы профориентации и развития карьеры, включающие консультирование, обучение, нетворкинг и другие компоненты.

Благодаря своим достижениям в работе с целевой аудиторией, Центр завоевал репутацию надежного партнера и авторитетной организации в области молодежной политики и профессионального развития в Санкт-Петербурге. Молодые люди с доверием обращаются в Центр за поддержкой и консультациями по вопросам выбора профессии, построения карьерного пути, развития необходимых навыков и компетенций. Высокий спрос на услуги Центра свидетельствует о его востребованности и успешной реализации миссии по содействию профессиональному самоопределению молодежи Санкт-Петербурга.

2.3 SWOT-анализ

Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» является ведущим учреждением в регионе, предоставляя широкий спектр профориентационных услуг на протяжении многих лет. В условиях постоянно меняющейся образовательной и трудовой среды проведение SWOT-анализа имеет решающее значение для оценки текущего положения Центра и определения его будущих направлений развития.

Этот SWOT-анализ исследует внутренние и внешние факторы, влияющие на работу Центра «ВЕКТОР». Он выявляет сильные стороны, которые могут быть использованы, слабые стороны, которые необходимо устранить, возможности, которые могут быть использованы, и угрозы, которые необходимо смягчить.

В динамичной и постоянно меняющейся образовательной и трудовой

среде учреждениям профориентации необходимо постоянно оценивать свои сильные и слабые стороны, а также внешние возможности и угрозы, с которыми они сталкиваются. SWOT-анализ является ценным инструментом для проведения такой оценки и разработки стратегических планов для будущего роста и развития.

Этот всесторонний SWOT-анализ направлен на выявление как внутренних, так и внешних факторов, влияющих на работу Центра «БЕКТОР». Он основан на тщательном рассмотрении сильных и слабых сторон организации, а также анализа возможностей и угроз, существующих в ее окружении.

Результаты этого SWOT-анализа, представленный в Таблице 1, будут использованы для разработки стратегического плана, который позволит Центру «БЕКТОР» укрепить свои сильные стороны, устранить слабые стороны, использовать возможности и смягчить угрозы. Это обеспечит Центру конкурентное преимущество и позволит ему продолжать предоставлять ценные профориентационные услуги сообществу в долгосрочной перспективе.

Таблица 1 – SWOT-анализ Центра «БЕКТОР»

Сильные стороны: - Команда экспертов: Опытные профориентационные консультанты, психологи и педагоги - Широкий спектр услуг: Разнообразные программы для различных целевых групп - Инновационные методы: Использование современных технологий для эффективной профориентации - Сотрудничество и партнерство: Налаженные связи с учебными заведениями, работодателями и властями - Репутация и узнаваемость: Положительный имидж и известность в регионе	Слабые стороны: - Финансовые ограничения: Зависимость от государственного финансирования - Материально-техническая база: Недостаток ресурсов для полного охвата всех целевых групп - Кадровые проблемы: Нехватка квалифицированных специалистов в отдаленных районах - Маркетинг: Слабая маркетинговая стратегия и недостаточная осведомленность среди определенных слоев населения
Возможности: - Растущий спрос: Увеличение потребности в профориентационных услугах из-за изменений на рынке труда - Цифровизация: Развитие дистанционных форматов и цифровых инструментов	Угрозы: - Сокращение финансирования: Экономические трудности и уменьшение бюджетных средств - Конкуренция: Усиление конкуренции со стороны коммерческих организаций и

- Поддержка государства: Государственные программы и проекты в области профориентации - Сотрудничество с бизнесом: Расширение партнерских отношений с работодателями - Дополнительное финансирование: Возможности привлечения грантов и участия в проектах	- онлайн-сервисов - Изменения в законодательстве: Обновления нормативно-правовой базы в сфере профориентации - Отток кадров: Уход квалифицированных специалистов в другие организации или регионы - Демографические изменения: Сокращение численности целевых групп для профориентации
--	---

Для повышения эффективности работы и достижения амбициозных целей Центру «ВЕКТОР» рекомендуется предпринять всесторонний подход к укреплению своих достоинств и устранению недостатков, а также использовать возможности и смягчать угрозы.

Первостепенной задачей является разработка диверсифицированной стратегии финансирования для обеспечения стабильных источников дохода.

Параллельно необходимо реализовать программы обучения и развития сотрудников, чтобы повысить их квалификацию и уровень компетентности. Эффективная маркетинговая стратегия повысит видимость услуг Центра и привлечет более широкую аудиторию.

Укрепление сотрудничества с работодателями и внешними заинтересованными сторонами расширит связи Центра и обеспечит доступ к актуальной информации о рынке труда. Исследование возможностей привлечения грантов и участия в проектах принесет дополнительное финансирование, поддерживая рост и развитие Центра.

Разработка и внедрение инновационных профориентационных программ и услуг позволит Центру оставаться конкурентоспособным и отвечать меняющимся потребностям рынка труда. Мониторинг законодательных изменений и адаптация к новым требованиям гарантируют соблюдение всех нормативных требований.

Для удержания квалифицированных специалистов важно создать благоприятные условия труда, учитывая их профессиональные и личностные потребности. Анализ демографических сдвигов и разработка соответствующих стратегий обеспечит охват целевых групп населения и

эффективность предоставляемых услуг.

2.4 PEST-анализ

Профориентация является одним из ключевых направлений в системе образования, поскольку она помогает молодым людям определиться с будущей профессией и построить успешную карьеру в соответствии со своими интересами, способностями и потребностями рынка труда. В современных условиях динамично меняющегося мира профессий и постоянного технологического прогресса роль профориентационных центров становится все более значимой.

Для того чтобы оставаться конкурентоспособным и соответствовать высоким требованиям клиентов, Центру необходимо постоянно анализировать внешнюю среду и учитывать ее изменения при разработке стратегии развития.

PEST-анализ представляет собой эффективный инструмент для всестороннего исследования политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые могут оказать существенное влияние на деятельность Центра «ВЕКТОР». Данный анализ, представленный на таблице 2, позволит выявить потенциальные возможности и угрозы, связанные с этими факторами, и определить наиболее перспективные направления для дальнейшего роста и совершенствования услуг.

Таблица 2 – PEST-анализ Центра «ВЕКТОР»

Политико-правовые факторы: - Государственная политика в области образования и профориентации - Изменения в законодательстве, регулирующем деятельность образовательных учреждений - Уровень поддержки со стороны власти	Экономические факторы: - Общее состояние экономики и уровень доходов населения - Спрос на профориентационные услуги со стороны предприятий и организаций - Стоимость аренды помещений и коммунальных услуг - Уровень конкуренции со стороны других профориентационных центров
Социальные факторы: - Демографические тенденции (численность населения, возрастная	Технологические факторы: - Развитие информационных технологий в сфере профориентации (онлайн-

структура) - Уровень образования и профессиональной подготовки в регионе - Ценности и установки общества в отношении выбора профессии - Социальные ожидания и потребности целевых аудиторий (школьников, студентов, взрослых)	тестирование, виртуальная реальность) - Внедрение инновационных методик и инструментов профессиональной диагностики - Доступность и стоимость соответствующего программного обеспечения и оборудования - Уровень цифровизации и автоматизации процессов в центре
--	---

Политические факторы играют важную роль в деятельности Центра поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР». В этой сфере следует обратить особое внимание на следующие аспекты:

1. Государственная политика в области образования и профориентации. Необходимо тщательно изучить основные стратегические документы, принятые на федеральном и региональном уровнях, такие как концепции, программы, стратегии развития, чтобы понять текущие цели и задачи государства в этой сфере. Важно проанализировать, насколько услуги Центра соответствуют заявленным приоритетам государственной политики в области профориентации.

Центру «ВЕКТОР» крайне важно принимать участие в конкретных государственных проектах, инициативах и мероприятиях, направленных на совершенствование профориентационной работы, внедрение новых методик, повышение квалификации специалистов. Это позволит повысить компетентность и авторитет Центра. Также необходимо тщательно изучить все существующие механизмы государственной поддержки профориентационных программ и проектов: финансирование, гранты, субсидии, налоговые льготы и другие формы поддержки, которые могут быть использованы центром для развития своей деятельности и реализации новых проектов.

Следует внимательно отслеживать любые изменения в законодательстве, стандартах образования, системе аттестации и прочие изменения в образовательной политике, которые могут косвенно повлиять на востребованность профориентационных услуг и требования к их качеству. Центру необходимо налаживать тесное сотрудничество с министерствами,

ведомствами и организациями, отвечающими за реализацию государственной политики в сфере профориентации и образования, такими как министерства образования, труда, центры занятости и другими.

Своевременный и тщательный мониторинг, а также анализ государственной политики в области образования и профориентации позволят Центру «ВЕКТОР» адаптировать свою деятельность к приоритетам развития системы профориентации, использовать возможности государственной поддержки и тем самым повысить эффективность своей работы на благо жителей региона.

2. Законодательные изменения, регулирующие деятельность профориентационных учреждений, являются критически важным фактором для бесперебойной работы центра «ВЕКТОР». Центру необходимо своевременно отслеживать любые изменения в нормативно-правовых актах, касающихся лицензирования деятельности профориентационных организаций, процедур аккредитации, требований к квалификации персонала, обеспечения безопасности оказываемых услуг, а также других аспектов, связанных с оказанием услуг в сфере профориентации.

Своевременное реагирование на законодательные изменения позволит Центру «ВЕКТОР» оставаться в рамках правового поля, сохранять высокие стандарты качества услуг, защищать права своих клиентов и персонала, а также поддерживать безупречную деловую репутацию в глазах общественности и партнеров. Соблюдение всех применимых законодательных норм является залогом успешной и стабильной работы Центра.

3. Уровень поддержки со стороны местных властей играет важную роль и может оказать существенное влияние на успешность деятельности Центра «ВЕКТОР». Центру необходимо тщательно анализировать все программы поддержки профориентационных организаций, реализуемые на региональном и муниципальном уровнях, для выявления возможностей получения грантов, субсидий, льготного финансирования и других форм

содействия со стороны властей. Кроме того, важно изучать перспективы сотрудничества с государственными учреждениями, такими как школы, вузы, центры занятости населения и другими организациями, взаимодействие с которыми может открыть новые возможности для развития деятельности Центра.

В свою очередь, Центр «ВЕКТОР» может выступать в роли компетентного партнера для органов власти, предоставляя экспертизу и услуги в сфере профориентации для нужд региона и муниципалитетов. Такое плодотворное сотрудничество на взаимовыгодных условиях способно вывести деятельность Центра на качественно новый уровень развития. Поэтому анализ и своевременное использование возможностей поддержки со стороны местных властей является одним из ключевых факторов успеха для Центра «ВЕКТОР».

Экономические факторы включают в себя следующие аспекты:

1. Общее состояние экономики региона, требующее анализа со стороны Центра, включает в себя показатели уровень безработицы, который при высоких значениях может негативно влиять на спрос населения на профориентационные услуги из-за снижения финансовых возможностей, в то время как низкий уровень безработицы стимулирует граждан к активному профессиональному самоопределению темпы роста или спада производства в регионе, поскольку устойчивый рост промышленности, строительства и других отраслей создает дополнительную потребность в услугах по профориентации и переобучению кадров, а спад производства, напротив, снижает этот спрос.

2. Спрос на профориентационные услуги является ключевым фактором, определяющим востребованность Центра, которые зависят от осознанной потребности граждан в профессиональной ориентации для того, чтобы услуги Центра пользовались стабильным спросом, важно регулярно изучать текущие тенденции и предпочтения на рынке труда и образовательных услуг, отслеживать изменения в требованиях работодателей, анализировать

популярность различных профессий и специальностей среди молодежи и взрослого населения. Это позволит Центру своевременно адаптировать свое предложение под реальные запросы целевой аудитории, вводить актуальные программы профориентации, карьерного консультирования, развивать востребованные направления обучения и переподготовки специалистов.

Помимо этого, Центру следует уделять внимание маркетинговым исследованиям и продвижению своих услуг, повышая осведомленность населения о важности профессионального самоопределения и преимуществах профориентации, тем самым способствуя росту спроса и осознанной потребности граждан в подобных услугах. Таким образом, глубокое понимание рыночной конъюнктуры, тенденций и предпочтений целевых групп, а также активная информационно-разъяснительная работа являются залогом формирования устойчивого спроса на услуги Центра среди жителей региона.

3. Спрос на профориентационные услуги Центра определяется осознанной потребностью граждан в профессиональной ориентации. Для изучения тенденций на рынке и адаптации своего предложения под реальный спрос Центру важно проанализировать потенциальную целевую аудиторию, которая включает школьников и их родителей, студентов колледжей и вузов, людей, меняющих профессию или ищущих новую работу, а также организации, заинтересованные в найме и развитии сотрудников.

Необходимо изучить факторы, влияющие на спрос, такие как экономическая ситуация и состояние рынка труда, демографические изменения, государственная политика в сфере образования и трудоустройства, уровень осведомленности о важности профориентации. Исследование потребностей и ожиданий целевых групп может проводиться путем опросов, анкетирования, фокус-групп, анализа отзывов и обратной связи от клиентов, а также изучения отраслевых тенденций и запросов работодателей.

Центру следует осуществлять мониторинг конкурентной среды,

оценивая предложения и услуги конкурирующих центров, анализируя ценовую политику и маркетинговые стратегии. Адаптация предложения под реальный спрос предполагает разработку новых программ и услуг, отвечающих потребностям клиентов, оптимизацию ценовой политики и условий предоставления услуг, улучшение качества обслуживания и повышение квалификации консультантов, развитие маркетинговой стратегии и каналов продвижения. Регулярный анализ спроса и корректировка предложения помогут Центру поддержки молодежных инициатив оставаться востребованным и успешным на рынке.

4. Наличие большого количества конкурентов, предлагающих аналогичные профорientационные услуги, может негативно сказаться на способности Центра привлекать клиентов и формировать цены, поэтому необходимо постоянно отслеживать действия конкурентов. Для этого следует проводить анализ конкурентного ландшафта, выявляя основных конкурентов (коммерческих, некоммерческих организаций), оценивая масштаб их деятельности, географический охват, репутацию, изучая ассортимент предлагаемых услуг и программ, их уникальные особенности.

Необходимо анализировать маркетинговые стратегии и каналы продвижения конкурентов, оценивая эффективность их рекламных кампаний и акций, изучая используемые каналы коммуникации (онлайн, офлайн), определяя сильные и слабые стороны их маркетинговой активности. Следует оценивать качество услуг и уровень клиентского обслуживания конкурентов, собирая отзывы клиентов, изучая квалификацию и опыт их консультантов, анализируя предлагаемые дополнительные услуги и сервисы. На основе полученных данных Центру необходимо разработать стратегию дифференциации и конкурентных преимуществ, определив уникальные особенности и сильные стороны, создавая эксклюзивные программы и услуги, повышая качество обслуживания и экспертизу консультантов, оптимизируя условия предоставления услуг. Регулярный мониторинг действий конкурентов, и своевременная адаптация стратегии позволят

Центру эффективно конкурировать на рынке и привлекать больше клиентов.

Для анализа демографических тенденций Центру поддержки молодежных инициатив необходимо:

1. Изучить динамику численности и возрастной структуры населения. Это включает в себя анализ данных государственной статистики по общей численности населения в регионе, оценку изменений в количественном соотношении различных возрастных групп (дети, подростки, молодежь, взрослое население, пенсионеры) и выявление тенденций роста или снижения численности населения.

Выявить изменения в соотношении различных возрастных групп. Для этого следует рассчитать доли каждой возрастной группы в общей численности населения, сравнить изменения в соотношении возрастных групп за определенный период и определить ключевые сдвиги в возрастной структуре.

Оценить влияние демографических изменений на потенциальный спрос на профориентационные услуги. Необходимо проанализировать, как изменения в численности и возрастной структуре населения отразятся на размере целевых аудиторий Центра, выявить перспективные возрастные сегменты, на которые следует сфокусироваться, и определить необходимость адаптации услуг и программ под меняющуюся демографическую ситуацию.

Понимание демографических тенденций позволит Центру более точно оценить емкость рынка, спрогнозировать изменения в структуре потенциальных клиентов и разработать соответствующую стратегию развития услуг.

2. Анализ уровня образования и подготовки кадров является важной частью исследования социальной сферы для Центра «ВЕКТОР».

Необходимо провести анализ общего уровня образования населения. Это подразумевает изучение статистических данных о распределении населения по уровням образования (начальное, среднее, высшее и т.д.), а также динамике этих показателей за определенный период. Такой анализ

позволит оценить образовательный потенциал целевых аудиторий центра.

Следует оценить качество и доступность системы образования в регионе. Это включает в себя исследование таких показателей, как успеваемость учащихся, квалификация педагогических кадров, оснащенность учебных заведений, а также наличие и доступность различных образовательных программ и возможностей для профессиональной подготовки. Такая оценка поможет выявить сильные и слабые стороны существующей системы образования.

Важно выявить пробелы в профессиональной подготовке и потребности в переквалификации. Необходимо проанализировать, насколько полученные в системе образования знания и навыки соответствуют требованиям рынка труда, а также определить наиболее востребованные профессии и компетенции, в которых наблюдается дефицит. Это позволит Центру разработать актуальные программы и услуги, направленные на восполнение выявленных пробелов.

Комплексный анализ уровня образования и подготовки кадров поможет Центру лучше понять образовательные потребности и возможности целевых аудиторий, а также определить наиболее эффективные направления развития своих услуг.

3. Исследование ценностей и установок общества в отношении выбора профессии является важным аспектом для Центра поддержки молодежных инициатив.

Во-первых, необходимо изучить ценностные ориентации и приоритеты, которыми руководствуются люди при выборе профессии. Это предполагает анализ факторов, влияющих на профессиональное самоопределение: престижность профессии, уровень заработной платы, возможность самореализации, семейные традиции и т.д. Понимание ключевых ценностных установок позволит Центру разработать услуги, соответствующие запросам целевой аудитории.

Во-вторых, следует выявить распространенные в обществе стереотипы

и предубеждения, связанные с выбором профессии. Это могут быть устоявшиеся представления о «мужских» и «женских» профессиях, престижности отдельных специальностей, ограниченности возможностей при наличии особенностей здоровья или социального статуса. Идентификация таких стереотипов поможет Центру сформировать эффективные подходы к их преодолению.

В-третьих, необходимо оценить уровень информированности и осознанности профессионального самоопределения среди целевых аудиторий. Следует определить, насколько люди знакомы с многообразием профессий, их требованиями и перспективами, а также осознают ли они важность обоснованного выбора профессии для своего дальнейшего развития. Это позволит Центру выстроить эффективные коммуникации и образовательные программы, повышающие мотивацию и компетентность в профессиональном самоопределении.

Комплексное изучение ценностных установок, стереотипов и уровня информированности общества в отношении выбора профессии поможет Центру разработать услуги, максимально соответствующие актуальным потребностям и ожиданиям целевых аудиторий.

4. Всестороннее изучение состояния и динамики рынка труда является ключевым направлением исследования для Центра. Это позволяет оценить актуальные потребности работодателей, выявить перспективные сферы трудоустройства и спрогнозировать будущие тенденции.

Необходимо проанализировать текущую ситуацию на рынке труда. Это включает в себя оценку уровня занятости и безработицы, структуры занятости по отраслям и профессиональным группам, а также динамику открытых вакансий. Такой анализ дает общее представление о сложившемся балансе спроса и предложения на рынке труда

Следует изучить потребности работодателей в квалифицированных кадрах. Важно выявить наиболее востребованные профессии и компетенции, а также определить, в каких отраслях наблюдается дефицит или, напротив,

избыток рабочей силы. Такая информация позволит Центру сориентировать своих клиентов на перспективные сферы трудоустройства.

Необходимо спрогнозировать будущие тенденции развития рынка труда. Это предполагает анализ влияния таких факторов, как технологические изменения, демографические сдвиги, структурные преобразования в экономике. Понимание ключевых трендов поможет Центру подготовить своих клиентов к будущим потребностям работодателей.

Комплексное исследование состояния и динамики рынка труда позволит Центру разработать эффективные услуги, ориентированные на реальные потребности работодателей и перспективы трудоустройства. Это, в свою очередь, повысит востребованность и результативность профориентационной деятельности.

5. Учет специфики региона является важным аспектом исследования. Это позволяет максимально адаптировать его деятельность к особенностям конкретной территории.

Необходимо провести глубокий анализ социально-экономической ситуации в регионе. Это подразумевает изучение таких показателей, как структура экономики, ключевые отрасли и предприятия, уровень жизни населения, демографические тенденции. Понимание региональных экономических и социальных реалий позволит Центру лучше ориентироваться в потребностях целевых аудиторий.

Важно выявить местные особенности, которые могут оказывать влияние на потребности и ожидания целевых групп. Это могут быть культурные традиции, природно-климатические условия, развитость инфраструктуры и другие факторы, определяющие специфику региона. Учет таких особенностей позволит Центру разрабатывать более востребованные и эффективные услуги.

Необходимо адаптировать предложение и услуги Центра под выявленную региональную специфику. Это может касаться формата взаимодействия с клиентами, содержания профориентационных программ,

информационно-справочных материалов и других аспектов. Такая адаптация повысит релевантность и результативность деятельности Центра для конкретного региона.

Комплексный учет региональной специфики позволит Центру разработать предложение, максимально соответствующее актуальным потребностям и ожиданиям целевых аудиторий в конкретном территориальном контексте. Это, в свою очередь, существенно повысит эффективность профориентационной работы.

Технологические факторы играют ключевую роль в развитии Центра поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» и повышении эффективности его работы:

1. Развитие информационных технологий в профориентационной деятельности является ключевым технологическим фактором, определяющим эффективность работы Центра.

Современные IT-решения открывают широкие возможности для цифровой трансформации процессов в Центре. Внедрение передовых технологий позволяет автоматизировать и оптимизировать множество рутинных задач, высвобождая время и ресурсы для фокусировки на основной профориентационной деятельности.

Одним из ярких примеров является использование онлайн-тестирования. Вместо традиционных бумажных бланков, клиенты могут проходить диагностические методики в цифровом формате. Это позволяет не только упростить и ускорить процесс тестирования, но и обеспечивает удаленный доступ к услугам, повышая их доступность для широкой аудитории.

Другим примером являются виртуальные профессиональные туры. Применение технологий виртуальной и дополненной реальности дает возможность клиентам Центра совершать интерактивные экскурсии на предприятия, в учебные заведения и другие профессиональные среды. Это позволяет им глубже погрузиться в специфику различных профессий и

сделать более осознанный выбор.

Также важную роль играют интерактивные обучающие модули. Современные IT-платформы дают возможность создавать мультимедийные образовательные курсы, тренажеры, симуляторы профессиональной деятельности. Применение таких инструментов существенно повышает вовлеченность клиентов и эффективность профориентационного обучения.

2. Внедрение инновационных методик и инструментов профессиональной диагностики является важным технологическим фактором, определяющим качество услуг.

Современная наука в области психологии и профессиоведения постоянно развивается, предлагая все более совершенные подходы к изучению личностных особенностей, профессиональных предпочтений и способностей человека. Применение передовых психологических и психофизиологических методик, основанных на последних научных исследованиях, позволяет Центру поддержки молодежных инициатив проводить более глубокую и всестороннюю диагностику клиентов.

Например, использование методов нейропсихологии и психофизиологии дает возможность оценить когнитивные функции, индивидуальные особенности восприятия, внимания, памяти. Это позволяет выявить скрытые таланты и предрасположенности человека, которые не всегда проявляются в стандартных психологических тестах.

Кроме того, современные компьютеризированные методики диагностики профессиональной направленности личности отличаются высокой валидностью и надежностью. Они базируются на новейших теоретических разработках в области профессионального самоопределения, учитывают последние тенденции рынка труда и потребности работодателей.

Применение инновационных диагностических инструментов в Центре позволяет получать более достоверные и всесторонние данные о клиентах. Это, в свою очередь, повышает обоснованность профессиональных рекомендаций и достоверность прогнозов в отношении их профессиональной

успешности.

3. Доступность необходимого программного обеспечения и оборудования является ключевым технологическим фактором, обеспечивающим качество предоставляемых Центром услуг.

Для эффективной работы профориентационного Центра важно обеспечить наличие современных компьютерных и цифровых технологий. Это, в первую очередь, касается обновленного парка компьютерной техники, отвечающей актуальным требованиям к производительности, надежности и удобству эксплуатации.

Не менее важным является наличие специализированного диагностического оборудования. Современные психологические и психофизиологические методики часто требуют применения различных приборов и датчиков, таких как:

- компьютеризированные стимуляторы для проведения когнитивных тестов;
- аппаратные комплексы для оценки индивидуальных психофизиологических характеристик;
- виртуальные и дополненные реальности для погружения в профессиональные среды.

Кроме того, Центр поддержки молодежных инициатив должен располагать лицензионным программным обеспечением для проведения диагностики, обработки и анализа данных. Использование только официально приобретенных, зарегистрированных тестовых методик и инструментов обеспечивает:

- законность и этичность применения данных методик;
- актуальность используемого контента и базы данных;
- возможность пользоваться техническими консультациями и обновлениями от правообладателей.

Таким образом, наличие современного компьютерного и диагностического оборудования, а также лицензионного программного

обеспечения, является базовым условием для предоставления качественных профорientационных услуг. Это позволяет не только эффективно проводить обследование и консультирование клиентов, но и обеспечивать необходимый уровень достоверности, надежности и конфиденциальности данных.

Регулярное обновление и поддержание парка технических средств и программного обеспечения в актуальном состоянии является важной задачей Центра, направленной на повышение качества и эффективности его работы.

4. Общий уровень цифровизации процессов в Центре является важным технологическим фактором, определяющим эффективность его функционирования.

Внедрение электронного документооборота в деятельность центра профорientации позволяет существенно оптимизировать и ускорить множество рутинных административных операций. Переход от бумажных носителей к цифровым формам позволяет:

- ускорить согласование и утверждение необходимых документов;
- повысить оперативность хранения, поиска и обмена информацией;
- снизить трудозатраты на ведение делопроизводства.

Кроме того, использование специализированных информационных систем учета и управления взаимодействием с клиентами (CRM-систем) позволяет Центру систематизировать все данные о своих потребителях услуг. Это дает возможность:

- формировать полные профили клиентов;
- отслеживать историю их обращений и предоставленных услуг;
- планировать и контролировать работу с каждым клиентом.

Внедрение подобных цифровых решений не только упрощает и ускоряет внутренние процессы, но и позволяет повысить эффективность взаимодействия с клиентами. Оперативный доступ к актуальным данным о потребностях и предпочтениях клиентов дает возможность:

- своевременно реагировать на их запросы;
- предлагать наиболее актуальные и востребованные услуги;

- выстраивать долгосрочные отношения с клиентами.

В целом, общий уровень цифровизации процессов в Центре позволяет высвободить значительные ресурсы организации. Это дает возможность сфокусировать усилия на ключевой профориентационной деятельности, повысить качество и охват предоставляемых услуг.

Всесторонний анализ ключевых технологических факторов, влияющих на деятельность Центра «ВЕКТОР», позволит своевременно и эффективно реагировать на динамично меняющиеся условия внешней среды.

Комплексный анализ и управление данными факторами позволит Центру своевременно и адекватно реагировать на изменения в потребностях клиентов, тенденциях рынка труда, а также передовых достижениях в области профессиональной ориентации.

Это, в свою очередь, обеспечит возможность эффективного управления рисками и использования открывающихся возможностей для укрепления конкурентных преимуществ Центра. Тем самым он сможет упрочить свои позиции в качестве ведущего профориентационного Центра в регионе, предоставляя клиентам услуги высочайшего качества.

Таким образом, комплексный мониторинг и управление ключевыми технологическими факторами станет важной стратегической задачей Центра «ВЕКТОР», направленной на его дальнейшее развитие и усиление лидерских позиций на рынке профориентационных услуг.

2.5 Анализ социальных сетей

Социальные медиа представляют собой важный канал коммуникации и продвижения для современного Центра «ВЕКТОР». Эффективное использование различных социальных платформ позволит организации решать ряд ключевых задач:

1. Повышение узнаваемости бренда и формирование положительного имиджа.

Активное присутствие Центра в социальных сетях, публикация контента, отражающего его экспертность и ценность для целевой аудитории, будет способствовать росту осведомленности о бренде и формированию доверительного отношения к нему. Регулярные публикации, взаимодействие с аудиторией, участие в тематических обсуждениях позволят Центру «ВЕКТОР» повысить узнаваемость и сформировать репутацию ведущего профорientационного Центра в регионе.

2. Привлечение новых клиентов.

Использование таргетированной рекламы в социальных сетях, создание тематических сообществ, проведение онлайн-акций и конкурсов позволит эффективно охватывать целевые аудитории и генерировать приток новых клиентов для Центра. Грамотное таргетирование, релевантный контент и вовлекающие активности помогут привлечь заинтересованные в профорientационных услугах группы.

3. Повышение лояльности существующих клиентов.

Регулярное взаимодействие с аудиторией в социальных сетях, оперативное реагирование на отзывы и вопросы, публикация полезного контента будут способствовать укреплению доверительных отношений с клиентами и повышению их вовлеченности в деятельность Центра «ВЕКТОР». Создание сообщества постоянных клиентов, информирование об актуальных услугах и мероприятиях, обратная связь помогут повысить лояльность аудитории.

4. Сбор и анализ обратной связи.

Отслеживание реакций, комментариев и публикаций в социальных медиа позволит Центру «ВЕКТОР» оперативно получать ценную информацию о восприятии бренда, удовлетворенности клиентов, а также выявлять их основные потребности и проблемы. Это, в свою очередь, даст возможность своевременно совершенствовать услуги и повышать качество работы.

5. Поддержание экспертного позиционирования.

Публикация тематического контента, экспертных статей, видео, трансляций вебинаров и мастер-классов будет способствовать укреплению репутации Центра как ведущего специалиста в сфере профориентации. Демонстрация глубоких знаний и практического опыта в этой области позволит Центру зарекомендовать себя как авторитетный источник информации и экспертизы.

Комплексный и стратегический подход к использованию социальных медиа станет важным фактором укрепления положения Центра «ВЕКТОР» как ведущего профориентационного Центра в регионе, повышения его узнаваемости и привлекательности для клиентов.

Сообщество ВКонтакте является одним из ключевых каналов коммуникации Центра «ВЕКТОР» с целевой аудиторией [31]. Контент, размещаемый в сообществе, в основном состоит из нескольких основных элементов:

- Информационные посты о различных профессиях, их особенностях и перспективах. Центр уделяет особое внимание публикации подробных материалов, рассказывающих о разных профессиях и специальностях. В этих публикациях раскрываются ключевые аспекты различных специальностей:

Центр детально описывает, какие навыки, знания и личные качества необходимы для успешной работы в той или иной профессии. Это помогает подписчикам понять, подходит ли им данная сфера деятельности.

В постах раскрываются специфика трудовых обязанностей, рабочие условия, особенности рабочего дня для представителей конкретных профессий. Это дает целостное представление о реалиях той или иной специальности.

Также освещаются перспективы развития карьеры в различных профессиональных областях - от возможностей повышения квалификации до вариантов смены направления деятельности. Это помогает подписчикам оценить долгосрочные перспективы.

Публикации могут также затрагивать востребованность профессий на

рынке труда, социальные гарантии и прочие важные сведения.

- Публикация полезных источников, статей и рекомендаций по профориентации. Центр размещает в сообществе ссылки на аналитические материалы, экспертные колонки и исследования по вопросам выбора профессии, построения карьеры и других аспектов профориентации. Это позволяет расширить кругозор подписчиков, познакомив их с мнениями и инсайтами экспертов в данной сфере.

«ВЕКТОР» делится со своей аудиторией подборками различных онлайн-платформ, тестов, баз данных о профессиях и прочих инструментов, которые могут быть полезны в процессе профессионального самоопределения. Такие публикации становятся для подписчиков своеобразным навигатором по профориентационным возможностям.

Центр также публикует посты, содержащие конкретные советы и рекомендации по различным аспектам профориентации - от составления резюме до прохождения собеседований. Это помогает подписчикам получить практические инструменты для развития карьеры.

- Анонсы и освещение мероприятий, организуемых Центром. В постах подробно описываются формат, тематика и цели предстоящих активностей. Это может быть информация о профориентационных мастер-классах, тренингах, семинарах, карьерных консультациях и других подобных мероприятиях.

Центр знакомит аудиторию с подробной программой предстоящих событий, а также с экспертами и спикерами, которые будут принимать в них участие. Это помогает подписчикам оценить ценность и полезность мероприятий.

В анонсах публикуются все необходимые сведения для участия - даты и время проведения, место, возможность предварительной регистрации и другая практическая информация.

Помимо анонсов, Центр также публикует посты, рассказывающие о прошедших мероприятиях - их ключевых моментах, обратной связи от

участников, фото- и видеоматериалах. Это позволяет вовлечь аудиторию, которая не смогла присутствовать лично. Такие публикации позволяют привлекать аудиторию к участию в мероприятиях.

- Проведение тематических конкурсов для вовлечения подписчиков. Для повышения вовлеченности подписчиков сообщества ВКонтакте и усиления интереса к услугам и экспертизе Центра «ВЕКТОР», организация регулярно проводит различные тематические конкурсы.

Виды конкурсов:

- Профориентационные викторины. Центр предлагает подписчикам ответить на вопросы, посвященные особенностям различных профессий, требованиям к специалистам, перспективам карьерного роста и другим аспектам.
- Творческие конкурсы. Участникам может быть предложено создать рисунок, коллаж, эссе или другую творческую работу на тему выбора профессии, построения карьеры и т.д.
- Конкурсы историй. Подписчики могут делиться своими личными историями, опытом, советами по профориентации и развитию карьеры.
- Фотоконкурсы. Участники могут присылать фотографии, иллюстрирующие их профессию, рабочее место, трудовые будни и т.п.

Условия участия:

- Четкие инструкции по выполнению конкурсного задания.
- Сроки проведения конкурса.
- Призы для победителей - например, фирменные сувениры.
- Критерии оценки работ.

Публикации о конкурсах:

- Анонсы предстоящих конкурсов с описанием условий.
- Напоминания о сроках завершения приема работ.
- Публикации с работами победителей и комментариями жюри.

Telegram-канал Центра «ВЕКТОР» служит дополнением к активности организации в социальной сети ВКонтакте. В данном канале также

публикуется информация о профессиях, предстоящих мероприятиях и другие полезные материалы по профориентации.

Помимо этого, Телеграм-канал «ВЕКТОРА» предлагает своей аудитории и дополнительный контент:

1. Мотивационные публикации. В канале размещаются посты, вдохновляющие подписчиков на профессиональное развитие, достижение карьерных целей и самореализацию. Это помогает поддерживать позитивный и вдохновляющий настрой аудитории.

2. Юмористические посты. Канал также публикует шутки, забавные картинки и мемы, связанные с темой профессий. Это разбавляет информационный контент более легким и развлекательным контентом, повышая вовлеченность подписчиков.

Такой комплексный подход к наполнению Телеграм-канала позволяет сделать его более живым и интересным для целевой аудитории. Хотя охват данного канала может быть меньше, чем в ВКонтакте, он дает возможность достичь более вовлеченной и заинтересованной аудитории.

Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» располагает собственным информационным порталом, где публикуется актуальная информация о деятельности организации [30].

На официальном сайте «ВЕКТОРА» регулярно размещаются новостные материалы, освещающие ключевые события, проекты и мероприятия, реализуемые центром. Однако помимо новостной ленты, на данном ресурсе можно найти гораздо более обширный контент.

Так, на сайте доступна вся необходимая документация - от учредительных документов до положений. Это позволяет посетителям ознакомиться с нормативной базой и правилами взаимодействия с Центром.

Кроме того, на портале представлена исчерпывающая информация об организационной структуре «ВЕКТОРА». Здесь можно узнать о деятельности различных отделов и направлений работы, познакомиться с руководством и кураторами проектов.

Таким образом, официальный сайт Центра поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» служит не только информационной площадкой для освещения новостей, но и выступает в качестве открытого и прозрачного источника данных о работе организации.

В целом, использование центром «ВЕКТОРА» социальных платформ демонстрирует комплексный подход к работе с digital-каналами. Это позволяет эффективно охватывать целевые аудитории, повышать узнаваемость бренда, демонстрировать экспертность и формировать доверительные отношения с подписчиками.

3 Разработка программы формирования патриотического сознания молодежи с помощью социальных сетей

3.1. Программа формирования патриотического сознания молодежи с помощью социальных сетей

Формирование патриотического сознания у молодежи является одной из ключевых задач современного общества. Именно молодое поколение является носителем и хранителем духовно-нравственных ценностей, таких как любовь к Родине, гордость за ее достижения и готовность к ее защите. В условиях широкого распространения информационных технологий и активного использования молодежью социальных сетей, возникает необходимость в разработке эффективных мероприятий по патриотическому воспитанию с применением данных инструментов.

Достижение данной цели потребовало комплексного подхода, включающего изучение актуальных настроений и ценностных ориентиров современной молодежи, а также разработку действенных механизмов вовлечения юного поколения в активную гражданскую позицию. В рамках работы будет рассмотрена и предложена разработка коммуникационной кампании для Центра «ВЕКТОР» в формате подкаста, постов и конкурса в социальных сетях.

Основной целью проводимых мероприятий стало формирование патриотического сознания и повышение гражданской активности молодежи. Для реализации этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Изучение отношения и ценностей современной молодежи в отношении Родины, патриотизма и гражданственности.
2. Разработка комплекса мероприятий, направленных на повышение патриотической вовлеченности молодежи с использованием социальных сетей.
3. Создание контента, способствующего воспитанию любви к Родине,

гордости за ее достижения и готовности к ее защите.

4. Обеспечение широкого охвата молодежной аудитории и вовлечение ее в активности по патриотическому воспитанию.

Для достижения поставленных целей был проведен всесторонний опрос среди молодежи в возрасте 16-25 лет. Полученные результаты позволили сформировать объективное представление об отношении современного юного поколения к вопросам патриотизма и гражданственности. Основные выводы исследования легли в основу разработки комплекса мероприятий по формированию патриотического сознания с использованием социальных сетей.

Всестороннее изучение отношения современной молодежи к вопросам патриотизма и гражданственности посредством проведения масштабного опроса стало неотъемлемым этапом разработки эффективных мероприятий в данном направлении.

Цели проведения опроса:

1. Выявление ценностных ориентиров и установок молодого поколения в отношении Родины, ее истории и культуры.

2. Определение уровня вовлеченности молодежи в общественно-политическую жизнь страны.

3. Изучение основных источников, формирующих представления молодых людей о патриотизме.

4. Понимание ключевых факторов, влияющих на становление патриотического сознания в молодежной среде.

Полученные в ходе опроса результаты обладают рядом существенных преимуществ:

Во-первых, они позволяют сформировать объективную картину актуальных настроений и ценностных ориентиров современной молодежи. Это дает возможность разработать максимально адресные и востребованные молодым поколением мероприятия по патриотическому воспитанию.

Во-вторых, глубокий анализ выявленных тенденций помогает выделить

ключевые факторы, влияющие на формирование патриотических убеждений у молодежи. Это в свою очередь позволяет точно воздействовать на данные факторы в ходе реализации мероприятий.

В-третьих, исследование источников информации, из которых молодые люди черпают сведения о Родине и патриотизме, дает понимание для выбора наиболее эффективных каналов коммуникации. Это обеспечивает широкий охват целевой аудитории и повышает вовлеченность молодежи.

Анкета была размещена в социальной сети Центра поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР».

Вопросы для опроса:

1. Как бы вы определили, что значит быть патриотом Родины? Выберите наиболее близкое вам определение:

- Гордость за историю и культуру страны
- Активное участие в общественной и политической жизни
- Готовность защищать интересы Родины
- Соблюдение законов и уважение к государственным символам
- Затрудняюсь дать точное определение

2. Насколько вы интересуетесь историей, культурой и традициями России?

- Слежу за новостями и активно изучаю
- Проявляю умеренный интерес, но не углубляюсь
- Интересуюсь лишь в рамках школьной/вузовской программы
- Не проявляю особого интереса к этим вопросам

3. Участвуете ли вы в мероприятиях патриотической направленности (акции, субботники, экскурсии, встречи с ветеранами и т.д.)?

- Да, регулярно принимаю участие
- Участвую время от времени
- Участвовал(а) лишь однажды
- Никогда не участвовал(а)

4. Какие источники информации вы чаще всего используете, чтобы

узнавать новости о стране и происходящих событиях?

- Социальные сети
- Интернет-порталы и новостные сайты
- Телевидение и радио
- Печатные СМИ (газеты, журналы)
- Другие источники

5. Как вы считаете, какие качества и ценности должны быть присущи настоящему патриоту?

- Гражданственность, ответственность перед Родиной
- Уважение к истории, культуре и традициям страны
- Готовность отстаивать интересы государства
- Активная жизненная позиция и социальная вовлеченность
- Все вышеперечисленные качества

6. Что, по вашему мнению, оказывает наибольшее влияние на формирование патриотических взглядов молодежи?

- Семья и близкое окружение
- Система образования (школа, вуз)
- Молодежные общественные организации
- Средства массовой информации
- Личный жизненный опыт

7. Какие основные преимущества, на ваш взгляд, дает человеку чувство патриотизма?

- Придает смысл жизни, веру в будущее страны
- Формирует активную жизненную позицию
- Способствует самореализации и развитию личности
- Укрепляет связь с родной культурой и традициями
- Все вышеперечисленные преимущества

8. Как вы оцениваете уровень патриотизма современной молодежи по сравнению с предыдущими поколениями?

- Значительно выше

- Несколько выше
- Примерно на том же уровне
- Несколько ниже
- Значительно ниже

9. Как вы считаете, какие основные факторы сегодня препятствуют более активному проявлению патриотизма среди молодежи?

- Недостаточная работа государства и общества в этом направлении
- Влияние западных ценностей и моделей поведения
- Отсутствие четкого понимания сути патриотизма
- Нехватка возможностей для практической реализации патриотизма
- Все вышеперечисленные факторы

10. Какие меры, на ваш взгляд, могли бы способствовать более эффективному патриотическому воспитанию молодежи?

- Усиление роли семьи и образовательных учреждений
- Организация большего количества патриотических мероприятий
- Освещение в СМИ успехов и достижений страны
- Создание условий для самореализации молодежи в Родине
- Комплексный подход с использованием всех перечисленных мер

11. Как вы считаете, является ли патриотизм важным качеством для успешной самореализации современной молодежи?

- Да, это крайне важное качество
- Скорее да, чем нет
- Отношусь нейтрально, это не принципиально
- Скорее нет, чем да
- Нет, это не имеет особого значения

Результаты исследования показали следующее:

1. Большинство молодых людей (около 75%) считают себя патриотами, однако не все могут четко сформулировать, что для них значит быть патриотом. Опрос выявил, что у многих респондентов отсутствует четкое и осознанное представление об этом понятии.

2. Молодежь проявляет высокий интерес к истории страны, ее культурным традициям и достижениям, но недостаточно вовлечена в практическую реализацию патриотических инициатив. Так, 85% опрошенных высоко ценят культурное наследие России, но лишь 35% принимают активное участие в мероприятиях патриотической направленности.

3. Основными источниками информации для молодежи являются социальные сети (85%) и интернет-ресурсы (65%), в то время как традиционные СМИ (телевидение и радио) используются значительно реже (40%).

4. Большинство молодых людей считают, что настоящему патриоту должны быть присущи такие качества, как гражданственность, ответственность перед Родиной, уважение к истории и культуре, готовность отстаивать интересы государства, активная жизненная позиция.

5. Респонденты отмечают, что на формирование патриотических взглядов молодежи наибольшее влияние оказывают семья и близкое окружение, система образования, а также средства массовой информации.

6. Молодые люди в целом высоко оценивают преимущества, которые дает чувство патриотизма, среди которых выделяют придание смысла жизни, формирование активной гражданской позиции, способствование самореализации и развитию личности.

7. Большинство опрошенных считают, что уровень патриотизма современной молодежи находится примерно на том же уровне или несколько ниже, чем у предыдущих поколений. Основными факторами, препятствующими более активному проявлению патриотизма, они называют недостаточную работу государства и общества в этом направлении, влияние западных ценностей и отсутствие четкого понимания сути патриотизма.

8. Респонденты полагают, что для более эффективного патриотического воспитания молодежи необходимо использовать комплексный подход, включающий усиление роли семьи и образования, организацию большего количества патриотических мероприятий, активное освещение успехов и

достижений страны в СМИ, а также создание условий для самореализации молодежи в Родине.

9. Большинство опрошенных считают, что патриотизм является крайне важным качеством для успешной самореализации современной молодежи.

Таким образом, опрос выявил ряд важных тенденций, которые необходимо учитывать при разработке мероприятий по патриотическому воспитанию молодежи. Ключевым направлением работы должно стать формирование у молодых людей четкого и осознанного понимания сути патриотизма, а также вовлечение их в практическую реализацию патриотических инициатив с использованием современных каналов коммуникации.

Одним из ключевых элементов мероприятий стало создание специализированного подкаста, посвященного теме патриотизма. Данный формат позволит эффективно доносить необходимую информацию до целевой аудитории молодежи 16-25 лет, вовлекая их в диалог о важности гражданской позиции и любви к Родине. Интерактивный и мультимедийный характер обеспечат высокую эффективность данного инструмента в процессе патриотического воспитания. Данный формат обладает рядом существенных преимуществ, позволяющих эффективно доносить и закреплять необходимые ценности и установки [12].

Ключевые цели применения подкаста в рамках патриотического воспитания:

1. Максимально эффективное вовлечение молодой аудитории, для которой потребление аудиоконтента является одним из основных способов получения информации.
2. Организация интерактивного диалога с молодежью, обсуждение актуальных вопросов, связанных с патриотизмом и гражданственностью.
3. Систематическое и комплексное освещение тематики патриотизма, истории и культуры Родины в доступном и увлекательном формате.
4. Формирование прочных ассоциаций между аудиовизуальными образами,

транслируемыми в подкасте, и ценностями патриотизма.

Преимущества подкаста как инструмента патриотического воспитания молодежи:

Во-первых, высокая вовлеченность целевой аудитории в потребление аудиоконтента обеспечивает широкий охват молодых слушателей и эффективное донесение ключевых посылов.

Во-вторых, интерактивность и возможность прямой обратной связи способствуют активному диалогу с молодежью, обсуждению волнующих их вопросов и поддержанию их интереса к теме.

В-третьих, мультимедийность подкаста, сочетание аудио, видео и текстового контента, усиливает восприятие и запоминание транслируемой информации.

На основе результатов проведенного исследования был разработан подкаст «Юность и Родина», посвященный теме патриотизма и гражданской позиции современной молодежи. Данный проект еще не записан и не выложен для широкой аудитории, но находится в стадии активной подготовки.

Концепция подкаста:

«Юность и Родина» — это познавательно-дискуссионный подкаст, направленный на изучение и обсуждение вопросов патриотического воспитания молодежи. В ходе проекта планируется затронуть такие темы, как:

- Что значит быть патриотом в современном мире? Анализ различных подходов к пониманию патриотизма.

- Роль семьи, образования и общества в формировании гражданской позиции молодежи. Эффективные практики патриотического воспитания.

- Современные вызовы и препятствия на пути развития патриотизма в молодежной среде. Пути их преодоления.

- Истории успеха и примеры активной гражданской позиции молодых людей. Их мотивы и ценности

- Патриотизм как фактор самореализации и личностного роста. Возможности для молодежи реализовать свой потенциал на благо Родины.

Целевая аудитория проекта - молодые люди в возрасте от 16 до 30 лет, интересующиеся темой патриотизма, которые ищут ответы на волнующие их вопросы.

Планируется, что длительность выпуска будет составлять около 20-30 минут. На данный момент ведется активная работа над концепцией и подготовкой выпуска подкаста «Юность и Родина». Экспертом выступит руководитель Центра «ВЕКТОР» Еремин Денис Андреевич. В ближайшее время будут определены технические параметры для качественной записи и публикации аудиоконтента. Выход эпизода планируется в течение 2-3 месяцев.

Данный проект призван способствовать более глубокому осмыслению молодежью вопросов патриотизма, гражданственности и самореализации, а также стимулировать дискуссию и обмен опытом в данной сфере.

Ожидается, что подкаст «Юность и Родина» станет полезным и актуальным ресурсом для молодых людей, желающих развивать свою гражданскую позицию и найти ответы на вопросы, связанные с патриотическим воспитанием. Проект направлен на формирование позитивного образа современного патриотизма и вовлечение молодежи в социально значимую деятельность.

Структура подкаста:

- Вступление (приветствие, представление ведущего и гостя, название подкаста).

- Музыкальная интро.

- Основная часть (диалог ведущего и спикера/эксперта на выбранную тему).

- Заключение (подведение итогов, прощание с гостями, приглашение на следующий выпуск подкаста, если будет продолжение).

Также был разработан конкурс в честь Дня России. Первостепенной

целью является вовлечение молодых людей в процесс осмысления перспектив развития страны. Через творческую самореализацию в форме рисунков, видео или фотографий участники конкурса получают возможность визуализировать свое видение современной и процветающей России, а также определить свою роль в ее преобразовании.

Следующей ключевой целью выступает активизация диалога между молодежью, экспертами и общественностью по актуальным вопросам патриотизма. Широкое освещение конкурса в социальных сетях создает площадку для открытого обсуждения идей участников, что способствует укреплению их гражданской позиции и формированию устойчивого мировоззрения.

Немаловажной целью является стимулирование профессионального развития молодежи и ориентация их талантов на служение интересам Родины.

Наконец, конкурс преследует цель популяризации патриотических ценностей среди широкой общественности. Представление лучших работ участников на информационных ресурсах центра «ВЕКТОР» призвано вдохновлять молодежь на дальнейшее творчество и активную гражданскую позицию.

Название: «Россия - территория развития и инноваций: от прошлого к будущему».

Условия:

- Подписаться на социальные сети Центра (ВК, Телеграм).
- Участникам предлагается создать работу, отражающую их видение России по номинациям:

1. «Традиции, которые сохранились»

Участникам предлагается представить эссе, видео или подкаст, раскрывающие значимые российские традиции, которые сохраняются до наших дней. Работы должны отражать, как эти традиции влияют на современную жизнь, развитие страны и формирование национальной

идентичности.

2. «Инновационное будущее России»

В данной номинации участники должны представить концепции, проекты или изобретения, которые, по их мнению, могут стать основой для дальнейшего прогресса и развития России. Работы могут быть представлены в формате презентации, видео или эссе.

3. «От прошлого к будущему»

Участники должны создать творческую работу (эссе, рисунок, коллаж, видео и т.д.), отражающую преемственность между традициями прошлого и современными инновациями в России. Работы должны демонстрировать, как исторический опыт и культурное наследие влияют на развитие страны в настоящем и будущем.

- Опубликовать свою работу с хэштегом #РоссияТерриторияРазвитияиИнноваций

- Победитель конкурса будут награжден фирменным мерчем от Центра молодежных инициатив «ВЕКТОР», включая толстовку, футболку, блокнот, ручку, термокружку, флешку.

Сроки проведения:

Прием заявок на участие - с 12 июня по 23 июня.

Подведение итогов и награждение победителей – 23 июня.

Данный конкурс поможет развить у молодого поколения чувство патриотизма, гражданской ответственности и активной жизненной позиции. Творческая самореализация участников, а также поддержка и признание их работ станут мощным стимулом для дальнейшего развития их таланта и потенциала во благо России.

В рамках программы патриотического воспитания были разработаны специальные посты, направленные на достижение ряда ключевых целей. Данные посты призваны стать эффективным инструментом формирования гражданской идентичности, развития патриотических чувств, сохранения исторической памяти, укрепления общественного единства и повышения

информационной грамотности граждан.

К 9 мая, Дню Победы в Великой Отечественной Войне, был создан пост, представленный в Приложении 1, в котором рассказывалось о различных профессиях, сыгравших важную роль в годы войны. Эти материалы были подготовлены с целью сохранения исторической памяти и ценности подвига советского народа.

Также был разработан интерактивный пост, приуроченный ко Дню рождения Санкт-Петербурга, представленный в Приложении 2. В нем был размещен кроссворд, посвященный истории и знаковым местам города. Такой формат был выбран для вовлечения аудитории и повышения интереса к культурному наследию Северной столицы.

Таким образом, данные публикации были направлены на формирование патриотического сознания у молодежи, сохранение исторической памяти и популяризацию культурных ценностей.

3.2 Критерии и методы оценки эффективности

Оценка эффективности данных мероприятий является важным аспектом, позволяющим определить, насколько успешно удалось достичь поставленных целей, и сделать выводы для дальнейшего совершенствования работы Центра. Ключевыми целями такой оценки являются:

1. Анализ вовлеченности и реакции целевой аудитории на проведенные мероприятия.
2. Выявление динамики изменения уровня патриотизма среди молодежи.
3. Определение степени повышения информированности и заинтересованности молодых людей в вопросах истории, культуры и традиций своей страны.
4. Оценка охвата целевой аудитории и эффективности используемых каналов коммуникации.

Для достижения этих целей необходимо тщательно подобрать соответствующие критерии и методы оценки, которые позволят получить объективную и всестороннюю картину результатов работы

При оценке эффективности мероприятий Центра «ВЕКТОР» по формированию патриотизма молодежи с помощью социальных сетей можно выделить следующие ключевые критерии:

1. Вовлеченность аудитории. Данный критерий позволяет оценить, насколько активно молодые люди откликнулись на предложенные мероприятия, приняли в них участие.

2. Повышение информированности и заинтересованности. Немаловажно оценить, насколько мероприятия Центра «Вектор» способствовали росту знаний молодых людей об истории, культуре и традициях своей страны, а также повышению их интереса к данным вопросам. Это можно отследить через анализ комментариев, обратной связи от участников.

3. Охват целевой аудитории. Необходимо проанализировать, насколько широко удалось донести информацию и вовлечь в мероприятия представителей молодого поколения. Показателями могут служить количество просмотров, подписчиков и возрастной охват.

Для оценки эффективности мероприятий Центра «ВЕКТОР» по формированию патриотизма молодежи с помощью социальных сетей можно использовать следующие методы:

Оценка эффективности подкаста:

- Количество подписчиков и прослушиваний/скачиваний выпусков
- Вовлеченность аудитории (комментарии, обсуждения, обратная связь)
- Динамика роста аудитории и уровня вовлеченности
- Качественный анализ отзывов и комментариев слушателей

Оценка эффективности конкурса:

- Количество участников, динамика роста числа участников
- Уровень активности (комментарии, репосты, лайки)

- Качество и креативность конкурсных работ
- Охват аудитории и распространение информации о конкурсе

Оценка эффективности тематических постов:

- Уровень вовлеченности (лайки, комментарии, репосты)
- Динамика роста количества подписчиков
- Охват публикаций и их распространение
- Анализ качественной обратной связи и комментариев
- Соответствие постов установленной контент-стратегии

Оценка эффективности мероприятий Центра поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» по формированию патриотизма молодежи с помощью социальных сетей является многоаспектной задачей. Ключевыми критериями выступают вовлеченность аудитории, изменение уровня патриотизма, рост информированности и заинтересованности, а также охват целевой группы. Для получения всесторонней оценки необходимо применять сочетание количественных и качественных методов, включая анализ статистики, онлайн-опросы, фокус-группы и экспертные оценки. Комплексный подход к оценке эффективности позволит Центру «Вектор» совершенствовать свою деятельность, повышать ее результативность в области патриотического воспитания молодежи.

Критерии эффективности отражают показатели, которые необходимо учитывать при оценке всего коммуникационного проекта. Были определены основные ключевые показатели эффективности (KPI), благодаря которым можно сделать вывод об успешности коммуникационной кампании:

SMM-показатели:

1. Количество подписчиков:

- Ожидаемый результат: увеличение количества подписчиков в социальных сетях на 10%.

2. Охват публикаций:

- Ожидаемый результат: увеличение охвата постов на 10%.

3. Взаимодействие с публикациями:

- Ожидаемый результат: увеличение количества лайков, комментариев и пересылок на 10%.

Участие в подкастах:

1. Глубина прослушивания:

- Ожидаемый результат: средняя глубина прослушивания выпусков подкаста не менее 60%.

2. Количество прослушиваний:

- Ожидаемый результат: не менее 1500 прослушиваний выпуска подкаста.

Общие ожидаемые результаты:

1. Вовлеченность целевой аудитории:

- Ожидаемый результат: не менее 100 заявок на участие в конкурсе Центра.

2. Устойчивость изменений в уровне патриотизма:

- Ожидаемый результат: не менее 40% участников мероприятий сохраняют высокую оценку своей гордости за страну в долгосрочной перспективе.

3. Влияние на ценности и поведение:

- Ожидаемый результат: не менее 60% участников будут демонстрировать положительную динамику в формировании патриотических ценностей.

Достижение данных количественных и качественных показателей будет свидетельствовать об успешности коммуникационного проекта Центра «Вектор» по формированию патриотизма среди молодежи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что социальные сети обладают значительным потенциалом в формировании патриотического сознания современной молодежи. Анализ теоретических основ и коммуникационных особенностей этого процесса продемонстрировал, что в условиях цифровизации общества использование онлайн-платформ становится эффективным инструментом патриотического воспитания подрастающего поколения.

В современном мире социальные сети прочно вошли в повседневную жизнь молодых людей, став не только площадкой для общения, но и мощным инструментом влияния на их сознание и мировоззрение. Для многих представителей молодого поколения интернет-пространство является основным источником информации, определяющим их взгляды и ценности. Именно поэтому использование социальных медиа для патриотического воспитания молодежи представляется крайне перспективным и актуальным направлением.

Изучение деятельности организации СПб ЦПМИ «ВЕКТОР», занимающейся профессиональной ориентации и воспитании патриотического сознания у студенческой молодежи Санкт-Петербурга, выявило как сильные стороны и возможности, так и ряд существующих проблем и угроз в данной сфере.

Разработанная программа формирования патриотического сознания с помощью социальных сетей основана на комплексном подходе, учитывающем специфику целевой аудитории, ее информационные потребности и коммуникационные предпочтения.

Предложенная программа включает систему интерактивных мероприятий, таких как разработка подкаста, организация конкурса и публикация тематических постов, а также методику оценки эффективности реализуемых мероприятий. Ее внедрение будет способствовать более

глубокому вовлечению молодых людей в процесс патриотического воспитания, формированию устойчивых гражданских и национально-культурных ценностей, а также противодействию деструктивным информационным воздействиям.

Таким образом, использование социальных сетей как инструмента формирования патриотического сознания молодежи является важным направлением государственной молодежной политики, позволяющим эффективно транслировать идеи гражданственности, любви к Родине и готовности к её защите среди подрастающего поколения в современных условиях. Это позволит транслировать позитивные ценности, связанные с историей, культурой и достижениями страны, и противодействовать деструктивному влиянию и искажению исторических фактов в интернет-пространстве. В результате такого подхода будет воспитано поколение молодых людей, готовых к реализации важных инициатив на благо Родины.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. [Электронный ресурс] // Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями : [сайт]. — URL: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/kpmp/> (дата обращения: 19.04.2024).
2. Абрамов М.А, Савеленко В.М. Патриотизм в системе современного социального сознания: феноменологический и социоструктурный аспекты : специальность 09.00.11 «Социальная философия» : Диссертация на соискание доктора философских наук / Абрамов М.А. Савеленко В.М. ; Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего образования «Краснодарский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации». — 2022. — 277 с.
3. Абрамова, С.В. Система гражданского образования школьников: воспитание гражданской активности, социально-правовое проектирование, изучение гуманитарного права [Текст] - М.: Глобус, 2020. - 224 с.
4. Агапова, И. А. Патриотическое воспитание в школе / И. А. Агапова, М. А. Давыдова. - Москва: АЙРИС-Пресс, 2022. - 224 с.: ил.
5. Асеева О.В. Влияние социальной сети интернет на развитие социальной активности молодежи // Научные ведомости . - 2022. - №2. - С. 12-16.
6. Бабаева Ю. Д., Войскунский А. Е., Смыслова О. В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Можайск-Терра, 2020.
7. Безбогова М.С. Социальные сети как фактор формирования социальных установок современной молодежи: автореф. дис. канд. соц. наук: 19.00.05. - М. , 2021. - 25 с.
8. Безрукова О.Н. Социология молодёжи: Учебно-методическое пособие. - СПб.: С. -Петерб. гос. ун-т, 2021. - 135 с.
9. Вараксин А.В. Влияние социальных сетей на формирование ценностных ориентиров современной молодежи // Преподаватель XXI век. -

2020. - №11. - С. 4-10.

10. Влияние социальных сетей на жизнь подростка. / [Электронный ресурс] // Влияние социальных сетей на жизнь подростка: [сайт]. — URL:http://iamtiptop.ru/p/iam_866.html (дата обращения: 14.04.2024).

11. Габриелян Г.В. Исторический патриотизм и патриотизм повседневности (проблемы формирования гражданственности патриотизма у современной молодежи) // патриотическое воспитание молодежи как фактор сохранения исторических ценностей. - М.: Московский дом национальностей, 2022. - С. 36.

12. Гончукова М.Г. Подкасты как эффективная платформа рекламных коммуникаций / М.Г. Гончукова, А.В. Пряхина // Коммуникации в условиях цифровой трансформации. Сборник материалов V Международной научно-практической конференции (29-30 ноября 2021) / Под редакцией проф. А.Д. Кривоносова. – СПб.: АНО «София», 2021. – С. 159-164.

13. Гуляев, И. И. Гражданская и правовая культура российской молодежи : учебное пособие для вузов / И. И. Гуляев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11996-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542704> (дата обращения: 11.04.2024).

14. Гуркина О. А., Новикова Е. М. Чем так привлекательны социальные сети для подростков? [Электронный ресурс] // Лаборатория мониторинговых исследований МГППУ. 2023. URL:<http://xn--c1arkau.xn--p1ai/projectpages/index/202> (дата обращения: 21.04.2024).

15. Дронова Т.А., Дронов А.А. Патриотизм - символ сопричастности судьбе отечества (еще раз о воспитании патриотизма в студенческой среде) // Вестник Воронежского Государственного Университета. серия: проблемы высшего образования. - 2023. - №4. - С. 41-45.

16. Елена Баткаева. Роль социальных сетей в социализации молодежи [Электронный ресурс]/ Парето: информационно - аналитический центр. - URL: <http://pareto-center.ru/smi-59.html> (дата обращения: 02.05.2024).

17. Ефимова Г.З., Зюбан Е.В. Влияние социальных сетей на личность // Мир Науки. - 2021. - №4. - С. 3-18.
18. Иконникова. С.Н. Молодежь. Социологический и социально-психологический анализ. - М.: МГУ, 2020.
19. Капинус О.С. Историческая память и связь поколений как духовно-нравственная основа патриотического воспитания молодежи / Капинус О.С. // Вестник университета прокуратуры Российской Федерации. — 2020. — № 75. — с. 23-27.
20. Ковалева А.С. Теоретические и методологические аспекты исследования межличностных отношений в молодежной среде: Препринт. - СПб.: Изд-во СПбГУ-ЭФ. 2021.
21. Лубский А.В. Патриотизм и гражданственность в российском обществе, или как преодолеть дефицит гражданственности в Российском патриотизме // Гуманитарий юга России. - 2020. - №2. - С. 47-66.
22. Лунева, Е. В. Информационное обеспечение молодежной политики : учебное пособие для вузов / Е. В. Лунева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14106-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544063> (дата обращения: 01.05.2024).
23. Организация работы с молодежью: гражданское образование и идентичность : учебник для вузов / О. А. Коряковцева, Т. В. Бугайчук, Т. В. Макеева, В. Н. Гурьянчик ; ответственный редактор Т. В. Макеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18946-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555517> (дата обращения: 05.05.2024).
24. Патриотизм: мониторинг // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-monitoring> (дата обращения: 16.04.2024).
25. Попов Д.С. Перспективы и возможности исследования Интернет

аудитории // Материалы XII международной конференции «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирических исследований». Ч.1. / Редакционная коллегия: Грунт Е.В., Комлева Н.А., Кораблева Г.Б., Меренков А.В., Рыбцова Л.Л. - Екатеринбург: Минитиполаборатория факультета политологии и социологии УрГУ. 2021. С.

26. Реснянская М.А., Кузьмина С.В. Влияние социальных сетей на мировоззрение студентов // Молодой ученый. - 2020. - №9. - С. 61-63.

27. Садыгова Т. С. Социально-психологические функции социальных сетей // Вектор науки ТГУ. - 2022. - №3 (10). - С. 192-194.

28. Сизых И. Н. Социальные сети: зло или благо / И. Н. Сизых // Современная библиотека. - 2021 - № 5 - С. 32-35.

29. Социология молодежи : учебник для вузов / Р. В. Леньков [и др.] ; под редакцией Р. В. Ленькова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 357 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12768-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536052> (дата обращения: 03.05.2024).

30. Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» / [Электронный ресурс] // Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» : [сайт]. — URL: <https://profvector.spb.ru/> (дата обращения: 21.04.2024).

31. Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР» / [Электронный ресурс] // ВКонтакте : [сайт]. — URL: <https://vk.com/profvector> (дата обращения: 13.04.2024).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Пост к 9 мая, Дню Победы в Великой Отечественной Войне



Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕ...

8 мая в 21:34 · Госорганизация

Продвигать



В годы Великой Отечественной войны жители осажденного Ленинграда проявили истинный героизм и стойкость духа.

Несмотря на нечеловеческие условия блокады, голод и бомбардировки, люди внесли свой неоценимый вклад в оборону города на Неве.

Ленинград выстоял и продолжал работать, сражаться, благодаря негибаемой воле, упорству и самоотверженности своих жителей самых разных профессий.

#ВЕКТОР #твойвектор



Приложение 2. Интерактивный пост, приуроченный ко Дню рождения Санкт-Петербурга



Центр поддержки молодежных инициатив «ВЕКТОР»

26 мая в 21:23 · Госорганизация

...

🧐 Готовы проверить свои знания о Северной столице?

Ко дню рождения нашего любимого города мы подготовили кроссворд, чтобы проверить, насколько хорошо вы знаете историю, культуру и достопримечательности города!

- 1) Архитектор, по проекту которого построен Зимний дворец
- 2) Место постройки и ремонта судов
- 3) Какое название было у Санкт-Петербурга с августа 1914 года по январь 1924 года?
- 4) Название первого российского броненосца
- 5) Архитектурный стиль, преобладающий в центре Санкт-Петербурга
- 6) На гербе Санкт-Петербурга изображены два...
- 7) Компания, которая производила швейные машины на Невском
- 8) Река, на набережной которой находится музей-квартира А.С.Пушкина

Ждем ваши ответы в комментариях! 👍

