



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД

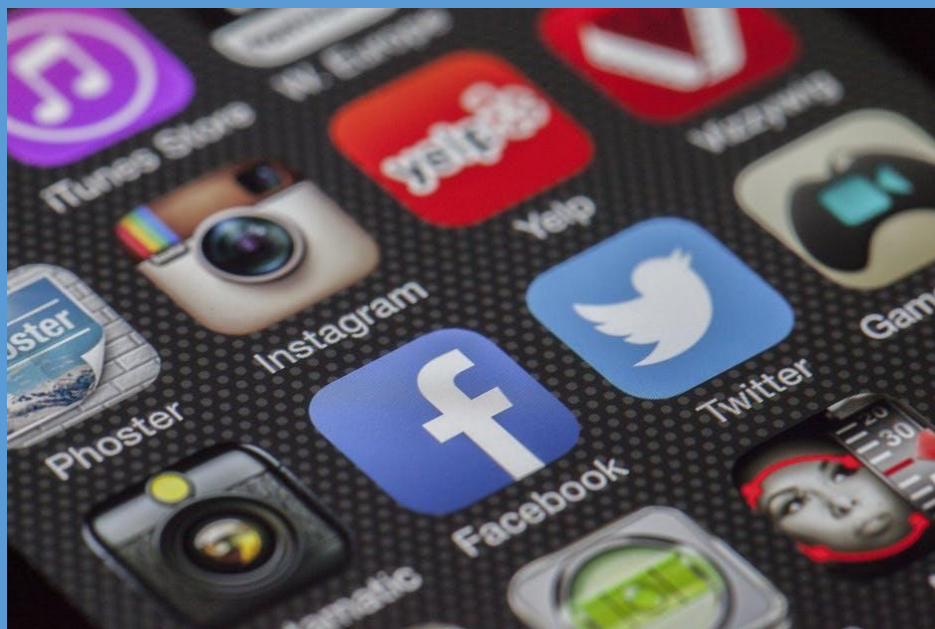


ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

## „ИНСТИТУЦИОНАЛНА ИДЕНТИЧНОСТ НА ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦИТЕ И СТРАНИЦИТЕ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ НА ДЪРЖАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ“



Ясен Георгиев, Димитър Илиев, Камен Спасов

Април 2018, гр. София



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Аналитичен документ

**„Институционална идентичност на интернет страниците и страниците в социалните мрежи на държавната администрация в България“**

**Автори**

Ясен Георгиев

Димитър Илиев

Камен Спасов

ISBN 978-619-7262-10-0

©Институт по публична администрация, 2018



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

## Abstract

Public administration structures use their official web pages and increasingly social networks to communicate with citizen and businesses. While the use of websites is supposed to be institutionalized due to existing regulations, this is not the case with the presence of the institutions in social media (at least in Bulgaria). At the same time social media undisputably became one of the preferred methods of sharing information and communicating to broader audiences and therefore their proper use on behalf of public administration is of major importance.

The research report is conducted to examine the actual situation of institutional identity of web pages and social media pages of public administration structures in Bulgaria. Websites of 203 administration structures on central, regional and local level were evaluated for compliance with the existing instruction. For the same research sample the presence in social networks was investigated with a tool developed in previous works is upgraded with additional functionality. Its functionality allows that gathering of data from Facebook pages of public administration structures is automatized.

Based on the research findings and data the report provides recommendations on improvement of institutional identity of web pages and social media pages of public administration structures and eventually an update and amendment to the existing instruction.

**Keywords:** Institutional Identity, Public Administration, Websites, Social Media, Research Tool



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

## Информация за авторите

**Ясен Георгиев** е изпълнителен директор на Институт за икономическа политика. Присъединява към Института през 2006 г. като младши изследовател, след като преди това е започнал професионалното си развитие в Министерството на отбраната на Република България и Байерсдорф България. В периода 2010-2011 г. е стипендиант на фондация Роберт Бош, Германия в девет месечна програма за млади ръководни кадри от Централна и Източна Европа. Като част от тази програма специализира четири месеца в дирекция „Международни икономически въпроси“ в Асоциацията на германските индустриално-търговски камари, Берлин и четири месеца в дирекция „Европейска политика“ във Федералното министерство на икономиката и технологиите, Берлин.

Притежава бакалавърска степен по „Международни отношения“ в Университета за национално и световно стопанство, София и магистърска степен по „Бизнес администрация – стратегическо управление“ от Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Преминал е през обучения на университета Ludwig Maximilian, Мюнхен и Hertie School of Governance, Берлин.

**Димитър Илиев** е студент магистър във Факултета по математика и информатика на Софийски университет, специалност „Електронен бизнес и електронно управление“, където фокус на програмата е: Прилагане съвременни информационни, комуникационни и управленски технологии в бизнеса и публичната администрация. Димитър Илиев е бакалавър инженер по професионално направление „Комуникационна и компютърна техника“ към „Технически университет-Варна“ от 2010г. до 2014 г. Интересите са му свързани, с внедряване на нови софтуерни/информационни технологии в бизнеса и публичната администрация. Като ученик и по-късно като студент, той активно е взимал участие в състезания по състезателно програмиране.

Димитър Илиев има шест години опит в сферата на софтуерните технологии, към момента той е софтуерен инженер във „Ви Ем Уеър - България“ ЕООД. Където разработва софтуерни продукти позволяващи виртуализация на повечето компоненти в центрове за данни. Той има опит с архитектура, разработка и поддръжка на системи боравещи с големи обеми от данни.

**Д-р Камен Спасов** е доцент във Факултета по математика и информатика на Софийски университет. Той е ръководител на магистърска програма „Електронен бизнес и електронно управление“ от 2010 г. От 2014 г. ръководи и магистърска програма „e-Business“ с преподаване на английски език. Доц. д-р Спасов е ръководител на Лаборатория по електронно управление към Българска академия на науките. Научните му интереси са в областта на електронното управление, отворени данни и открито управление, големи масиви от данни, математическо моделиране, управление на взаимоотношенията с клиенти (граждани).

Д-р Спасов има опит при внедряване на системи за електронно управление. Той има теоретичен и практически принос при изграждането на електронно управление в България. Бил е съветник на Министъра за развитие на електронното управление и е заемал поста Заместник министър на транспорта информационните технологии и съобщенията с ресор електронно управление.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Опитът му по темата електронно правителство/електронно управление е обобщен в част от публикациите му.

Доцент д-р Камен Спасов е дългогодишен лектор в Института по публична администрация към Министерски съвет и води курсове свързани с електронното управление.

Камен Спасов има дългогодишен управленски опит в частния бизнес. Работил е на ръководни позиции в български и чуждестранни високотехнологични компании в България и САЩ.

## Съдържание



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

<b>1. Основание за изготвяне на аналитичния документ</b> .....	9
<b>2. Въведение</b> .....	9
2.1. Предишни изследвания .....	11
2.2. Статистически данни за България за потребление на интернет и социални мрежи на Националния статистически институт .....	12
2.3. Данни за потребление на интернет и социални мрежи в България.....	13
2.4. Статистически данни за България за потребление на интернет и социални мрежи и брой потребители .....	14
2.5. Държавен регламент .....	15
<b>3. Цел на аналитичния документ</b> .....	16
<b>4. Методология</b> .....	16
4.1. Уеб страници на администрацията .....	17
4.2. Присъствие в социалните мрежи .....	19
<b>5. Инструмент за извличане на данни от Facebook</b> .....	20
5.1. Описание на инструмент за извличане на данни от Facebook .....	20
5.2. Технологии използвани при създаването на инструмента за анализ .....	28
5.3. Примерен сценарий за работа с инструмента за извличане на данни за администрации от Facebook.....	29
<b>6. Анализ и резултати</b> .....	44
6.1. Институционална идентичност на администрациите .....	44
6.1.1. Институционална идентичност на страниците на държавната администрация в България.....	45
6.1.2. Институционална идентичност на страниците в социалните мрежи на държавната администрация в България.....	56
6.2. Активност и ангажираност на администрациите в социалните мрежи .....	61
6.2.1. Ангажираност на администрациите през годините .....	62
6.2.2. Детайлност и обем на информацията в профилите на администрациите в социалните мрежи. ....	64
<b>7. Препоръки и предложения</b> .....	68
7.1. Ефективна комуникация .....	69
7.2. Избягване на лоши практики .....	70
<b>8. Насоки за бъдещи изследвания</b> .....	70
<b>9. Заключение</b> .....	71
<b>10. Използвана литература</b> .....	73
<b>11. Приложения</b> .....	76



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

## Таблица на фигурите

Фигура 1. Българските граждани активно използват социалните мрежи [13] .....	14
Фигура 2. Очакван брой потребители на Facebook в България според Statista .....	15
Фигура 3. Модел (Data Model) на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи .....	26
Фигура 4. Основен екран на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи .....	30
Фигура 5. Основен екран на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи .....	32
Фигура 6. Основен екран на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи .....	33
Фигура 7. Екран "страни" в режим на добавяне на нов запис.....	33
Фигура 8. Добавен нов запис на страна в списъка със страни.....	34
Фигура 9. Екран за редакция и добавяне на типове администрации .....	34
Фигура 10. Добавяне на нов тип администрация.....	35
Фигура 11. Facebook линк на публична администрация.....	35
Фигура 12. Прилагане на филтри на екран съдържащ администрации.....	36
Фигура 13. Екран за автоматизирано събиране на данни от Facebook .....	37
Фигура 14. Екран за автоматизирано събиране на данни от Facebook .....	38
Фигура 15. Списък с Facebook страници за определена администрация .....	38
Фигура 16. Детайлна информация за Facebook страница за определена администрация.....	39
Фигура 17. Справка за постовете на съответната публична администрация .....	40
Фигура 18. Бутон за експорт на данни на екран съдържащ администрации .....	41
Фигура 19. Изкачащ екран за запис на данни.....	42
Фигура 20. екран с графики и част от автоматично генерираните графики .....	43
Фигура 21. Изходен код за вграждане в body елемент на външна уеб страница.....	44
Фигура 22. Наличие на собствена страница в интернет .....	45
Фигура 23. Само 15.3% от изследваните администрации спазват изискванията на Инструкция №4 - Чл. 11. Горният колонтитул трябва да съдържа наименование на администрацията и ясно указание, че това е официалната ѝ страница. ....	46
Фигура 24. Визуализация на герба от администрациите. Само част от администрациите спазват изискванията на, Чл. 13 от Инструкция № 4.....	49
Фигура 25. Инструкция №4 - Чл. 14. Наименованието на съответната администрация или административния орган е изписано вдясно от изображението на герба като първият буквен знак е главен, а останалите-редовни, и се подравнява вляво.....	51
Фигура 26. Инструкция №4 - Чл. 15. В горния десен край на колонтитула се разполагат следните инструменти за навигация: търсачка, достъп до карта на сайта, електронна форма или адрес на електронна поща за информация от гражданите относно проблеми в съдържанието на страницата.....	52
Фигура 27. Инструкция №4 - Чл. 15. В горния десен край на колонтитула се разполагат следните инструменти за навигация: смяна на езика на текст, промяна на големината на шрифта, управление на профила на потребителя.....	54
Фигура 28. Инструкция №4 - Чл.16. В долния колонтитул на интернет страниците се разполагат електронни препратки към правна информация за ограничаване на отговорността и политиката за достъпност .....	55



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Фигура 29. Инstrukция №4 - Приложение към чл. 16, т. 1/Задължителна правна информация – в долния колонтитул на интернет страниците се поставя електронна препратка, сочеща към следната информация: "следната информация: "Тази интернет страница е официална страница на..." .....	56
Фигура 30. Наличие на страница във Facebook и на препратка от основната уеб-страница към страница във Facebook .....	58
Фигура 31. Наличие на профил в Twitter и на препратка от основната страница към профил в Twitter .....	61
Фигура 32. Процент на администрации, посочили физически адрес .....	68



## **1. Основание за изготвяне на аналитичния документ**

Настоящият документ се разработва във връзка с изпълнението на дейност 5 от проект с номер на договор за безвъзмездна финансова помощ BG05SFOP001-2.004-0004-C01 и наименование „Работим за хората“ укрепване капацитета на институциите за посрещане на предизвикателствата на съвременните публични политики“, който е финансиран по процедура BG05SFOP001-2.004 „Повишаване на експертния капацитет на служителите в администрацията“ чрез директно предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по приоритетна ос № 2 „Ефективно и професионално управление в партньорство с гражданското общество и бизнеса“ на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.

Настоящият документ изследва институционалната идентичност на интернет страниците и страниците в социалните мрежи на държавната администрация в България. За тази цел, в периода януари-април 2018 г. са разгледани и анализирани интернет страниците на структури на държавната администрация и техните профили/страници в социалните медии с фокус върху Facebook като най-голяма социална медия.

## **2. Въведение**

Информационните и комуникационни технологии навлязоха много бурно в държавното и общинското управление особено през последните двадесет години. В България практически всички административни органи и администрации имат присъствие в интернет чрез свои уеб страници и портали. Постепенно административните органи и администрациите изграждат свое присъствие в социалните мрежи Facebook, Twitter, Instagram и др. В това изследване вниманието е насочено към уеб страниците на административните органи и администрации и към тяхното присъствие във Facebook.

От приемането на Инstrukция № 4 от 21 юли 2009 г. за изискванията към дизайна на интернет страниците на администрациите са изминали почти десет години. Интерес представлява доколко тя се спазва при изграждане на съвременни уеб страници на административни органи и администрации и дали е необходимо тя да се обнови.

Присъствието на българските административни органи и администрации във Facebook не е регламентирано. Те обаче изграждат свои профили и страници във



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Facebook. Закономерно възниква въпросът дали не е необходимо да се предложи регламентация, която да осигури институционална идентичност по подобие на Инструкция № 4.

За да отговори на тези въпроси, настоящият документ изследва интернет страниците и страниците във Facebook на административни органи и администрации на централно ниво, както и извадка от общини. Във фокуса на аналитичния документ попадат 203 административни структури на централно, областно и общинско равнище (Вж. Приложение 1. Списък на изследваните административни структури), попадащи в следните категории:

- Министерски съвет и неговата администрация
- Министерства
- Изпълнителни агенции
- Държавни агенции
- Държавни комисии
- Административни структури, създадени с постановление на Министерски съвет
- Административни структури, създадени със закон
- Областни администрации
- Общини

От администрациите на централно равнище най-многочислена е групата на административните структури, създадени със закон (44); следвана от групата на изпълнителните агенции (30); министерствата (18); административните структури, създадени с постановление на Министерския съвет (16), държавните агенции (11) и държавните комисии (5). Тук попада и интернет страницата на Министерски съвет, която за целите на последващия анализ е поставена в групата на министерствата. На областно равнище са изследвани интернет страниците и профилите във Facebook на всички 28 областни администрации, докато на местно равнище във фокуса на изследването попадат 50-те общини с най-голям брой жители.

Изследвана е степента, до която интернет страниците на всички 203 административни структури отговарят на Инструкция № 4 от 21 юли 2009 г. за изискванията към дизайна на интернет страниците на администрациите (Приложение 6. Инструкция № 4). С тази инструкция се определят минималните изисквания към дизайна на интернет страниците на администрациите на органите на изпълнителната власт. Изискванията, установени в тази инструкция, се

прилагат и по отношение интернет страниците на органите на изпълнителната власт, които нямат собствени администрации.

## 2.1. Предишни изследвания

Присъствието на администрациите в Интернет е привличало интереса на българските изследователи през годините.

През 2004 г. излиза „Оценка на уеб-страниците на общините в България“ [1] – изследване на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ и Програмата за развитие на ООН. Изследването е проведено по методологията на проекта KEE LAN. В него обстойно се разглеждат уебсайтовете на общините в България. По това време от 262 общини, 125 или 47,7% имат собствени официални сайтове. През следващата година е направено ново изследване по същата методология и е публикуван „Доклад е-Община“ [2]. Изследването показва че 86% от населението през 2005 г. живеят в общини със собствени сайтове, а сайтовете вече са 145.

През 2008 г. е направено „Анкетно проучване и анализ за използването на съвременни информационни и комуникационни технологии за по-добро управление в общините – капацитет, проблеми и препоръки“, възложено от Министерството на регионалното развитие и благоустройството (МРРБ) [3]. Обследвани са 161 от 264 общини по („Методика за оценка на състоянието и развитието на информационното общество в България“, адаптирана към индикаторите на eEUROPE+). Основният извод от проучването е, че общините в нашата страна изостават спрямо европейските практики в обслатта на информационните и комуникационни технологии.

През 2015 г. Институтът за икономическа политика публикува данни за проведено през 2014 г. изследване на интернет страниците на 27-те най-големи общини (областни центрове), реализирано в партньорство с Института за електронно управление към Училището по публична администрация Рътгърс, Щатски университет на Ню Джърси – чиито експери са автори на докладите *Digital Governance in Municipalities Worldwide* [4]. Световните доклади са в основата на методологията на изследването на Институт за икономическа политика, като в случая са добавени допълнителни критерии, които да отразят възможно най-пълно спецификите на българското законодателство и административна практика. Изследвани са няколко показателя: 1) Сигурност и защита на личната информация; 2) Приложимост; 3) Съдържание; 4) Предлагани услуги; 5) Гражданско участие и социална ангажираност. Общият извод е за неравномерно



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

представяне на изследваните общини като разликата в резултатите между общината с най-висока оценка и тази с най-ниска е почти 2,5 пъти.

През 2016 г. Институт за икономическа политика провежда второто издание на изследването, което показва увеличаване на разликата между общините, чиито уеб страници се представят най-добре и тези, които заемат последните места, но също така от обобщените крайни резултати става ясно, че общините отбелязват напредък в почти всички категории [5].

Третото годишно изследване на дигиталното управление на 27-те най-големи общини (областни центрове) в България на Институт за икономическа политика от 2017 г. завтвържда споменатата тенденция – макар и с бавен темп е налице напредък по всички пет компонента, формиращи крайния Индекс на дигиталното управление [6].

През 2015 г. е публикувано направеното през 2014 г. подробно изследване на присъствието на общините във Facebook [7]. От 264 общини 96 имат присъствие във Facebook. От тях 23 вместо страница във Facebook поддържат профил.

През 2016 г. изследването е проведено отново, като за целта е създаден софтуерен инструмент [8]. Броят на общинските администрации, които активно публикуват съобщения във Facebook (поне веднъж годишно) е малко над 80 (от 285).

## **2.2. Статистически данни за България за потребление на интернет и социални мрежи на Националния статистически институт**

Резултатите от проведено през 2017 г. изследване за използването на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) в домакинствата и от лицата показват, че 67,3% от домакинствата в България имат достъп до интернет, а 63,0% разполагат с настолен компютър, лаптоп или таблет. През 2017 г. 58,8% от населението на възраст между 16 и 74 навършени години използва компютър всеки ден или поне веднъж седмично на работа, къщи или на друго място.

Запазва се тенденцията на растеж и по отношение на регулярното използване на интернет от лицата, като 61.9% от тях използват интернет всеки ден или поне веднъж седмично.

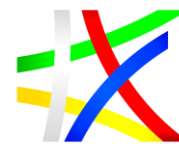
През 2017 г. 20.7% от лицата използват глобалната мрежа за взаимодействие с органите на държавната администрация. Най-значителен е дялът на лицата, които са получавали информация от уебсайт на публичната администрация



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

(14.7%), следван от дела на изтеглилите формуляри от официална интернет страница (10.4%) и изпратилите попълнени формуляри (8.3%) през последните дванадесет месеца [9].

Резултатите от проведеното през 2017 г. изследване сред предприятията с 10 и повече заети лица показват, че 96.7% от тях използват компютри, като при големите предприятия с 250 и повече заети лица относителният дял е 100.0%. Високоскоростният, надежден и непрекъснат интернет достъп е основна необходимост за предприятията и 94.6% от тях са били в постоянна връзка с глобалната мрежа през текущата година.

През 2017 г. 34.4% от предприятията използват различни видове социални медии, за да развият дейността си и да разширяват своето интернет присъствие. Най-популярни са социалните мрежи (Facebook, LinkedIn, Xing, Google+, DotBulgaria и т.н.), в които 47.5% от предприятията с 250 и повече заети лица поддържат свой профил. Големите компании са най-активни и при използването на уебсайтове за споделяне на мултимедия (VBox7, YouTube, Instagram, Flickr, SlideShare и т.н.) с дял от 20.0%, докато при малките предприятия с 1 -49 заети лица относителният дял е едва 6.7% [10].

По През 2015 г. предприятията използват интернет за взаимодействие с публични институции с цел получаване на информация (71%), изтегляне на формуляри (75,6%) и изпращане на попълнени формуляри (напр. предоставяне на статистическа информация) – 75,7% [11].

### **2.3. Данни за потребление на интернет и социални мрежи в България**

Докладът за напредъка на Европа в областта на цифровите технологии (EDPR) проследява постигнатия от държавите членки напредък по отношение на тяхната цифровизация, като съчетава количествени доказателства от индекса за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото (Digital Economy and Society Index – DESI) и качествена информация относно специфични за всяка държава политики [12]. По отношение на използване на социалните мрежи българските граждани заемат шесто място в Европа, макар че по други показатели се отбелязва изоставане, както се вижда от фигура 1.

3 Използване на интернет	България		Клъстер	ЕС
	място	резултат	резултат	резултат
DESI, 2017 г.	26	0,39	0,39	0,48
DESI, 2016 г.	23	0,39	0,37	0,45

	България				ЕС
	DESI, 2017 г.		DESI, 2016 г.		DESI, 2017 г.
	стойност	място	стойност	място	стойност
<b>3а1 Новини</b> % лица, които са използвали интернет през последните 3 месеца	68 % ↓	21	70 %	18	70 %
2016 г.			2015 г.		2016 г.
<b>3а2 Музика, видеозаписи и игри<sup>11</sup></b> % лица, които са използвали интернет през последните 3 месеца	64 %	28	Неприложимо		78 %
2016 г.					2016 г.
<b>3а3 Видео по заявка<sup>12</sup></b> % лица, които са използвали интернет през последните 3 месеца	8 %	23	Неприложимо		21 %
2016 г.					2016 г.
<b>3б1 Видео разговори</b> % лица, които са използвали интернет през последните 3 месеца	80 % ↓	1	82 %	1	39 %
2016 г.			2015 г.		2016 г.
<b>3б2 Социални мрежи</b> % лица, които са използвали интернет през последните 3 месеца	76 % ↑	6	74 %	6	63 %
2016 г.			2015 г.		2016 г.
<b>3в1 Банкиране</b> % лица, които са използвали интернет през последните 3 месеца	7 % ↓	28	9 %	28	59 %
2016 г.			2015 г.		2016 г.
<b>3в2 Пазаруване</b> % потребители на интернет (предходна година)	27 % ↓	27	31 %	27	66 %
2016 г.			2015 г.		2016 г.

Фигура 1. Българските граждани активно използват социалните мрежи [13]

#### 2.4. Статистически данни за България за потребление на интернет и социални мрежи и брой потребители

По данни на Statista броят на интернет активните (поне веднъж месечно) потребители е 3,5 милиона през 2015 г. Очаква се този брой да достигне 4,19 милиона през 2022 г. [14].

По данни на Statista броят на потребителите на Facebook в България е между 2,3 и 2,4 милиона, както се вижда на фигура 2.



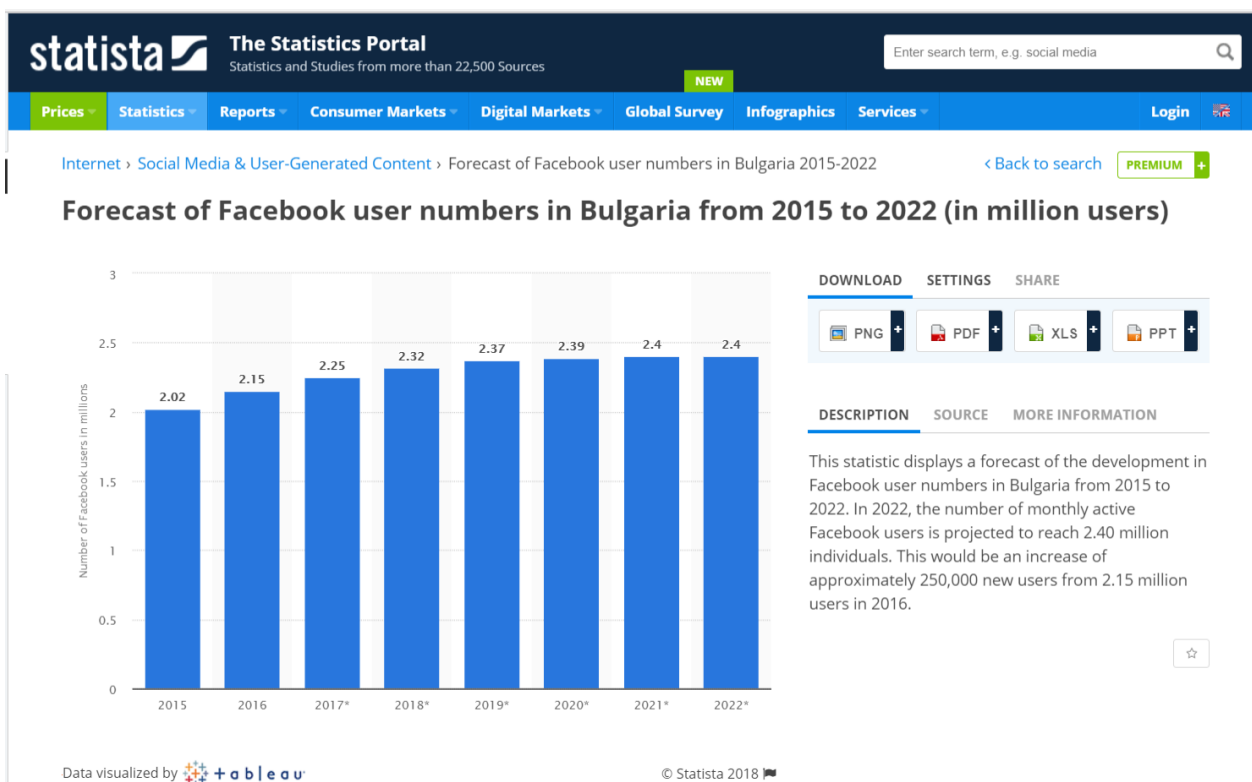
ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ



Фигура 2. Очакван брой потребители на Facebook в България според Statista

Пак по данни на Statista от месец януари 2018 г. 52% от интернет потребителите в България са активни поне веднъж месечно във Facebook. По данни от същия източник през януари 2017 г. 2,9 милиона българи са проявили активност в социалните мрежи през мобилни устройства.

## 2.5. Държавен регламент

Присъствието на структурите на българската държавна и общинска администрация в Интернет е регламентирано с Инstrukция № 4 от 21 юли 2009 г. за изискванията към дизайна на Интернет страниците на администрациите издадена от Министерството на държавната администрация и административната реформа и обнародвана в брой 64 на Държавен вестник от 11 Август 2009 г. [15]. Инstrukцията не третира присъствието на администрацията в социалните мрежи (Facebook, Twitter и др.) тъй като към този момент те не са толкова популярни и практически администрациите не присъстват в тях. От публикуването на Инstrukцията са изминали почти десет години и е необходимо да се оцени доколко тя е актуална.

### **3. Цел на аналитичния документ**

Цел на изследването е оценка на уеб-страниците на администрациите и анализ доколко те отговарят на изискванията на Инструкция № 4, както и оценка на присъствието на администрациите в социалните мрежи, по-конкретно във Facebook.

Във връзка с постигането на целта на изследването са поставени следните задачи:

- Избор на административни структури, които да бъдат включени в изследването;
- Дефиниране на методология за анализ на уеб-страниците на администрациите;
- Дефиниране на методология за анализ на страниците на администрациите във Facebook;
- Създаване на инструмент за автоматизирано изследване на страниците на администрациите във Facebook;
- Събиране и анализ на събраните данни;
- Формулиране на изводи и препоръки на база на анализа на събраните данни;
- Предложение за актуализиране на Инструкция № 4.

### **4. Методология**

Методологията на изследването се базира на предходните изследвания [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7] и [8] и на изискванията в Инструкция № 4 [15] в частта касаещи интернет страниците на изследваните администрации, а по отношение на анализа на присъствието им в социалните мрежи с нова функционалност е доразвит посоченият инструмент [8], така че да се включат и други административни структури освен общински администрации. Тъй като броят на административните структури (включително териториалните подразделения на централни администрации) в Република България е голям (над 500), а броят на общините е 265, беше взето решение да се направи извадка, включваща основно централни администрации и по-големите общини.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

#### 4.1. Уеб страници на администрацията

Повечето изследвания до момента са насочени предимно към уеб-страниците на общинските администрации в интернет. В настоящото изследване придобитият опит е използван основно за анализ на присъствието на централните администрации в уеб пространството. Инструкция № 4 регламентира изграждането и поддържането на уеб страниците на администрациите. В изследването чрез посещение на всяка една от уеб-страниците на избраните администрации (Приложение 1. Списък на изследваните административни структури) е проверено доколко дизайнът и съдържанието на уеб страницата на съответната администрация отговарят на изискванията на Инструкция № 4.

Интернет страниците на всички 203 администрации за изследвани по общи критерии, а данните са обобщени в единна таблица в *Microsoft Excel* (вж. Приложение 2. Таблица, използвана за събиране на информация за интернет страниците на администрациите). Първите три колони съдържат информация за вида административна структура, наименованието на съответната административна структура и интернет адреса на официална уеб-страница. Видовете административни структури са както е посочено по-горе:

- 1) Министерски съвет и неговата администрация;
- 2) министерства;
- 3) изпълнителни агенции;
- 4) държавни агенции;
- 5) държавни комисии;
- 6) административни структури, създадени с постановление на Министерски съвет;
- 7) административни структури, създадени със закон;
- 8) областни администрации;
- 9) общини.

Събираната информация е разделена в две секции – 1) Обща информация и 2) Налична информация спрямо Инструкция №4, като на всяка интернет страница е присъждана по 1 т. при наличие на даден елемент и по 0 т. при липсата му. Така



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

например при наличието на собствена официална страница съответната административна структура получава 1 т., а при липса – 0 т.

В секция „Обща информация“ е събирана информация за наличието на:

- Собствена официална страница;
- Наличие на линк от основната страница към профил във Facebook;
- Наличие на профил във Facebook;
- Ако е наличен профил във Facebook – адрес в интернет;
- Наличие на линк от основната страница към профил в Twitter;
- Наличие на профил в Twitter;
- Ако е наличен профил в Twitter – адрес в интернет.

В секция „Налична информация спрямо Инструкция №4“ е оценявано наличието на основни елементи от сега действащата Инструкция №4 като:

- Спазване на чл. 11 – горният колонтитул да съдържа наименование на администрацията и ясно указание, че това е официалната ѝ страница (по 1 т. за наличието на двата елемента – наименование на администрацията и ясно указание, че това е официалната ѝ страница);
- Спазване на чл. 13, касаещ наличието и използването на точно описан герб (по 1 т. за наличието на следните четири критерия – гербът на Република България се визуализира на бял фон в лявата част на горния колонтитул на интернет страниците; гербът е цветен; гербът е черно-бял; използвана е основната структурна форма на герба (лъв));
- Спазване на чл. 14 – наименованието на съответната администрация или административен орган е изписано вдясно от изображението на герба като първият буквен знак е главен, а останалите - редовни, и се подравнява вляво;
- Спазване на чл. 15 – в горния десен край на колонтитула да са разположени определени инструменти за навигация (по 1 т. за наличието на следните елементи: търсачка; достъп до карта на сайта; електронна форма или адрес на електронна поща за информация от гражданите относно проблеми в съдържанието на страницата и нейната функционалност; опция за смяна на езика на текст; възможност за промяна на големината на шрифта; меню за управление на профила на потребителя‘



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

- Спазване на чл. 16. – е долния колонтитул на интернет страниците да се разполагат електронни препратки към 1) вътрешната интернет страница, съдържаща задължителната правна информация за ограничаване на отговорността на съответната администрация за чуждо съдържание, за авторски права и за обработването на лични данни, съгласно приложението (1 т.) и към 2) политиката за достъпност на съответната администрация (1 т.);
- Спазване на Приложение към чл. 16, т. 1 / Задължителна правна информация – в долния колонтитул на интернет страниците да се поставя електронна препратка, сочеща към следната информация: „следната информация: "Тази интернет страница е официална страница на....“ .

Информация с индивидуални данни за представянето в посочените две секции на всяка отделна интернет страница на всички изследвани администрации е налична в Приложение 3. Таблица с данни за интернет страниците на администрациите, а обобщената информация в Приложение 4. Таблица с обобщени данни за всички интернет страници на администрациите, като поради обема на двете таблици в *Microsoft Excel* двете приложения за достъпни само в електронния вариант на аналитичния документ (на носител CD).

#### 4.2. Присъствие в социалните мрежи

Както се вижда от представените по-горе статистически данни голяма част от гражданите са активни участници в социалните мрежи. Администрациите отчитат този феномен и също търсят своето присъствие в социалните мрежи. Това обаче не е регламентирано в нормативната уредба и поражда множество въпроси, особено в светлината на дискусиата относно „фалшивите новини“.

Основно внимание е отделено на присъствието на администрациите във Facebook като по-популярна социална мрежа сред гражданите на Република България. За нуждите на изследването е разработен специализиран софтуерен инструмент с помощта на който се автоматизира извличането на основните параметри на дадена Facebook страница. Данните се записват в базата данни на уеб приложение и са достъпни (и в машинно четим формат) за визуализация и анализ. При изграждането на софтуерния инструмент е използван опита и методиката разработени в предходните изследвания [7] и [8].

Присъствието на администрациите в Twitter е по-слабо застъпено в изследването. Проверява се дали веб страницата на администрацията сочи към Twitter account и обратното.

## **5. Инструмент за извличане на данни от Facebook**

За целите на изследването инструментът [8] е доразвит с нова функционалност, за да може да се включат и други административни структури освен общински администрации.

### **5.1. Описание на инструмент за извличане на данни от Facebook**

С цел по-добър анализ на присъствието на публичните администрации във Facebook, бе разработен софтуерен инструмент наречен "Social Presence" <http://socialexposure.azurewebsites.net/>, позволяващ поддържане на база данни с публични администрации разпределени по тип и събиране на историческа информация относно поведението на администрациите във Facebook. Информацията бе извлечена чрез публичен приложно-програмен интерфейс на име Graph API собственост на Facebook.

[Graph API](#) [16] е ядрото на Facebook и позволява консистентен изглед на [социалния граф](#) [17], представящ унифицирано обектите (хора, снимки, събития и страници) и връзките между тях (приятелства, харесвания и отбелязвания на снимки).

Посоченият по-горе програмен интерфейс дава възможност да бъдат събрани данни, които помагат при анализ на присъствието на публичните администрации в интернет пространството, в частност във Facebook.

Събраните данни включват:

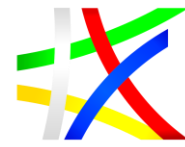
- Публикации;
- Коментари;
- Реакции на потребители;
- Рейтинг на страницата;
- Брой харесвания;
- Описание на страницата, контакти, работно време и др.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Разработеният софтуерен продукт предоставя на потребителите възможност за автоматизирано събиране на информация при поискване. Този подход се оказва особено подходящ за целите на текущия проект. Изборът за кои публични администрации да бъде събрана информация е оставен на потребителя. За улесняване създаването на списък с администрации в софтуера е заложена филтрация на администрациите по различни филтри, например: Тип на администрацията или Страна. Инструментът е разработен така, че да позволява сваляне на информация за една Facebook страница многократно, което позволява следене на развитието на дадена страница през даден времеви период.

Предоставена е възможност за експорт на всички събрани данни в **машинно четим формат**. Експортът позволява на потребителя да анализира данните в инструмент по негов избор, независимо спрямо разглеждания инструмент.

В продукта има заложен визуализации на някои ключови метрики, като:

- Харесвания
- Одобрение на страниците
- Дължина на постовете
- Степен на ангажираност/комуникативност с потребителите

Целта на този инструмент е да помогне в изготвянето на документ-препоръка към публичните администрации за работа в социалните мрежи, тъй като към момента на създаването на този документ такава препоръка не съществува.

Инструментът позволява съпоставяне на представянето на две или повече публични администрации по различни метрики.

На потребителите е предоставена възможност да дефинират свой тип публична администрация, например тип: община или министерство.

Допълнително за всяка администрация трябва да бъде избрана страна/държава. Тази възможност би позволила съпоставка на между аналогичните администрации в различните страни на бъдещ етап.

Функционалности, заложен при проектиране и създаване на софтуерния инструмент:

- В инструмента да има заложена възможност за създаване на няколко различни типове обекти:

- Администрация (FacebookPageOwner в модела) - Основен обект, използва се за дефиниране на администрации. Обектът притежава следните свойства:
  - ID - Уникален идентификационен номер
  - Name - Име
  - Creation\_date - Дата на създаване на обекта
  - CountryId - Идентификационен номер на страна
  - OwnerTypeId - Идентификационен номер на тип на администрацията
  - facebook\_link - поле съдържащо хипервръзка(URL) към страницата на администрацията във Facebook
- Тип на администрация (OwnerType в модела) - обект, съхраняващ дефинираните от потребителя типове администрации. Всяка администрация задължително бива дефинирана с тип. Всяка администрация има точно един тип. Един тип може да бъде назначен на много администрации. Обектът се характеризира със следните полета:
  - Идентификационен номер на типа
  - Име на типа.
- Страна (Country в модела) - обект, съхраняващ дефинираните от потребителя страни. На всяка администрация задължително бива назначена страна. На една администрация може да бъде назначена само една страна. Една страна може да има повече от една администрации. Обектът е характеризира със следните полета:
  - Идентификационен номер на страната
  - Име на типа.
- Facebook страница (Facebook\_page в модела) - обект, съхраняващ извлечените данни от Facebook Graph API [16] за страница. Всяка Facebook страница в модела има "собственик" в лицето на Администрация (FacebookPageOwner). Една администрация може да има много обекти от тип Facebook



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Страница, тъй като се желае да се постигне възможност за проследяване на присъствието на дадена администрация в исторически план. Всеки един обект от тип Facebook страница представлява статична снимка на Facebook страница в даден времеви момент. Facebook страница има следните свойства:

- id - Идентификационен номер на страницата вътрешен за продукта.
- Name - Име на страницата както е написана във Facebook.
- Category - Категория на страницата, както е зададена във Facebook.
- Creation Date - Дата на създаване на Facebook страницата.
- Short Name - Кратко име на страницата.
- Has\_phone - (Двоична стойност) Дали е публикуван телефонен номер на страницата.
- Website
- has\_email - (Двоична стойност) Дали е въведен e-mail на съответната страница
- has\_about\_page - (Двоична стойност) Дали е въведена информацията относно страницата.
- defined\_location - (Двоична стойност) Дали е зададен адрес
- website - хиперлинк към web страницата на администрацията
- milestones\_count - брой постижения.
- liked\_pages - брой харесани страници.
- approved - одобрен
- contributor\_email - e-mail на потребителя въвел тази страница, ако е въведена на ръка.
- facebook\_id - Уникален идентификационен номер в екосистемата на Facebook (Graph API).



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

- type - тип на страницата.
  - phone - телефонен номер.
  - about - текст от about полето на страницата.
  - mission - текст от mission полето на страницата.
  - overall\_star\_rating - рейтинг на страницата, оценен според потребителите във Facebook. Рейтингът е число в интервала от 1 до 5.
  - facebook\_url - хиперлинк към Facebook страницата.
  - likes - Брой лайкове на съответната страница.
- Постове (Posts в модела) - Обект, съхраняващ извлечените данни от Facebook (graph API), които са свързани към постове на страница. Всеки обект представлява един пост на съответната страница. Моделът е построен така, че всяка Facebook страница да има множество постове и всеки пост да има точно една Facebook страница. Свойствата на обекта са както следва:
- ID - уникален ключ за всеки пост в софтуерния инструмент
  - title - Заглавие на поста.
  - date - дата на създаване на поста
  - likes - брой харесвания на поста
  - mentions - брой споделяния на поста
  - type - тип на поста, може да бъде един от следните:  
enum{mobile\_status\_update, created\_note, added\_photos, added\_video, shared\_story, created\_group, created\_event, wall\_post, app\_created\_story, published\_story, tagged\_in\_photo, approved\_friend}
  - length - дължина на поста.
  - contains\_hashtags - (двоична стойност) дали поста съдържа хештагове (hashtag [18]).





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

- fan\_post - дали поста е създаден от потребител, които не е собственик на съответната страница (винаги false към момента).
  - facebook\_page\_id - уникален ключ на страницата, в която се намира поста. (вътрешен ключ за продукта)
  - approved - (винаги true към момента) дали поста е одобрен.
  - Contributor\_email - е-mail на потребителя, ако текущият пост е въведен на ръка в системата.
- Сътрудник (contributor в модела) - Обект, характеризиращ потребител работещ с приложението. Всеки потребител се идентифицира в приложението. Някои потребители имат право да редактират данни. Свойствата на обекта са както следва:
    - email - (Уникален ключ) е-mail на сътрудника
    - name - Име на сътрудника
    - admin - (двоична стойност) дали сътрудника има право да редактира данните.



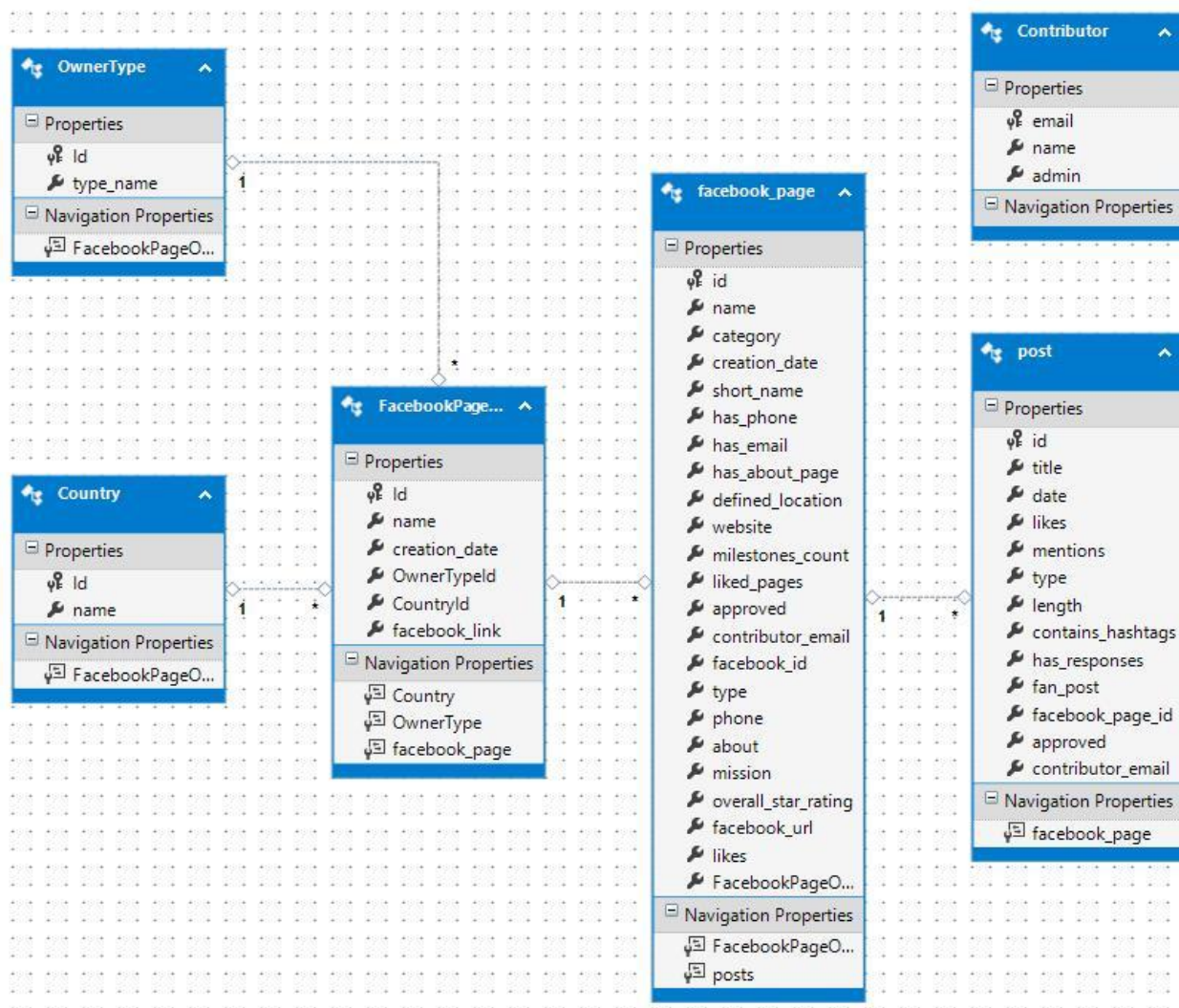
ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ



Фигура 3. Модел (Data Model) на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи

- Върху всички обекти в модела на данните могат да бъдат извършвани операции: създаване, изчитане, изтриване, обновяване (CRUD [19]). От Изброените операции, освен изчитане, могат да бъдат извършвани само от оторизирани за това лица, чийто e-mail се съдържа в таблица Contributor.
- Продуктът позволява създаване и поддържане на историческа информация за Facebook страници.
- Продуктът позволява експорт на цялата събрана информация в машинно четим вид, във формат CSV.
- Всеки съдържащ информация екран в продукта съдържа динамично генерирани филтри за филтриране на съдържание. Динамичните филтри които присъстват биват:

- Филтър по тип на администрация.
- Филтър по страна на администрация.
- Филтър по всяко поле дефинирано като двоично.
- Приложението предоставя възможност за показване на данните в графичен вид. Графиките, които се визуализират са:
  - Брой администрации, имащи Facebook страница за календарна година.
  - Общ брой администрации във Facebook към дата.
  - Брой администрации групирани по категория.
  - Брой администрации с активна Facebook страница (имащи повече от един пост на година).
  - Средна дължина на постовете.
  - Честота на активност
  - Процент на администрации, имащи пълна информация за контакт (Телефонен номер, e-mail, уебсайт), спрямо тези, които нямат.
  - Процент от администрации, които са добавили адрес.
  - Процент от администрации, които са добавили телефонен номер.
  - Процент от администрации, използващи съкратен URL адрес към официалната им уебстраница.
  - Процентно съотношение между типовете на публичните администрации.
- Продуктът автоматизирано събиране на данни от Facebook, страниците на администрациите, регистрирани в приложението, използвайки публичният API на Facebook, Graph API [16]. Тази функционалност позволява на потребителя да събере информация за определени или всички администрации, регистрирани в приложението. Процесът на събиране обикновено трае от няколко минути до час, в зависимост от броя администрации, за които потребителят е избрал да бъдат събрани данни. Докато данните биват събирани, на потребителя е предоставена информация за прогреса на процеса по извличане на данни. Предоставена е също и информация за всяка администрация по отделно: точен час на извлечените данни, статус: успешен (Success) или грешка (Failed).

## 5.2. Технологии използвани при създаването на инструмента за анализ

За разработка на инструмента са използвани няколко технологии:

### ASP.NET и Microsoft .NET Framework

За направата на web приложението, основната ползвана библиотека е Microsoft .NET Framework, в частност ASP.NET. Тези технологии бяха избрани, защото лесно и бързо позволяват създаване на продукт, визуализиращ и манипулиращ с данни, точно както е текущия случай.

#### Microsoft .NET Framework

Microsoft .NET Framework е платформа, създадена от Microsoft, която предоставя програмен модел, библиотека от класове (FCL, Framework Class Library) и среда за изпълнение на написан специално за нея програмен код (CLR, Common Language Runtime) [22]. Тя е ключов елемент от стратегията за развитие на Microsoft, чиято цел е повечето нови приложения за Windows да бъдат базирани на .NET Framework. Версията използвана в продукта е 4.5.

#### ASP.Net

ASP.Net е сървърно базирана библиотека за уеб приложения с отворен код (Open Source) [21], проектирана за създаването на динамични уеб страници. Създадена е от Microsoft, за да позволи на програмистите да създават динамични уеб страници, приложения и уеб услуги. Пусната за широко използване като версия 1.0 през януари 2002г. на .NET Framework и наследява по-старата технология на Microsoft Active Server Pages (ASP). ASP.NET е построена върху Common Language Runtime (CLR) [22], позволява на програмистите да пишат ASP.NET код използвайки .NET език.

Наследникът на ASP.NET е ASP.NET Core. ASP.NET Core на практика е реимплементация на ASP.NET като модулна уеб библиотека. Новият модулен модел обхваща и други често ползвани библиотеки като: Entity Framework [23]. Тези библиотеки от скоро ползват нова платформа с отворен код за компилация, правейки продукта крос платформен.

#### Entity Framework

Entity Framework е object-relational mapping (ORM) [24] с отворен код, създаден от Microsoft, позволяващ разработването на “data-oriented” софтуерни продукти. Моделът помага на разработчици и архитекти да се борят с два проблема. От една страна трябва да бъде създаден модел с обекти, взаимовръзки и логика,



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

решаващи задачите, които са поставени като функционалност към продукта. От друга, трябва да се работи с инструменти, които запазват и извличат данни от база данни. Тези данни може да се разпростират върху различни системи за съхранение на информация. Всяка система е със свой протокол, което добавя допълнителна сложност.

Entity Framework позволява на разработчиците да работят с данните във вид, тип, форма и терминология, близка до проблема, който решава продуктът. Елиминира се нуждата разработчиците да се съобразяват със структурата на данните на по-долен слой, а именно таблици, колони и в какъв вид се съхраняват база данните. Използването на Entity Framework позволява на разработчиците да работят на по-високо ниво на абстракция, докато работят с данни и могат да работят и подържат data-oriented продукти с по-малко код от традиционното при работа с данни.

### **Microsoft SQL Server**

Microsoft SQL Server [25] е сървърна система за управление на бази от данни (и по-точно, на релационни бази от данни) на компанията Microsoft.

### **Microsoft Azure**

Azure [26] е професионална платформа за облачни услуги, предлагани от Microsoft. Част от нейните функционалности включват виртуални машини, SQL бази данни, архивиране на ресурси, хостване на web сървъри и др. Шансът за повреда и загуба на данни е значително по-малък спрямо конвенционалния метод на хостване на web сървър с база данни на частен сървър.

Софтуерният инструмент е качен като инструмент с отворен код и може да бъде свален от това публично repository: <https://github.com/diliev91/Thesis/>

## **5.3. Примерен сценарий за работа с инструмента за извличане на данни за администрации от Facebook**

Сценарият включва:

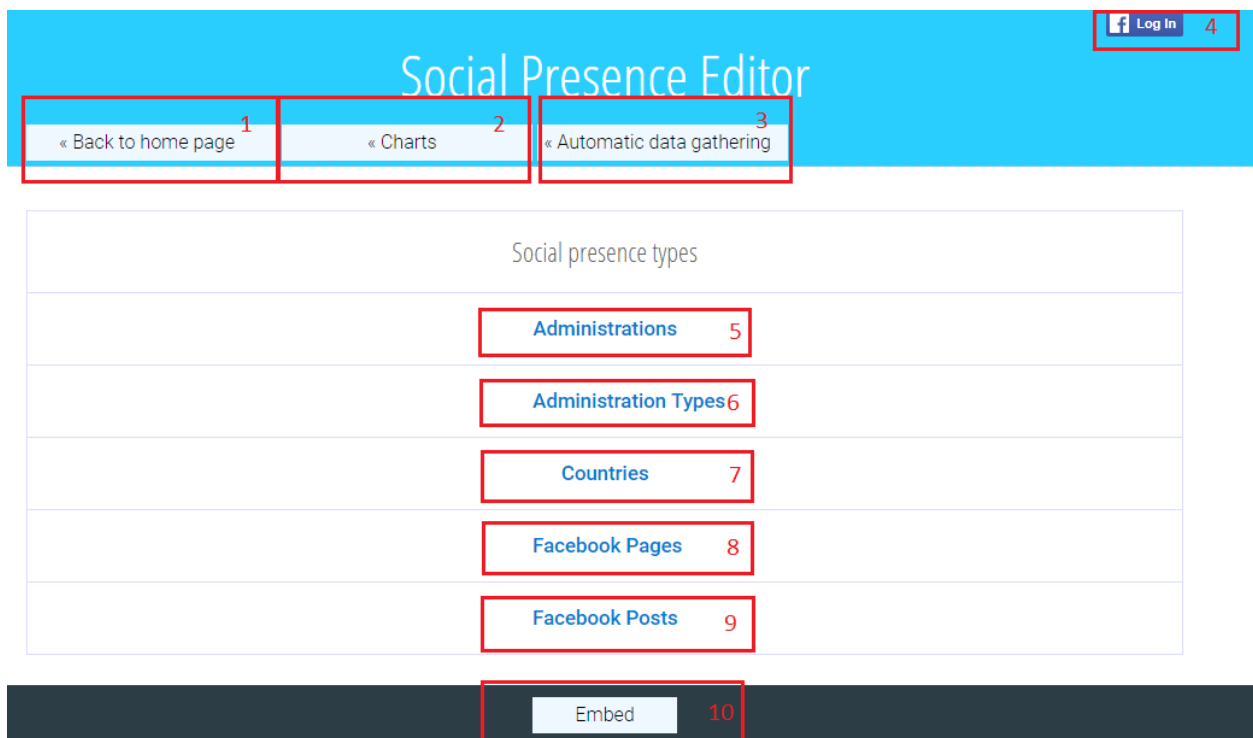
1. Отваряне на главния екран на инструмента.
2. Log in (вписване) на потребителя във Facebook, респективно и в софтуерния инструмент.
3. Дефиниране на Държава.
4. Дефиниране на тип на администрация.

5. Дефиниране на администрация от новосъздадените държава и тип.
6. Използване на филтър по тип и държава.
7. Автоматизирано извличане на данни за новодефинираната администрация.
8. Следене на процеса на извличане на данни в реално време.
9. Преглед на извлечените данни във Facebook страници.
10. Преглед на извлечените данни във Facebook постове.
11. Експорт на извлечените данни.
12. Преглед на автоматично генерираните графики.
13. Враждане на приложението в друга web страница.
14. Log out (изход) от приложението.

1. Продуктът е web базиран, той е достъпен на следния адрес:

<http://socialexposure.azurewebsites.net/>


След отваряне на посочения по-горе хиперлинк в браузър по-избор, ще бъде зареден основният екран на приложението (фигура 4).



Фигура 4. Основен екран на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи

*Бутоните и препратките са номерирани както следва:*

- 1. Обратно към основна страница(текущата на снимка)*
- 2. Препратка към графики.*
- 3. Препратка към екрана за автоматизирано извличане на данни за администрациите от Facebook.*
- 4. Логин бутон за вписване в Facebook, необходимо при редакция въвеждане и изтриване на данни.*
- 5. Препратка към екран за редакция и преглед на данни за администрации.*
- 6. Препратка към екран за редакция и преглед на данни за типове администрации.*
- 7. Препратка към екран за редакция и преглед на данни за страни.*
- 8. Препратка към екран за редакция и преглед на данни за Facebook страници.*
- 9. Препратка към екран за редакция и преглед на данни за Facebook постове към страници.*
- 10. Embed бутон, изписващ на екрана html код за вписване на приложението в други web страници.*

2. Тъй като искаме да редактираме данни, първо трябва да се логнем в Facebook с лично потребителско име. За целта се натиска бутона  (Log In), намиращ се горе в дясно. След натискането му ще изникне екранът показан на фигура 5.



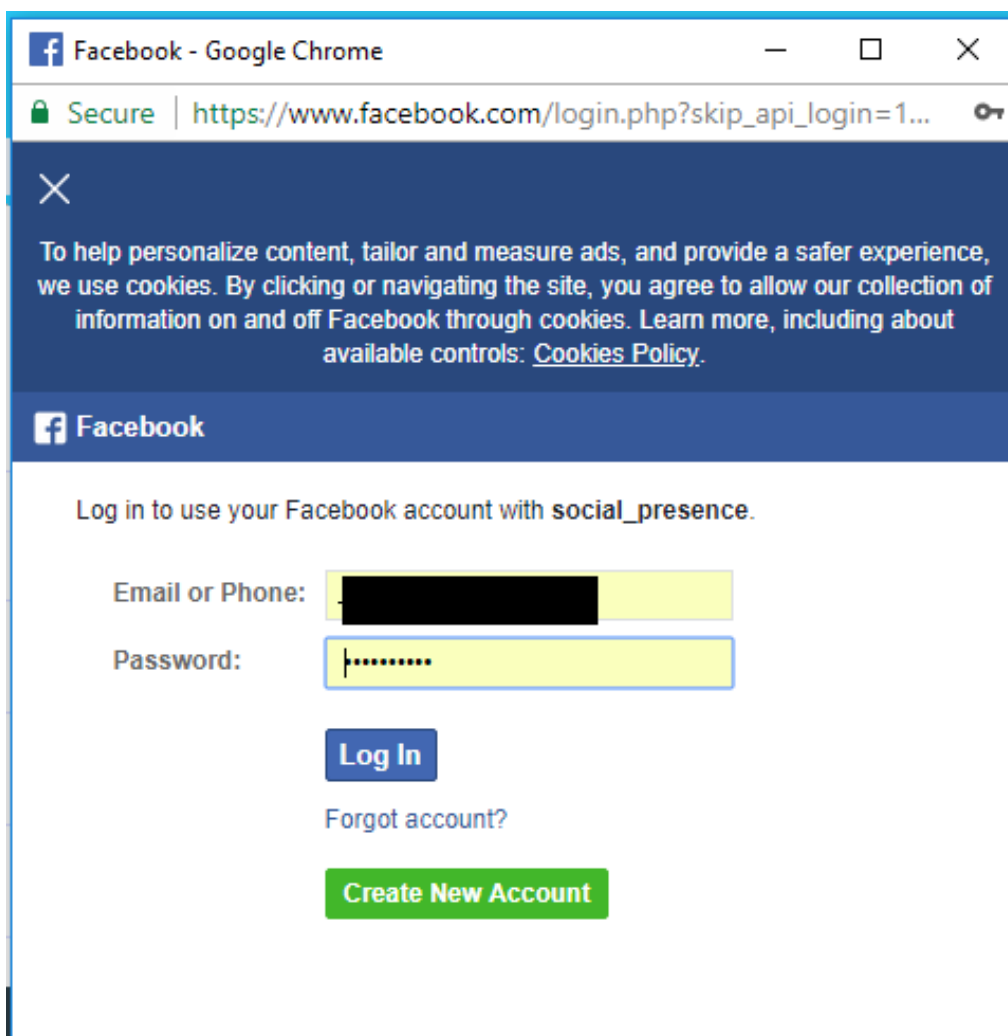
ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ



Фигура 5. Основен екран на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи

След въвеждане на потребителско име и парола, натиснете бутон log in. Ако вписването е успешно, то горе в ляво до бутона Log In (Log Out), ще се появи текст: “Thanks for logging in, <Потребителско име>!”, означавайки, че сте се вписали успешно в приложението.

3. Дефиниране на страна. Ще започнем въвеждането на данни от дефиниране на страна за администрациите. За целта преминаваме към препратка Страни (Countries) или №7 от главният екран. Екранът, който ще бъде зареден, е показан на фигура 6.



## Countries

	Name	Administrations
Select	Bulgaria	View Administrations
Select 1	Austria	View Administrations 2
Select	Albania	View Administrations

Export to CSV 3

Name	Bulgaria
Administrations	View Administrations 2
New 4	

Фигура 6. Основен екран на софтуерен инструмент за анализ на публични администрации в социалните мрежи

На фигура 6 са показани по-важните препратки и функции на екрана за редакция на държави:

1. Бутон "Select" за избор на ред с държава/използва се за избор на държава/.След избор на държава потребителят има възможност да редактира името на държава или да види детайлите на обекта(в случая държава по-долу/.
2. Препратка (хиперлинк) към списък с администрациите дефинирани за тази държава. Забележете, че препратките са на този екран.
3. Бутон за експорт на всички държави в табличния списък.
4. Бутон "new" за дефиниране на нова държава.

След като потребителят се намира на страницата с държавите, за да дефинира нова държава той трябва да натисне хиперлинка "New", намиращ се долу в ляво на екрана (фигура 7).

Name	Republic of Bulgaria
Insert Cancel	Name

Фигура 7. Екран "страни" в режим на добавяне на нов запис

След натискане на бутонът “New” на екрана се появява поле за име на новия запис на държава. В случая, името на новата държава е “Republic of Bulgaria”.

След въвеждане на името, за да се запише държавата е нужно да се натисне бутонът “Insert” (добави). Като резултат от добавянето на реда ще се види нов ред в таблицата със страни както се вижда от фигура 8.

	Name	Administrations
Select	Bulgaria	View Administrations
Select	Austria	View Administrations
Select	Albania	View Administrations
Select	Republic of Bulgaria	View Administrations

Фигура 8. Добавен нов запис на страна в списъка със страни

#### 4. Дефиниране на Тип администрация

За да се дефинираме нов тип администрация, първо трябва да се върнем на началната страница използвайки бутона: [« Back to home page](#) (Back to home page) . след като се намираме вече на първоначалния екран, натискаме препратката [Administration Types](#) (Типове администрации), която ни води към екран за редакция на типовете администрации (фигура 9).

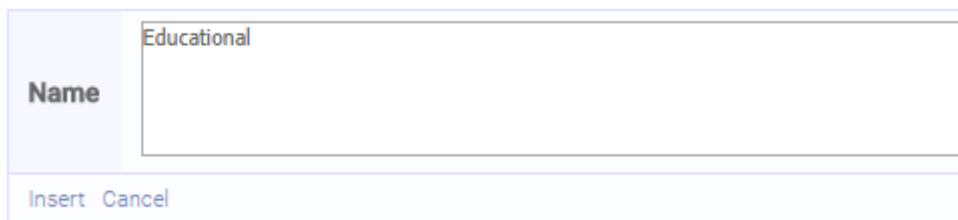
	Name	Administrations
Select	Public Administration	View Administrations
Select	Municipality	View Administrations

Export to CSV

Name	Public Administration
Administrations	View Administrations
New	

Фигура 9. Екран за редакция и добавяне на типове администрации

Аналогично на екрана, съдържащ страни, добавяме и нова администрация от тип “Educational”, както се вижда от фигура 10.

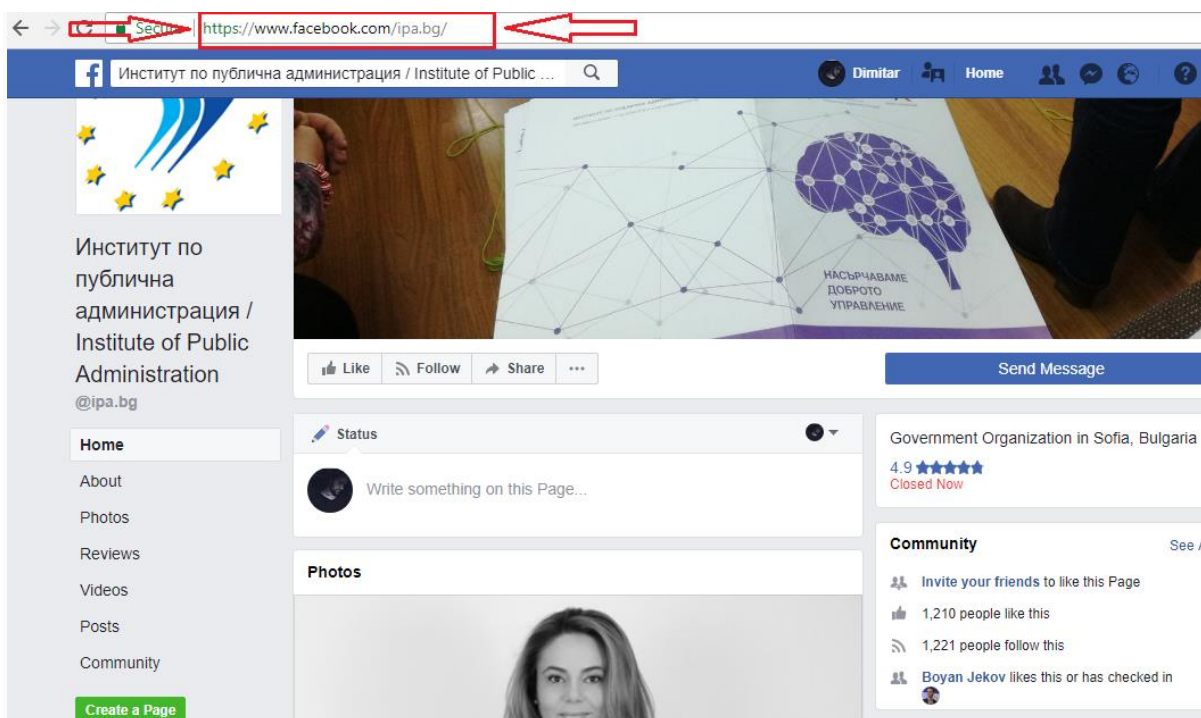


Фигура 10. Добавяне на нов тип администрация.

5. Дефиниране на администрация от новосъздадените държава и тип. След като вече е дефинирана държава и тип администрация, може да се пристъпи към дефиниране на администрация. За целта трябва да се върнем отново към главният екран с бутон “Back to home page” и да се натисне препратка с текст “Administrations”.

За да се създаде нова администрация, аналогично със създаването на тип и страна, се натиска бутон “New”. В случая за име ще въведем:

“Институт по публична администрация / Institute of Public Administration”, в полето “Facebook URL” се въвежда хиперлинкът към Facebook страницата на съответната администрация (фиг.11):



Фигура 11. Facebook линк на публична администрация.

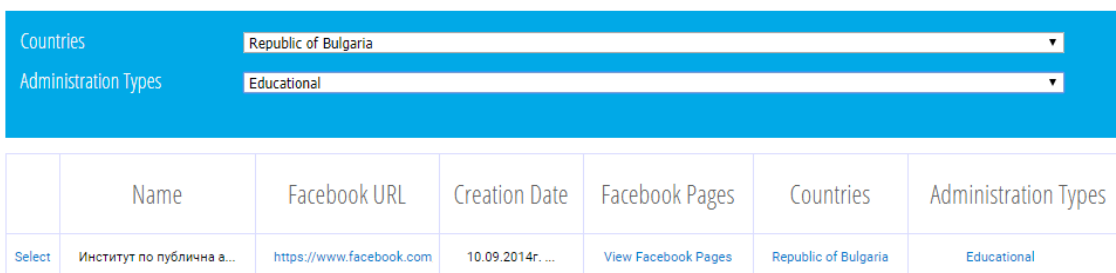
В случая линкът към администрацията е “<https://www.facebook.com/ipa.bg/>”.

На тип на администрация ще изберем: “Educational”.

На Страна: “Republic of Bulgaria”.

След като попълним изброените полета, аналогично с тип и страна, за да запишем новата администрация е нужно да се натисне бутон “Insert”. След успешно добавяне, новата администрация ще се добави в списъка с администрации.

6. Използване на филтър по тип и държава. След като вече има създадена администрация от тип “Educational” и държава “Republic of Bulgaria”, можем да използваме филтрите за да филтрираме единствената администрация, отговаряща и на двата филтъра Фиг. 12).



The screenshot shows a blue header with two dropdown menus. The first is labeled 'Countries' and has 'Republic of Bulgaria' selected. The second is labeled 'Administration Types' and has 'Educational' selected. Below the header is a table with the following data:

	Name	Facebook URL	Creation Date	Facebook Pages	Countries	Administration Types
Select	Институт по публична а...	<a href="https://www.facebook.com">https://www.facebook.com</a>	10.09.2014r. ...	View Facebook Pages	Republic of Bulgaria	Educational

Фигура 12. Прилагане на филтри на екран съдържащ администрации.

За целта от падащото меню срещу “Countries” и “Administration Types” избираме съответно “Republic of Bulgaria” и “Educational”. Резултатът, както се вижда на фигура 12, е единствената новосъздадена администрация “Институт по публична администрация”.

7. Автоматизирано извличане на данни за новодефинираната администрация.

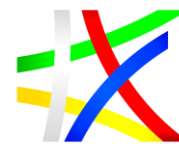
За целта трябва да се натисне бутон “[Automatic data gathering](#)”, намиращ се горе на екрана, непосредствено под заглавието на инструмента (фигура 13).



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

« Back to home page

« Charts

« Automatic data gathering

Countries:

Administration Types:

ID	Name	Facebook URL	facebook page	Visit at Facebook
<input type="checkbox"/> 2157	Институт по публична администрация / Institute of Public Administration	<a href="https://www.facebook.com/ipa.bg/">https://www.facebook.com/ipa.bg/</a>	<a href="#">Facebook pages</a>	<a href="#">Visit Page</a>

Gather All

**Job Info:**

100%

Status: Success Administration:: 1 / 1  
Current Administration: Институт по публична администрация / Institute of Public Administration

11:59:57	Институт по публична администрация / Institute of Public Administration	Success	
11:59:56	Starting a New Data Gathering Job!	Success	

Фигура 13. Екран за автоматизирано събиране на данни от Facebook

Отворената страница съдържа списък с всички администрации, създадени в приложението. Аналогично с предишните екрани се забелязва филтър по страна и тип на администрацията. Всеки ред на публична администрация има препратки към списък на свалените Facebook страници “Facebook pages” и директен хиперлинк към страницата на съответната администрация във Facebook “Visit page”. За да се стартира автоматизирането извличане на данни за Facebook страница, за някои от администрациите в списъка, първо трябва да бъде отбелязана отметката срещу всяка администрация, за която трябва да се стартира извличане. За да стартирате извличане на данни, за всички филтрирани администрации е нужно да отбележите отметката “Gather All”. След като бъдат избрани желаните администрации, за да се стартира процесът по извличане на данни, е необходимо да бъде натиснат бутон “Gather Data”. Бутонът стартира процес, чието развитие може да бъде следен по-долу “Job Info”. Може да бъде следена степента на завършване на процеса. Изведена е информация за текущата администрация, която се обработва. Поредност и Име. По-долу има списък с обработените вече администрации и техния статус. След като прогресбарът стигне 100%, това означава, че извличането на данни е приключило

и потребителят може да види новосъздадените данни, например като види Facebook страницата за някоя администрация.

### Преглед на извлечените данни в екран Facebook страници

За да видим вече извлечените данни за някоя администрация в списъка с администрации, е нужно да се натисне хиперлинк "Facebook Page" (фиг. 14).

ID	Name	Facebook URL	facebook page	Visit at Facebook
<input type="checkbox"/> 2157	Институт по публична администрация / Institute of Public Administration	https://www.facebook.com/ipa.bg/	<a href="#">Facebook pages</a>	<a href="#">Visit Page</a>

Gather All

Фигура 14. Екран за автоматизирано събиране на данни от Facebook

Отваря се нов екран с информация за Facebook страницата на съответната администрация (фиг.15).

### Facebook Pages

Has phone:

Has email:

Has about page:

Approved:

Administrations:

	Title	Category	Facebook URL	Creation date	Defined location	Website	Facebook page short name
<input type="checkbox"/>	Институт по публична а...	Government Organization	https://www.facebook...	4/20/2018	System.Collections.Gen...	http://www.ipa.govern...	

Фигура 15. Списък с Facebook страници за определена администрация

Данните Facebook страниците за определена администрация са видими в табличен вид. Освен в табличен вид, данните присъстват и в по-детайлен вид (фиг.16).



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Title	Институт по публична администрация / Institute of Public Administration
Category	Government Organization
Facebook URL	<a href="https://www.facebook.com/ipa.bg/">https://www.facebook.com/ipa.bg/</a>
Creation date	4/20/2018
Defined location	System.Collections.Generic.Dictionary`2[System.String,System.Object]
Website	<a href="http://www.ipa.government.bg/bg">http://www.ipa.government.bg/bg</a>
Facebook page short name	
Has phone	<input checked="" type="checkbox"/>
Has email	<input checked="" type="checkbox"/>
Has about page	<input checked="" type="checkbox"/>
Milestones count	
Liked pages count	
Approved	<input type="checkbox"/>
Contributor email	
type	
phone	+359 2 940 2556
about	Официална страница на Института по публична администрация Official Facebook page of the Bulgarian Institute of Public Administration
mission	Провеждане на обучения и изследвания за развитието на професионална държавна администрация, както и за укрепване капацитета на институциите за посрещане на предизвикателствата на съвременните публични политики.
overall_star_rating	10
likes	1210
Administrations	Институт по публична администрация / Institute of Public Administration
posts	<a href="#">View Facebook Posts</a>
New	

Фигура 16. Детайлна информация за Facebook страница за определена администрация

В детайлната информация присъстват бързи препратки към уебсайта на публичната администрация, ако той е въведен във Facebook, към самата Facebook страница и към постовете, извлечени заедно със самата страница.

#### 9. Преглед на извлечените данни в екран Facebook постове.

След като видяхме извлечените данни за Facebook страницата, за да видим данните за постовете на съответната страница от екрана за страници, е нужно да бъде натиснат хиперлинк "View Facebook Posts". Хиперлинкът ни препраща към следния екран (фиг.17), където можем да направим справка за постовете на съответната публична администрация или да направим експорт:



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Contains hashtags

Has responses

Fan post

Approved

Facebook page

	Title	Creation date	Likes	Mentions	Post type	Length	Contains hashtags	Has responses	Fan post	Ap
Select	Институт по публична а...	11/10/2016	9	0	photo	126	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	Вчера, в Маастрихт, Хо...	11/11/2016	8	0	photo	519	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	The Regional School of...	11/15/2016	0	0	video	873	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	Институт по публична а...	11/17/2016	18	1	photo	156	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	На 14 ноември излезе п...	11/17/2016	13	1	photo	481	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	Ето как премина инициа...	11/18/2016	16	1	video	98	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	Бихме искали да поздра...	11/25/2016	8	0	photo	196	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	Институт по публична а...	11/25/2016	10	0	photo	96	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	На 1 декември в резиде...	12/2/2016	8	0	photo	508	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Select	Български експерти се ...	12/5/2016	4	1	photo	308	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Page 1 of 10

Export to CSV

Title	Бихме искали да поздравим Софийският университет "Св. Климент Охридски" и всички негови възпитаници ...
Creation date	11/25/2016
Likes	8
Mentions	0
Post type	photo
Length	196
Contains hashtags	<input type="checkbox"/>
Has responses	<input checked="" type="checkbox"/>
Fan post	<input type="checkbox"/>
Approved	<input checked="" type="checkbox"/>
Contributor email	
Facebook page	System.Data.Entity.DynamicProxies.facebook_page_948F3AFE02B3A28CD28AFE04C8B4E66A4C9EA85005E9711536D357AD041A553F

Фигура 17. Справка за постовете на съответната публична администрация

- 40 -

Проект „Работим за хората“ - укрепване капацитета на институциите за посрещане на предизвикателствата на съвременните публични политики”, финансиран от Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.



## 10. Експорт на извлечените данни.

На всеки екран съдържащ данни има бутон "Export to CSV".

### Administrations



Countries

Administration Types

	Name	Facebook URL	Creation Date	Facebook
Select	Антидопингов център		Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Дипломатически институ...	<a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Институт по отбрана &q...		Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Информационен център н...	<a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Национален военноистор...	<a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Национален студентски дом		Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Национален филмов цент...	<a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Национален център за и...	<a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Център "Фонд за л...		Mar 20 2018 10:04PM	View Face
Select	Център за асистирана р...		Mar 20 2018 10:04PM	View Face

Page 1 of 21

Export to CSV

Фигура 18. Бутон за експорт на данни на екран съдържащ администрации

Този бутон задейства механизма, създаващ файл със съдържанието на съответната таблица (Фиг. 18). След като операцията по събиране на данни на Уеб сървъра свърши, на потребителския екран (фиг.19) ще се появи прозорец за запис на данните.



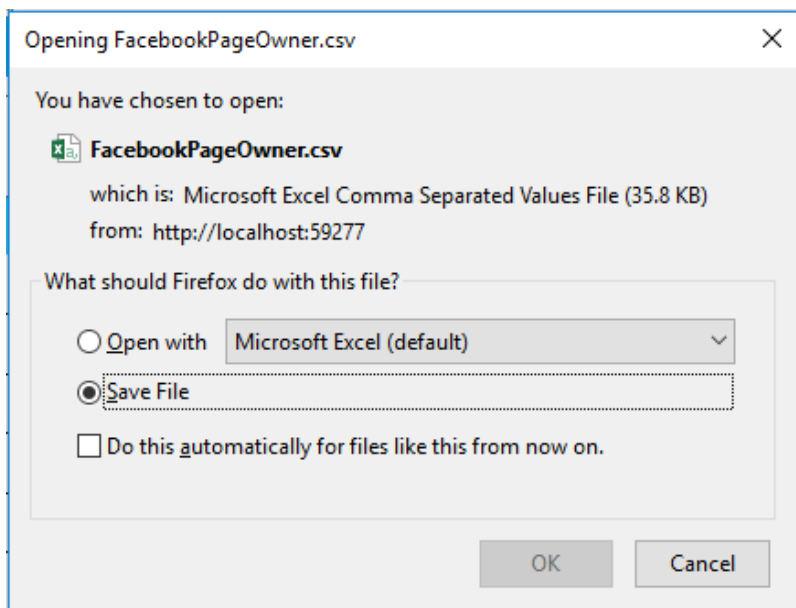
ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ



Фигура 19. Изскачащ екран за запис на данни.

Изтеглените данни могат да бъдат обработени в Microsoft Excel или друга външна система за продукта.

#### 11. Преглед на автоматично генерираните графики.

За да се достъпи екрана с графики, е нужно да бъде натиснат бутон "Charts", намиращ се горе в средата, под заглавието на приложението (фиг. 20).

« Back to home page

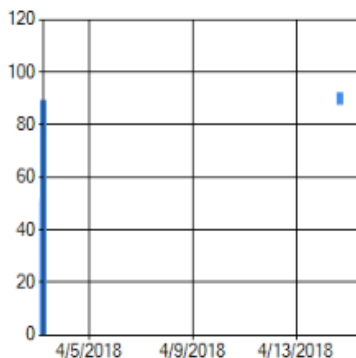
« Charts

« Automatic data gathering

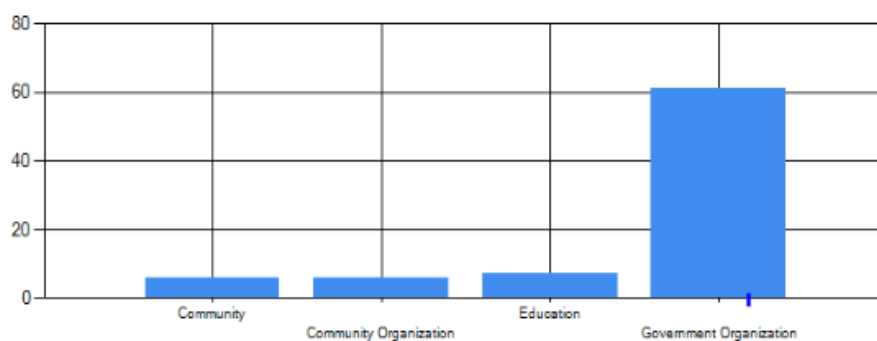
## Dashboard / Charts

Number of entities which have Facebook presence per year

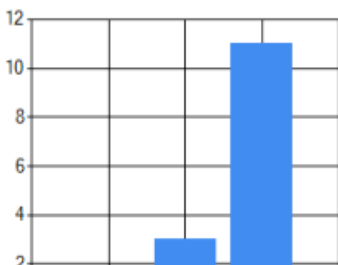
Number of entity Facebook pages per activation date



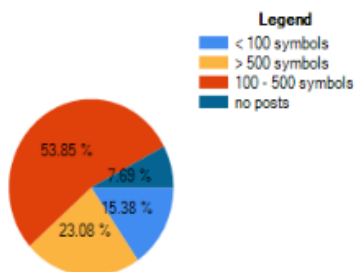
Number of Facebook pages grouped by category



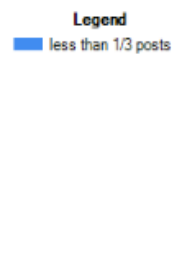
Number of entities with active Facebook pages(have more than 1 post per year)



Average length of posts



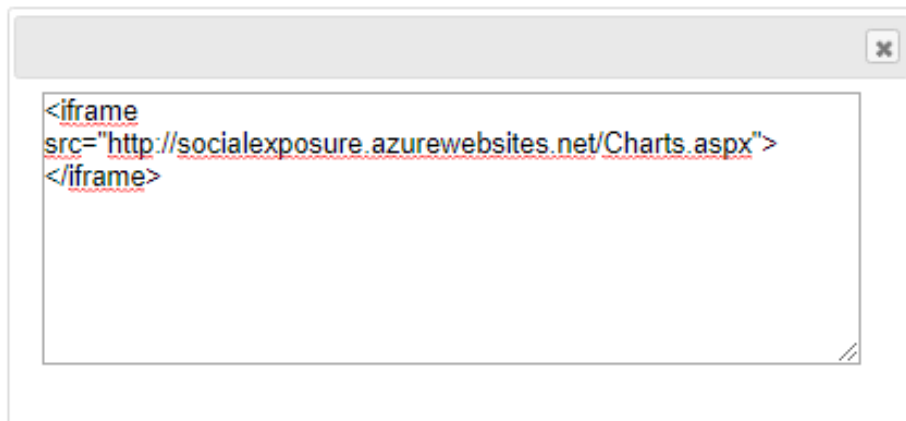
Weekly activity



Фигура 20. екран с графики и част от автоматично генерираните графики

## 12. Вграждане на приложението в друга уеб страница.


Приложението позволява вграждане в друго уеб приложения. За да се вземе кода за вграждане, е необходимо да се натисне бутон “Embed” в долната част на приложението (фиг. 21) и да се изкопира изходният код:



```
<iframe  
src="http://socialexposure.azurewebsites.net/Charts.aspx">  
</iframe>
```

Фигура 21. Изходен код за вграждане в body елемент на външна уеб страница

## 13. Log out (Изход) от приложението.

За излизане от приложението е нужно да се натисне бутон  “Log Out” (изход), намиращ се горе вдясно на екрана.

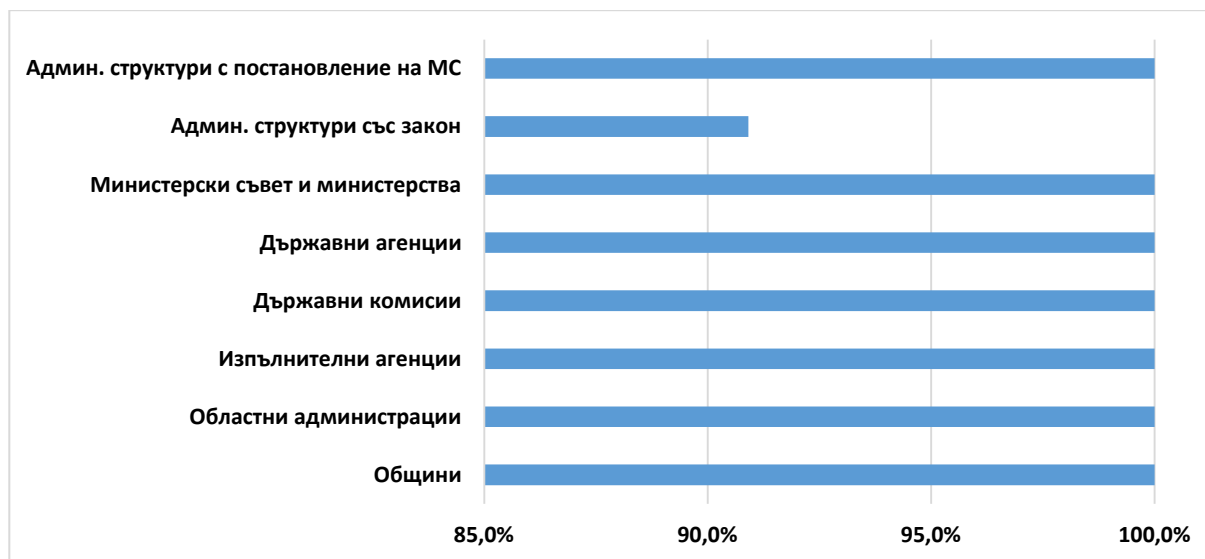
## 6. Анализ и резултати

### 6.1. Институционална идентичност на администрациите

**98% от разгледаните административни структури в България имат собствена уеб страница в интернет.**

От всички изследвани 203 административни структури, собствена страница в интернет имат 98% или 199 административни единици на централно, областно и общинско равнище (Фигура 22). Всички четири структури, които нямат собствена такава, са създадени със закон, а тяхното официално присъствие в интернет е под формата на под-страници към министерствата, с които те са свързани. Такива са случаите с уеб-страниците на Националния компенсационен жилищен фонд (под-страница на официалната страница на Министерство на финансите); Фонд

„Социална закрила“ и Фонд „Условия на труд“ (като под-страници на Министерството на труда и социалната политика) и Централния регистър на особените залози като под секция на Министерството на правосъдието.



Фигура 22. Наличие на собствена страница в интернет

#### 6.1.1. Институционална идентичност на страниците на държавната администрация в България

**99,5% от интернет страниците на разгледаните административни структури в България съдържат наименованието на съответната администрация, но само при 15,3% има указание за официална страница.**

Според Чл. 11. (1) на Инstrukция № 4 горният колонтитул на всяка интернет страница трябва да съдържа наименование на администрацията и ясно указание, че това е официалната ѝ уеб страница (Фиг. 23). В общо 99,5% от разглежданите случаи наименованието на администрацията е разположено на указаното от инструкцията място, като единствено изключение прави интернет страницата на Община Сандански, което обяснява защо общият процент на общините с наименование на администрация не е 100%. Много по-различно е представянето на интернет страниците на администрациите, когато се разгледа втората част от чл. 11 – наличието на ясно указание, че става дума за официалната страница на всяка администрация. Тук страниците на общините и областните администрации регистрират много по-добро представяне от това на всички останали



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД

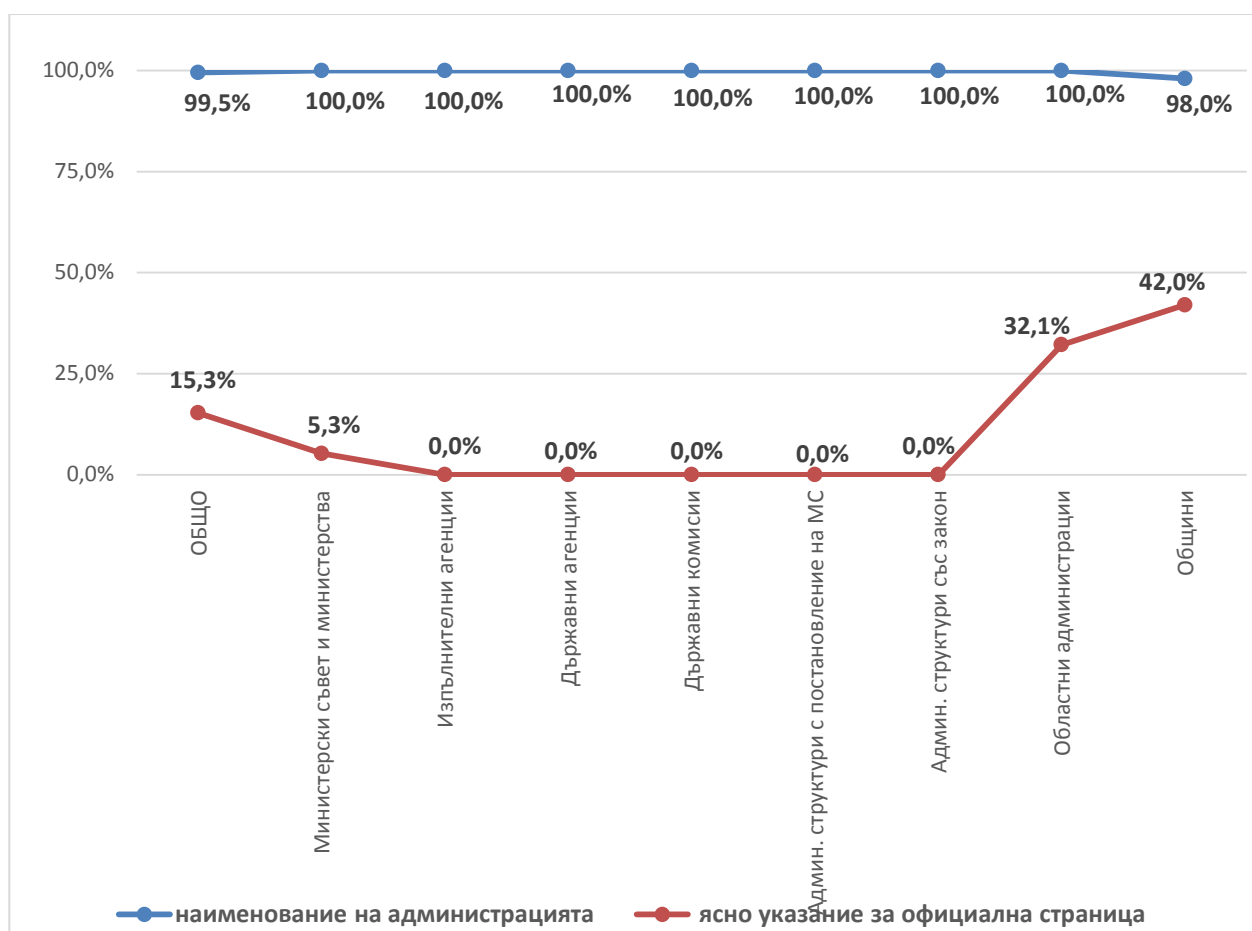


ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

административни структури – съответно 42% от всички разглеждани интернет страници на общини и 32% на областните администрации съдържат в горния колонтитул пояснението, че са официални страници. Техният относително висок дял допринася за общия резултат в този сегмент – 15,3%.



Фигура 23. Само 15.3% от изследваните администрации спазват изискванията на Инструкция №4 - Чл. 11. Горният колонтитул трябва да съдържа наименование на администрацията и ясно указание, че това е официалната ѝ страница.

**Визуализирането на герба на Република България на интернет страниците на изследваните институции показва съществени разлики по отношение на използвания герб, цвета и позицията му.**

Чл. 13. на Инструкция № 4 посочва, че гербът на Република България се визуализира на бял фон в лявата част на горния колонтитул на интернет страниците на Министерския съвет, на министрите и на министерствата като в



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

този случай не се допуска визуализирането на други символи в горния колонтитул. Това изискване е спазено на интернет страниците на 83% от всички министерства, макар и частично по отношение на белия фон – част от страниците визуализират герба на светло син или светло сив фон. Инструкцията не съдържа изискване за цвета на герба и това е видимо в решенията на интернет страниците на министерствата и Министерски съвет, където еднакъв брой използват цветен и черно-бял герб – по 9 институции или съответно по 47,4% за двата цвята.

### **Примери от практиката:**

*Противоречаща на Инструкция № 4 е практиката на страницата на Министерски съвет (където гербът на Република България е визуализиран на сив фон в средната част на горния колонтитул), на Министерство на вътрешните работи (където са поставени гербовете на Република България и на самото министерство) и на Министерство на отбраната (където е визуализиран само гербът на институцията).*

Чл. 13 от Инструкция № 4 също определя визуализирането на герба на Република България в неговата основна структурна форма (лъв, изобразен на централния щит) на бял фон в лявата част на горния колонтитул на интернет-институционални интернет страници и на интернет страниците на: 1. държавните агенции; 2. държавните комисии; 3. изпълнителните агенции; 4. други институции, създадени със закон или с постановление на Министерския съвет; 5. областните администрации; 6. общинските администрации и общинските съвети на общини, които нямат свой собствен символ.

Визуализация на бял фон в лявата част на горния колонтитул се оказва широко понятие за изследваните администрации, защото представянето им по отношение на този критерий е силно фрагментирано – докато 40% от държавните комисии, 36,4% от държавните агенции и 31,8% от административните структури, създадени със закон спазват това изискване, то това е така при едва 18,8% от структурите, създадени с постановление на МС и 16,7% от изпълнителните агенции. Фрагментирано е и използването на герба на Република България от споменатите в предишния параграф институции, независимо от изискването за използване на неговата основна структурна форма – 45,5% от структурите, създадени със закон, 40% от държавните комисии, 30% от изпълнителните агенции, 27,3% от държавните агенции и 18,8% от структурите, създадени с



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

постановление на МС поставят цветен герб на Република България на своите интернет страници. Визуализиране на същия герб в черно-бял вариант пък е предпочетено от 27,3% от държавните агенции и 12,5% от структурите, създадени с постановление на МС (фиг. 24). Посочената в инструкцията основна структурна форма се използва в значително по-редки случаи – в интернет страниците на 20% от изпълнителните агенции, 18,2% от държавните комисии и 12,5% от структурите, създадени с постановление на МС.

### **Примери от практиката:**

**Само собствен герб на своите страници използват следните администрации:**

Агенция по геодезия, картография и кадастър,

Българска агенция за инвестиции,

Изпълнителна агенция „Автомобилна администрация“,

Изпълнителна агенция „Борба с градушките“,

Изпълнителна агенция „Военни клубове и военно-почивно дело“,

Изпълнителна агенция „Главна инспекция по труда“,

Изпълнителна агенция „Железопътна администрация“,

Изпълнителна агенция „Морска администрация“,

Изпълнителна агенция „Сертификационен одит на средствата от европейските земеделски фондове“,

Изпълнителна агенция по околна среда,

Изпълнителна агенция по рибарство и аквакултури,

Изпълнителна агенция по селекция и репродукция в животновъдството,

Изпълнителна агенция по сортоизпитване, апробация и семеконтрол,

Държавна агенция „Национална сигурност“,

Държавна агенция за бежанците,

Държавна агенция „Разузнаване“,

Държавна агенция „Технически операции“

Държавна комисия по сигурността на информацията.

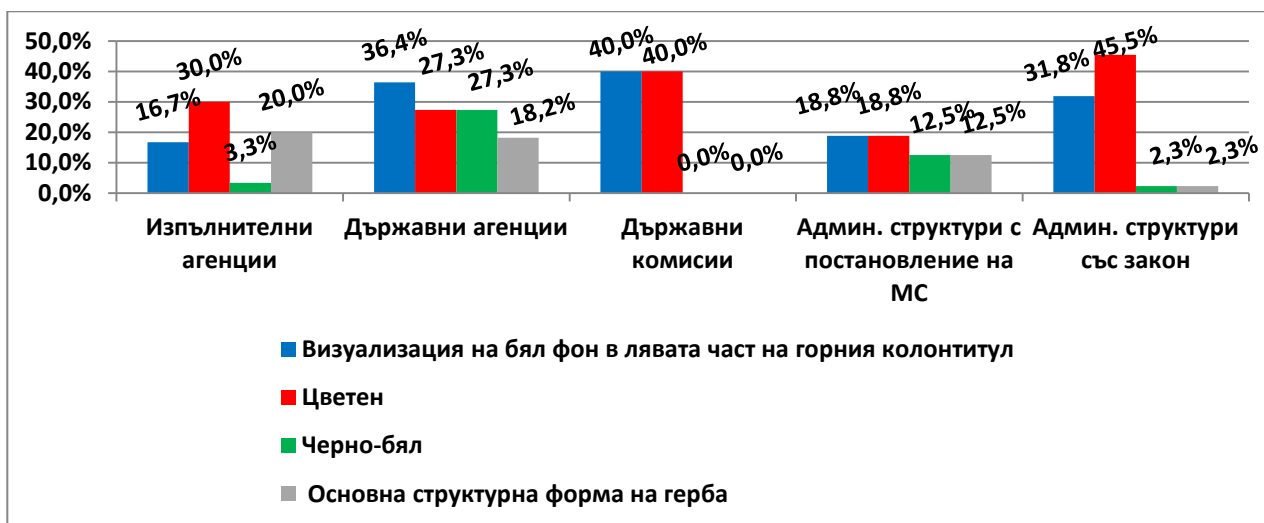


**Собствен герб и основната структурна форма на герба (лъв, изобразен на централния щит) използват следните администрации:**

Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия,  
Държавна агенция за закрила на детето  
Държавна агенция за метрологичен и технически надзор

**Собствен и герб на Република България използват следните администрации:**

Агенция за социално подпомагане,  
Агенция по заетостта,  
Изпълнителна агенция „Медицински одит“  
Държавна агенция за българите в чужбина.



Фигура 24. Визуализация на герба от администрациите. Само част от администрациите спазват изискванията на, Чл. 13 от Инструкция № 4

Изключително голям е дялът на интернет страниците на **областните администрации**, които отговарят на изискванията на чл. 13 от Инструкция № 4 – по отношение на визуализирането на герба на Република България в неговата основна структурна форма процентът е близо 93%, а по отношение на позиционирането на бял фон в лявата част на горния колонтитул – почти 90%. 10% от областните администрации използват и официалния герб на Република



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

България (интернет страници на Областна администрация Варна, Велико Търново и Кюстендил), а интернет страницата на Областна администрация Варна използва също така основна структурна форма на националния герб.

96% от разглежданите 50 общини поставят в лявата горна част на горния колонтитул на интернет страниците си символа на съответната община, което отговаря на Чл. 13 (3) от Инstrukция № 4. При 88% символът е цветен герб поставен в лявата горна част.

**Примери от практиката:**

Изключенията от практиката са интернет страницата на:

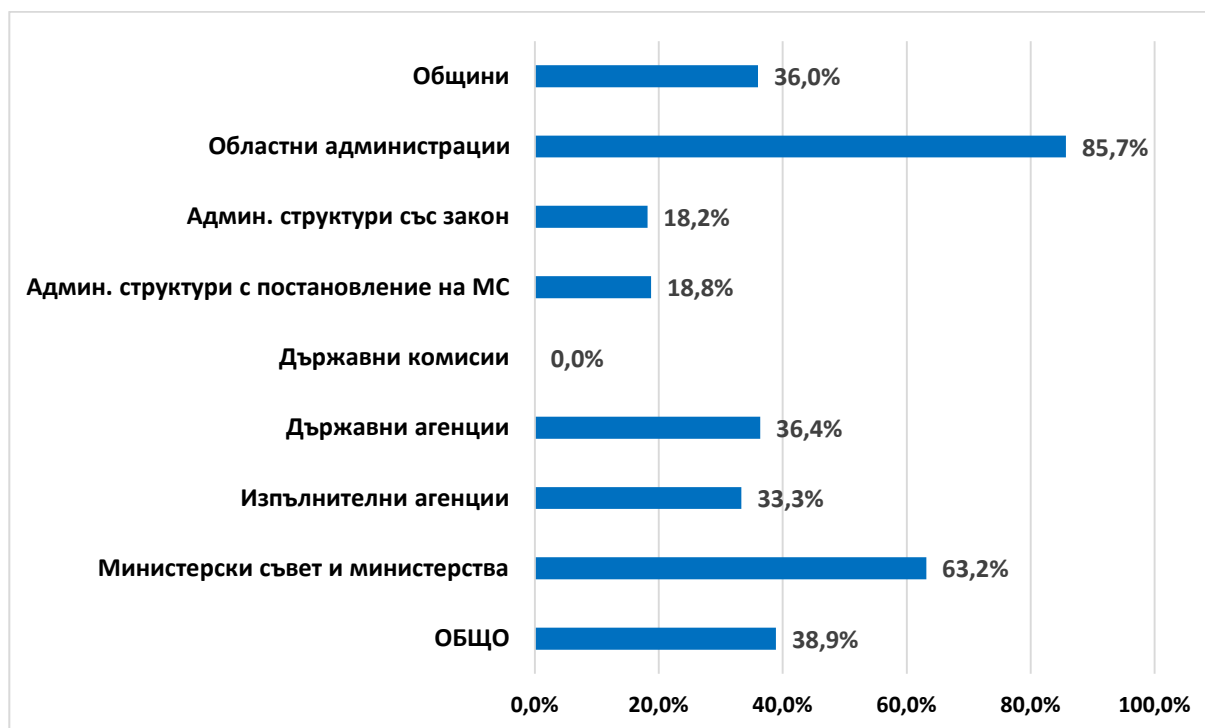
Община Ямбол (включва само основна структурна форма на националния герб),

Община Гоце Делчев (не публикува никакъв герб),

Община Велинград (включва собствен герб и герб на Република България),

Община Ловеч (използва собствен герб, централно подравнен).

Прилагането на Инstrukция №4 задава и конкретни параметри по отношение на форматирането и позицията на наименованието на съответната администрация. Според чл. 14. наименованието на съответната администрация или административния орган следва да бъде изписано вдясно от изображението на герба като първият буквен знак е главен, а останалите-редовни, и се подравнява вляво. От всички 203 изследвани администрации, по-малко от 40% спазват тези изисквания (Фиг. 25). Тук най-добре се представят интернет страниците на областните администрации и министерствата, като съответно 85,7% от първата група и 63,25 от втората отварят на чл. 14. На другия полюс са страниците на администрациите, създадени със закон (18,2%) и с постановление на Министерски съвет (18,8%). При останалите структури делът на интернет страниците, които са взели под внимание посочените изисквания е около една трета.



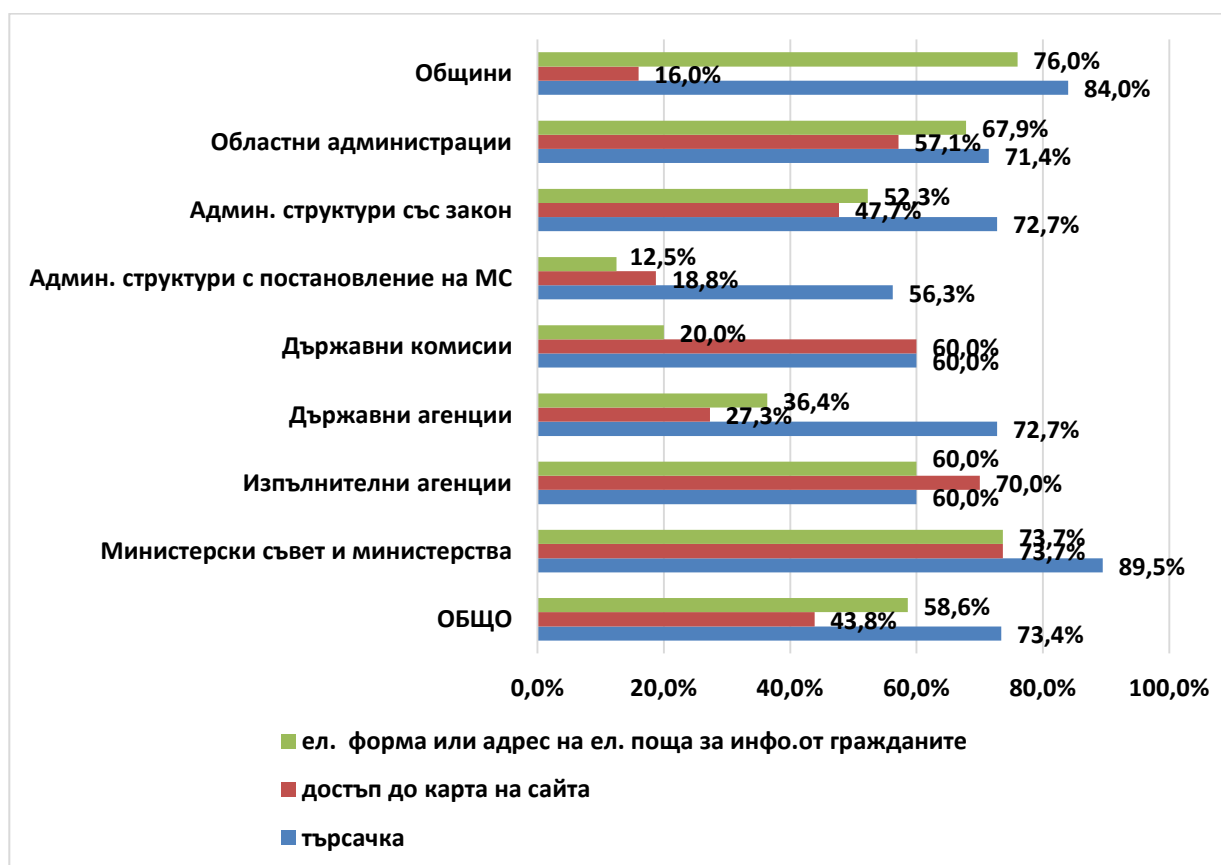
Фигура 25. Инstrukция №4 - Чл. 14. Наименованието на съответната администрация или административния орган е изписано вдясно от изображението на герба като първият буквен знак е главен, а останалите - редовни, и се подравнява вляво

Освен да поставя стандарти за визуализацията на интернет страниците, Инstrukция №4 определя и изисквания за тяхната функционалност като наличие на инструменти за навигация (търсачка, достъп до карта на сайта), на електронна форма или адрес на електронна поща за информация от гражданите относно проблеми в съдържанието на страниците и тяхната функционалност, меню за смяна на езика на текст, настройки за промяна на големината на шрифта, както и възможност за управление на профила на потребителя (Фиг. 26 и Фиг. 28).

**Наличие на търсачка:** почти три четвърти от всички изследвани интернет страници съдържат търсачка, като такава функционалност нямат само 10% от страниците на министерствата, 15% от тези на общините и под 30% от тези на областните администрации. При всички останали администрации делът на тези с търсачка е над 60% като само административните структури създадени с постановление на МС отчитат по-ниски стойности. Трябва да се има пред вид, че за нуждите на аналитичния документ са обобщени данните за наличие на търсачка, но не е изследвана реалната им функционалност, включително възможностите за детайлно търсене.

**Достъп до карта на сайта:** такава функционалност предлагат едва 44% от всички разглеждани страници, като делът на министерствата, изпълнителните агенции, държавните комисии и областните администрации, които регистрират наличие на карта на сайтовете си е в пъти по-висок от делът на страниците на другите администрации с такава функционалност.

**Наличие на електронна форма или адрес на електронна поща за информация** от гражданите относно проблеми в съдържанието на страницата и нейната функционалност се отчита при близо 60% от всички разглеждани интернет страници като както по отношение на първата функционалност по-горе (наличие на търсачка), процентът на общините, министерствата и областните администрации, които на своите страници са се съобразили с това положение в чл. 15 на Инструкция №4 е най-висок и е в интервала 68-76%. Най-слабо по отношение на този параметър се представят административните структури, създадени с постановление на МС (12,5%), държавните комисии (20%) и държавните агенции (36,4%).



Фигура 26. Инструкция №4 - Чл. 15. В горния десен край на колонититула се разполагат следните инструменти за навигация: търсачка, достъп до карта на сайта, електронна форма или адрес на електронна поща за информация от гражданите относно проблеми в съдържанието на страницата.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

**Смяната на езика** на текста е една от най-добре представящата се функционалност на интернет страниците на администрациите (редом с наличието на търсачка) с общ резултат от 66%. В групата на министерствата прави впечатление, че само 5% от страниците не предлагат такова меню, при изпълнителните агенции и държавните комисии този дял е 20%. От разглежданите общински интернет страници само една трета предлагат такава функционалност, но това до голяма степен може да се обясни както с естеството на техните функции, така и с големината на общините и възможностите им да привличат чуждестранни туристи. Трябва да се отбележи, че за целите на аналитичния документ е отчетена възможността за смяна на езика, но не и наличието, качеството и актуалността на текстовете в чуждоезичната/чуждоезичните версии на изследваните интернет страници.

**Промяната на големината на шрифта** е функция, която не се радва на широко приложение от интернет страниците на а в страната. Средно една четвърт от всички страници дават възможност за такава промяна като тук най-добро представяне регистрират изпълнителните агенции (40%), а най-слабо структурите създадени със закон - 16%.

**Управлението на профила** на потребителя има най-слабото приложение от всички шест разглеждани функционалности – 9% от всички 203 уеб страници имат такава опция. Този резултат би бил и по-нисък ако не беше относително по-високият резултат на държавните комисии (40%) и на д изпълнителните агенции (27%).

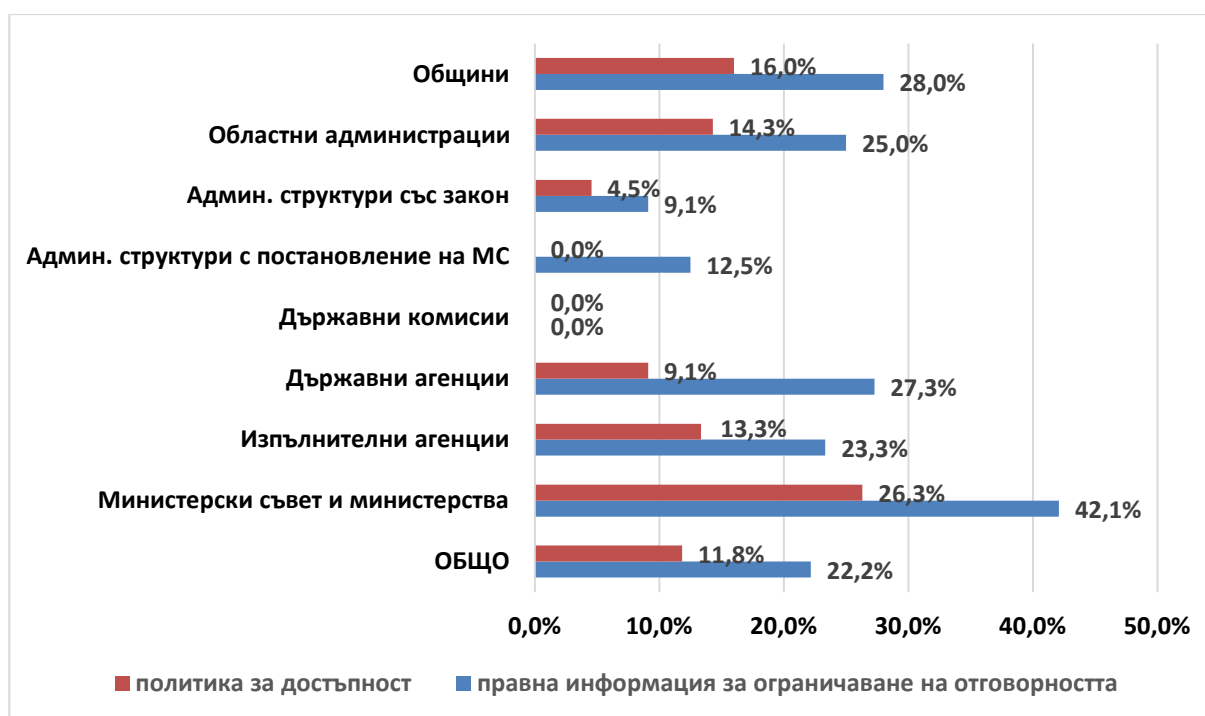


Фигура 27. Инструкция №4 - Чл. 15. В горния десен край на колонтитула се разполагат следните инструменти за навигация: смяна на езика на текст, промяна на големината на шрифта, управление на профила на потребителя.

**Приблизително 80% от всички изследвани страници не съдържат електронни препратки към правна информация за ограничаване на отговорността, а при близо 90% от всички няма линкове към политика за достъпност.**

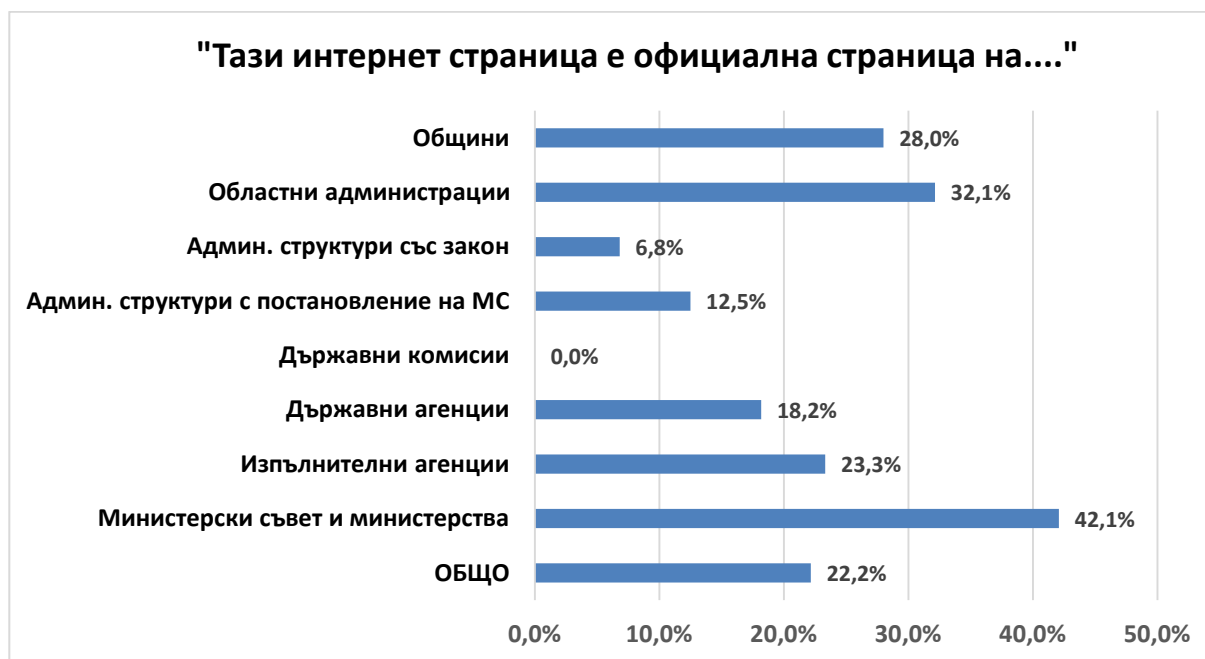
В условията на постоянно засилващия се фокус върху темата за личните данни и нарастваща национална и европейска регулация на правните аспекти, касаещи ангажиментите на собствениците на интернет страници и организациите, управляващи масиви от данни, прави впечатление, че преобладаващият брой интернет страници на българските администрации не обръщат достатъчно внимание на темата (Фиг. 28). Приблизително 80% от всички изследвани страници не съдържат или поне не разполагат в своя долен колонтитул електронни

препратки към правна информация за ограничаване на отговорността, а при близо 90% от всички няма линкове към политика за достъпност, както изисква Чл.16 на Инstrukция №4. Водещите показатели тук отново се регистрират от групата на министерствата, следвани от страниците на общинските и областните администрации. Най-слабо се представят сайтовете на държавните комисии, административните структури, създадени със закон и с постановление на МС.



Фигура 28. Инstrukция №4 - Чл.16. В долния колонтитул на интернет страниците се разполагат електронни препратки към правна информация за ограничаване на отговорността и политиката за достъпност

Подобно на чл. 11, така и чл. 16 от Инstrukция №4 задава изискване за поставяне на информация, оказваща официалния статут на дадена интернет страница, само че в конкретния случай в долния колонтитул. Тук общият резултат е по-висок, като всички администрации без държавните комисии отчитат положителни стойности, макар и в много широки граници. Ако близо 7% от структурите, създадени със закон, поставят в долния колонтитул на интернет страниците се електронна препратка, сочеща към следната информация: „следната информация: "Тази интернет страница е официална страница на...“, то при общините този процент е 28%, а при министерствата над 42% (Фиг. 29).



Фигура 29. Инstrukция №4 - Приложение към чл. 16, т. 1/Задължителна правна информация – в долния колонтитул на интернет страниците се поставя електронна препратка, сочеща към следната информация: "следната информация: "Тази интернет страница е официална страница на..."

#### 6.1.2. Институционална идентичност на страниците в социалните мрежи на държавната администрация в България

**За 45,8% от изследваните административни структури е наличен официална или неофициална страница във Facebook.**

И докато присъствието в интернет на държавната администрация е по-скоро добре установена практика, то наличието на собствени страници/профили в най-голямата социална медия, Facebook, е фрагментирано и в някои от посочените по-горе групи по-скоро спорадично, което може да се дължи и на липсата на законова регулация, която да обуславя присъствието на администрациите в социалните мрежи и да определя конкретни стандарти за това. Анализът на обобщените данни показва, че за **45,8% от изследваните административни структури е налична страница в социалната мрежа** (Фиг. 30). Тук следва да се отбележи обаче, че не може експлицитно да се твърди, че **45,8% от изследваните административни структури имат собствена страница във Facebook**, тъй като за тях заедно и по отделно важат следните положения:



1) част от страниците не съдържат изрична информация, че са официални за съответната институция;

2) част от страниците не съдържат препратки към официалните интернет страници на съответните институции;

3) част от страниците са регистрирани като профили на общности (community), а не като профили на институции (government organisation) – в предходни изследвания част от общините използваша именно community;

4) част от профилите не съдържат никаква информация или информацията (последната публикация) е по-стара от няколко години.

Поради липса на конкретни изисквания за присъствието на институциите в социалните медии е възможно, част от обхванатите от този аналитичен документ страници, всъщност да не са създадени от съответните администрации, а да са с любителски характер. В зависимост от приложението на посочените по-горе четири положения/ограничения заедно или по отделни, делът на **административни структури с еднозначно собствен профил в социалната мрежа би бил значително по-нисък – в интервала 25-35%.**

Впечатление прави, че от тези 45,8% административни структури, за които е налична (официална или неофициална) страница във Facebook, най-добре са представени институции от групата на Министерски съвет и министерствата (84,2%), на общините (64%), на административните структури, създадени с постановление на МС (50%) и на държавните агенции (45,5%). Най-слабо представени във Facebook са областните администрации (35,7%), изпълнителните агенции (30%), административните структури, създадени със закон (27,3%) и държавните комисии (20%).



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ



Фигура 30. Наличие на страница във Facebook и на препратка от основната веб-страница към страница във Facebook

**24% от интернет страниците на всички изследвани администрации съдържат линк към страница във Facebook, което може да се приеме за индикатор за относително реалния дял на официални страници на държавни администрации.**

Интернет страниците на **една четвърт** от всички изследвани администрации **съдържат линк към страница във Facebook**, което може да се разглежда и за индикатор за относително реалния дял на официални страници на държавни администрации в мрежата. Най-големи разлики по отношение на съществуването на (официален или неофициален) профил във Facebook и наличието на препратка от основната страница към профил във Facebook се забелязват сред министерствата, областните администрации, общините и административните структури, създадени със закон. Тази липса на препратки от официалните страници води до следните допускания:

- 1) Голяма част от администрациите не припознават Facebook като канал за комуникация с гражданите и бизнеса и затова не винаги публикуват линк към социалната медия от официалните си интернет страници, дори в случаите, когато поддържат собствена страница.
- 2) Липсата на линк към страница във Facebook/липсата на официално „припознаване“ на страница във Facebook или на профил, който съдържа описание от рода „официален Facebook профил/официална Facebook



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

страница на ...“ създава възможност за публикуване на информация от името на централни, областни или общински администрации, която е непълна, подвеждаща, с висока степен на ненадежност и в полза на частни субекти.

### **Примери от практиката:**

С оглед на казаното по-горе, за добър пример може да бъде посочено Министерство на икономиката – във Facebook съществуват две страници на негово име, една от които е обозначена като „официална“ и към която има препратка от официалната уеб страница на министерството.

На другия полюс може да се оцени присъствието на Агенцията по заетостта в социалната мрежа – в нея съществуват два профила като никой от тях не е обозначен като „официален“, единият видимо е създаден от териториално подразделение на Агенцията по заетостта в гр. Хасково, докато другият публикува спорадична информация за решения на държавни институции и обяви за работа от частни интернет страници.

Друг е казусът с присъствието на Националната агенция по приходите (НАП) във Facebook – от нейната официална страница няма препратка, но в социалната мрежа съществуват два паралелни профила, които имат сходен брой последователи и публикуват актуална и привидно надеждна информация, свързана с дейността на НАП.

Не са малко и случаите, когато официалните интернет страници съдържат неработеща препратка към профил във Facebook (често под формата на икона, която не съдържа активен линк). А при последваща проверка в социалната мрежа може да се установи, че такъв профил не съществува. Такива са случаите с:

Държавния културен институт към Министъра на външните работи,  
Държавната агенция „Държавен резерв и военновременни запаси“,  
Министерството на правосъдието,  
Съвета за електронни медии.

За добра практика може да се посочи Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията, което на своята интернет страница публикува линкове под формата на икона към страницата във Facebook на самото Министерство и отделно към профила на министъра на транспорта, информационните технологии и съобщенията.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



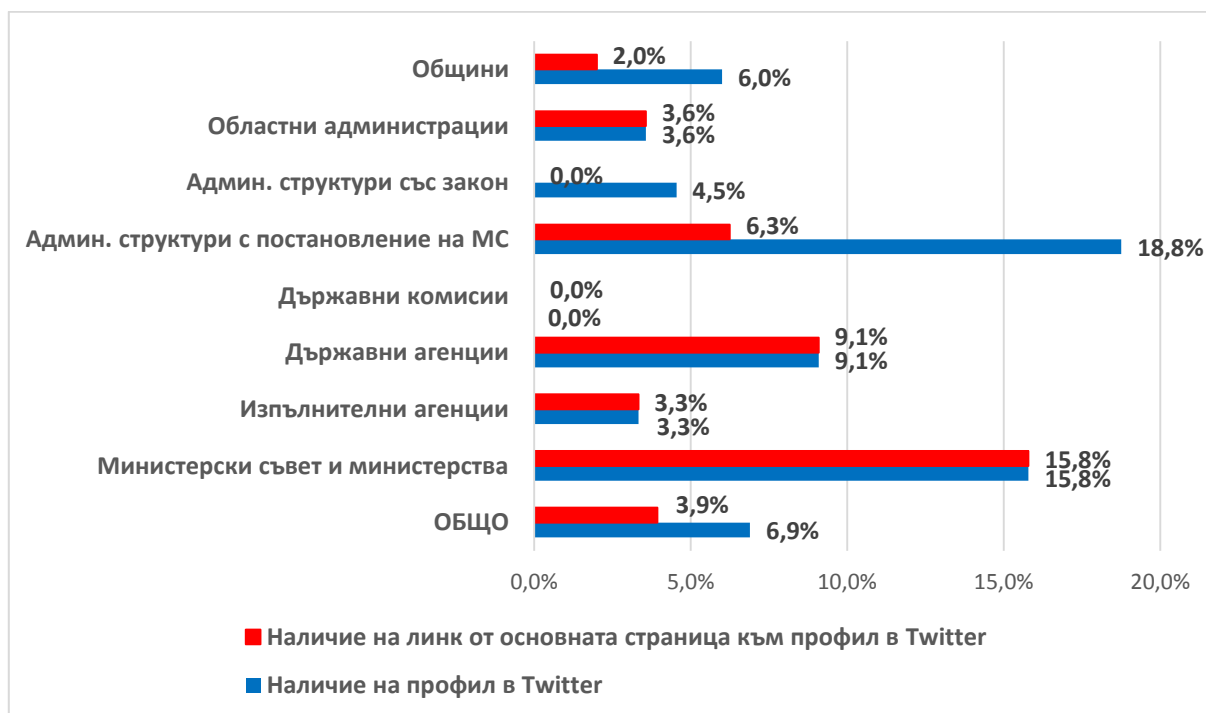
ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

На общинско равнище се открояват Русе и Велико Търново – от официалните страници на двете общини има линове към профили във Facebook на техните кметове, а не на общините като административни единици, каквито липсват и при търсене във Facebook. Нещо повече, от профила на кмета на Русе съществува линк към официалната страница на община Русе, докато в профила на кмета на Велико Търново – към неговата лична страница в интернет.

**7% от всички изследвани административни структури имат профил в Twitter, а на официалните страници на почти 4% от тях е налична препратка към профил в Twitter.**

Twitter е другата социална медия, която попада във фокуса на изследването. В сравнение с Facebook, тази медия е значително по-слабо използвана от институциите на национално, областно и местно равнище. Близко 7% от всички изследвани административни структури имат профил в Twitter, а на официалните страници на почти 4% от тях е налична препратка към профил в Twitter. Макар разликата да е значително по-малка от описаната по-горе, и тук прави впечатление, че администрациите не винаги публикуват линк към социалната медия от официалните си интернет страници, дори в случаите, когато поддържат собствен профил (Фиг 31).

С най-висок дял на присъствие в социалната медия за публикуване на кратки съобщения са административните структури, създадени с постановление на МС (близо 19%), министерствата (почти 16%) и държавните агенции (малко над 9%). Най-слабо тук се представят държавните комисии, съответно без профили в Twitter, следвани от изпълнителните агенции (3,3%), областните администрации (3,6%), административните структури, създадени със закон (4,5%) и общините (6%). Най-големи несъответствия между наличието на профил и линк към него се отбелязват от структурите, създадени с постановление на МС, докато при министерствата, държавните агенции и изпълнителните агенции съществува паритет.



Фигура 31. Наличие на профил в Twitter и на препратка от основната страница към профил в Twitter

#### Примери от практиката:

Министерски съвет има два неофициални профила в Twitter, които препубликуват съдържание от други държавни институции или високопоставени политически фигури (министър-председател, министри и т.н.), видимо в резултат на компютърен алгоритъм, а не на човешка намеса. Към нито един от двата профила няма препратка от официалната страница на Министерски съвет – [www.government.bg](http://www.government.bg).

Известен български блогър е създател на голяма част от неофициалните профили на министерства и министри. Позитивно е, че това е изрично отбелязано.

## 6.2. Активност и ангажираност на администрациите в социалните мрежи

Забелязва се все по-голямо присъствие на публични администрации в социалните мрежи. Това до някъде е очаквано, тъй като през последните години Facebook се наложи като основно средство за комуникация и получаване на новини. По данни на Statista [14] към 2017 г. в България има 2,25 милиона активни потребители на социалната мрежа, с тенденция те да се увеличат до 2,4 милиона

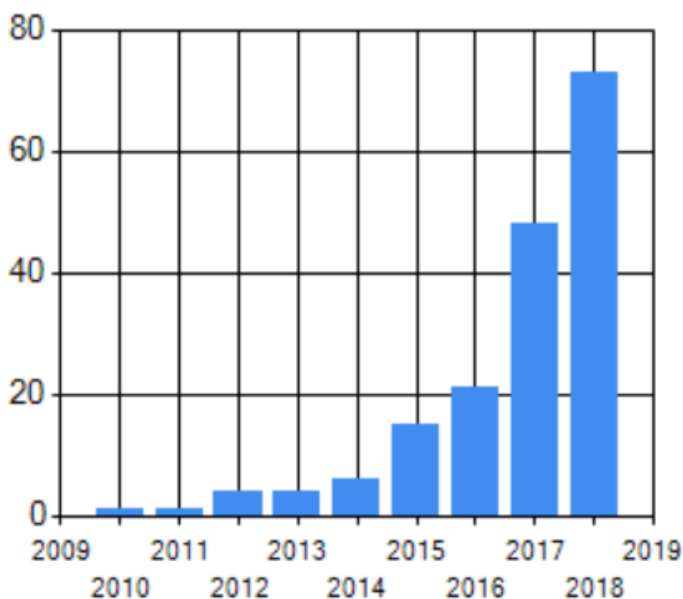
през 2022 г. Увеличаването на използването на социални мрежи от публичните администрации изглежда като естествен процес, изхождащ от насочването на каналите за предаване и съобщаване на информация към социалните мрежи. Често самите служители в съответните администрации използват всекидневно социални мрежи и за тях е естествено да използват такъв канал, за да съобщават и споделят новини, свързани със служебната им дейност.

Средният брой последователи на страница на публична администрация във Facebook е **3802**, което на фона на споменатия общ брой потребители на Facebook в България е относително малко. Това показва, че или потребителите не са заинтересовани, а може би и самите публични администрации не желаят или не полагат достатъчно усилия, за да привлекат интерес.

### 6.2.1. Ангажираност на администрациите през годините

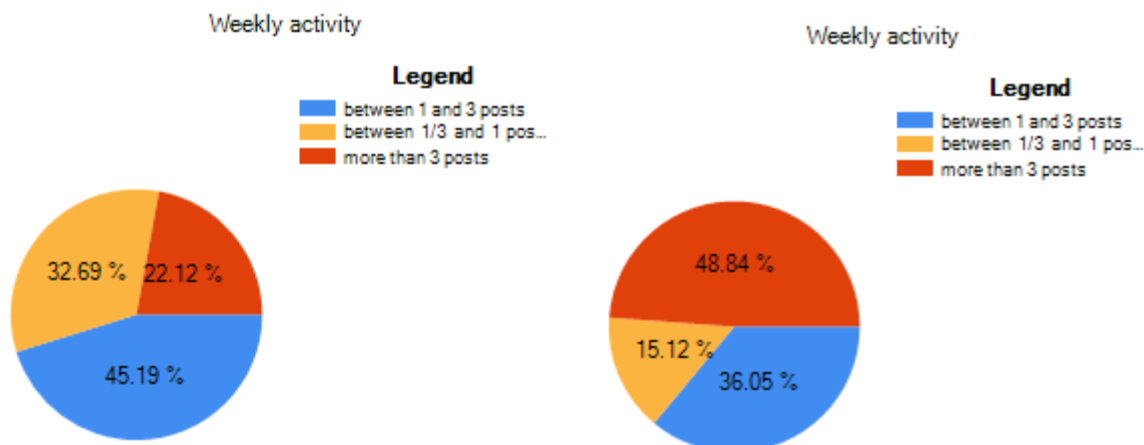
Може да се установи, че с времето администрациите все повече използват социалните мрежи като средство за комуникация с гражданите. Като пример може да се посочи броя на администрациите, които имат повече от един пост за година от 2010 г. насам (фиг. 32).

Number of entities with active Facebook pages (have more than 1 post per year)



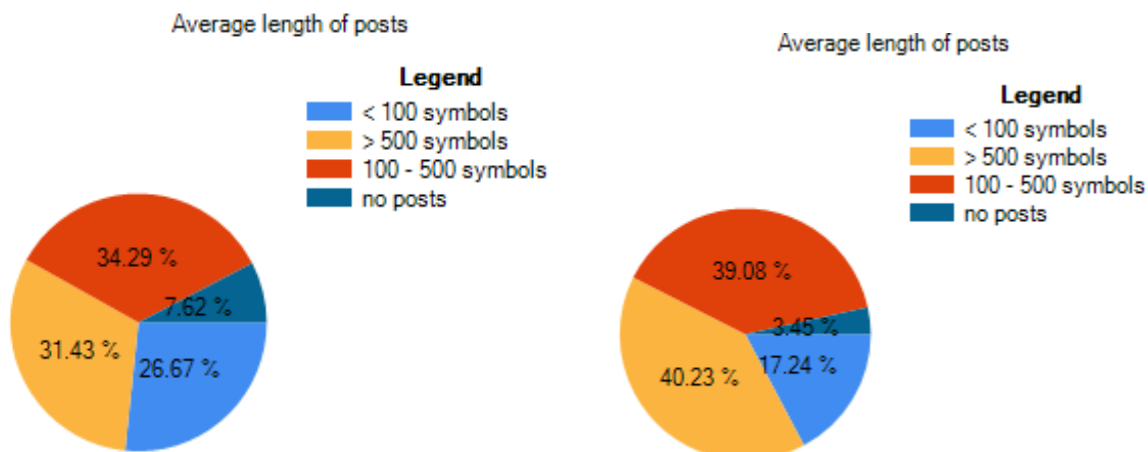
Фигура 32. Брой администрации с активни Facebook профили от 2010 г. насам

Броят на активните администрации рязко се увеличава, също така активността на новите администрации във Facebook нараства. Честотата на нови постове в страниците на различните администрации се е повишила значително през 2018 г. спрямо предишно проучване направено през 2016 г. (фиг. 33).



Фигура 33. Честота на постове на седмична база за 2016 г. (лява графика) и за 2018 г. (дясна графика)

Честотата на постове е добър показател за това до каква степен публичните администрации разчитат на социалните мрежи, за да предадат послания на гражданите. Друга тенденция, която се забелязва е, че средната дължина на постове се е увеличила значително за две години (фиг. 34):

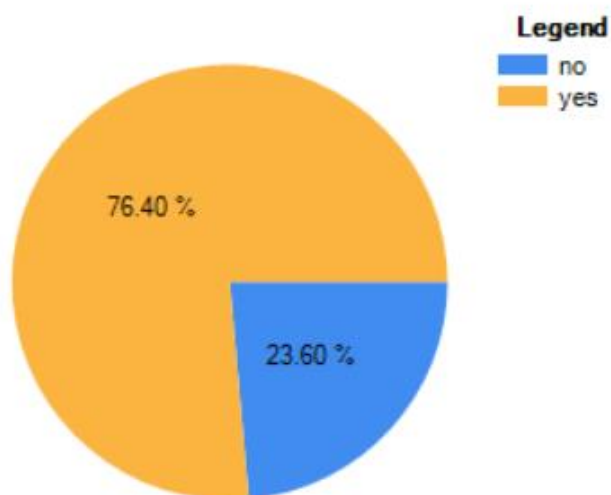


Фигура 34. Средна дължина на постовете за 2016 г. (лява графика) и за 2018 г. (дясна графика).

Увеличаването на дължината на постовете се приема като добра тенденция, поради по-големите усилия, които администрациите полагат, за да предадат информация на гражданите и желание да подобрят общественото одобрение към тях.

### 6.2.2. Детайлност и обем на информацията в профилите на администрациите в социалните мрежи.

Proportion of administration facebook pages which have about page



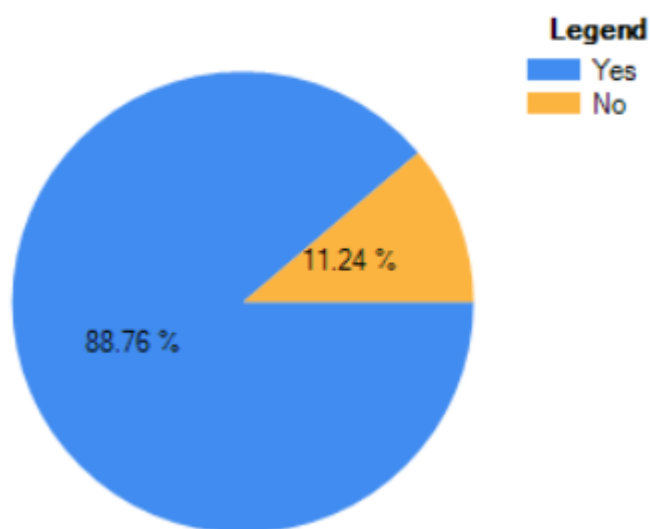
Фигура 35. Предоставена информация за администрацията в социалния и профил.



Над три четвърти от администрациите (76.4%) са представили информация с какво точно се занимават в социалните си профили (фиг. 35). Тази стойност е сравнително висока. Въпреки това, този процент може да бъде още по-висок поради леснотата на попълване на такъв тип данни и важността им за потребителите в социалните мрежи. Все пак и тук се наблюдава положителна тенденция, тъй като през 2016 г. администрациите, посочили информация за себе си във Facebook страницата, са били 64%.

Впечатляващ брой (89%) от администрациите, притежаващи Facebook страница, са посочили официален уебсайт (фиг. 37).

Percentage of administrations with provided Facebook page (For administrations with Facebook page only)?



Фигура 36. Процент на администрациите посочили уебсайт в описанието на страниците им.

Около 62% от администрациите са публикували във Facebook телефонен номер за връзка с тях (фиг. 37). Имайки предвид, че телефонът остава най-бързия начин за комуникация, ние смятаме, че всички администрации трябва да имат посочен телефонен номер на своята Facebook страница.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД

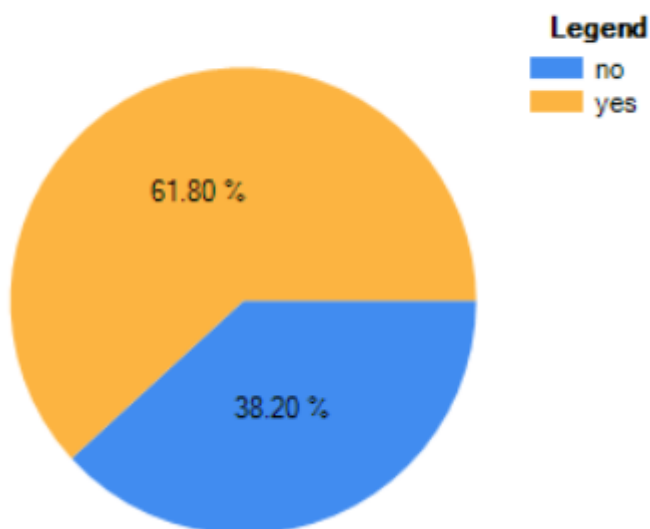


ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

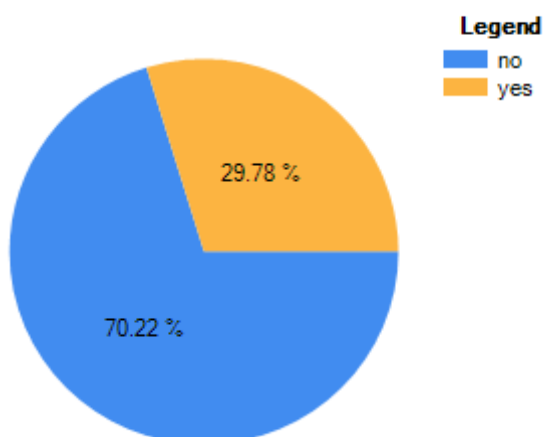
### Proportion of administration facebook pages which have phone numbers



Фигура 37. Процент от администрациите, публикували телефонен номер за връзка на Facebook страницата си през 2018 г.

Изменението спрямо 2016 г. е доста голямо, тъй като тогава телефонен номер е бил посочен само в 29% от случаите (фиг. 38).

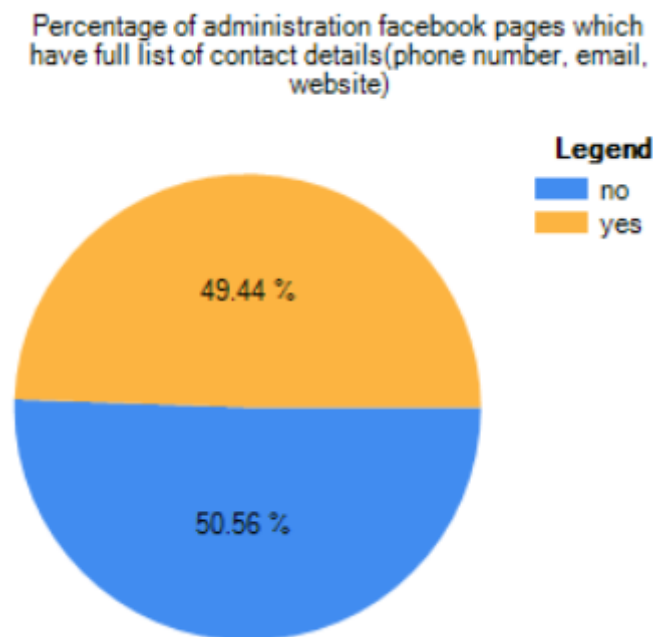
### Proportion of municipality facebook pages which have phone numbers



Фигура 38. Процент от администрациите, публикували телефонен номер за връзка на Facebook страницата си през 2016 г.

Това голямо изменение може да се обясни с факта, че Facebook въведе доста агресивна политика за събиране на телефонните номера на абонатите на социалната мрежа. Въвеждайки многостъпково потвърждение на самоличността на притежателите на акаунтите, допълнително обвързвайки потребителите с телефонният им номер и извличайки контактите на потребителите, използващи мрежата през мобилни телефони, позволи на Facebook, още по-точно и подробно да следи потребителите и техните социални връзки, дори и когато те не ползват социалната мрежа.

Процентът на администрациите, които са предоставили всички необходими канали за комуникация, е около 50% (фиг. 39). Необходимо е да се работи за увеличаване на този процент.

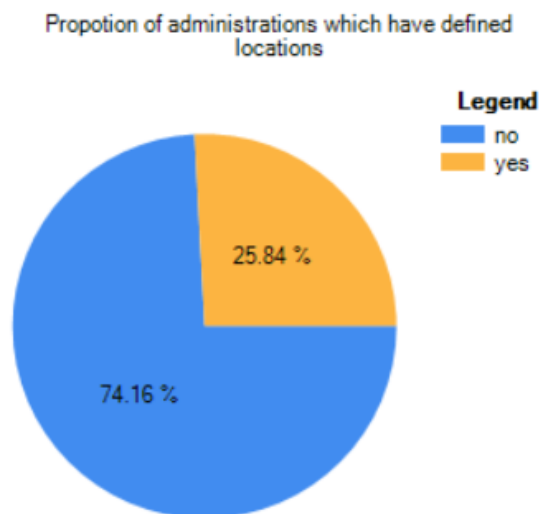


Фигура 39. Процент от администрациите, публикували всички канали за комуникация в социалните мрежи

Под всички канали се има предвид:

- Телефонен номер
- Ел. поща
- Официален уебсайт

Нисък остава процентът на администрациите, посочили адрес – едва 25% (фиг.40).



Фигура 32. Процент на администрации, посочили физически адрес

## 7. Препоръки и предложения

На базата на направения преглед на интернет страниците на 203 изследвани администрации на централно, областно и общинско равнище се очертава фрагментираното приложение на сега действащата Инstrukция № 4 за изискванията към дизайна на интернет страниците на администрациите. Прави впечатление, че дори новосъздадени уеб-страници, като тази на Министерски съвет, отговарят само частично на действащата нормативна уредба, което поставя по въпрос нейното приложение. Това налага както актуализация на Инstrukция № 4, така и по-широка междуведомствена координация за необходимостта от синхронизиране на приложението ѝ.

Необходимостта от актуализиране на Инstrukция № 4 се налага и с цел в нея да се отрази и присъствието на администрациите в социалните мрежи. Официализирането на страници и профили в социалните мрежи и интернет следва да се базира на нормативен документ (решение) на съответната администрация. За поддържането им е необходимо да се предвидят и заделят съответните ресурси (човешки и финансови).

Както е посочено в предложението за промяна на съществуващата Инstrukция №4 (вж. Приложение 7. Предложение за промяна на Инstrukция 4), институционалните страници във Facebook, Twitter или друга социална мрежа на административен орган или администрация следва да съдържат линк към



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

официалната институционална интернет страница. Съответно на официалната институционална интернет страница следва да има линк към институционалната страница във Facebook, Twitter или друга социална мрежа, в която административната структура поддържа собствен профил. На институционалната страница във Facebook, Twitter или друга социална мрежа следва да е посочен вида на администрацията (Municipality, Government organization, Public Administration, и т.н). На институционалната страница във Facebook, Twitter или друга социална мрежа следва да се публикува официалната контактна информация на административния орган или администрация (като минимум телефон, имейл и работно време). Не на последно място, на институционалната страница във Facebook, Twitter или друга социална мрежа следва да бъде поместен текст, който изрично да посочва „припознаването“ им от съответната администрация и който посочва, че това е „официален профил/официална страница на“ съответната институция. При спазването на всички тези изисквания може да се гарантира кои са официалните профили в социалните медии на институциите и така да не се създава възможност за публикуване на информация от името на централни, областни или общински администрации, която е непълна, подвеждаща, с висока степен на ненадежност и в полза на частни субекти.

## 7.1. Ефективна комуникация

Забелязва се, че повечето публични администрации не жалаят да влизат в дискусия с гражданите в социалните мрежи. Избягването на контакт с гражданите поражда чувство за дистанция и негативно настроение у потребителите. Facebook и всички останали социални мрежи са построени върху идеята двупосочна комуникация. В миналото информацията беше създавана от един източник (вестник, радио, телевизия), а предаването на информацията беше еднопосочно – от източник към получател. В днешно време, с появата на социалните мрежи, източник на информация и получател, може да бъде всеки. В този ред на мисли притесненията на публичните администрации да не привличат гражданско недоволство към себе си с неуместна публикация или коментар са основателни, но това по никакъв начин не трябва да бъде причината за прекъсване на диалога между администрация и граждани. Именно качественият диалог е предпоставка за изграждане на висок процент на одобрение за работата на държавна институция у гражданите. Тъй като Facebook предоставя канал за лична комуникация между потребители, добра идея е администрациите, да опитат да използват тази



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

възможност и да предоставят възможност на гражданите да задават въпросите си директно към тях, през социалната мрежа.

Все повече навлизат, т.нар чат ботове [27]. Чат бот може да бъде полезен в случаите, когато граждани биха поставяли често задавани въпроси, например Държавен Фонд „Земеделие“ да отговаря на често задавани въпроси относно кандидатстване по европрограми. По-сложните въпроси, на които бот няма възможност да отговори, биха могли да бъдат предавани на служител на съответната администрация, който да отговори в последствие.

## 7.2. Избягване на лоши практики

В хода на изследването бяха установени случаи (посочени в т. 6.1.2.), при които препратка от официална страница на съответна администрация води до Facebook профил на човек, а не на самата администрация. От официалните страници на Община Русе и Община Велико Търново има линкове към профили във Facebook на техните кметове, а не на общините като административни единици (такива липсват и при търсене във Facebook). Нещо повече, от профила на кмета на Русе съществува линк към официалната страница на община Русе, докато в профила на кмета на Велико Търново – към неговата лична страница в интернет. Подобни практики трябва да се избягват, тъй като публична администрация не бива да бъде характеризирана с едно лице. И още нещо, при използване на лични профили във Facebook не става ясно дали постовете отразяват официалната позиция на съответната публична администрация или съответния ръководител. Администрациите би трябвало да се борят за изграждане на собствена положителна идентичност в социалните мрежи, а не на повишаването на популярността на определено политическо лице.

Официализирането на страници и профили в социалните мрежи следва да се базира на нормативен документ (решение) на съответната администрация. За поддържането им е необходимо да се предвидят и заделят съответните ресурси (човешки и финансови).

## 8. Насоки за бъдещи изследвания

Направеното изследване представя текущото състояние на присъствието на администрациите в интернет и социалните мрежи, по-общо казано в интернет пространството. Бъдещите изследвания следва да отразяват динамиката на



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

развитието на информационните и комуникационни технологии и как административните структури успяват да ги приложат в комуникацията си с гражданите и бизнеса, както чрез собствените си интернет страници, така и чрез страниците си в социалните мрежи.

Ще бъде полезно подобни изследвания да се провеждат ежегодно или на интервал от две години. Фокусът на бъдещите изследвания следва да бъде върху съответствието на съответните страници и профили с изискванията на обновления вариант на Инструкция № 4. Интерес представлява бъдещото приложение на Инструкция №4 и дали тя ще претърпи актуализация, взимаща под внимание съвременните практики в създаването на официални интернет страници на административни структури на централно, областно и общинско равнище, както и разпространение на нейните изисквания към страниците/профилите на администрациите в платформи като Facebook с цел хармонизиране на присъствието им.

Интересно би било да се изследва отношението на гражданите и фирмите към формите на присъствие на администрациите в интернет пространството. Откъде черпят най-често информация за институциите, за какви цели използват различните форми на присъствие на администрациите в Интернет пространството? Какво е нивото на доверие и т.н.

Уместно ще бъде да се доразвие разработения софтуерен инструмент с цел автоматизиране и на анализа на профили в Twitter.

## **9. Заключение**

Изследването „Институционална идентичност на интернет страниците и страниците в социалните мрежи на държавната администрация в България“ е направено по поръчка на Института по публична администрация (ИПА) в изпълнение на дейност 5 на проект № BG05SFOP001-2.004- 0004-C01.

Цел на изследването е оценка на уеб-сайтовете на администрациите и анализ доколко те отговарят на изискванията на Инструкция № 4, както и оценка на присъствието на администрациите в социалните мрежи, по-конкретно във Facebook.

За нуждите на изследването е разработен софтуерен инструмент за автоматизиране на изследването на страниците на администрациите във Facebook. Доразвито е съществуващо уеб приложение SocialPresence



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

(<http://socialpresence.azurewebsites.net>). Препоръчително е приложението да се качи в публичната част на Държавния хибриден частен облак и да се поддържа от ИПА.

Резултатите от изследването показват, че практически всички администрации имат присъствие в Интернет пространството под формата на уеб-страници. Нараства присъствието на администрациите в социалните мрежи и по-конкретно във Facebook, като може да се очаква и ръст на присъствието в Twitter. Необходимо е да се актуализира Инstrukция № 4 от 21 юли 2009 г. за изискванията към дизайна на интернет страниците на администрациите и да се приведе в съответствие с новите реалности.

Редовни анализи (ежегодни или през 2 години) на присъствието администрациите в интернет пространството ще допринесат за подобряване на комуникациите между гражданите и фирмите от една страна и администрациите от друга. В крайна сметка това ще доведе до подобряване на качеството на административното управление.



## 10. Използвана литература

1. Оценка на уеб-страниците на общините в България, Фондация „Приложни изследвания и комуникации“: 2004 г. <http://www.arcfund.net/fileSrc.php?id=841>
2. Доклад е-Община, Фондация „Приложни изследвания и комуникации“: 2005 г. <http://www.arcfund.net/arcartShowbg.php?id=9282>
3. Анкетно проучване и анализ за използването на съвременни информационни и комуникационни технологии за по-добро управление в общините – капацитет, проблеми и препоръки, Министерството на регионалното развитие и благоустройството (МРРБ), 2008 г. <http://www.mrrb.government.bg/static/media/ups/articles/attachments/75bfb6c74bd051f718ef2a719641f71f.doc>
4. Дигитално управление на общините в България, Институт за икономическа политика, 2015 г.: [http://www.epi-bg.org/images/egov/Working\\_Bulletin.pdf](http://www.epi-bg.org/images/egov/Working_Bulletin.pdf)
5. Второ годишно изследване на интернет страниците на общините в България в, Институт за икономическа политика 2016 г.: [http://www.epi-bg.org/images/egov/Second\\_Annual\\_Survey\\_of\\_the\\_Webpages\\_of\\_Municipalities\\_in\\_Bulgaria\\_2016.pdf](http://www.epi-bg.org/images/egov/Second_Annual_Survey_of_the_Webpages_of_Municipalities_in_Bulgaria_2016.pdf)
6. Индекс на дигиталното управление на 27-те най-големи общини в България (трето годишно изследване), Институт за икономическа политика, 2017 г.: [http://www.epi-bg.org/images/egov/Full\\_Digital\\_Governance\\_Performance\\_Index\\_BG\\_2017.pdf](http://www.epi-bg.org/images/egov/Full_Digital_Governance_Performance_Index_BG_2017.pdf)
7. Анализ на общинското присъствие във Facebook, Магдалена Младенова, Камен Спасов, Информационен Бюлетин на НСОРБ, Брой 11-12/август 2015 г.стр.13-14,
8. A Platform to Research Presentation of Municipalities in Social Networks, Kamen Spassov, Evelina Nozcheva, Dual EGOV 2016 and ePart 2016 conference, Gimaraes, Portugal, 2016 г.: <http://ebooks.iospress.nl/volumearticle/45136>
9. Основни резултати от изследването на информационното общество в домакинствата през 2017 година, Национален статистически институт: [http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT\\_hh2017\\_ZW9AP4W.pdf](http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT_hh2017_ZW9AP4W.pdf)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

10. Основни резултати от изследването на информационното общество в в предприятията през 2017 година, Национален статистически институт: [http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT\\_ent2017\\_ZW9AP4W.pdf](http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT_ent2017_ZW9AP4W.pdf)
11. Предприятия, използващи интернет с цел взаимодействие с публични институции, Национален статистически институт: <http://www.nsi.bg/bg/content/2860/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F-%D0%B8%D0%B7%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D1%89%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D1%81-%D1%86%D0%B5%D0%BB-%D0%B2%D0%B7%D0%B0%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D0%B5-%D1%81-%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%86%D0%B8%D0%B8>
12. Europe's Digital Progress Report 2017, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/bulgaria>
13. Профил на България съгласно доклада за напредъка на Европа в областта на цифровите технологии (EDPR), 2017 г.: [http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc\\_id=44291](http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44291)
14. Statista, <https://www.statista.com/statistics/>
15. Инструкция № 4 от 21 юли 2009 г. за изискванията към дизайна на Интернет страниците на администрациите издадена от Министерството на държавната администрация и административната реформа и обнародвана в брой 64 на Държавен вестник от 11 Август 2009 г. [https://www.mtitc.government.bg/upload/docs/Instr\\_4\\_21072009.pdf](https://www.mtitc.government.bg/upload/docs/Instr_4_21072009.pdf)
16. Graph API, <https://developers.facebook.com/docs/graph-api>
17. Социален граф, <https://www.socialmediaexaminer.com/what-your-business-needs-to-know-about-social-graphs/>
18. Hashtag, <https://www.hashtags.org/how-to/history/what-is-a-hashtag/>
19. CRUD, [https://en.wikipedia.org/wiki/Create,\\_read,\\_update\\_and\\_delete](https://en.wikipedia.org/wiki/Create,_read,_update_and_delete)
20. Microsoft .Net Framework, <https://docs.microsoft.com/en-us/dotnet/framework/get-started/overview>



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

21. ASP.Net, <https://www.asp.net/open-source>

22. Common Language Runtime (CLR), <https://docs.microsoft.com/en-us/dotnet/standard/clr>

23. Entity Framework(EF),

<https://docs.microsoft.com/en-us/dotnet/framework/data/adonet/entity-data-model>

24. Object Relational Mapping(ORM), <http://hibernate.org/orm/what-is-an-orm/>

25. Microsoft SQL Server (MSSQL), <https://www.microsoft.com/en-us/sql-server>

26. Microsoft Azure, <https://azure.microsoft.com/en-us/?v=18.10>

27. Facebook chat bot, <https://www.matthewbarby.com/chatbot-marketing/>



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИНСТИТУТ ПО ПУБЛИЧНА  
АДМИНИСТРАЦИЯ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

## **11. Приложения**

**Приложение 1. Списък на изследваните административни структури**

**Приложение 2. Таблица, използвана за събиране на информация за интернет страниците на администрациите**

**Приложение 3. Таблица с данни за интернет страниците на администрациите (достъпно само в електронен вид на CD)**

**Приложение 4. Таблица с обобщени данни за всички интернет страници на администрациите (достъпно само в електронен вид на CD)**

**Приложение 5. Код на софтуерен инструмент - Annex 5 – SocialPresenceProjectzip (достъпно само в електронен вид на CD)**

**Приложение 6. Инstrukция № 4 от 21 юли 2009 г. за изискванията към дизайна на интернет страниците на администрациите**

**Приложение 7. Предложение за промяна на Инstrukция № 4.**