

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА FACEBOOK ЯК ПРОСТІР ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

Сакалюк Наталія Олександрівна

студент III курсу, ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», науковий керівник: Єрмолаєва Ганна Анатоліївна, доцент кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи, кандидат педагогічних наук, доцент,
ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»,
м. Миколаїв, Україна

Історично зв'язки з громадськістю використовувалися державами для побудови позитивного іміджу державної політики, підтримки національної свідомості, вивчення та формування громадської думки засобами традиційного публік рилейшенз. Але, на сучасному етапі інформаційної епохи, механізми й засоби публік рилейшенз в галузі державного управління мають оновлюватися аби посилити інформування населення щодо здійснюваних реформ, забезпечити ефективний прямий і зворотній зв'язок з громадянами, що в результаті значно підвищить якість управління державою.

Зміни, які відбуваються у сучасному суспільстві, зокрема, у комунікаційному середовищі, вимагають переосмислення ролі традиційних засобів зв'язків з громадськістю за умови глобалізації, зміни соціального, політичного, культурного життя країни [6].

На сьогоднішній день в галузі державного управління приділяється увага використанню соціальних комунікаційних інтернет-мереж, як засобу зв'язків з громадськістю.

Соціальні мережі, набули на сьогодні статусу невід'ємного атрибуту нашого життя. Представити сучасну людину без соціальних мереж просто неможливо. Спілкування, пошук інформації і друзів, обмін новинами, можливість слухати музику, дивитися відео і фотографії. Складно собі уявити, що колись люди могли обійтися без профілю в соціальній мережі.

Соціальна мережа – це веб-сервіс, віртуальне співтовариство, що складається з людей з однаковими інтересами, нахилами, діяльністю. Теорія соціальних мереж припускає, що соціальна поведінка та комунікація відчувають вплив моделей взаємовідносин людей. Відповідно до одного з її положень, чим міцніше соціальні зв'язки між людьми, тим активніше вони спілкуються один з одним, використовуючи всі доступні медіа [1].

Серед вітчизняних авторів роботи яких присвячено питанню використання соціальної мережі як простору взаємодії органів державної влади та громадськості є Г.П.Бакулев [1], П.Ю.Куліш [2], В.О.Мінаєва [6] та інші.

Найпопулярнішими у світі соціальними мережами є «Facebook», яка займає у світі 3 місце за відвідуваністю. Кількість її користувачів наближується до двох мільярдів. Для багатьох вона стала найзручнішим способом спілкування з близькими, замінила електронну пошту та стала головним джерелом інформації та новин [7].

У другій половині 2010 р. було розширено функціонал Facebook: тепер власник сторінки може створювати так звані спільноти з якоїсь окремої тематики, наприклад обговорення законопроекту. Кожна спільнота має «стіну», фото- та відеорозділи, форуми для ведення дискусій, календар заходів тощо.

З використанням соціальної мережі Facebook спрощується взаємодія громадян з органами державної влади, різні види документів, – законопроекти, матеріали засідань в комітетах, звітування по бюджету – є предметом загального доступу [2].

Прийняття Законів України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про доступ до публічної інформації» сприяє відповідним тенденціям, і пересічні громадяни мають можливість краще стежити за діями своїх обранців і роботою виконавчої та судової гілок влади, висловлювати свої думки в режимі реального часу, створювати групи впливу на прийняття рішень. Важливо, що населення хоче не просто володіти інформацією про ті чи інші події суспільного значення, а брати безпосередню участь у процесах управління.

Відповідно до цього метою дослідження є аналіз стану відкритості органів державної влади та доступності інформаційного наповнення офіційних сторінок у соціальній мережі Facebook. Досягнення мети забезпечується реалізацією таких завдань: дослідити сучасний стан доступності офіційних сторінок на регіональному рівні.

Об'єктом нашого дослідження на регіональному рівні – Миколаївська обласна державна адміністрація, Миколаївська міська рада, Миколаївська обласна рада.

Параметри для моніторингового дослідження умовно поділялись на змістовні та технологічні.

Під змістовним параметром для моніторингу офіційних сторінок у соціальній мережі Facebook розуміється виділена на підставі аналізу нормативно-правових актів, що регулюють питання доступу до інформації про діяльність державних органів, одиниця інформації, яка має бути розміщена на офіційних сайтах центральних органів виконавчої влади з урахуванням компетенції державного органу.

Під технологічними параметрами для моніторингу розуміються повнота профілю установи у соціальній мережі, лінгвістичні, наявність контактної інформації.

Сторінка Миколаївської обласної державної адміністрації у соціальній мережі Facebook [4] складається з розділів: інформація (адреса, телефон, часи роботи, електронна пошта, посилання на веб-портал та відеохостинг YouTube, на який підписано 73 користувача, які можуть додавати, продивлятися і коментувати ті чи інші відеозаписи, повноваження вирішуваних питань місцевого значення, мета діяльності), дописи, світлини (фото основних заходів), відео, відгуки, спільнота (загалом вподобань та кількість користувачів), події. Станом на 10 квітня 2019 року налічує 4636 осіб та 3936 вподобань. Проте 100% інформації стосується висвітлення діяльності Миколаївської облдержадміністрації, робиться перепост з особистих сторінок керівництва місцевого органу виконавчої влади, висвітлення заходів, які відбуваються в Миколаївській області зі спорту, освіти, економіки та ін. Періодичність опублікування новин складає приблизно 4-6 публікацій щодня (може змінюватись в залежності заходів).

Офіційна сторінка Миколаївської міської ради соціальній мережі Facebook [3] була створена 9 липня 2015 р. для більш тісного демократичного спілкування, з громадськістю в соціальних мережах. Вона складається з таких розділів: дописи, відео, світлини, інформація (адреса, телефон, електронна пошта, посилання на веб-портал, повноваження вирішуваних питань місцевого значення), спільнота (загалом вподобань та кількість користувачів). Станом на 10 квітня 2019 року сторінка налічує 4147 осіб та 3313 вподобань. Кожного дня публікують найсвіжіші новини м. Миколаєва, які закликають користувачів мережі до обговорень і запитань на різні соціально-економічні та політичні теми.

Сторінка Миколаївської обласної ради у соціальній мережі Facebook [5] складається з розділів: інформація (адреса, телефон, електронна пошта, посилання на веб-портал, повноваження вирішуваних питань місцевого значення), світлини (фото основних заходів), відгуки, відео, дописи, спільнота (загалом вподобань та кількість користувачів), події. Станом на квітень 2019 налічує близько 2623 осіб та 2310 вподобань. Повнота профілю залежить від висвітлення головних подій міста та області. Періодичність опублікування новин складає приблизно 3-5 публікацій на тиждень.

Проведене дослідження уможливило такі висновки:

1. Органи влади на регіональному рівні використовують соціальні мережі для додаткової підтримки власного потужного веб-порталу. Інформація про діяльність у соціальній мережі дублюється з нього.

2. Вільне місце посідає напрямок обговорення проєктів, матеріалів засідань сесій рад обласної державної адміністрації, міської ради, обласної ради та її постійних комісій, звітування по бюджету та інших проєктів.

3. Просте спілкування громади з міськими, обласними чиновниками, стежити за діями своїх обранців, висловлювати свої думки в режимі реального часу.

4. Роль соціальної мережі Facebook без перебільшення можна назвати величезною у формуванні громадської думки, підвищує ефективність взаємодії органів державної влади з громадянами, сприятиме закріпленню позитивного іміджу держави серед широких верств населення України і світової спільноти.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів окресленої проблеми.

Література

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Електронний ресурс] / Г. П. Бакулев. – Режим доступа : [-http://pulib.if.ua/part/9691](http://pulib.if.ua/part/9691). – Назва з екрану. – [Дата перегляду: 08.04.2019].

2. Куліш П.Ю. Потенціал соціальних мереж facebook та twitter як сучасний метод електронної взаємодії влади та громадськості управління / П.Ю. Куліш // Теорія та практика державного управління. – 2012. – Вип. 2. – С. 132–137.

3. Миколаївської міської ради [Електронний ресурс] // FACEBOOK.- Режим доступу: https://www.facebook.com/mkradagov/?__tn__=%2Cd%3C-R&eid=ARBnriYsni7rgBoYAjMU3HPo6e4nKaigsAyGAUo6slPDGKS-N1YIRRMsq9aXZT2khv_hakKAKAqYnzK.- Назва з екрану. – [Дата перегляду: 08.04.2019].

4. Миколаївської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс] // FACEBOOK.- Режим доступу: <https://www.facebook.com/mykoda/>.- Назва з екрану. – [Дата перегляду: 08.04.2019].

5. Миколаївська обласна рада. Миколаївської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс] // FACEBOOK.- Режим доступу: <https://www.facebook.com/mykoblrada/>.-

https://www.facebook.com/pages/Khai_library/100126073491970). - Назва з екрану. – [Дата перегляду: 08.04.2019].

6. Мінаєва В.О. Соціальні мережі як засіб зв'язків з громадськістю в державному управлінні / О.В.Мінаєва // Науковий вісник Академії муніципального управління. – 2012. – № 4. – С.136–143.

7. FACEBOOK: ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ НАЙБІЛЬШОЇ СОЦМЕРЕЖІ У СВІТІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://mohytych.com.ua/facebook-istoriya-stvorenyya-naybilshoyi-sotsmerezhi-u-sviti/>. – Назва з екрану.

УДК 027.7(477)

УНІВЕРСИТЕТСЬКІ БІБЛІОТЕКИ: ЗАПОРУКА ЗМІН У НАСЛІДКУ ЩОДЕННОЇ РОБОТИ

Сербін Олег Олегович

директор Наукової бібліотеки імені М. Максимовича

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

доктор соціальних комунікацій, старший науковий співробітник, м.Київ, Україна

Не треба сьогодні нагадувати, що наукова інформація відіграє важливу роль у розвитку сучасного суспільства. Наукова інформація поширюється різними каналами, засобами, методами і особливе місце в цій системі належить науковій комунікації (НК).

У процесі НК можна виокремити декілька основних елементів:

1) комунікант – відправник повідомлення (особа, яка генерує ідею або збирає, опрацьовує наукову інформацію та передає її).

2) комунікат – повідомлення (фіксована чи нефіксована наукова інформація).

3) канал (спосіб передачі наукової інформації).

4) реципієнт – отримувач повідомлення (особа, якій призначена інформація і яка певним чином інтерпретує її, реагує на неї).

5) зворотний зв'язок – реакція реципієнта на отримане наукове повідомлення.

Серед швидкого зростання електронних ресурсів вагому роль сьогодні відіграють бібліотеки ЗВО. Їх допомога як інформаційних посередників в дослідженнях наукового статусу як викладачів так і вишу важко переоцінити. В цьому процесі бібліотеки задіяні як всі елементи процесу наукової комунікації.

Для прикладу: ще у жовтні 2016 року науково-методичним відділом, як координаційним центром діяльності бібліотек ЗВО, було проведено анкетування з метою реформатування напрямів роботи бібліотек нашої мережі відповідно до зростаючої необхідності включатися в процес наукових досліджень. Об'єкт дослідження – інформаційно-аналітичні продукти, що створюють бібліотеки, визначення відділів (секторів), які в цьому задіяні, досліджено, які відділи необхідно створити в бібліотеці для покращення інформаційного забезпечення науково-дослідної діяльності ЗВО. Предмет дослідження – інформаційно-аналітична робота бібліотечних установ.

Результат дослідження показав – на запитання:

1. Чи є серед запитів користувачів запити на інформаційно-аналітичні продукти? Так – 42 (67%) Дуже рідко – 14 (22%) Ні – 7 (11%);

2. Якщо замовляють інформаційно-аналітичні продукти, то які найчастіше? аналітичні огляди (28), аналітичні довідки (40), прогнози (5); дайджести (11), серед інші називали: наукометричні дослідження, аудит наукової періодики ЗВО на відповідність міжн. стандартам; бібліографічні покажчики, реферування наукових збірників; інформаційно-аналітичні огляди літератури);

3. Чи створюють інформаційно-аналітичні продукти у вашій бібліотеці?

Так – 45 (71%) Дуже рідко – 12 (19%) Ні – 6 (10%)

4. Якщо створюють, то які відділи беруть участь?

Інформаційно-бібліографічний відділ (54), науково-методичний відділ (11), називалися і інші відділи – відділ інформаційних технологій і комп. забезпечення (7), відділ обслуговування (4), відділ обробки та комплектування (5), відділ КІП (1), відділ рукописних та рідкісних видань (1)

5. Чи є у структурі вашої бібліотеки інформаційно-аналітичний відділ?

Так - 2 – (3%) Ні – 61 – (97%)

6. Чи є у структурі вашої бібліотеки інформаційно-аналітичний сектор?

Так – 5 – (8%) Ні – 58 – (92%)

7. Якщо є інформаційно-аналітичний сектор, то у складі якого відділу? Інформаційно-бібліографічного (3); Інформаційних технологій (1); НІЦ НБНУ“ОЮА»(1)