

ИННВАЦИОННЫЕ СПОСОБЫ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ЦЕНТРА СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Е.Я. Деревянко

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

(e-mail: venettoo@gmail.com)

На сегодняшний день все наше общество проживает эпоху цифровизации. У людей повышается необходимость узнавать о требуемых услугах и новостях легко и быстро. Именно поэтому, население больше знает о деятельности тех организаций, которые используют для информирования такие способы, как социальные сети, сайты, чат-боты, и так далее. Однако, не во всех учреждениях информирование производится в полной мере.

Цель исследования: проанализировать существующие способы информирования населения о деятельности Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска и предложить актуальные способы информирования.

Материал и методы: В работе использованы материалы и данные интернет-ресурсов. Для получения результатов исследования применялись методы: сравнительный, описательно-аналитический, анализ и синтез.

Результаты и их обсуждение. На сегодняшний день наше общество активно интегрируется в цифровое пространство. О деятельности многих учреждений и организаций население узнает не только из газет, объявлений и листовок, но и в Интернете. Людям намного проще ввести запрос о своей проблеме в поисковой системе Google или Яндекс, просмотреть информацию на сайтах, в социальных сетях, нежели просматривать объявления и статьи в газетах или журналах.

Существуют очевидные преимущества информирования о деятельности организации в Интернете. Это связано с тем, что практически у каждого человека есть аккаунт в социальных сетях и мессенджерах (Вконтакте, Инстаграм, Одноклассники, Viber, Telegram). Социальные сети – это инструмент для общения, если люди не могут встретиться по каким-либо причинам. В данном случае очень удобно поддерживать связь через Интернет. Однако, на сегодняшний день социальные сети используются и для информирования населения о деятельности различных организаций. Практически у каждого учреждения есть свой аккаунт в социальной сети или канал в мессенджерах. Это связано со следующими фактами:

1. Аудитория;
2. Продвижение;
3. Увеличение трафика;

4. Обратная связь;
5. Реклама;
6. Узнаваемость и формирование личного бренда.

Рассмотрим подробнее каждый из них.

1. Аудитория.

Социальные сети – это та платформа, которой пользуется огромная аудитория. Здесь есть абсолютно все категории граждан. Это значит, что любая организация сможет найти здесь свою целевую аудиторию, ведь тут есть и пожилые люди, и молодые, и многодетные семьи, и так далее. Также в социальных сетях есть удобные настройки поиска. Например, если для какого-либо исследования или рассылки необходимо найти женщин от 40 до 55 лет, проживающих в городе Витебске, то достаточно будет выставить необходимые настройки поиска, и список будет получен сразу же.

2. Продвижение.

В продвижении сайта организации полезно вести социальные сети. Если в социальных сетях размещать ссылки на сайт, то это поможет улучшить индексацию сайта в поисковых системах.

3. Увеличение трафика.

С помощью социальных сетей увеличивается трафик на сайте. Если правильно и интересно вести страницу организации, то это увеличивает аудиторию, которая посещает сайт и узнает о услугах организации или учреждения.

4. Обратная связь.

Социальные сети – это удобный канал общения с целевой аудиторией и получения от нее обратной связи. В социальных сетях, на страницах и каналах можно создавать темы для обсуждения, различные объявления, опросы, конкурсы, что хорошо отражается на личном бренде и имидже компании, ведь такой организации не все равно на мнение клиентов и посетителей учреждения. Также при получении обратной связи есть возможность проанализировать, чего не хватает клиентам, что можно улучшить, что можно добавить или изменить в существующей системе работы. Это способствует тому, что клиент будет удовлетворен качеством работы и вернется в такое учреждение снова.

5. Реклама.

Социальные сети – это возможность для бесплатной рекламы учреждения, ее услуг, товаров. Если вести социальные сети правильно, размещать свежую и актуальную информацию, то клиенты смогут делиться данным материалом на своих личных страницах и тем самым делать дополнительную рекламу вашей организации среди своих знакомых и других людей, которые подписаны на страницу данного человека.

6. Узнаваемость и формирование личного бренда.

Конечно же, социальные сети – это возможность рассказать аудитории о том, что это за организация, какие люди там работают, какие ценности продвигает учреждение. Хороший личный бренд – это залог успе-

ха, ведь это способствует формированию положительного мнения об организации не только среди клиентов и потенциальной целевой аудитории, но и в обществе в целом. Например, в случае Территориального центра социального обслуживания населения, хороший личный бренд учреждения способствует улучшению престижа профессии «специалист по социальной работе» и «социальный работник» в обществе, привлечению грантов на социальные проекты от заинтересованных людей, продвигает ценности защиты о людях, информирует общество о социальных проблемах, призывает людей заботиться о близких, и так далее. Также хороший личный бренд организации способствует привлечению не только клиентов, но и потенциальных работников и кадров [1].

Таким образом, причин для ведения социальных сетей достаточно много. Однако положительный результат можно получить только в том случае, если правильно это делать. Для того, чтобы понять, как правильно вести социальные сети Территориального центра социального обслуживания населения, необходимо проанализировать, каким критериям должно соответствовать правильное ведение социальных сетей. Для этого нужно определить, какие цели и задачи есть в ТЦСОН.

Территориальный центр социального обслуживания населения (ТЦСОН) является государственным учреждением социального обслуживания, деятельность которого направлена на организацию социального обслуживания граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации, в формах стационарного, полустационарного, нестационарного, срочного социального обслуживания, социального обслуживания на дому и в замещающей семье, а также содействие активизации собственных усилий граждан по предупреждению, преодолению трудной жизненной ситуации и (или) адаптации к ней, осуществление функций по опеке и попечительству в отношении совершеннолетних лиц, которые признаны недееспособными или ограниченно дееспособными. Главная цель деятельности данного учреждения – это осуществление различных видов деятельности (практической, методической, организационной) по социальному обслуживанию граждан [2].

Исходя из определения и цели деятельности ТЦСОН, можно определить основные задачи, а именно:

– учет граждан, которые находятся в трудной жизненной ситуации, и определение необходимых им форм и видов социальной помощи (социальных услуг);

– удовлетворение потребностей и нужд граждан, которые находятся в трудной жизненной ситуации, в рамках норм и нормативов обеспеченности граждан социальными услугами, а также выполнение в отношении всех граждан минимальных социальных стандартов;

– участие в распределении и распространении гуманитарной помощи и пожертвований;

– осуществление информационной и просветительской работы по актуальным вопросам сферы социальной защиты населения;

– учреждение и участие в мероприятиях по противодействию домашнему насилию и другие.

Таким образом, главные задачи, которым должно отвечать информирование в социальных сетях и мессенджерах, можно сформулировать следующим образом:

– информирование об услугах ТЦСОН и условиях их получения;

– информирование о мероприятиях, которые реализуются в ТЦСОН;

– профилактическое информирование (о социальных проблемах, путях их решения, и так далее);

– общее информирование (о праздниках, памятных датах и так далее).

Также стоит учитывать, в каких социальных сетях и мессенджерах следует вести страницы и каналы.

Согласно исследованиям компании Baltic Internet Policy Initiative, которые проводились в 2022 году, самыми популярными социальными сетями и мессенджерами в Республике Беларусь являются следующие:

– Instagram – 53,1%;

– Вконтакте – 45%;

– Telegram – 73%;

– Viber – 63,5% [3].

Таким образом, каналы и страницы следует размещать именно в этих социальных сетях.

На сегодняшний день, страницы и каналы ТЦСОН Первомайского района г. Витебска есть в Instagram, Вконтакте и Telegram. Рассмотрим и проанализируем каждую из них подробнее.

Страница ТЦСОН в Instagram расположена по адресу https://www.instagram.com/perv_tcson_vit/. Здесь расположена информация о мероприятиях, которые проходят в Территориальном центре, актуальная информация о мероприятиях для целевой аудитории, общая информация о социальных проблемах и проводится профилактика в различных направлениях, и ссылка на сайт учреждения.

Страница ТЦСОН в Вконтакте расположена по адресу https://vk.com/tcson_help. Информация на данной странице аналогична предыдущей, однако здесь есть адрес работы, адрес, номера телефонов, карта проезда, и полезная информация о работе учреждения.

Канал ТЦСОН в Telegram расположен по адресу t.me/tcson. На наш взгляд, он является самым информативным, ведь помимо информации, которая размещается в предыдущих ресурсах, здесь есть актуальные изменения законодательства, напоминания о важных датах, информация с других каналов и страниц Первомайского района и г. Витебска.

Однако, при анализе было выявлено, что люди не могут получить информацию о некоторых видах услуг в ТЦСОН.

Именно поэтому, мы разработали чат-бота в Telegram, в котором любой может получить актуальную информацию об услугах Территориального центра (рис. 1).

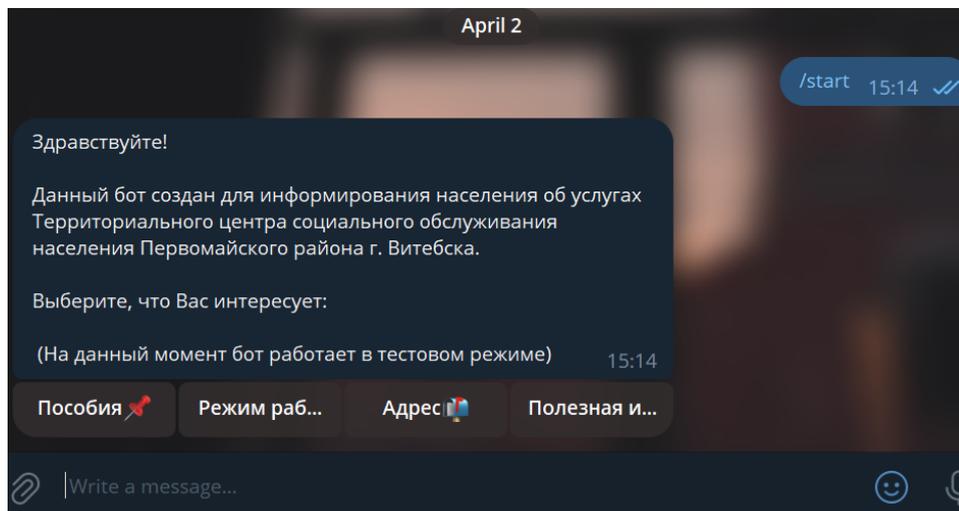


Рисунок 1 – Бот в Telegram

Заключение. Таким образом, мы проанализировали, какими способами население информируется об услугах Территориального центра (на примере ТЦСОН Первомайского района г. Витебска), и предложили инновационную форму информирования населения в виде, разработанного чат-бота в Telegram.

Список использованных источников

1. Социальные сети для бизнеса: откуда и как доставать лиды в новой реальности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/social-networks-for-business/> – Дата доступа: 18.03.2022.
2. Территориальные центры социального обслуживания населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://is.gd/nPtrbc>. – Дата доступа: 18.03.2022.
3. Telegram – самый популярный мессенджер в Беларуси для получения информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://surl.li/fztem>. – Дата доступа: 18.03.2022.

УДК 37.2

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ

А.О. Ермолович, Н.Ю. Андрущенко
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова
(e-mail: andru-natalya@yandex.by)

Существует трактовка социальной активности, основанная на общепсихологическом понимании. Личность выступает в роли активного субъекта во взаимодействии с социумом, которая познает, преобразует социальную реальность и самого себя. В философском словаре под редакцией И.Т. Фролова, социальная активность – это понятие, отображающее функционирование ин-