

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-1-77-30>

УДК 659.44

Полісученко А.Ю., Панюшенко І.С.

Київський національний університет культури і мистецтв

## РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ СТОСОВНО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

**Анотація.** У статті висвітлена актуальна проблема, яка стосується оптимізації та підвищення ефективності роботи державних органів влади в соціальних мережах. Досліджено ряд ефективних рекомендацій для покращеної роботи та популярності офіційного акаунту Державної служби якості освіти в соціальних мережах. Розглянуто можливості використання інтернет соцмереж як засобу зв'язків з громадськістю в державних органах. Здійснено аналіз останніх публікацій щодо дослідження можливостей використання сервісів соціальних медіа з метою формування медіаінформаційної грамотності державної установи в здійсненні діяльності в он-лайн режимі. Досліджено ряд необхідного додаткового інструментарію для підвищення якості роботи офіційних сторінок Державної служби якості освіти. Проведено аналіз роботи в інтернет мережі, виявлено недоліки до підходів сучасного ведення та залучення активних фолловерів до акаунтів ДСЯО в соцмережі.

**Ключові слова:** соціальна мережа, офіційний акаунт, орган виконавчої влади, Державна служба оцінювання якості освіти.

Polisuchenko Anna, Paniushenko Iryna

Kyiv National University of Culture and Arts

## RECOMMENDATIONS TO PUBLIC AUTHORITIES IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL NETWORKING ACTIVITIES

**Summary.** The article highlights an urgent problem concerning the optimization and increase of the efficiency of work of public authorities in social networks. A number of effective recommendations for improving the work and popularity, of the official account of the State Service for Quality in Education on Social Networks have been investigated. Possibilities of using Internet social networks, as a means of public relations in state media are considered. Recent publications have been analyzed to investigate the possibilities of using social media services with the aim of forming media literacy of a state institution in carrying out activities on-line. A number of necessary additional tools for improving the quality of work of the official pages of the State Service for Quality of Education are investigated. The analysis of work in the Internet network in the field, revealed the shortcomings to the approaches of modern management and involvement of active and interested followers in the account in social networks, the developed recommendations will be analyzed and investigated to what kind of Internet audience. All the problems raised in this work on the presence on social networks can be divided into 3 categories: recommendations on the content of publications on the social network, recommendations on the format of work in social networks and recommendations on the organization of work with social networks. The main recommendations based on activity analysis are formulated: variety of information published, adaptation of material to format, involvement of citizens in communication through social network through conducting polls, competition, systematic monitoring of the messages published by the department, development of, a clear structured system of rules of the management of pages of rules social networks, taking into account the specifics of the social network when publishing relevant information, availability on the official website of the department of links and his group on social networks; implementation of work with social networks should be implemented by employees of the press.

**Keywords:** social network, official account, executive authority, State Service for Quality Assessment of Education.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день у вітчизняній науці державного управління не приділяється належна увага проблемі використання соціальних мереж, з'ясуванню їх ролі як засобу зв'язків з громадськістю та характеру роботи органів саме в соціальних мережах з громадянами. Бракує ґрунтовних розробок наукового характеру, комплексних досліджень даного феномену. Це обумовлює необхідність узагальнення існуючих знань стосовно соціальних мереж та їх ефективного використання на практиці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз розвитку соціальних мереж і моделей комунікації проводили вітчизняні дослідники – С. Афанасьєв, С. Дука, В. Іноземцев, Н. Моїсєєв та ін., а також іноземні вчені – Й. Бенклер, С. Блек, П. Гіллен, П. Дойль. Проблеми розвитку соціальних мереж досліджувалися багатьма

іноземними дослідниками. Ю. Данько розглядає соціальні мережі, не тільки як засіб масової комунікації, а і як механізмом конструювання комунікативного простору [1] Т. Галич досліджує етапи виникнення, розвитку, поширення і використання соціальних мереж та наводить класифікацію. аналізує вплив соціальних мереж на сучасне суспільство [2]. А. Захарченко досліджує інструментарій оцінки соціальності інформаційних Інтернет-ресурсів, методики обрахунку його потенційної та дійсної соціальності.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** В представленій статті вказаний конкретний державний орган (ДСЯО), для якого були розроблені рекомендації по просуванню власних офіційних акаунтів для взаємодії з закладами середньої освіти, зокрема це керівництво, вчителі та учні. Тому дана проблема не була розглянута іншими дослідниками.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є аналіз соціальних мереж комунікативного простору інтернет, визначення їх ефективності застосування як засобу зв'язків з громадськістю в державних органах та розвитку явища репрезентації соцмереж (на прикладі Державної служби якості освіти).

**Виклад основного матеріалу.** Предметом дослідження є специфіка використання соціальних мереж, призначення та функції відомостей щодо роботи ДСЯО у розвитку шкільної освіти в Україні.

За нашим переконанням повинна бути створена спеціальна Концепція, спрямована на підвищення рівня таких показників, як: прозорість і підзвітність державного управління; задоволеність громадян якістю послуг, що надаються; включеність громадян у процес розробки та експертизи державно-управлінських рішень; громадський контроль за діяльністю органів державної влади. Головною метою проекту «Відкритий уряд» [4]); заснованого на цій Концепції відкритості, є якісна зміна рівня інформаційної відкритості відомств. При цьому, відкритість повинна ґрунтуватися на таких принципах, як:

1. Принцип інформаційної відкритості – інформація про дії державного органу повинна подаватися своєчасно, в загальнодоступному форматі і бути достовірною.

2. Принцип зрозумілості – цілі, завдання і плани відомства повинні бути чіткими і представленими суспільству в простій і доступній формі.

3. Принцип залученості громадянського суспільства – фактично ідея побудови каналу «зворотного зв'язку» між суспільством і державним органом, коли забезпечується можливість участі громадян при розробці та реалізації державно-управлінських рішень, обов'язковою умовою якого є облік їх думок і пріоритетів.

4. Принцип підзвітності – громадяни повинні бути забезпечені можливістю контролю за діяльністю відомства. Особлива увага в Концепції повинна бути приділена питанню про необхідність використання мережі «Інтернет» при доведенні до суспільства інформації про хід роботи відомства і встановленні, таким чином, каналу комунікації з громадянами.

Орієнтуючись на стратегію підвищення ефективності діяльності інституції у соціальній мережі, ми беремо за основу класичні рекомендації по маркетингу, трансформуючи їх відповідно до специфіки дослідження. В цілому, подібні рекомендації для бізнесу виглядають наступним чином.

*Інвестуйте свій час.* Не секрет, що як і будь-яка робота з маркетингом, соціальні мережі вимагають планування і виділення свого робочого часу. Але це не повинно вас відлякати! Адже самим приемним результатом вашого вкладення зусиль і бюджетів буде довгостроковий ефект просування і реальна увага клієнтів. Для формування правильного підходу подумайте – скільки ви реально готові виділити часу для роботи над соціальним маркетингом? Хто буде робити всю роботу? Ви самі, або треба найняти окремого спеціаліста? А може треба використовувати і оплатити спеціальні сервіси? Після цього виберіть ті канали, майданчики і тактики, які підходять в виділені вами рамки і бюджет. Розпо-

діліть вашу роботу по часовій шкалі і важливим вік, а також не забудьте встановити цілі і бажані показники, за якими будете відслідковувати ваш успіх. Чим більше каналів (майданчиків) ви вибираєте, тим більше часу і ресурсів буде витрачати. В середньому на кожен канал ви будете витрачати приблизно по 2 години на день на підготовку і публікацію контенту, плюс на роботу з пошуку матеріалу і планування.

*Створювати дискусії та обговорення.* Багато компаній забувають, що головне призначення соціальних мереж – це спілкування! Адже це так легко – просто публікувати свої ідеї та інформацію в соціальну сферу, не чекаючи отримати на них коментар і відповіді. Але це не дуже хороша стратегія. Ваші публікації повинні викликати емоційний відгук і бажання ними поділитися і прокоментувати. Тому:

– формуйте свої тексти так, щоб в них було поставлено питання або заклик до дії;

– спрощуйте подачу інформації, робіть її легкою і швидкою до прочитання і розуміння;

– створюйте онлайн-трансляції і інші способи мовлення на своїх сторінках, про важливі події в загальноосвітніх закладах та діліться робочими моментами та новинами (наприклад, пишіть в Твіттері короткі повідомлення);

– використовуйте в ваших публікаціях # хештеги з популярними ключовими словами для вашої сфери;

– персонально дякуйте тим користувачам, які діляться вашим контентом і поширюють інформацію про ваші заходи;

– шукайте користувачів з великою кількістю друзів, фоловерів і залучаєте їх в свої обговорення.

Найпотужніший ефект соціальних мереж в тому, що вони дозволяють будь-якій сторінці стати центром тяжіння, збираючи навколо себе співтовариство фанатів. Як це можна використовувати? Надихайте ваших фоловерів, показуйте приклади, створюйте атмосферу в ваших спільнотах. Варто пам'ятати, що молоде покоління проводить набагато більше часу в своїх смартфонах, ніж дивиться телевизор, читає газети чи слухає радіо.

Перевага digital-медіа перед офлайн-майданчиками полягає в можливості вимірювання різних метрик і показників. Але так як поки не існує універсального підходу для визначення ефективності, необхідний комплексний аналіз всіх показників. На даний момент не існує універсального підходу і тим більше єдиного індексу для визначення ефективності роботи в соціальних мережах, можна тільки приблизно, експертно визначити, чи активний контент ДСЯО у соціальній мережі. І, на наш погляд, він просто неможливий через неоднорідності майданчиків і великої різноманітності активностей в соціальних медіа. Кожна з подібних активностей вимагає особливого підходу і оцінки, тому необхідно зосередити свою увагу на зборі і комплексному аналізі всіх показників.

З початку 2000-х років популярність соціальних мереж стає дедалі більше, росте охоплення аудиторії і кількість користувачів. Соціальні мережі стають одним з основних каналів спілкування: зараз в них по всьому світу зареєстровано понад 2,5 мільярда юзерів. Природно, мережі

використовують і ті, для кого вступати в комунікацію з громадянами важливо з професійної точки зору. І це не тільки компанії, але і державні органи. Вони в цілому діють швидше як підприємства, ніж як професійні політики, тому багато рекомендацій збігаються з порадами для бізнес-структур. Варто відзначити, що відповідне дослідження Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР, ОЕСД) стверджує: «політики дуже швидко оцінили переваги соціальних мереж як каналу комунікації з виборцями, в той час як «соціалізація» державних інститутів відбувається дуже повільно» [5].

Відповідно до реалізації принципів відкритості, робота ДСЯО в соціальних мережах здійснюється за трьома основними напрямками:

1. Інформування громадян (в т.ч. публікація новинних матеріалів, інформації соціального характеру, офіційних Інтернет-адрес, фотографій, відео та ін.).

2. Залучення громадян (проведення обговорень, отримання зворотного зв'язку).

3. Освіта і консультування населення.

Варто зазначити, що соціальні мережі є зручним інструментом для роботи по всім 3 перерахованим вище напрямками, так як вони мають ряд наступних переваг в порівнянні з іншими джерелами інформації, до яких відносяться:

– простота і доступність соціальних мереж (94% користувачів Інтернету зареєстровані хоча б в одній соціальній мережі [3]);

– можливість відходу від офіційного стилю (викладу інформації простою і доступною мовою);

– можливість безперервного двостороннього спілкування держави і громадян, а також колективного обговорення питань (в т.ч. за допомогою написання коментарів, залишення лайків та ін.);

– зручність перегляду інформації, зібраної в одну стрічку;

– зручність пошуку користувачем інформації (в т.ч. використання хештегів);

– можливість швидкого поширення інформації (в т.ч. шляхом репоста);

– можливість збереження цікавої інформації на «стіні» користувача;

– можливість проведення опитувань громадської думки;

– зручність відстеження найцікавіших для громадян тем за кількістю лайків і / або репостів.

На підставі усього вищевикладеного можна прийти до висновку, що на поточний момент основні проблеми, пов'язані з використанням соціальних мереж, можна звести до наступних пунктів:

1. Проблема багаторазового дублювання ресурсів (інформація, представлена в різних соціальних мережах абсолютно ідентична між собою, більше того, вона нічим не відрізняється від новин, опублікованих на офіційному сайті відомства).

2. Практично повна відсутність спроб залучення громадян до обговорення з боку ДСЯО.

3. Низька активність користувачів на сторінках ДСЯО у мережі.

4. Відсутність чітко прописаних правил ведення акаунтів в соціальних мережах, а також відсутність єдиної нормативно-правової бази з даного питання для усіх державних інституцій.

5. Небажана діяльність окремих груп громадян (публікація реклами, повідомлень політич-

ного характеру і т.п.); відсутність контролю за публікаціями з боку деяких органів влади.

6. Відчуженість деяких груп в соціальних мережах.

7. Імітування діяльності співробітниками органів влади за фактичної відсутності якісної роботи з соціальними мережами (створення фальшивих акаунтів з метою збільшити номінальну чисельність своєї аудиторії, просте копіювання інформації з офіційного сайту і т.д.).

8. Некомпетентність співробітників ДСЯО у сфері роботи з соціальними мережами.

Всі висунуті в даній роботі проблеми з присутності ДСЯО в соціальних мережах можна розділити на 3 категорії: рекомендації щодо змісту публікацій в соціальній мережі, рекомендації по формату здійснення роботи в соціальних мережах і рекомендації по здійсненню організації роботи з соціальними мережами.

*Зміст матеріалу, котрий публікується в соціальній мережі.* Одна з найбільш важливих рекомендацій за змістом представленого в соціальних мережах матеріалу полягає в необхідності різноманітності інформації, що публікується. Вона не повинна зводитися до одних тільки новинних матеріалів відповідного відомства. Крім цього, обов'язково повинні бути представлені просвітницькі матеріали про діяльність відомства в цілому (що належить до його повноважень, з яких питань громадяни можуть звертатися в даний орган і т.п.).

*Формат здійснення роботи в соціальних мережах.* У той же час однієї тільки наявності публікацій в соціальних мережах недостатньо для їх ефективного використання в якості механізму відкритості. По-перше, необхідний систематичний моніторинг уже опублікованих ДСЯО повідомлень, тобто реагування інституції на залишені користувачами коментарі, в тому числі написання відповідей на задані громадянами питання, а також видалення коментарів, що суперечать правилам групи, а в разі відсутності даних правил – загально визначеним нормам поведінки в соціальних мережах. Що стосується відповідей на запитання громадян, то вони повинні бути досить оперативними, час відповіді на коментар в середньому не повинен перевищувати однієї робочої доби (за винятком випадків, що вимагають консультації у відповідних фахівців держоргану).

*Здійснення організації роботи з соціальними мережами всередині ДСЯО.* Ще одним важливим питанням, пов'язаним з присутністю органів державної влади в соціальних мережах, є внутрішня організація даної роботи. Публікація новин в соціальних мережах може здійснюватися як через одну особу, так і кількома людьми, в якості яких раціонально використовувати співробітників прес-служби органу влади, тому що дані люди, по-перше, добре обізнані про те, що відбуваються всередині органу, по-друге, володіють необхідними навичками спілкування з різними аудиторіями і, по-третє, мають досвід написання подібних новинних матеріалів та, що не менш важливо, дуже грамотно володіють мовою. Чи повинні ці люди працювати тільки з питаннями, пов'язаними з соціальними мережами, або ж вони можуть поєднувати цю діяльність з іншими функціями, залежить від обсягу інформації, котра проходить через соціальну мережу (як часто ставлять запитання, оновлюється матеріал та ін.).

Враховуючи низьку активність ДСЯО на популярних платформах Twitter та Instagram, варто навести деякі рекомендації по оптимізації діяльності саме для цих типів соціальних мереж, оскільки способи управління аккаунтом тут дещо різняться від інших:

1) Потрібно враховувати інтереси всіх користувачів, підписаних на аккаунт ДСЯО (від чиновників – до вчителів). Підписників можна умовно розділити на пасивних, тих хто тільки отримує інформацію, і на активних: ті, хто не тільки отримують інформацію, а й беруть активну участь в дискусіях і залишають коментарі.

2) Проведення конкурсів, обговорень, відкритих голосувань. Конкурси допомагають активніше залучати цільову аудиторію в життя аккаунту. Люди починають частіше заходити на аккаунт і з часом стають лояльні до інституції. Конкурси, голосування, відкриті обговорення привертають нових учасників. Найчастіше, щоб взяти участь в конкурсі або проголосувати за вподобану конкурсну роботу, треба підписатися на аккаунт. Допомагають наповнити аккаунт контентом і користувачі.

3) Активно підключати фоловерів ( підписників) до обговорення аккаунту. Користувачі соціальних мереж більш схильні, щоб приєднуватися до обговорень, ніж створювати обговорення самостійно. Тому потрібно, щоб адміністрація аккаунта першою створювала обговорення на актуальні теми.

4) Потрібно постійно стежити за аккаунтом, щоб в ньому не з'являлися спам або некоректні коментарі.

5) Проводити моніторинг інтересів користувачів аккаунта: який саме контент найбільше приваблює передплатників, і на основі цієї інформації варто вибрати нові публікації.

6) Регулярно публікувати нову інформацію в новинну стрічку.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, основні рекомендації по присутності ДСЯО в соціальних мережах (сформульовані на основі аналізу активності) полягають в наступному: різноманітність інформації, що публікується в соціальних мережах інформації; адаптація матеріалу під формат соціальних мереж; залучення громадян до спілкування через соціальну мережу за допомогою проведення опитувань, конкурсів, вікторин та т.д.; систематичний моніторинг опублікованих відомством повідомлень; розробка чіткої структурованої системи правил ведення сторінок відомств в соціальних мережах; облік специфіки соціальної мережі при публікації відповідної інформації; різниця в інформації, представленій в різних соціальних мережах; наявність на офіційному сайті відомства посилань на його групи в соціальних мережах; здійснення роботи з соціальними мережами повинна реалізовуватися співробітниками прес-служби, які мають досвід роботи в соціальних мережах, за участю фахівців по роботі зі зверненнями громадян та профільних фахівців; розробка відповідних посадових інструкцій для співробітників, а також правил публікації інформації; контроль і моніторинг публікацій в соціальних мережах; просування соціальних мереж.

## Список літератури:

1. Галіч Т.О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя. *Соціологія майбутнього: науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства*. 2010. № 1. С. 145–152.
2. Данько Ю.А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства. *Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Харків. Серія «Соціологічні науки»*. Том XV. 012. № 1, 2.
3. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460) (дата звернення: 28.12.2019).
4. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/gromadskosti/gromadyanske-suspilstvo-i-vlada/partnerstvo-vidkritij-uryad> (дата звернення: 05.01.2020).
5. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations/oesr> (дата звернення: 05.01.2020).

## References:

1. Galich, T.O. (2010). Socialni internet-merezhi ta virtyalizatsia suspilnoho zhyttia [Social Internet networks and virtualization of social life]. *Sociologia maybytnioho: naykovyi zhurnal z problem sociologii molodi ta studentstva*, vol. 1, pp. 145–152.
2. Danko, Yu.A. Phenomen socialnyh merest u konteksti stanovlennia I rozvytku merezheвого suspilstva [The phenomenon of social networks in the context of the formation and development of a network society]. *Visnyk Mizhnarodnogo Slovianskogo universytetu. Kharkiv. Seria Socijlogichni nauky*. Vol. XV. 012. vol. 1, 2.
3. Chuprina, L. Social networks as a tool for implementing public initiatives. Center for Social Communication Research of NBUW. Access mode: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460) (accessed 28.12.2019).
4. Government portal. Access mode: <https://www.kmu.gov.ua/gromadskosti/gromadyanske-suspilstvo-i-vlada/partnerstvo-vidkritij-uryad/> (accessed 05.01.2020).
5. Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. Access mode: <https://mfa.gov.ua/en/about-ukraine/international-organizations/oesr> (accessed 05.01.2020).