

ПРОДВИЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КОНТРАКТА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

В статье представлены результаты эмпирического исследования продвижения идей социального контракта в официальной группе Министерства социально-демографической и семейной политики Самарской области в социальной сети «ВКонтакте». Автором проанализированы посты с информацией о социальном контракте, комментарии и вопросы участников группы, выделены проблемные моменты, представлены рекомендации для администратора группы, способствующие более эффективному продвижению социального контракта.

Ключевые слова: продвижение социального контракта, маркетинг социальных услуг, социальная сеть «ВКонтакте», официальная группа Министерства социально-демографической и семейной политики.

S.V. Egorova, Samara University

PROMOTING A SOCIAL CONTRACT IN THE SOCIAL NETWORK «VKONTAKTE»

The article presents the results of an empirical study of the ideas of a social contract in the official group of social demographic and family policy in the «VKontakte» social network. The author analyzed posts with information about the social contract, comments and questions of the group members, highlighted problematic points, recommendations for the group administrator, contributing to a more effective promotion of the social contract.

Keywords: promotion of a social contract, marketing of social services, the «VKontakte» social network, the official group of the Ministry of Social, Demographic and Family Policy.

Социальный контракт с малоимущими семьями и малоимущими одиноко проживающими гражданами, ведущий свою историю в Самарской области с 2010 года, вошёл в новый этап своей реализации. С 1 января 2021 года его финансирование осуществляется не только за счёт средств областного бюджета, но и федерального. Изменения коснулись и максимальной выплаты

по социальному контракту, размер которой теперь составляет 250 тысяч рублей. Кроме того, был расширен перечень категорий населения и мероприятий, предусмотренных программой социальной адаптации; скорректированы условия заключения и реализации социального контракта [1].

Данная мера социальной помощи в форме «денежных выплат и социальных услуг» предоставляется «с учётом индивидуальной нуждаемости и среднедушевого дохода» [2]. Однако она предполагает проактивные действия со стороны самого гражданина в целях преодоления им трудной жизненной ситуации. Малоимущие граждане в этом случае не просто получают социальные пособия, а «вынуждены брать на себя обязательства по выполнению мероприятий социальной адаптации», и развитию «мотивации на самостоятельный выход из трудной жизненной ситуации» [3, с.493].

Как подтверждают результаты экспертного опроса, проведённого автором в 2019 году, имеет место низкий уровень информированности населения о возможности заключения социального контракта с малоимущими гражданами. Как отмечали специалисты, данную проблему они решают разными способами, в том числе посредством «публикаций информации о социальном контракте в социальных сетях» [4, с. 70].

С ростом популярности социальных сетей набирает обороты Social Media Marketing (SMM) – продвижение, в том числе, социальных услуг в сети Internet. Основоположник социального маркетинга Ф. Котлер задолго до появления интернета сформулировал представление о нем, как о маркетинге общественных идей, потребности понимания людей и необходимости общения с ними. Бесспорно, маркетинг социальных услуг, в том числе в сети Internet, может способствовать продвижению идей социального контракта и повышению уровня информированности получателей социальных услуг о возможностях и условиях его заключения.

Согласно данным системы мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ Brand Analytics, за 2020 год в России социальная сеть «ВКонтакте» имела самый большой объем контента – 496 млн. сообщений в месяц. Для сравнения: социальная сеть Instagram в 2020 году имела месячный объем – 265,2 млн. публикаций [5]. По представленным Brand Analytics данным, в России в социальной сети «ВКонтакте» – 28 663 700 авторов, из которых лишь 43,5% пользователей указали свой возраст. Возрастной состав авторов распределился следующим образом: до 18 лет – 15%, 18-24 года – 20,8%, 25-34 года – 30,8 %, 35-44 года – 19%, 45-54 года – 7,9%, 55 и старше – 6,5% [5].

Таким образом, мы наблюдаем активное пользование социальной сетью «ВКонтакте» гражданами трудоспособного возраста и считаем её актуальной площадкой для продвижения социального контракта.

Полномочия по продвижению социального контракта (информированию населения области о возможностях и условиях его заключения, динамике и практик реализации) принадлежат Министерству социально-демографической и семейной политики Самарской области. Официальная открытая группа Министерства в социальной сети «ВКонтакте» была создана 8 февраля 2018 года. На 28 марта 2021 года в группе состояло 5989 участников и было опубликовано 3479 поста.

Анализируя содержание постов данного сообщества, отметим: посты носят просветительский характер, отражают профильную информацию, отличаются способами изложения материала, в большинстве случаев сопровождаются фото и видеозаписями, представляют собой репосты других профильных групп, содержат как официальную, так и неофициальную информацию, посты имеют просмотры, «лайки», комментарии, репосты. Следует отметить отсутствие практики удаления негативных комментариев на представленный в сообществе материал. Вместе с тем анализ комментариев к постам показал, что вопросы участников сообщества в большинстве случаев остаются без полного и содержательного ответа администратором группы.

На основании содержания информации, представленной в открытой группе Министерства социально-демографической и семейной политики Самарской области, нами была разработана классификация постов и высчитан их удельный вес в общем количестве сообщений группы. Результаты контент-анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

Классификация постов и их доля в официальной группе Министерства социально-демографической и семейной политики «ВКонтакте»

Типы постов	Количество постов	Удельный вес, %
О мерах социальной поддержки населения	365	10,5
Отчёт о реализации мер социальной поддержки населения	1156	33,3
Информационные сообщения	1671	48,0
Контактные данные	13	0,4
Опросы	11	0,3
Прочие	263	7,5
Итого	3479	100

Анализируя посты с информацией о социальном контракте, отметим, что их удельный вес за весь период существования открытой группы – 0,9% (31 пост из 3479), в категории постов «о мерах социальной поддержки» – 8,5% (31 из 365). Следует обратить внимание на то, что в 2018 году в данной группе информация о социальном контракте отсутствовала (0 постов), в 2019 году – 9 постов, в 2020 году – 13, за первый квартал 2021 года – 9 постов, освещающих социальный контракт. Данные свидетельствуют о росте внимания к данной мере социальной помощи со стороны Министерства.

Как показал анализ содержания постов о социальном контракте, информация носит общий характер: кто может воспользоваться данной мерой социальной помощи, на каких условиях, на какие мероприятия можно оформить социальный контракт, сроки реализации и суммы, выделяемые в рамках социального контракта. Большинство постов сопровождаются фото и видеоматериалом областных СМИ и других информационных ресурсов.

Анализ содержания постов и комментариев участников сообщества позволил выделить проблемные моменты и сформулировать рекомендации для администратора официальной группы Министерства социально-демографической и семейной политики Самарской области в социальной сети «ВКонтакте»:

- увеличение количества постов, продвигающих идею социального контракта, будет способствовать повышению уровня информированности населения о возможности заключения социального контракта с малоимущими гражданами;

- информация об условиях отнесения к категории малоимущих граждан, о сути социального контракта, категориях его получателей, условиях заключения, размере и сроках реализации мероприятий должна носить более чёткий и подробный характер, что будет способствовать снижению количества уточняющих вопросов и негативных комментариев участников группы;

- конкретность информации о городских и районных Комплексных центрах социального обслуживания населения (КЦСОН): адреса, номера телефонов, условия записи на приём к специалисту, оформляющему социальные контракты, будет способствовать повышению количества обращений за данной мерой социальной помощи;

- разнообразие представленных примеров реализованных социальных контрактов, не только с малоимущими многодетными семьями и жителями сельской местности, будет способствовать продвижению идей социального

контракта среди других категорий населения и жителей городов Самарской области;

- пристальное отношение администратора группы к комментариям и вопросам, своевременные ответы и реакции на сообщения участников сообщества будет способствовать повышению уровня доверия граждан к данной мере социальной помощи, и в целом к системе социальной защиты населения Самарской области.

Список литературы:

1. Закон Самарской области от 09.03.2021 № 13-ГД «О внесении изменений в Закон Самарской области «О социальной помощи в Самарской области» [Электронный ресурс] // URL: <https://publication.pravo.gov.ru/Document/View/6300202103100006> (дата обращения 15.03.2021).

2. Закон Самарской области от 06.05.2000 № 16-ГД «О социальной помощи в Самарской области» [Электронный ресурс]// CONSULTANT.RU: сайт компании «Консультант Плюс». 2021. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online> (дата обращения 05.03.2021).

3. Егорова С.В., Папанин С.Ю. Социальный контракт как мера социальной помощи малоимущим гражданам в Самарской области // Социология и социальная работа: современные образовательные и научно-исследовательские практики: сборник материалов научно-практической конференции с международным участием, посвящ. 30-летию социологического факультета Самарского университета (14-15 ноября 2019 г., г. Самара). Самара: «САМАРАМА», 2019. С.484-493.

4. Егорова С.В. Социальный контракт как инновационная форма государственной социальной помощи по выходу малоимущих граждан на самообеспечение: региональный опыт // Отечественный журнал социальной работы. 2020. № 1. С.63-70.

5. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2020 [Электронный ресурс] // URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2020/> (дата обращения 15.05.2021).