

УДК 323.39: 316.46

## ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНУ

БУРЛАКОВ О. В.,  
здобувач ступеня PhD

*У статті досліджуються можливості поліпшення механізмів державного управління за допомогою інструментів соціальної комунікації та інтернет-комунікації. Розглядаються методи оцінки якості комунікації в державному управлінні через сайти соціальних мереж та пропонується типологія інструментів оцінки.*

**Ключові слова:** державне управління, громадськість, інформація, інтерактивність, комунікаційний канал, модель, органи влади, регіональне управління, сайт, система, соціальні медіа.

*В статье исследуются возможности улучшения механизмов государственного управления с помощью инструментов социальных коммуникаций и интернет-коммуникации. Рассматриваются методы оценки качества коммуникации в государственном управлении посредством сайтов социальных сетей и предлагается типология инструментов оценки.*

**Ключевые слова:** государственное управление, общественность, информация, интерактивность, коммуникационный канал, модель, органы власти, региональное управление, сайт, система, социальные медиа.

*The article examines the possibilities of improving the public administration mechanisms through the social communication tools and Internet-communication. Methods of assessing the quality of communication in public administration through the social networks sites are considered and a typology of evaluation tools is proposed.*

**Keywords:** public administration, public, information, interactivity, communication channel, model, authorities, regional administration, site, system, social media.

*Постановка проблеми.* Головними ознаками сайтів соціальних мереж та web 2.0 взагалі є можливість доступу, інтерактивність та безпосередня участь. Якщо між першим та іншими двома різницю побачити легко, то різниця між інтерактивністю та безпосередньою участю дуже розмита та інколи заплутана. У своєму дослідженні Н.Карпентер зазначає, що «забезпечення доступу» до інформації та покращення комунікаційної діяльності повною мірою впливають на побудову збалансованих відносин органів влади та населення, а також співробітництво у процесі прийняття рішень [1]. Таким чином, представництва органів державної влади, втілюючи всі три принципи, зближують суб'єкти управління та зменшують «комунікаційну прірву» між суб'єктами та об'єктами управління.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Погляд на процеси державного управління як результат комунікаційної діяльності виділяє систему компромісів та домовленостей, що мають місце між приватною та публічною частинами суспільства, як і у відносинах урядових та демократичних способів управління [2]. Дану систему досліджує велика кількість вітчизняних та закордонних авторів, а саме: Ю. Хабермас, Х. Аренд, К. Дойч, П. Гілмор, С. П. Расторгуєв, Г. Г. Почепцов, Л. Я. Дятченко, О. О. Дегтярьов та ін.

*Метою статті* є дослідження можливостей до залучення громадян до процесу комунікації із представниками органів місцевої влади та адміністрації через інтернет, передбачуючи можливість застосування у процесах державного управління та місцевого самоврядування комунікаційних характеристик сайтів соціальних мереж.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Основні напрями комунікаційної діяльності органів державної влади в мережі можна окреслити, формулюючи основні риси аудиторії користувачів мережі, до активної частини якої можна віднести «лідерів думки» та їх «мультиплікаторів», політологів, політтехнологів, журналістів, навколополітичну еліту. Саме вони переносять інформацію до традиційних засобів масової комунікації» [3]. Але у віртуальному просторі не завжди саме ці показники відіграють найважливішу роль, деякі дослідники визначають кількість репостів та перепублікацій як основний показник якості інформації [3]. Тобто важливим стає не тільки ефект від самої публікації, та ще й відгук на неї в інших традиційних та електронних ЗМІ [4]. Ще одним важливим критерієм є змістовність інформації, тобто системність, повнота, якість підтримки та оновлення інформації [5]. Та чи не найголовнішим критерієм стає інтерактивність, тобто влада має залучати населення до процесів управління, пояснюючи важливість самоорганізації та відповідальності, своєчасно реагуючи на запити та заохочуючи до подальшої співпраці. «Влада діє комунікативними методами щоб підштовхнути індивідів на лояльні дії, які вона не зможе досягти адміністративним шляхом. При цьому, медійна система стає центром соціального організму, та забезпечує його цілісність та життєздатність» [6]. Тобто, інтерактивність стає швидшим методом ведення діалогу із громадськістю, там де не вистачає дієвого адміністративного апарату.

На думку С. П. Расторгуєва, «засоби масової інформації здійснюють перепрограмування населення відповідно до поставленої їм задачі» [7]. Та якщо брати до уваги дослідження А. С. Гусєвої та І. В. Нієсова [15] про соціальну та психологічну вразливість користувачів мережі до маніпулятивних впливів, то можна зробити висновок про необхідність визначення міри інтенсивності інформаційно-комунікаційного тиску на користувачів, залежно від потреби органів державного управління та надання особливо пильної уваги електронним ресурсам, що користуються попитом на конкретній території.

Проте В. Ф. Іванов у своїй монографії приводить посилання на дослідження соціальної відчуженості користувачів всесвітньої мережі, результати яких абсолютно спростовують попередні висновки про втрату соціальної свідомості та відповідальності, навпаки, «за результатами дослідження виявлений більш високий чи однаковий рівень участі в житті суспільства та політиці серед користувачів інтернет, порівняно із не користувачами» [6]. Це дозволяє зробити висновок про те, що суб'єкт

віртуального світу знаходиться в ньому, відомий своїми інтересами та пріоритетами, тому кількісні показники відвідуваності інтернет сторінок мають близькі значення до якісних, тобто людина краще сприймає інформацію, яку шукає за своєю ініціативою. Це має бути поштовхом до використання діагностичних інструментів комунікаційної діяльності та відтворити роботу в напрямку оцінки якості інтернет-ресурсів, достовірності та затребуваності інформації.

Кожна сторінка чи профайл представника громадськості та елемента системи державного управління або самоврядування створює «нову дискусійну площадку, де кожен може висловити свою точку зору», як пише Витчге [8]. Це може привести до більшого включення та збільшення участі громадян у соціальних дискусіях, що пропонує площадка чи власник сторінки. В даному випадку, сам профайл представляє собою комунікаційний канал, який вступає у взаємодію з подібними, завдяки комунікаційним можливостям Інтернет та видами інтернет-комунікації «багатьох-до-багатьох», «багато-до-одного», та ґрунтуючись на інтерактивних можливостях, зменшує соціальну апатичність громадян та збільшує їх участь в процесах державного управління. У цьому сенсі, Р. Гібсон, В. Люсолі [13] та ін. зазначали потенціал комунікаційної діяльності в Інтернет для залучення громадян та поширення їх участі, за умови, що вони отримають відповіді саме на ті питання, які їх цікавлять, що їх участь в комунікаційному процесі цінується та до їх думки прислуховуються, а С. Стріт и Дж. Райт вказують на важливість дискусії, до якої залучені громадяни, та яка стає можливою через онлайн-форуми, дискусійні майданчики та ін. [9]. Сайти соціальних мереж надають можливості політичним та громадським діячам бути ближче до свого електорату та громадян, що цікавляться їхньою діяльністю. Але міру успішності комунікаційної діяльності для таких сайтів соціальних мереж та подібних до них дуже важко визначити. Кінцеві результати або висновки з комунікаційної діяльності в Інтернет можна оцінювати лише опосередковано. Велика кількість мереж, існуючих в світі поєднує спільні комунікаційні дії, спільний напрямок розвитку та колекцію комунікаційних інструментів, що відрізняються лише за інтерфейсом.

Суть мережевих суспільств не нова та одну з перших згадок містить робота англійської дослідниці Е. Ботт, яка має назву «Родинні та соціальні мережі» [14]. З міжособистісною комунікацією та теорією ідентичності пов'язує Дальсгаард виявлення зв'язків та виникнення соціальної взаємодії з іншими людьми. Феномен Web 2.0 робить можливим соціалізацію технічного боку мережевих функцій за допомогою комунікаційного впливу до оффлайн оточення. Тенденції до переходу в онлайн спілкування відзначають дослідники КМІС: «виявилось, що основні причини відвідування Інтернет це: спілкування – 35%, перегляд інтернет-медіа – 31%, завантаження різноманітних файлів – 26%, фінансові операції – 8% та сім відсотків займають ігри та інтернет-розваги». Розподіл за віком не суттєвий, але за даними КМІС, лише 63% користувачів Інтернет – «люди, що молодші за 40» [10].

Згідно з цими дослідженнями, можна зробити висновок про те, що основною групою, що входить до певної цільової аудиторії Інтернет-комунікації є люди до 40 – 45 років, за деякими виключеннями, вони формують об'ємну частку громадської думки. Європейські та американські дослідники (Т. Вітчге,

Д. Карпіні, Дж. Баумгартнер, Дж. Морріс та ін.) виділяють ці вікові групи в терміни «young adults» та «adults». Саме молоді люди, часто розглядаються в якості цільової групи політичної інтернет-комунікації, тому, що вони були менш активні в політичному плані, ніж інші громадяни [11]. Згідно з дослідженням Д. Карпіні, класичні політичні та урядові комунікаційні системи та інститути не брали до уваги молоду аудиторію, що існує в мережі Інтернет, не звертаючи уваги на них та на теми, що їм цікаві, таким чином не надаючи їм можливості впливати на процеси місцевого самоврядування та державного управління [16]. Але із розвитком новітніх та соціальних медіа, з поширенням комунікаційної діяльності до інтернет-простору, все більше уваги стало приділятися саме цієї цільової аудиторії. Однією з причин включення саме цього віку до напрямів цільового впливу є розширення нижніх вікових границь залучення до комунікаційної діяльності. Західні представники «young adults» та «adults» починають свою комунікаційну діяльність достатньо рано за віком та наглядають, беруть участь у комунікаційній діяльності органів влади безпосередньо в мережі Інтернет.

Поєднуючи можливості комунікаційної діяльності у різних мережах, можемо виділити декілька основних, за якими більш коректно можна визначити популярність тієї чи іншої сторінки. По-перше, послідовним буде визначити саме параметри такої версифікації. Європейські дослідники П. Норріс, Дж. Смит, В. Лусоли та інші виділяють два напрямки оцінки: кількість фанів взагалі (підписників, друзів, фолловеров та ін.) та кількість фанів, які беруть активну участь у дискусіях, коментуванні, підписуванні та репості контенту сторінки. Важливість цих двох понять пояснюється за класичною концепцією «охоплення аудиторії» стосовно кількісних її характеристик, тобто «кількісного охопту» на момент переходу аудиторії до активної участі. Але в такому разі ми повинні виділити різницю між показниками «Подобається» («like», «Нравится» та ін.) та реальною участю в обговорюванні чи коментуванні, як повноцінної присутності на сторінці. Кількість коментарів, що є об'єктивною оцінкою інтернет-медіа вказує на те, що цей комунікаційний канал має більшу повагу серед громадян регіону та користується попитом. Тому, розвиток комунікаційної діяльності саме в цьому напрямку є дуже важливим та обов'язковим. Виходячи з цього, постає питання про те, наскільки кількість послідовників або підписників сторінки конкретної людини чи організації відповідає напряму діяльності власника профілю, особливо якщо це сторінка громадського чи політичного діяча. Також постає питання напрямку роботи такої сторінки взагалі: вона стосується роботи особистості чи організації, або спрямована на актуалізацію та інтенсифікацію процесів об'єднання громадян та комунікації взагалі. В першому випадку маємо справу із відокремленою персональною діяльністю, а в іншому – із системною працею, яка може бути не обмежена лише кількома сторінками та профілями.

Згідно з вищезазначеним, можна зробити висновок про існування трьох різних рівнів комунікаційних зв'язків регіональних органів державного управління з громадянами в соціальних мережах:

- коли людина стає «другом» або підписником певної людини або установи,
- коли людина ставить позначку, еквівалентну «like» на сторінці установи

або представника органу влади,

– коли людина коментує записи на сторінці установи або представника органа влади.

З таким переліком згодні більшість дослідників, про яких було вказано вище. Але одним недоліком цього переліку є те, що автори не надають уваги можливості формування контенту сторінки користувача та його думки за впливом опублікованої інформації на іншій сторінці, тобто, коли людина формує свої думки на своїй сторінці, посилаючись на профіль представника органа влади або установи. Одним із видів такого формування є «репост», або можливість «поділитись» записом. Таким чином, людина формує вторинний контент та, за нашою думкою, цю можливість не включає жоден з окреслених рівнів. «Репост» є показником того, що людина довіряє джерелу інформації настільки, що може зробити посилання на нього та підтвердити свої думки висловами від іншої людини або установи, «поділитися» цією інформацією з іншими.

Довести доцільність виділення четвертого рівня можна двома шляхами: за допомогою дослідження параметрів поширення інформації в мережі Інтернет та визначенням основної суті «репосту», а саме – створенням посилання на сторінку або фрагмент тексту.

Синтезуючи думки та визначення, ґрунтуючись на теоретичному та практичному досвіді згаданих вище дослідників, відзначимо методичний недолік, який полягає у відсутності єдиної типізації інструментів комунікаційної діяльності органів державного управління. Затребуваність використання кожного інструменту має бути аргументована та визначена згідно до специфіки досліджуваної області, а саме – механізмів державного управління. Пропонується поділити весь інструментарій на п'ять основних груп: інформаційні, технічні, психологічні, символно-знакові та інструменти діагностики (або оцінки зворотнього зв'язку). У разі використання хоча б одного із кожної групи інструментів у комплексі можна казати про ефективну комунікаційну діяльність всього органу влади. Така комплексна робота задіює всі можливості залучення суб'єктів до процесу адміністрування, навчання, тобто пояснення основних механізмів роботи системи, та вказування коротких директив як напрямків майбутньої роботи. В деяких випадках використання такої схеми допомагає сформулювати алгоритм комунікаційної діяльності в цілому, згідно із застосуванням інструментів кожної групи: символно-знакових (вибір символіки повідомлення, актору і под.), психологічних (як формування установок та фреймів), інформаційних (як формування самого повідомлення, каналів та ін.), потім технічних (як засоби передачі повідомлення) та інструментів оцінки зворотнього зв'язку (як діагностичні), що замикають систему.

*Висновки і перспективи подальших досліджень.* Таким чином, можна сформулювати один з головних напрямів комунікаційної діяльності органів державного управління у віртуальному просторі – це робота з мас-медіа всіх видів, новинами, документальними програмами та ін, надаючи особливої уваги соціальним мережам та новим медіа. Характерною особливістю комунікаційної діяльності, метою якої є налагодження зв'язку між органами місцевої влади, громадськістю та регіональними органами державного управління є необхідність

диференційного підходу до комунікаційної діяльності відносно різних груп громадськості, «осною якого є технологія сегментації цільових груп громадськості, що має широке застосування в роботі зв'язків з громадськістю в комерційній та політичній сферах» [12]. Для комунікаційної діяльності в internet-мережі така сегментація стає особливо важливою, завдяки можливості дуже простого розподілу цільової аудиторії та комунікаційного інструментарію відповідно, шляхом втілення механізмів, аналогічних таргетінгу. Дослідження ефективності такого впливу стає більш структурованим завдяки типології інструментарію для оцінки зворотнього зв'язку, яка сформульована для сторінок соціальних мереж та описана вище але потребує дослідження та вивчення.

Завдячуючи об'ємам інформації та швидкості її розповсюдження соціальними мережами, такі сайти стають одними із головних інструментів інтернет-комунікації, новими потужними комунікаційними важелями. Але, користуючись текстовою та графічною інформацією про будь-якого громадського діяча, можна скривлювати дані та вислови, чим заподіяти шкоди його іміджу та кар'єрі. В такому випадку офіційне підтвердження інформації та особистості самого власника сторінки стає головною проблемою для здобувачів та напрямом удосконалення мережі для її розробників. Методи роботи та оцінки результатів застосування інструментів інтернет-комунікації та оцінки дій елементів державного управління та місцевого самоврядування в соціальних мережах потребують подальшого дослідження та вивчення. Також особливої уваги потребує створення механізму державного управління за допомогою сайтів соціальних мереж та опрацювання характеристик такого механізму.

#### *Література:*

1. Carpentier, N. (2007). Participation, access and interaction: Changing perspectives. In V. Nightingale & F. Dwyer. *New Media Worlds .Challenges For Convergence* . OUP Australia & New Zealand, pp. 214–228.
2. Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // THESIS. Весна 1993. Т. 1. Вып. 2. С. 123-136.
3. Ольшанский Д. Политический PR. - СПб.: Питер, 2003. 544 с.
4. Давыдов И. Политика – двигатель вэб-прогресса // Сообщение. 2000. №1. С.45.
5. Институт муниципального управления / ред. Ю. Кириллов, Л.Шапиро. URL: <http://emsu.ru/lg/default.asp>, свободный – Загл. с экрана.
6. Иванов В. Ф. Массовая коммуникация: монография. К.: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. 902 с.
7. Расторгуев С. П. Информационная война. М: Радио и связь, 1999. 416 с.
8. Witschge, T. (2007). Representation and inclusion in the online debate: Teissue of honor killings. In B. Cammaerts & N. Carpentier (eds.). *Reclaming the media: Communication rights and democratic media roles*. Bristol: Intellectbooks, pp. 30–156.
9. Street, S. & Wright, J. (2007). Democracy, deliberation and design: Te case of online discussion forum. *New Media Society*, 9 (5): 849–869.
10. Динаміка проникнення інтернету в Україн. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=80&page=1&t=5>
11. Baumgartner, J. & Morris, J. (2010). MyFace tube politics: Social

networking web sites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review*, 28(1): 24–44.

12. Местное самоуправление и муниципальное управление: [учебник для вузов по специальности «Юриспруденция» / А. П. Горбунов, И. А. Алексеев, А. С. Прудников и др.]; под ред. А. С. Прудникова, М. С. Трофимова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юнити-дана, 2010. 543 с.

13. Gibson R. K., Lusoli W. and Ward S. (2005). Online Participation in the UK: Testing a “Contextualised” Model of Internet Effects. *Political Studies Association*, 7, 561–583.

14. Bott E. (1971). Family and social network: roles, norms, and external relationships in ordinary urban families. Free Press, University of Michigan, 363.

15. Гусева А. С., Ниесов И. В. Психологические технологии манипулирования массовым бессознательным: современное состояние и перспективы использования / Политический маркетинг. 2007. №1.

16. D.Carpini (2005). An Overview of the State of Citizens’ Knowledge About Politics. *Departmental Papers*, University of Pennsylvania, 38–40.

---

The article aims to explore the possibilities of engaging the citizens of the region to the communication process with the members of local authorities and administration through the Internet, foreseeing the suitability to use some features of the social networking sites in local government communication processes.

A look at government management processes as a result of the communication activity allocates a system of the compromises and arrangements taking place between the public and private parts of the society, as well as government relations and democratic methods of governance.

The main directions of the network communication activities of public authorities can be described, in formulating the basic features of the online audience, the active parts of which include "opinion leaders" and their "multipliers". But in the virtual space, these figures do not always play a crucial role, some researchers determine the number and reposts re-publications as the main indicator of the information quality. Also, perhaps the most important criterion is interactivity, that is, the government should involve the citizens to the management processes, explaining the importance of self-organization and responsibility, responding promptly to inquiries and encouraging further cooperation.

Quantitative attendance web pages have similar importance to quality, that is, people are better at perceiving information that they are looking for on their own initiative. It should be an incentive to use the diagnostic tools of communication activities and to recreate the work in the direction of assessing the quality of Internet resources, reliability and demand information.

Each page or profile of the government management representative and element of the public administration or the government creates a new discussion platform, where everyone can express their point of view. This can lead to greater inclusion and increased a participation of citizens in social discussions offered by the site or owner of the page.

Accordingly, the article concludes that there are three different levels of communication between regional public administration and citizens in social networks,

as described by world-known researchers. However, insignificant attention is paid to the formation of content, that based on the publications of a representative of the authorities, and this is a new level of formation of information inheritance.

Also, the article proposes grouping tools for assessing the activities of government authorities in the network. In the case of using at least one of each group of tools in the complex, you can talk about the effective communication activities of the entire authority. Such comprehensive work includes all possibilities of involving the subjects to the administration process, training, that is, explaining the main mechanisms of the system existence, and specifying a short directives as areas of the future work.