

Аналіз ролі ком'юніті-менеджера у студентських онлайн-середовищах

Олександр Березко¹, Ганець Оксана²

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: 1. berezko@gmail.com, 2. oksanadk32@gmail.com

Abstract – The community manager emergence and the profession’s main functions are analyzed as well as the peculiarities of community management in students’ online social environments.

Ключові слова – ком'юніті-менеджмент, ком'юніті-менеджер, ком'юніті, веб-спільноти, студентське середовище, веб-сайт.

I. Вступ

Сьогодні веб-спільноти охоплюють різні сфери життя та вікові і соціальні верстви суспільства, зокрема студентське середовище. Останнє має низку особливостей та рідко є керованим чи модерованим. Натомість ефективний ком'юніті-менеджмент може сприяти перетворенню розважальних молодіжних веб-спільнот на ефективний засіб обміну корисною інформацією і накопичення знань, а також зробити їх потужним засобом формування громадської думки.

II. Ком'юніті-менеджер: історія та особливості

Поняття «ком'юніті-менеджер» з'явилося у 2007 році [3]. Перші спеціалісти такого профілю виникли у компаніях-власниках масштабних онлайн-ігор. Це допомогло краще розуміти спільноту та її потреби, залагоджувати конфлікти і одержувати зворотній зв'язок для корегування планів подальшого розвитку ігрових віртуальних середовищ.

Ком'юніті-менеджер – це носій ідеї та ідеології свого бренду, компанії, з якими він співпрацює [1]. Він відповідає за формування (або виявлення) лояльних до бренду людей, спілкування з ними, втягнення їх у спілкування навколо бренду. Поняття «ком'юніті-менеджер» виходить за рамки наявних знань і досвіду використання соціальних мереж, це не фахівець з реклами в соціальних мережах, а управлінець спільнотами.

До основних обов'язків *ком'юніті-менеджера* належать: роботи із запуску та підтримки комунікаційного майданчика (веб-сайта, групи в межах соціальної мережі тощо), розміщення нових дописів, моніторинг та модерування користувацького інформаційного наповнення, міжособистісна комунікація із окремими членами спільноти, проведення конкурсів та інших заохочувальних заходів, промоція спільноти на зовнішніх майданчиках.

Ефективність роботи ком'юніті-менеджера можна оцінити за: кількісними показниками приросту користувацького інформаційного

наповнення спільноти; кількістю реакцій користувачів на це наповнення («лайки», поширення інформації); динамікою приросту і відтоку учасників спільноти; кількістю конверсій (для цілеспрямованих спільнот, зокрема для спільнот із комерційною складовою).

III. Особливості студентського середовища

Сучасні студенти є надзвичайно активними онлайн. Студентські веб-спільноти мають свої моделі і правила поведінки, особливий формат спілкування. Проаналізувавши особливості студентського середовища пропонуємо таку інтерпретацію відомих ролей ком'юніті-менеджера [2] у студентських соціальних онлайн-середовищах:

Адвокат займається представленням інтересів студентів. Цей процес включає моніторинг, аналіз та інтерпретацію думок студентства, винесення актуальних проблем за межі спільноти (наприклад на офіційний рівень).

Євангеліст здійснює промоцію думок на настроїв студентів, рекламу студентських заходів.

Комунікатор спонукає спільноту до ведення обговорень, спрямовує їх у потрібне русло; є посередником у конфліктах всередині спільноти, а також розробляє та застосовує певну тактику ведення дискусій.

Футурист збирає, організовує і представляє зацікавленим сторонам пропозиції студентства та знання про їхнє бачення майбутнього.

Часто локальна студентська веб-спільнота може бути крос-сайтовою, а тому актуальними є засоби крос-сайтової ідентифікації користувачів (OpenID) та розгортання централізованої платформи для обговорень (Disqus). Також, при роботі на крос-сайтовому рівні, доцільним може бути “крос-постинг”, тобто розміщення допису на кількох майданчиках.

Висновок

Для перетворення студентських веб-спільнот у середовища накопичення та обміну знаннями та ефективний рупор молоді, важливим є застосування ком'юніті-менеджменту – нового виду діяльності, орієнтованого на підвищення ефективності комунікації.

Література

1. Хто такий ком'юніті-менеджер? [Електронний ресурс] : seo-blog. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://aweb.ua/seo-blog/znakomtes-komyuniti-menedzher-advokat-vashego-brenda/> (дата звернення 8.04.2014). – Назва з екрана.
2. Breakenridge Deirdre. Powerful PR Strategies for Success: collection / Deirdre Breakenridge, Brian Solis. – Upper Saddle River, New Jersey: FTPress, 2012. – 828 с.
3. Owyang J. A Complete List of the Many Forms of Web Marketing for 2008 / Jeremiah Owyang [Електронний ресурс]. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://www.webstrategist.com/blog/2008/01/01/a-complete-list-of-the-manyforms-of-web-marketing-for-2008/>