

Список использованных источников

1. Гавриш, А.В. Формирование культуры здорового образа жизни младших школьников как педагогическая проблема / А.В. Гавриш, Ю.С. Ерёмкина [Электронный ресурс]. – URL: <https://e-koncept.ru/2017/971149.htm?download=> (дата обращения: 08.05.2015).
2. Карасикова, Н.В. Роль семьи в формировании здорового образа жизни подростков / Н.В. Карасикова, Т.В. Савицкая // Повышение качества профессиональной подготовки специалистов социальной и образовательной сфер: сборник научных статей. – Витебск: ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. – С. 186–188. – URI: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/27919>.
3. Ковалько, В.И. Здоровьесберегающие технологии в начальной школе. 1–4 классы / В.И. Ковалько. – М. Вако, 2004. – 296 с.
4. Назарова, Е.Н. Основы здорового образа жизни: учебник / Е.Н. Назарова. – М.: Академия, 2013. – 254 с.
5. Чуменко, Е.В. Здоровый образ жизни. Интерактивные методы обучения / Е.В. Чуменко. – Минск, 2019. – 96 с.

УДК 364.044.4

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ИНФОРМИРОВАНИЮ НАСЕЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА ПРИМЕРЕ ТЦСОН ПЕРВОМАЙСКОГО РАЙОНА Г. ВИТЕБСКА)

Е.Я. Деревянко

Научный руководитель – Королькова Л.В., ст. преподаватель
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

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, то очень удобно поддерживать связь через Интернет. Также социальные сети используются и для информирования населения о деятельности различных организаций.

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 социально-

го 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 [1].

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 [2].

Материал и методы. Анализ интернет-ресурсов учреждений социальной сферы по проблеме информирования населения в социальных сетях.

Результаты и их обсуждение. Проанализировав интернет-ресурсы учреждений социальной сферы, мы видим, что у каждого учреждения есть свой аккаунт в социальной сети или канал в мессенджерах. Это связано со следующими фактами, на которые обращают внимание Н.В. Крайнова, Д.А. Прусов:

1. Аудитория.

2. Продвижение.

3. Увеличение трафика.

4. Обратная связь.

5. Реклама.

6. Узнаваемость и формирование личного бренда [3].

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) [4].

Для информирования населения о деятельности Территориальных центров социального обслуживания населения можно использовать способы, например:

1. Размещение новостей на сайтах городских и районных исполнительных комитетов;
2. Размещение информации в новостных группах населенного пункта;
3. Размещение информации на сайте Центра;
4. Таргетированная реклама;
5. Создание аккаунтов Центра в социальных сетях и мессенджерах.

Рассмотрим подробнее каждый из них на примере Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска.

1. Размещение новостей на сайтах городских и районных исполнительных комитетов.

Сайт Витебского городского исполнительного комитета расположен по адресу <https://vitebsk.gov.by/ru/>. На данном ресурсе размещаются новости о различных организациях и мероприятиях города, о городе Витебске.

В разделе «Новости» записи не разделяются по категориям (экономика, социальная сфера, здравоохранение, образование, и так далее), а расположены все вместе. Однако, при поиске было выявлено, что с 19 ноября 2022 года по 5 ноября 2023 года о Территориальном центре социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска было размещено только три новости (рисунок 1).

Таким образом, можно сделать вывод, что сайт Витебского городского исполнительного комитета является не самым эффективным каналом информирования населения о деятельности Центра.



Больше 12 лет на базе ТЦСОН Первомайского района Витебска действует филиал кафедры социально-педагогической работы ВГУ имени П. М. Машерова
29.03.2022 13:50

... территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района Витебска действует филиал кафедры ...

Коллектив ТЦСОН Первомайского района отпраздновал 20-летие со дня образования
30.12.2021 08:04

... центра социального обслуживания населения Первомайского района Витебска — его ... 20-летие со дня образования. В Первомайском районе проживает более 194 тысяч ... инициативы известны на всю республику. У ТЦСОНа много социальных партнеров. На торжествах по ...

В Витебске состоялся благотворительный хоккейный матч "Добрый лёд"
23.12.2021 09:00

Рисунок 1 – Новости на сайте

2. Размещение информации в новостных группах населенного пункта.

В Интернете есть различные новостные группы о Витебске, например, группы в социальной сети «ВКонтакте»: «Новый Витебск» (<https://vk.com/vitebsk2000>), «Новости. Полоцк Витебск Новополоцк» (https://vk.com/vitebsk_online), «Народные новости Витебска» (https://vk.com/vitebsk_news), «Витебские вести – Новости Витебска и области» (<https://vk.com/vitvesti>), и другие (рисунок 2). Они достаточно легко находятся (по поисковому запросу «новости Витебска»). Также стоит отметить, что в данных сообщества большая аудитория (7000-56000 человек в разных группах).

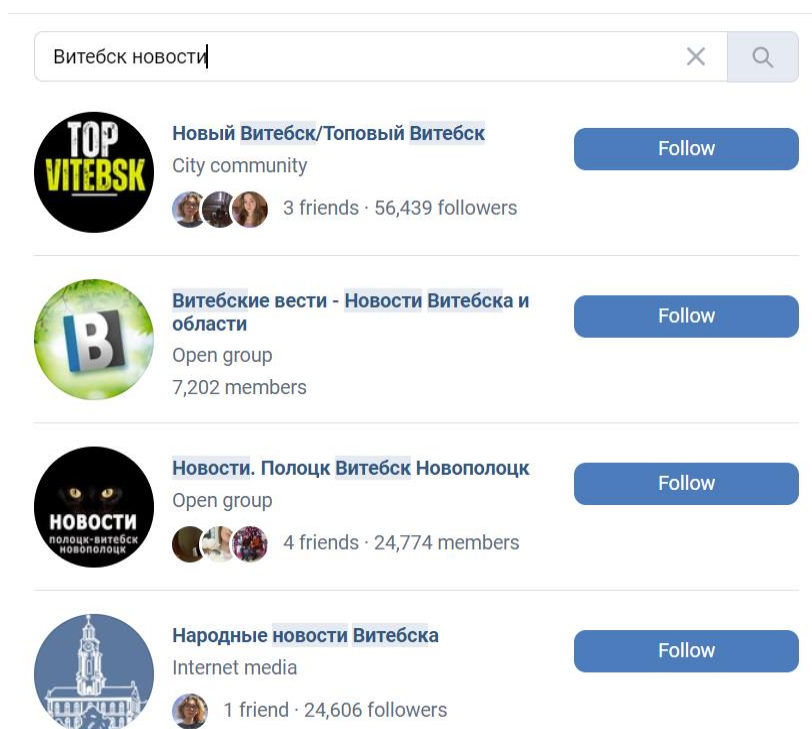



Рисунок 2 – Результат поиска

Новостные публикации размещаются в данных группах достаточно часто (примерно 1 публикация в 1-2 часа). Однако, при анализе было выявлено, что новости о Территориальном центре социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска публикуются только в одной группе – «Витебские вести – Новости Витебска и области). В период с 30 апреля 2022 года по 5 ноября 2023 года в группе было размещено 6 публикаций о Центре. Текст в них легкий и простой, посты красиво оформлены, информация подается в понятной и доступной форме (рисунок 3).

Так, следует отметить, что в группах Витебска в социальной сети ВКонтакте информирование о деятельности Центра проводится недостаточно активно.

 В ПРЕДДВЕРИИ ДНЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В ТЦСОН ПЕРВОМАЙСКОГО РАЙОНА ВИТЕБСКА ОТКРЫЛИ САДОВО-ПАРКОВУЮ ЛАУНДЖ-ЗОНУ

По словам директора ТЦСОНа Первомайского района Витебска Анатолия Михайлова, идея создать рекреационную зону для пожилых и инвалидов возникла на месте невозделанной территории рядом с ТЦСОНом [Show more](#)



Рисунок 3 – Пример новости в группе

3. Размещение информации на сайте Центра.

Сайт Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска расположен по адресу <https://tctsonhelp.by/>.

На данном ресурсе есть различные разделы («Новости», «Отделения», «О центре», «Социальные услуги» и другие). Новости размещаются ежедневно. Навигация по сайту простая и понятная, есть версия для слабовидящих и несколько языков. Главная страница информативная, есть контакты и важная информация, ссылки на аккаунты в социальных сетях (рисунок 4).

Можно сделать вывод, что сайт Центра очень информативный и понятный в использовании.



Рисунок 4 – Главная страница сайта

4. Таргетированная реклама.

Таргетированная реклама – это такой способ продвижения, который позволяет показывать объявления конкретно заданной целевой аудитории в браузере, новостной ленте, приложениях, социальных сетях. Целевая аудитория определяется набором параметров (возраст, пол, семейное

положение, город проживания, и так далее), который заранее задается. Таргет (от англ. target) – это цель, то есть таргетированная реклама – это реклама для заданной аудитории [5].

Данный вид рекламы работает на основе общедоступной информации. О каждом конкретном пользователе Интернета собирается информация, которую человек сам позволяет обрабатывать, то есть дает согласие на обработку персональных данных и их использование в целях персонализации рекламы. Человек сообщает эту информацию при регистрации на различных сервисах, указывая ее в аккаунтах, а также эта информация систематизируется на основе поисковых запросов и интернет-активности.

Таким образом, на основе информации формируется группа людей с одинаковыми или схожими параметрами, например, женщины из Витебска в возрасте от 35 до 45 лет, которые интересуются занятиями йогой в Первомайском районе. Данная совокупность людей называется целевой аудиторией.

Таргетированная реклама позволяет увеличить взаимодействие с организацией, повысить узнаваемость компании, рассказать подходящей аудитории о новой услуге или товарах. Также главным преимуществом является то, что взаимодействие происходит именно с нужной аудиторией, на которую направлен таргет.

Однако, на сегодняшний день Территориальный центр социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска не использует таргетированную рекламу. Для Центра таргет будет актуален в следующих случаях:

- реклама продукции Центра (аудитория – люди, заинтересованные в покупке игрушек, сувениров и так далее);
- поиск волонтеров для проведения кружков (аудитория – люди, заинтересованные в социально-значимом труде);
- разработка и реализация социальных проектов (аудитория – заинтересованные студенты, организации, люди, реализующие инициативы).

5. Создание аккаунтов Центра в социальных сетях и мессенджерах.

Социальные сети и мессенджеры – это наиболее эффективный способ информирования о деятельности Центра в Интернете. Это обусловлено тем, что социальными сетями и мессенджерами пользуется большое количество людей разных возрастов и пола, ведение аккаунтов и каналов бесплатно, а также формирует репутацию Центра для населения.

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

Согласно исследованиям компании BalticInternet 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% [11].

Именно поэтому каналы и страницы следует вести именно в этих социальных сетях.

Таким образом, 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. Существуют очевидные преимущества информирования населения именно в Интернете (большая аудитория и эффективность).

Для информирования населения о деятельности Центра в Интернете есть различные способы, например, размещение новостей на сайтах городских и районных исполнительных комитетов, размещение информации в новостных группах населенного пункта, размещение информации на сайте Центра, таргетированная реклама, создание аккаунтов Центра в социальных сетях и мессенджерах. При анализе данных способов на примере Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г.Витебска было выявлено, что самыми эффективными способами являются следующие: размещение информации на сайте Центра и ведение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах.

На сегодняшний день аккаунты Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска есть в следующих социальных сетях и мессенджерах:

1. Вконтакте (https://vk.com/tcson_help, «ТЦСОН Первомайского района г. Витебска»).
2. Instagram (https://www.instagram.com/perv_tcson_vit/).
3. Telegram (<https://t.me/tcson>, «Соцслужба / ТЦСОН Первомайский – Витебск»).

Проанализируем каждый из них, выявив достоинства и недостатки.

Первый аккаунт – в социальной сети Вконтакте в форме сообщества. Данная группа расположена по адресу https://vk.com/tcson_help, называется «ТЦСОН Первомайского района г.Витебска» (рисунок 5). На 5 ноября 2023 года аудитория составляет 539 человек.

В группе есть контактная информация, адрес, телефон, время работы и сайт. Активность в сообществе малая – новости публикуются редко (с 1 марта 2023 года по 5 ноября 2023 года было опубликовано только 18 новостей). Публикации носят информативный характер, в основном это профилактическая информация, информация о праздниках и мероприятиях Центра. Публикации написаны простым и понятным языком, дополнены фотографиями и иллюстрациями. В группе также есть альбомы с фотографиями мероприятий, профилактические видео, обсуждения деятельности Центра, различные статьи.



Рисунок 5 – Группа Вконтакте

Положительные аспекты данного аккаунта заключаются в следующем:

- подробная информация о Центре;
- возможность добавления видео, фотографий с мероприятий;
- информативность;
- наличие обсуждений (например, отзывы о Центре);
- наличие полезных статей.

Негативные аспекты аккаунта:

- относительно малая аудитория;
- низкая активность (последнюю публикацию просмотрело 173 человека);
- редкие публикации;
- информация в группе не обновляется;
- мало информации о деятельности Центра.

Таким образом, можно сказать, что при решении проблем данной группы это будет достаточно эффективный способ информирования населения, так как Вконтакте – это та социальная сеть, которой пользуются не только молодые люди, но и пожилые. Она проста в использовании и многофункциональна, что делает ее привлекательной для большого количества людей.

Следующий аккаунт – это страница в Instagram. Страница расположена по адресу https://www.instagram.com/perv_tacson_vit/. На 5 ноября 2023 года аудитория составляет 487 человек.

На странице присутствует ссылка на сайт, название учреждения, однако отсутствует контактная информация. В закрепленных историях (папки с публикациями, в которых истории доступны свыше 24 часов, истории – публикации, доступные для просмотра 24 часа после опубликования) находятся видео из новостей и публикации о мероприятиях (рисунок 6).



Рисунок 6 – Страница в Instagram

Активность на данной странице высокая – за последнюю неделю было опубликовано 3 поста. Информация в данном аккаунте носит разнообразный характер – здесь публикуется профилактическая информация, информация о мероприятиях Центра, о праздниках, о встречах и другая.

Так как Instagram – это социальная сеть, где главное – это фото, то необходимо оценивать именно их. На странице яркие и красочные фотографии, которые отражают информацию в публикации. Текст к фотографии также написан простым и понятным языком, который легко читается.

Положительные аспекты данного аккаунта:

- высокая активность;
- эстетичное оформление;
- высокая информативность и разнообразность контента;
- наличие информации, которой нет в других каналах;
- простая и понятная навигация.

Негативные аспекты данного аккаунта:

- отсутствие контактной информации;
- по фото не всегда можно понять, о чем будет текст;
- малое количество видео;
- в некоторых публикациях текст не отформатирован;
- отсутствие единой стилистики в фотографиях.

Следовательно, решение данных проблем поможет существенно улучшить аккаунт Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска. Стоит учитывать, что Instagram – это самая популярная социальная сеть в Беларуси. Аудитория здесь разнообразная. Новостная лента в данной социальной сети построена таким образом, что люди видят все публикации подряд, поэтому частая публикация новостей является отличным способом информирования населения.

Следующий аккаунт – это канал в мессенджере Telegram. Канал называется «Соцслужба / ТЦСОН Первомайский – Витебск», и он находится по адресу t.me/tcson (<https://t.me/tcson>). На 5 ноября 2023 года аудитория канала составляет 213 человек (рисунок 7).

На канале отсутствует контактная информация. Активность в канале достаточно высокая – с 16 октября 2023 года по 5 ноября 2023 года было опубликовано 17 постов. При этом вовлеченность аудитории очень высокая – около 50% (в среднем 110 просмотров за неделю). Публикации носят информативный характер, в основном это профилактическая информация, информация о праздниках, мероприятиях Центра, информация о законодательных изменениях в социальной сфере, познавательные статьи. Публикации написаны простым и понятным языком, дополнены фотографиями и иллюстрациями. Главным отличием от других каналов является то, что здесь есть публикации из других групп – например, репортажи новостей, публикации администрации Первомайского района, иные государственные новостные каналы. Также здесь можно найти те публикации, которых нет в других социальных сетях.

Положительные аспекты данного канала:

- высокая информативность;
- активная аудитория;
- высокая вовлеченность;
- стиль написания текста;
- наличие большого количества фотографий;
- наличие информации, которой нет на других аккаунтах;
- публикация новостей из других каналов.

Негативные аспекты данного канала:

- отсутствие контактной информации.

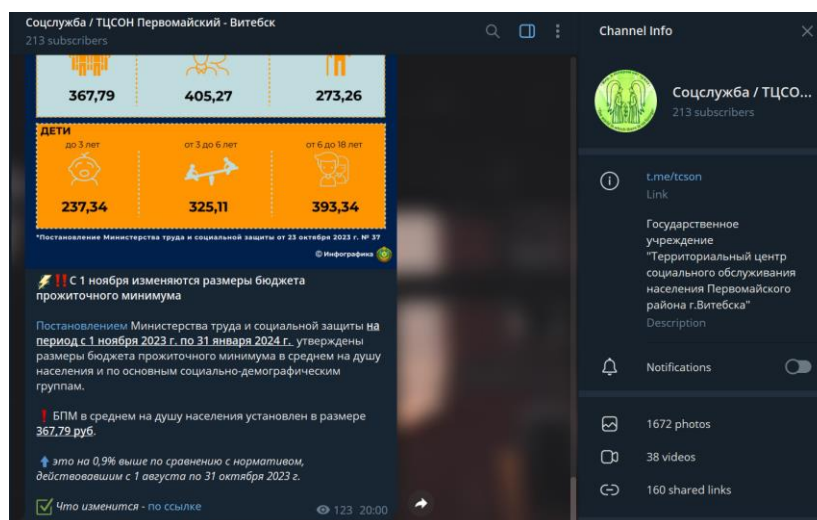


Рисунок 7 – Канал в Telegram

Так, нами было выявлено, что данный канал Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска практически не имеет проблем, так как отсутствие контактной информации достаточно легко решается. Telegram – это самый популярный мессенджер в Беларуси (около 73% жителей страны пользуются им), что делает его более привлекательным для информирования населения о деятельности Центра. Именно поэтому мы считаем, что информирование населения стоит активно развивать в данной сети.

Заключение. Таким образом, мы проанализировали аккаунты Территориального центра социального обслуживания населения Первомайского района г. Витебска, выявив свои преимущества и недостатки каждого из них.

Данный Центр имеет аккаунты и каналы в трех социальных сетях и мессенджерах (ВКонтакте, Instagram, Telegram). При анализе было выявлено, что самая большая аудитория в сообществе ВКонтакте, однако самая вовлеченная – в Telegram (около 50% вовлеченности). Также стоит отметить, что в Telegram-канале практически отсутствуют минусы (только один – отсутствие контактной информации), что делает данный мессенджер наиболее привлекательным для информирования населения о деятельности Центра.

Список использованных источников

1. Горошко, Е.И. Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram) / Е.И. Горошко, Е.А. Землякова // Жанры речи. – 2017. – № 1(15). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/poliformatnyy-messendzher-kak-zhanr-2-0-na-primere-messendzhera-mgnovennyh-soobscheniy-telegram> (дата обращения: 05.11.2023).
2. Градюшко, А.А. Белорусские медиа в Telegram: стратегии распространения новостей / А.А. Градюшко // Труды БГТУ. Серия 4: Принт-и медиатехнологии. – 2020. – №. 2. – С. 58–64.
3. Андриянова, С.С. Использование мессенджера Telegram для продвижения бренда / С.С. Андриянова, А.А. Веретено // Economics. – 2018. – № 3(35). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-messendzhera-telegram-dlya-prodvizheniya-brenda> (дата обращения: 05.11.2023).
4. Давыдова, М.Л. Цифровое информирование как форма электронной демократии: особенности правового регулирования / М.Л. Давыдова, Р.П. Кушнирук // Власть закона. – 2017. – №. 1. – С. 101–116.
5. Егорова, Е.С. Современные инструменты интернет-рекламы и PR для государственных структур и бизнеса / Е.С. Егорова, Т.Т. Капезина // Наука. Общество. Государство. – 2017. – № 3(19). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-instrumenty-internet-reklamy-i-rr-dlya-gosudarstvennyh-struktur-i-biznesa> (дата обращения: 05.11.2023).