Анализ на общинското присъствие във Facebook

**Евелина Йотова Ножчева**, Факултет по математика и информатика, Софийски университет „Св. Климент Охридски“  
 evelina.nozhcheva@gmail.com

Abstract

Businesses already entered social networks and use them actively as communication, marketing, sales, and customer support channels. In the recent years, municipalities and state administrations started to use social networks to reach their constituents although this practice is not consistent. The research is devoted on a development of a platform that allows to monitor and to analyze the presence of municipalities in Facebook. The platform http://socialpresence.azurewebsites.net/ is open to monitor and analyze municipalities’ presence and performance in Facebook of municipalities all over the world. Some initial results are presented. The presence in Facebook of 265 municipalities in Bulgaria was monitored and analyzed in years 2014 and 2016

.   
Keywords: Municipalities, Social Networks, Facebook, Crowdsourcing, Open Data

# Въведение и цел на дипломната работа

Facebook е най-голямата онлайн социална мрежа в света, която поддържа повече от 70 езика. Достъпен от 2004 г. насам, днес той има над 223 милиона потребители в Европа и постави рекорд в края на месец август тази година с над 1 милиард активни потребители за ден (Matney). Повече от 70% от потребителите на тази социалната мрежа констатират, че я посещават поне веднъж дневно като над 45% от тях влизат във Facebook по няколко пъти на ден. Това е една от социалните мрежи с най-лесен и достъпен начин за представяне на информация и комуникация (Sarah Morse).

Тези функционалности нареждат Facebook на едно от първите места сред социалните мрежи и е съвсем логично желанието за присъствие не само на частния бизнес, но и на държавните институции. Социалната мрежа предоставя всички необходими средства за представянето и обратната връзка на тези институции със заинтересованите Facebook потребители.

Целта на дипломната работа е анализ на присъствието на общините във Facebook към настоящия момент и препоръки за това как те могат да станат по-популярни и въздействащи в тази социална мрежа, как да извлекат максималната полза от представянето си и какво още могат да направят за подобряване на връзката община – население.

# Описание на решението

За основа на изследването са взети анализи от направено проучване за присъствието на българските общини във Facebook през 2014г. Установено е, че едва 36% от общините имат някакво присъствие във Facebook като близо 24% от тях имат погрешно представяне – не чрез страница, а чрез личен профил.

На база на тези резултати и методите на събиране и анализиране на информацията в изследването, беше създадено приложение, което да извършва различни анализи и сравнения на въведени данни.

Системата предоставя възможност на всеки автентикиран потребител да въвежда предварително дефиниран формат на информация за намерена община във Facebook. Модератори разглеждат ново въведената информация и преценяват дали тя е достоверна и годна за анализ. Отбелязана е датата на попълване на всяка информация като това помага за анализ на динамиките в представянето на общините в социалната мрежа. При попълване на информацията се появява описание за всяко едно от полетата, които потребителят трябва да попълни.

Уеб приложението извършва търсения на база въведената информация за общините и сравнява показателите за представянето им във Facebook . Приложението предлага интерфейс за наблюдение на тенденциите в присъствието във Facebook на общините като цяло и за сравняване и анализ на резултатите.

# Резултати от анализа на данните

Благодарение на разработеното приложение, сравнителният анализ, който беше направен, показва следните тенденции в присъствието на българските общини във Facebook от 2014г. насам.

* Общините стават все по-разпознаваеми във Facebook като тяхното присъствие се е увеличило двойно за последната година
* все още е голям броят на тези от общините в България, които използват профил вместо страница за своето представяне в социалната мрежа
* българските общини избират правилно категорията за своето представяне в социалната мрежа като използват най-често „Community” или “Government organization”
* 82% от общините, които използват Facebook страница за своето представяне, имат пълен набор контакти(телефонен номер, електронна поща и уеб сайт)
* 45% от общините са активни в социалната мрежа и създават между 1 и 3 публикации(постове) на седмица, но публикациите им трябва да бъдат по-къси, за да ангажират в по-голяма степен последователите си.

# Заключение

Така направените анализи показват, че представянето на българските общини не просто е нараснало, но се е и подобрило през годините. Все още има области в тяхното представяне, които търпят подобрения, но тенденцията е една – популяризиране на българските общини и техните дейности във Facebook.

А публичността на проекта и лесният достъп до информацията, както и възможността за използването й за други научни цели, ще помогне за събирането на по-голям обем данни, чрез които да се правят по-задълбочени анализи в тази област на общини от целия свят

Заключенията от анализите направени чрез тази система дадат възможност да се подобри процесът по търсене, представяне и взаимодействие между общините и гражданите – потребители на Facebook. Систематизираната информация предоставена в приложението на тази дипломна работа дава възможност на общините да анализират сегашното положение, да проследят тенденциите в областта и да следват добрите практики произлезли от анализите.

# Използвана литература

Matney, Lucas. *Facebook Hits New Peak Of 1 Billion Users On A Single Day*. November 2015 r. <http://techcrunch.com/2015/08/27/facebook-hits-1-billion-users-in-a-single-day/>.

Sarah Morse, studioD. *How Facebook Helps Us Communicate*. 2015. <http://smallbusiness.chron.com/facebook-helps-communicate-66432.html>.