

Рекламно-інформаційне представлення діяльності органів місцевого самоврядування в соціальних мережах

Жанна Мина¹, Лідія Кокор²

1. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: Zhanna.Shijaniuk@gmail.com

2. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12
E-mail: lidiyakokor@gmail.com

The article deals with the feasibility of using social networks by local governments. It shows the influence of social networks to create the image and reputation of the municipal authorities.

Ключові слова – органи місцевого самоврядування, соціальні мережі, інформація, територіальна громада.

Вступ

Впровадження та використання інформаційних технологій в діяльність органів місцевого самоврядування з метою забезпечення відкритості і прозорості та представлення звітів про свою діяльність є одним із сучасних пріоритетних напрямків державної політики. Згідно з законодавством України, органи місцевого самоврядування наділяються правом представляти інтереси територіальної громади і приймати від її імені рішення. Участь громадян у прийнятті рішень підвищує рівень довіри до муніципальних органів та породжує взаємну відповідальність. Місцева влада повинна бути готовою вчасно представляти та пояснювати свою позицію та володіти вмінням вносити потрібні корективи. Налагодження конструктивного публічного діалогу та просування інформації про роботу органів місцевого самоврядування доцільно здійснювати з використанням соціальних мереж.

Основна частина

Соціальні Інтернет-мережі поступово стають важливим інструментом громадянського суспільства, засобом масової інформації з найбільш вираженим на сьогоднішній день ступенем незалежності, що обслуговують громадські інтересні потреби, формують громадську думку.

Використання соціальних мереж органами місцевого самоврядування у своїй роботі сприяє:

оперативному обміну інформацією між співробітниками муніципальних органів в режимі он-лайн;

підвищенню лояльності до адміністрації через моніторинг і ведення обговорень про події, які мають місце в житті громадян;
діалогу між владою і громадою на якісно новому рівні;
проведенню дискусій та опитувань з метою врахування громадської думки;

своєчасному нівелювання негативних думок в режимі он-лайн, захисту репутації;

підвищенню популярності установи;

інформуванню користувачів про нові події, які відбуваються в місті та області;

зворотньому зв'язку в режимі он-лайн.

Соціальні мережі є ефективним засобом рекламування діяльності органів місцевого самоврядування, оскільки сторінки в соціальних мережах відвідуються користувачами значно частіше, ніж офіційні сайти.

Для успішної реалізації завдань, які виконуються органами місцевого самоврядування та для ефективного представлення своєї діяльності в соціальних мережах, потрібно щоб прослідковувалась коректність та достовірність контенту, який завантажується на сторінку; проводився інструктаж персоналу з метою обмеження публікацій корпоративної інформації; здійснювався захист від вірусів, та зловмисників; підтримувалось спілкування між учасниками мережі. Також для зацікавлення громади, варто висвітлювати інформацію про культурне життя регіону, про спорт, молодь та туризм, освіту та науку, економіку та соціальний розвиток, соціальний захист. Пропонується створити рубрику «Громадські обговорення».

Висновок

Використання соціальних мереж для висвітлення інформації про діяльність органів місцевого самоврядування є доцільним та впливає на формування як репутації, так і на формування іміджу муніципального органу. Особливого значення набуває можливість використання зворотного зв'язку в соціальних мережах, що збільшує довіру громадян та надає можливість нівелювати чутки та недостовірні новини.

Література

1. Соціальні мережі. Вступ [Електронний ресурс]. – Електронні дані – Блог. – Режим доступу: <http://money.blox.ua/2012/03/Sotsialni-merezhi-Vstup.html> – Назва з екрану. – Мова укр.