

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКИХ РАД В УКРАЇНІ

**Сімонян А. В.,**

*аспірант кафедри політології та міжнародних відносин*

*Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*

У статті розкриті проблемні питання комунікації громадських рад через соціальні мережі, описані стратегії покращення комунікації та запропоновані інноваційні інструменти, які можуть використовуватися громадськими радами для зв'язків із громадськістю: створення чат-ботів, мікротаргетинг, використання штучного інтелекту для зовнішньої комунікації, проведення онлайн-голосування.

В статье раскрыты проблемные вопросы коммуникации общественных советов через социальные сети, описаны стратегии улучшения коммуникации и предложены инновационные инструменты, которые могут использоваться гражданскими советами для связи с общественностью: создание чат-ботов, микротаргетинг, использование искусственного интеллекта для внешней коммуникации, проведение онлайн-голосования.

The article explores the problematic issues of communication of public councils through social media, describes strategies for improving communication and suggests innovative tools that can be used by public councils for public relations, in particular, creating chatbots, micro-targeting, using artificial intelligence for communication, and conducting online voting.

**Ключові слова:** соціальні мережі, громадська рада, мікротаргетинг, штучний інтелект, комунікація, зв'язки з громадськістю.

---

**Постановка проблеми.** Актуальність роботи зумовлена тим, що соціальні мережі відіграють значну роль у формуванні політичної свідомості громадян. За останні десятиліття світ став свідком радикальних змін у галузі інформаційних комунікаційних систем. XXI століття є фундаментальним періодом зросту інформаційних технологій. Вітчизняні та закордонні науковці зазначають, що саме з розвитком інформаційних технологій визначати політичну та економічну роль держави на світовій арені будуть рівнем її інформаційної безпеки. Світові тенденції демонструють, що Інтернет став ключовим генератором глобальних макротенденцій. Таким чином, він посприяв трансформації ціннісних орієнтирів людства та його соціальних структур [4].

Державні органи та інститути громадянського суспільства мають унікальний інструмент для інформування населення щодо своєї діяльності, засіб впливу на світогляд громадян – соціальні мережі, однак існують прогалини в ефективному використанні цього інструменту. Отже, виникає необхідність детального аналізу особливостей використання соціальних мереж у діяльності громадських рад для надання конкретних пропозицій щодо їх удосконалення.

Дослідженню теми використання соціальних мереж у діяльності громадських організацій присвячені роботи Дж. Барлоу, Р. Барбрука, Е. Камерона, Н. Крістакиса і Дж. Фаулера, Дж. Хайтцмана, П. Тейлора. Серед вітчизняних науковців цій темі приділяють увагу В. Буряк, Л. Чуприна.

**Мета статті** полягає в аналізі особливостей використання соціальних мереж у діяльності громадських рад в Україні та у формулюванні пропозицій щодо покращення комунікаційного складника діяльності інститутів громадянського суспільства.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких дослідницьких завдань:

- дослідити досвід використання соціальних мереж для просування, адвокатування суспільних та політичних інтересів;
- визначити основні засоби громадських рад для зв'язків із громадськістю;
- обґрунтувати необхідність упровадження нових технологій для покращення комунікаційної політики громадських рад та інноваційних інструментів у соціальних мережах.

З огляду на це були проведені теоретичні та емпіричні дослідження, в результаті яких були виявлені особливості використання соціальних мереж у діяльності громадських рад в Україні.

Зокрема, для дослідження досвіду використання соціальних мереж для просування, адвокатування суспільних та політичних інтересів був використаний системно-структурний та систем-

но-функціональний методи. Визначаючи основні засоби для зв'язків із громадськістю, був застосований інструментальний метод, а під час розробки пропозицій щодо впровадження нових технологій роботи громадських рад у соціальних мережах – метод моделювання і прогностичний метод.

**Виклад основного матеріалу.** Глобальна тенденція впливу на політичну свідомість через онлайн-комунікації є результатом розвитку інформаційних технологій, які, на відміну від традиційних засобів масової інформації, дозволяють користувачам безпосередньо інтерпретувати й аналізувати отриману інформацію. Найпопулярнішим засобом онлайн-комунікації є соціальні мережі. За даними Statcounter, які публікують статистику соціальних медіа по всьому світу, Facebook користуються 66,29% (2,2 млрд), Pinterest – 12,81%, Twitter – 8,75%, YouTube – 8%, Instagram – 1,93% [6].

В Україні на сьогодні в соціальній мережі Facebook нараховується близько 11 млн користувачів. За останні 12 місяців кількість українських користувачів зросла на 67%. Найбільше зростання було у травні 2017 року, коли українським провайдером було заборонено давати доступ користувачам до російських соціальних мереж. Таке зростання української аудиторії Facebook відбувається передусім завдяки «міграції» користувачів Однокласники та ВКонтакте. Також прослідковується збільшення кількості користувачів інших соціальних мереж. Отже, українська аудиторія соціальної мережі Instagram становить 7,3 млн користувачів, тоді як українське охоплення Твіттеру, найменш популярної соціальної мережі в Україні, становить 2,2 мільйона унікальних користувачів на місяць [2]. Ці мережі стали інструментом не тільки інформування, а також засобом самоорганізації населення, особливо вплив соціальних мереж на політичні процеси прослідковувався на початку Революції Гідності (наприклад, пост журналіста Мустафи Найема із закликом вийти на Майдан Незалежності 21 листопада 2013 року у Facebook мобілізував 1,5 тис осіб).

У свою чергу громадські ради – це консультативно-дорадчі органи, які сприяють реалізації законних інтересів громадян та створюють умови для незалежного громадського контролю над законотворчою діяльністю органів державної влади. Вони, відповідно до чинного законодавства, мають інформувати населення про свою діяльність, тому найпоширенішим засобом інформування стали саме соціальні мережі.

Виявлено, що більшість громадських рад при центральних органах державної влади України мають офіційні сторінки або групи в соціальній мережі Facebook (досліджено 201 офіційну сторінку громадських рад при органах державної влади, з них – 18 сторінок громадських рад при центральних органах виконавчої влади). Через соціальні мережі ці органи мають змогу інформувати та досягти суспільного резонансу, завдяки поширенню позиції щодо окремих питань, однак вони не використовують усі можливості соціальних мереж.

Громадські ради через соціальні мережі інформують населення щодо рішень, напрямів, пріоритетів діяльності громадських рад, проводять громадське обговорення законодавчих ініціатив центрального органу державної влади, виступають засобом для зворотного зв'язку, впливають на свідомість громадян, приймають пропозиції від громадськості для просування ініціатив.

Аналіз контенту активних сторінок громадських рад у Facebook, кількість передплатників яких була більше ніж тисяча (сторінки громадських рад при Міністерстві регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства, при Національному агентстві з питань запобігання корупції України, при Міністерстві охорони здоров'я України, при Міністерстві науки та освіти України, при Державній фіскальній службі України, при Львівській облдержадміністрації, Громадська рада з питань оновлення Служби безпеки України, громадська Люстраційна Рада), показав, що публікації на всіх сторінках мають спільні риси, зокрема, мають однакову структуру: фото та інформація про проведений захід або посилання на сайт та опис до нього (Додаток А). Лише сторінка однієї з цих громадських рад мала іншу структуру. Так, Громадська рада при Національному агентстві з питань запобігання корупції України – одна з небагатьох громадських рад, яка використовує візуальні способи подачі даних у графічній формі, які спрощують сприйняття інформації – інфографіки, в яких детально описані результати розкритих справ (Додаток Б).

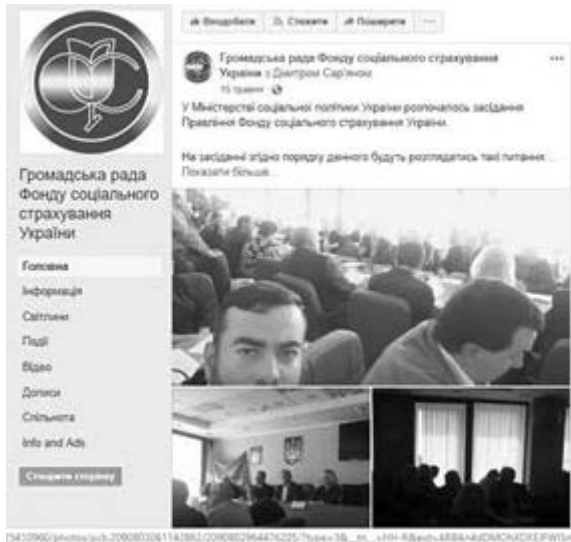
У результаті дослідження сторінок громадських рад у соціальній мережі Facebook визначені основні проблеми використання соціальних мереж громадськими радами, зокрема:

1. Відсутність медіаплану, концепції і стратегії просування інформації в соціальних мережах, що призводить до низького охоплення постів та залучення передплатників. Наочний приклад – сторінка у Facebook Громадської ради при Державному фонді сприяння молодіжному житловому будівництву часто отримує по одному «лайку» за пост, маючи близько 270 передплатників (Додаток В).

2. Канцеляризм і штампи, коли для інформування населення в соціальних мережах використовується «нежива» мова, слова і вирази, позбавлені образності, часто й одноманітно повторювані без урахування контексту, які збіднюють, знеособлюють мову. Незважаючи на те, що це розповсюджена проблема, деякі громадські ради все одно виділяються на фоні інших, використовуючи десятки штампів на 1000 слів (наприклад, Громадська рада при Мінрегіоні).

3. Невідповідність формату подачі інформації до трендів SMM. До трендів 2018 року відносяться використання гіф-анімації та інфографіків, аудіальний та візуальний супровід інформації, використання мемів або, як їх ще називають, медіа-вірусів – це ідеї, онлайн-образи, об'єкти, які поширюються переважно серед користувачів Інтернету. Ця проблема наявна у 200 громадських рада з 201 (виключенням є Громадська рада при Національному агентстві з питань запобігання корупції України).

4. Непрофесійна комунікація з громадськістю. Члени громадської ради не відповідають на коментарі користувачів демонструючи, таким чином, свою ригідність до діалогу. Наприклад, Громадська рада при Міністерстві внутрішніх справ України жодного разу не відповіла на коментарі передплатників (Додаток Г).



**Додаток А**  
Публікація на офіційній сторінці у Facebook Громадської ради при Фонді соціального страхування України від 15.08.2018 року



**Додаток Б**  
Публікація на офіційній сторінці у Facebook Громадської ради при НАЗК від 15.08.2018 року



**Додаток В**  
Публікація на офіційній сторінці у Facebook Громадської ради при Держмолодьжитлі від 12.10.2018 року



**Додаток Г**  
Публікація на офіційній сторінці у Facebook Громадської ради при ДФС від 12.07.2018 року

Також аналіз змістовного наповнення інформаційних повідомлень від громадських рад свідчить про недостатню увагу з боку членів громадської ради до цього напрямку інформаційного самозабезпечення.

Вирішенням цих проблем може стати залучення професійних спеціалістів. Просуванням сторінок у соціальних мережах займаються SMM-спеціалісти, дії яких спрямовані на просування бренду громадської ради в соціальних мережах й побудову відносин із цільовими групами (експертами, громадськими активістами, групами інтересів).

Основними функціональними обов'язками такого спеціаліста є:

- дослідження інтересів і поведінки цільової аудиторії та визначення вектору інтересів аудиторії;
- розроблення загальної стратегії присутності компанії в соціальних мережах та виявлення найбільш ефективних інструментів впливу на цільову аудиторію;
- створення контенту для соціальних мереж;
- розроблення системи KPI (ключовий показник діяльності);
- робота з парсерами – програмами, які здійснюють автоматичний збір контенту або іншої інформації (наприклад, список електронних адрес користувачів соцмережі за певними критеріями (вік, стать, місце проживання тощо);
- пошук та нейтралізація негативу, реакція на фейки [1].

Практика функціонування соціальних мереж у сьогоднішній актуалізує необхідність прискорення роботи з упровадження ефективних, інноваційних технологій використання соціальних мереж як інструменту політичного впливу громадських рад. Процеси загальносуспільної інформатизації значно прискорили хід структурних перетворень у сфері зв'язків із громадськістю. Новітні технології перероблення баз даних, використання відкритих даних, які доступні в соціальних мережах, стають каталізатором цих змін. Їхнє існування довело, що суспільна думка та активність в інформаційній сфері можуть контролюватися [4].

Підтвердженням цього є вислів Олександра Нікса, генерального директора Cambridge Analytica, приватної англійської компанії, яка використовує технології глибокого аналізу даних: «Наші діти не зможуть зрозуміти концепцію масових комунікацій. Цікаво, чи зможуть вони зрозуміти різницю між їхньою власною думкою і тією, яка запропонована алгоритмом» [5].

У громадських рад є інструмент, який має необмежені можливості – соціальні мережі. Опишемо інші механізми онлайн-комунікації, які сприяють досягненню максимального охоплення аудиторії, що можуть використовуватися громадськими радами для налагодження ефективних зв'язків із громадськістю.

Одним із найефективніших засобів комунікації є створення чат-ботів. Досвід використання чат-ботів доводить їхню ефективність. Інноваційність даних ботів полягає в максимально швидкому і зручному онлайн-інформуванні користувача щодо можливостей висунування громадських ініціатив, а також використовується для пришвидшення подачі документів для участі в установчих зборах щодо формування громадської ради.

Головною метою даного боту має стати спрощення й автоматизація процесу інформування громадян про напрямки діяльності громадської ради через автоматизований онлайн чат-бот/консультант. Відповідно до мети завданням боту повинно стати: максимізація доступності населення до інформації про діяльність громадських рад, можливостей участі в роботі рад; налагодження діалогу між громадською радою, громадою та органом державної влади.

Ще одним методом залучення громадської уваги до діяльності громадських рад є метод мікро-таргетингу, запропонований вітчизняним науковцем Георгієм Почепцовим. Він визначає дослідження спілкування в мережі як «зброю» інформаційної війни, що ведеться за допомогою інтелектуального інструментарію. На його думку, соціальні мережі є новим методом впливу на громадську думку, який полягає в публікації персоналізованих повідомлень на рівні окремої людини, що відповідають потребам цієї людини, для привернення її уваги та завоювання прихильності [3]. Отже, меседжі постів мають відповідати потребам конкретної людини.

Наступна інновація стосується використання штучного інтелекту для управління соціальними мережами. Зазначимо, що програми семантичного пошуку дозволяють ефективно моніторити ринок, автоматично визначаючи не тільки лідерів думок із будь-якої теми, а й тих, хто впливає на розвиток цієї теми. Людина не здатна так швидко обробляти настільки значні масиви інформації, тому виникає необхідність створення автоматизованої системи, яка обробляла б усі коментарі та звернення. Автоматизація коментарів уже реалізована (система SMAI, розроблена агентством TABASCO) і дозволяє використовувати ботів у постах релевантних тем. Це відкриває широкі можливості для розвитку поглиблених систем управління громадською думкою в соціальних мережах. У світовій практиці аналогічну технологію використовують аналітики англійської компанії Cambridge Analytica.

Ще одним інноваційним інструментом, упровадження якого може дати позитивні результати, є формування онлайн-голосування. Досліджуючи експериментальні спроби органів державної влади сформувати громадські ради більш демократичними, ми дійшли висновку, що метод електронного голосування є найбільш прийнятним – це коли через соціальні мережі розповсюджується посилання

на форму голосування та інформація про проведення установчого голосування. Крім того, завдяки цьому методу зростає інтерес та впізнаваність консультативно-дорадчого органу.

Прикладом такого механізму формування громадської ради стали вибори членів Громадської ради при Міністерстві охорони здоров'я України, які проходили у форматі всеукраїнського рейтингового інтернет-голосування. Взагалі, за 24 години голосування було проголосовано 14 739 разів. З метою запобігання повторного голосування охочі взяти участь у рейтинговому Інтернет-голосуванні мали підтвердити адресу своєї електронної пошти та номер мобільного телефону (українського GSM оператора). Ця система змогла забезпечити плюралізм, до голосування була залучена велика кількість учасників, що популяризувало та активізувало тему громадської участі в політиці.

Зазначимо, що запровадження системи онлайн-засідань перестало бути інновацією та стало буденним інструментом. Онлайн-засідання або онлайн-голосування спрощують організаційний бік проведення засідань громадської ради, дозволяють збирати кворум для прийняття рішень.

**Висновки.** Таким чином, ми проаналізували особливості використання соціальних мереж у діяльності громадських рад в Україні та дійшли висновку, що існує низка проблемних питань, які не дозволяють громадським радам належним чином висвітлювати свою діяльність. Серед таких проблем відзначені відсутність медіа-плану, концепції та стратегії просування інформації в соціальних мережах, канцеляризм і штампи, а також непрофесійна комунікація з громадськістю. Констатовано, що для вирішення цих проблем необхідно залучити професійних SMM-спеціалістів.

Також у рамках наукової роботи були сформульовані інноваційні інструменти для покращення комунікаційного складника діяльності інститутів громадянського суспільства. Одним із таких інноваційних інструментів є чат-боти, які сприяють максимізації доступності населення до інформації про діяльність громадських рад, можливостей участі в роботі рад та налагодженню діалогу між громадською радою, громадою та органом державної влади. Інший інструмент, визначений у статті – це мікротаргетинг, який має на меті публікацію персоналізованих повідомлень на рівні окремої людини, що відповідають потребам та запитам конкретної особи.

Констатовано, що використання штучного інтелекту для зовнішньої комунікації дозволяє ефективно моніторити ринок, автоматично визначаючи не тільки лідерів думок із будь-якої теми, а й тих, хто впливає на розвиток цієї теми. Були проаналізовані переваги проведення онлайн-голосування та онлайн-засідань. Зокрема, дійшли висновку, що онлайн-методи спрощують організацію засідань громадських рад, а саме дозволяють збирати кворум для прийняття рішень.

Визначені в науковій статті засоби вирішення проблем використання соціальних мереж у діяльності громадських рад та запропоновані інноваційні інструменти задля покращення комунікацій громадських рад у подальшому можуть сприяти більш ефективному використанню соціальних мереж громадськими радами, створенню дієвих моделей, пошуку шляхів та методів підвищення ефективності комунікації громадських рад із громадськістю.

---

#### Література:

1. Дубняк К.В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. Держава та регіони. Серія: «Соціальні комунікації». 2014. № 3. С. 122–126. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\\_2014\\_3\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_3_28)
2. Количество украинских пользователей Facebook достигло 11 млн. / Гордон. 2018. URL: <https://gordonua.com/news/society/kolichestvo-ukrainskih-polzovateley-facebook-dostiglo-11-mln-228544.html>
3. Почепцов Г. Теорія комунікації / Рефл-бук Ваклер. 2001. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikacii-teoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
4. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. К., 2014. 295 с.
5. Olson P. Face-To-Face With Cambridge Analytica's Elusive Alexander Nix / Forbes. 2018. URL: <https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2018/03/20/face-to-face-with-cambridge-analytica-alexander-nix-facebook-trump/>
6. Social Media Stats Worldwide / Statcounter. 2018. URL: <http://gs.statcounter.com/social-media-stats>