

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ

Активными пользователями социальных сетей являются около 4,74 млрд человек по всему миру.

Цель исследования: изучение отношения участников организации к использованию социальных сетей для повышения эффективности внутренних коммуникаций.

Для исследования данной темы был проведен опрос. Опрос проводился во второй половине марта и первой половине апреля при помощи Google Forms.

В опросе приняло участие 107 респондентов, среди которых 41,1 % — представители профессий вне сферы получения высшего образования, 27,1 % — студенты БГЭУ, 18,7 % — преподаватели БГЭУ. Большинство респондентов являются женщины (70,1 %).

По результатам опроса наиболее популярными социальными сетями стали: Telegram, Instagram, YouTube. Для большинства респондентов (45,8 %) социальные сети являются досугом. Социальные сети чаще всего используются для беззаботного времяпрепровождения (62,6 %).

Большинство респондентов пользуются социальными сетями 3–6 ч в день; 36,4 % участников считают себя зависимыми от социальных сетей. Основными недостатками социальных сетей являются реклама (72 %) и спам мошенников (46,7 %), преимуществами — доступность, скорость, простота и др. Большинство респондентов считают, что социальные сети способны упростить жизнь. Смешивание личного и рабочего общения в социальных сетях не является проблемой для 51,4 % участников.

Большинство респондентов были согласны со следующими утверждениями: перенос рабочих моментов в социальные сети будет отнимать их личное время, деловое общение в социальных сетях способно снизить барьеры в общении, использование социальных сетей в рабочих целях не скажется отрицательно на здоровье, не хотелось бы переносить все коммуникации по поводу работы в социальные сети.

Рабочий чат уже есть у большинства респондентов, причем 54,2 % участников отметили, что в нем активно решаются многие рабочие вопросы. Плюсы рабочих чатов: удобный и быстрый контакт, минимизация искажений информации, хранение информации. Минусы: наличие лишней информации, вторжение в личное пространство, игнорирование важных вопросов.

Большинству понравилась идея получения плана мероприятий на определенный период. Также были поддержаны идеи получения заданий через мессенджеры и онлайн-совещания, однако в комментариях к опросу те респонденты, на

работе которых уже практикуют онлайн-совещания, отмечали, что это очень неудобно и они хотели бы вернуться в прежний формат.

Основные причины, почему респонденты были бы против переноса всех или части деловых коммуникаций в социальные сети: люблю живое общение; не хочу, чтобы мой контакт был легко доступен другим людям, и др.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что можно использовать социальные сети для повышения эффективности внутренних коммуникаций, потому что они способны ускорить внутренние контакты и улучшить степень распространения рабочей информации. Однако во избежание получения обратного эффекта необходимо учесть следующие моменты: обозначение этических норм модераторами чатов/групп/сообществ; проведение локальных опросов среди сотрудников перед внедрением новых программ, связанных с социальными сетями; использование платформ, на которых участники смогут скрыть свою контактную информацию от коллег при своем желании (например, Telegram); использование наиболее популярных и удобных социальных сетей среди работников; получение работниками рассылки с планом мероприятий на определенный период.