

Чорноморський національний університет імені Петра могили  
Навчально-науковий інститут публічного управління та адміністрування  
Кафедра публічного управління та адміністрування

«Допущено до захисту»  
Завідувач кафедри публічного управління  
та адміністрування  
\_\_\_\_\_ Олександр ЄВТУШЕНКО  
“ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття ступеня вищої освіти

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему: **«ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ  
УПРАВЛІННІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКА ПРАКТИКА»**

Керівник: старший викладач  
Малікіна Оксана Анатоліївна  
\_\_\_\_\_ (вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Рецензент: старший викладач  
Верба Світлана Миколаївна  
\_\_\_\_\_ (посада, вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Виконала: студентка VI курсу групи 636 мз  
Серьогіна Тетяна Михайлівна  
\_\_\_\_\_ (П.І.Б.)

Спеціальності: 281 «Публічне управління та  
адміністрування»  
\_\_\_\_\_ (шифр і назва спеціальності)

ОПП: «Державна служба»  
\_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ .....	7
1.1. Стан наукової розробки проблеми використання соціальних мереж в публічному управлінні.....	7
1.2. Поняття та сутність соціальних мереж як інструменту публічного управління.....	11
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ У КРАЇНАХ СВІТУ.....	21
2.1. Досвід зарубіжних країн у використанні соціальних мереж в роботі органів публічної влади.....	21
2.2. Світова практика використання соціальних мереж в умовах кризи .....	34
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ В УКРАЇНІ .....	44
3.1 Нормативно-правова база для використання соціальних мереж в діяльності органів публічної влади в Україні.....	44
3.2 Соціальні мережі як інструмент комунікації органів державної та місцевої влади із громадськістю.....	51
3.3. Напрямки удосконалення використання соціальних мереж органами публічної влади в Україні.....	58
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69
ДОДАТКИ.....	78

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Державні діячі, політики, публічні службовці в різних країнах і на різних рівнях управління сьогодні намагаються реалізувати політику та стратегію відкритого уряду. Їх зусилля насамперед зосереджені на забезпеченні підвищеної прозорості, доступу людей до державних даних і інформації та ефективного використання технологій. Прозорість і право на доступ до урядової інформації зараз вважаються на міжнародному рівні важливими для забезпечення демократичної участі громадян у формуванні державної політики, довіри до уряду, запобігання корупції, інформованого прийняття рішень.

За останні роки соціальні та цифрові медіа стали невід'ємною частиною нашого життя. З метою підвищення ефективності публічна служба прагне бути в авангарді присутності в соціальних мережах. Соціальні медіа дозволяють урядам швидко поширювати інформацію про надзвичайні ситуації, нові закони та політику. Можливість організувати публічні обговорення, збирати відгуки та проводити опитування в соціальних мережах сприяють більш демократичному та інклюзивному процесу управління. Крім переваг, існують і потенційні ризики використання соціальних медіа в публічному управлінні, такі як питання кібербезпеки, захисту персональних даних і поширення дезінформації.

Саме тому сьогодні актуальним є дослідження використання соціальних мереж в публічному управлінні в Україні та у світі.

**Мета дослідження** проаналізувати особливості використання соціальних мереж в публічному управлінні у різних державах світу та в Україні.

Для досягнення мети було визначено наступні **завдання**:

- розкрити теоретичні засади дослідження використання соціальних мереж в публічному управлінні;
- дослідити досвід зарубіжних країн у використанні соціальних мереж в роботі органів публічної влади;

- дослідити світову практику використання соціальних мереж в умовах кризи;
- проаналізувати нормативно-правову базу для використання соціальних мереж в діяльності органів публічної влади в Україні;
- розкрити вітчизняний досвід використання соціальних мереж в публічному управлінні;
- визначити напрямки удосконалення використання соціальних мереж органами публічної влади в Україні.

*Об'єктом дослідження* обрано соціальні мережі як інструмент публічного управління.

*Предметом дослідження* є особливості використання соціальних мереж в публічному управлінні в Україні та країнах світу.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети в процесі дослідження використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні наукові методи. Так, метод узагальнення використовувався із метою дослідження кращих закордонних практик використання соціальних мереж органами публічної влади. Системно-аналітичний метод був використаний для аналізу законодавчих актів та нормативних документів. Застосування методу систематизації дозволило узагальнити законодавчу, нормативну документацію і наукову літературу за темою дослідження.

В процесі дослідження став у нагоді метод компаративного аналізу, який на основі порівняння офіційних документів дає змогу визначити загальні й відмінні риси політики використання соціальних мереж у роботі органів публічного управління в різних країнах світу. Історично-порівняльний метод продемонстрував динаміку розвитку застосування соціальних мереж як інструменту роботи органів влади.

Сукупність цих та інших методів і прийомів дала змогу забезпечити всебічність вивчення проблеми та достовірність висновків. Загалом в роботі широко використовується комплексний підхід до методології дослідження, коли методи, які застосовуються, доповнюють один одного.

**Наукова новизна одержаних результатів** обумовлена тим, що дане дослідження є спробою комплексного аналізу особливостей використання соціальних мереж в публічному управлінні в державах світу та в Україні.

Основні положення дослідження, що визначають наукову новизну одержаних результатів, полягають в наступному:

- уточнено поняття «соціальні мережі в публічному управлінні», під яким варто розуміти вид соціальних технологій, що виступають ефективним інструментом для роботи та комунікації із громадськістю, допомагають у реалізації цілей та задач публічної політики та сприяють розв'язанню соціальних та управлінських проблем;

- запропоновано напрямки удосконалення використання соціальних мереж органами публічної влади в Україні через розширення освітньої мережі задля навчання цифрової грамотності публічних службовців та й загалом населення України; створення чітких правил для публічних службовців щодо використання соціальних медіа, спираючись на досвід США та Канади; передбачення посади адміністратора соціальних мереж, SMM-спеціаліста тощо в штатній структурі органу влади; удосконалення нормативно-правової бази для використання соціальних мереж в роботі органів публічної влади; ведення обліку показників у соціальних мереж, що дасть змогу контролювати ефективність присутності органу влади у соціальних мережах.

**Практичне значення одержаних результатів.** Положення і висновки роботи можуть бути використані для подальшого науково-теоретичного дослідження особливостей використання соціальних мереж в публічному управлінні, а також у навчальному процесі під час навчання фахівців з публічного управління.

**Особистий внесок магістранта.** Магістерська робота є самостійним завершеним дослідженням. Наукові положення, розробки, результати, висновки і рекомендації отримані автором самостійно.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та висновки дослідження апробовано у формі доповіді на XXVII Всеукраїнській щорічній

науково-методичній конференції «Могилянські читання – 2024: Досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти (м. Миколаїв, листопад 2024 р.) на тему: «Особливості використання соціальних мереж органами державної влади у США».

**Структура роботи** зумовлена її метою та завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, що мають сім підрозділів, висновків та списку використаних джерел (75 найменувань). Загальний обсяг роботи становить – 81 сторінки, з яких 68 – основного тексту.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

#### 1.1. Стан наукової розробки проблеми використання соціальних мереж в публічному управлінні

Наукову літературу за темою дослідження доцільно поділити на дві великі групи - роботи закордонних та українських науковців, які розкривають різні аспекти використання соціальних мереж в публічному управлінні.

Серед робіт зарубіжних авторів, слід виокремити роботи М. Джинтової [57], А. Каплана [58], Р. Мерчанта [59], О. Міталя [60] та інших.

Так, у своїй статті канадська дослідниця М. Джинтова розкриває особливості використання соціальних мереж канадськими урядовими структурами. Дослідниця підкреслює, що уряди в усьому світі досліджують способи надання урядової інформації та послуг, а також взаємодії з громадськістю через канали соціальних мереж. Хоча ідея зробити уряд більш прозорим і доступним не є новою, потреби у взаємодії з громадськістю на платформах соціальних мереж для розробки політики, реалізації програм та/або надання державних послуг ніколи раніше не існувало. Уряд Канади визнає цю потребу через свої ініціативи відкритого діалогу Канадських планів дій щодо відкритого уряду та стратегії окремих департаментів і агенцій у соціальних мережах [57].

А. Каплан у своєму дослідженні розкриває еволюцію застосування можливостей соціальних мереж у роботі урядових структур США. Інша дослідниця Д. Рубель аналізує практику використання соціальних мереж муніципальною владою у США. Зокрема, авторка відзначає, що соціальні медіа пропонують муніципалітетам ефективні та рентабельні способи залучення та інформування жителів, відвідувачів громади та підприємств з безлічі тем. Але для того, щоб бути ефективними, муніципальні лідери повинні розуміти

переваги та керувати ризиками використання соціальних мереж, не переходячи в певні сірі зони. У дописі йдеться лише про переваги [58].

У роботі Р. Мерчант та Н. Лурі розкрито особливості застосування соціальних мереж в умовах кризи, зокрема мова йде про період карантину через COVID-19. Вчені зауважують, що платформи соціальних мереж були важливими для поширення інформації під час спалаху коронавірусу 2019 (COVID-19). Однак, Соціальні мережі також стали каналом для поширення як чуток, так і навмисної дезінформації, і багато зловмисників розгорнули такі сайти, як Facebook, Twitter, YouTube і WhatsApp, щоб створити відчуття паніки та збентеження [59].

У своїй статті європейський дослідник М. Мюллер аналізує фактори, які впливають тривалість та тимчасову увагу, що отримують акаунти агенцій ЄС у соціальних мережах. Науковець відзначає, що поява платформ соціальних медіа викликала позитивні прогнози щодо майбутніх взаємодій уряду та громадськості через Інтернет, і майже кожна агенція ЄС створила присутність у соціальних мережах на провідних платформах соціальних мереж. Однак облікові записи агентств у соціальних мережах привертають до себе різну увагу громадськості, а тому демонструють різний ступінь корисності для спілкування з громадськістю [61].

Е. Рамірес своє дослідження присвячує розкриттю позитивних результатів від використання соціальних мереж урядами держав. Так, вчений доводить, що за допомогою платформ соціальних медіа уряди можуть ділитися своєчасною та точною інформацією з громадськістю, зміцнювати довіру та демонструвати прихильність до прозорості [63].

Індійська дослідниця М. Срівастава у своїй роботі розкриває, як різні уряди в усьому світі використовують платформу соціальних медіа у своїх моделях управління з особливим акцентом на уряд Індії. Вчені приходять до висновку, що правильне та ефективне використання соціальних мереж державними службовцями, їх організацією та механізмом є дуже швидкою, економічно ефективною та двосторонньою інтерактивною платформою для



обговорень та взаємодії уряду з місцевим населенням, що зрештою допоможе у кращому формулюванні політики та його ефективна реалізація [65].

В межах нашого дослідження окремої уваги заслуговують роботи українського дослідника Д. Гриня. Так, вчений своє дисертаційне дослідження присвячує аналізу механізмів використання соціальних мереж в діяльності органів публічної влади. Зокрема, науковець виокремлює чотири етапи в еволюції правового забезпечення використання соціальних мереж в публічному управлінні України: «перший – початковий (1998 -2008 рр.), який починається з прийняття Закону України «Про національну програму інформатизації»; на другому етапі (2008 – 2013 рр.) – сервісному, почалося законодавче забезпечення процесу надання соціальних та адміністративних послуг та отриманні низки послуг в режимі он-лайн; на третьому (2014 – 2018 рр.) – розвитку електронного урядування, стала формуватися інфраструктура публічного управління в мережі інтернет; на четвертому – (2019 р. – й до сьогодні) відбувається упровадження концепції «Government 2.0», яка, на відміну від концепції електронного урядування» представляє собою не тільки майданчик для цифровізації процесу надання публічних послуг, інформування громадян тощо, а й майданчик для розширення участі громадян в публічному управлінні, та розширення онлайн співробітництва в публічному секторі» [6].

У інші своїй праці Д. Гринь розкриває особливості функціонування та основні напрями застосування технологій соціальних мереж у публічному управлінні [7]. Особливості використання соціальних мереж у публічному управлінні є предметом аналізу і для Р. Редчука. Цей дослідник справедливо підкреслює, що «сьогодні не всі вітчизняні органи публічного управління використовують соціальні мережі як ефективний канал комунікації, попри їх широкі можливості» [40].

Робота Л. Литвинової та Ю. Збираник присвячена висвітленню складових процесу комунікації в публічному управлінні. Дослідниці характеризують нормативно-правову базу у сфері комунікативної політики та підкреслюють необхідність подальшого розвитку комунікативної взаємодії органів влади з

громадськістю відповідно до демократичних стандартів (зокрема і через застосування соціальних мереж) [11].

У своїй статті українські дослідниці Л. Дорош та Ю. Копей аналізують використання соціальних мереж органами державної влади у США та Україні. Цікавими є порівняння та статистичні дані, які наводять авторки [9].

І. Шпекторенко та Р. Кучма свою статтю присвячують розкриттю теоретичних та практичних аспектів удосконалення інформаційного та комунікативного забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування в Україні. Дослідники наголошують, що «соціальні Інтернет-мережі в розвинутих демократичних країнах справді перетворюються із неосновних чинників формування громадянських суспільств на їхню важливу складову і формуються нині як один із впливових соціальних інститутів» [48].

Варто відзначити роботу Г. Бондар, в якій проаналізовано «особливості та перспективи використання соціальних мереж у комунікаційній стратегії у публічному управлінні задля ефективної взаємодії з громадськістю через їхню здатність сприяти демократії, забезпечуючи більшу участь громадян у суспільно-політичному житті країни, надаючи інформацію про дії влади та більше можливостей для взаємодії під час прийняття політичних рішень, що сприяє легітимності влади» [2].

Доцільність використання соціальних мереж органами місцевого самоврядування є предметом аналізу і в роботі І. Шевчук. Зокрема, науковець висвітлює активність органів місцевого самоврядування у соціальній мережі Facebook.

У своїй статті П. Фармахаус розкриває можливості соціальних мереж для підвищення ефективності публічного управління. Науковець акцентує увагу на тому, що у використанні соціальних мереж органами публічної влади важливим є зворотній зв'язок та активне залучення громадян до процесів прийняття рішень [45].

Джерельна база дослідження охоплює значне коло джерел. Матеріали, використані при написанні роботи, умовно можуть бути поділені на кілька груп.

Перша група джерел – акти національного законодавства (закони України, укази Президента України, постанови та розпорядження Кабінету міністрів України). До другої групи джерел відносяться нормативно-правові акти урядів зарубіжних країн. Третю групу складають інтернет-джерела (веб-сайти, сторінки у соціальних мережах органів державної та місцевої влади в Україні та країнах світу).

Отже, аналіз стану наукової розробки досліджуваної проблеми показав, що в сучасній науці сутність та особливості використання соціальних мереж в публічному управлінні викликають значний інтерес. Однак, робіт, в яких комплексно розглянуто позитивні практики застосування соціальних мереж у роботі органів влади в українському науковому просторі немає. Саме ці обставини визначили вибір теми магістерської роботи, об'єкта, предмета та мети дослідження.

## **1.2. Поняття та сутність соціальних мереж як інструменту публічного управління**

Технологічна революція 1990-х років (поява та активне використання глобальної мережі Інтернет) змінила світ і його зв'язок: від кількох слабо пов'язаних мільйонів тепер ми перетворилися на тисячу мільярдів цифрових мережеских людей через кордони. Сьогодні люди проводять більше часу за ноутбуками, смартфонами та комп'ютерами, чи то для того, щоб читати газети в Інтернеті, щоб забронювати проїзні квитки, слухати музику, переглядати відео, щоб розважитися, шукати інформацію, купувати будь-який товар через інтернет-магазини або брати участь у громадських місцях. форуми та дискусії, читання електронних книг, електронних журналів, обмін фотографіями та відео та спілкування з друзями, сім'єю, бізнесом або державними організаціями через популярні сайти соціальних мереж, такі як Facebook, Twitter, MySpace, YouTube, LinkedIn тощо. Все, що їм потрібно – Інтернет-підключення та гаджет [65].

Сучасні державні інституції значною мірою залежать від впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), необхідних для ефективного публічного управління. Використання автоматизованих інформаційних систем, спеціалізованого та прогресивного програмного забезпечення є незамінним для функціонування державних установ. Серед наукових підходів тлумачення е-урядування можна виокремити два основні:

- перший, визначає е-уряд як використання ІКТ органами державної влади, що охоплює обслуговування населення та бізнесу, організацію державних закупівель, фінансові операції та обмін інформацією.

- другий підхід, більш широкий, розглядає е-уряд як процес зміни внутрішньої та зовнішньої взаємодії в системі публічного управління шляхом впровадження ІКТ. Цей підхід спрямований на підвищення ефективності управління, підвищення якості державних послуг і захист конституційні прав громадян.

З появою інформаційно-комунікаційних технологій і зростаючим проникненням широкопasmового зв'язку в міських, напівміських і сільських районах люди з'єдналися, як ніколи раніше, простим «клацанням миші».

Соціальні медіа - це нове середовище, за допомогою якого люди, підприємства, організації, уряди, а також громадянське суспільство залучаються та взаємодіють у цю інформаційну епоху. Сайти соціальних мереж, такі як Facebook, Twitter, YouTube тощо, можуть скидати урядові режими, посилювати політичні кампанії та сприяти президентським перемогам, викликати громадські протести, організувати соціальні демонстрації, мобілізувати соціальні кампанії, а також уможливити спілкування та дискусії на публічних форумах, поширювати обізнаність, надавати миттєві новини та інформацію.

У міру того, як комунікаційний ландшафт стає щільнішим, складнішим і активнішим, мережеве населення отримує ширший доступ до інформації, більше можливостей брати участь у публічних виступах і покращує здатність здійснювати колективні дії.

Соціальні медіа стали фактом життя громадянського суспільства в усьому світі, залучаючи багатьох учасників – звичайних громадян, активістів, неурядові організації, телекомунікаційні компанії, постачальників програмного забезпечення, уряди. Оскільки соціальні медіа все більше стають частиною повсякденного життя, все більше державних установ створюють присутність у соціальних мережах онлайн. Не дивно, що Facebook, Twitter і YouTube є, мабуть, найпоширенішими засобами поширення соціальних мереж урядів різних держав світу.

Спочатку уряди в усьому світі не дуже підтримували використання соціальних медіа для покращення управління, але повільно та стабільно уряди в усьому світі приймають цю платформу.

У ХХІ столітті уряд має бути більш відкритим і прозорим щодо своєї роботи, і соціальні мережі можуть допомогти розробити більш активну, інноваційну та інклюзивну модель управління, де уряд не лише поширює інформацію про свою політику та плани, але й бере участь у двосторонньому зв'язку, де вони можуть отримати миттєвий зворотній зв'язок від громадян, а також врахувати пропозиції простих людей щодо належного надання державних послуг.

Сьогодні соціальні медіа фактично захопили світ штурмом, і їх зростання було експоненціальним: радіо знадобилося 38 років, щоб охопити 50 мільйонів користувачів, телебаченню знадобилося 14 років, щоб досягти тієї самої мети, а Інтернет досяг цього за 4 роки, Facebook додав 100 мільйонів користувачів менш ніж за 9 місяців. Соціальні мережі майже стали одним з найбільш активних видів діяльності в Інтернеті. Кожен глобальний бренд представлений у соціальних мережах; це новий маркетинговий інструмент у їхньому розпорядженні, і уряди, які досі не надто підтримували активне застосування соціальних мереж у їхній роботі, також почали використовувати платформу соціальних мереж [41].

Соціальні медіа включають веб-технології та технології на основі мобільних пристроїв, які використовуються для перетворення спілкування в інтерактивний діалог між організаціями, спільнотами та окремими особами.

Соціальні мережі забезпечили можливість переходу від односторонньої (надання інформації аудиторії) до двосторонньої комунікації, що передбачає наявність зворотного зв'язку, залучення підписників спільноти до діалогу, отримання їхніх відгуків. Можливість відповідати безпосередньо на запитання та зауваження аудиторії дозволяє уникати непорозумінь та недостовірності інформації [41].

Науковці А. Каплан і М. Хенлайн визначають соціальні медіа як «групу інтернет-додатків, які базуються на ідеологічних і технологічних засадах Web 2.0 і дозволяють створювати та обмінюватися контентом, створеним користувачами». Соціальні медіа є всюди доступними та доступними за допомогою масштабованих комунікаційних технологій [58].

Уряд 2.0 іноді використовується для опису того, як соціальні медіа змінюють відносини між державними установами та громадянами. Громадяни та користувачі послуг дедалі більше очікують більш відкритого уряду та більшого впливу на те, як відбуваються події в місці, де вони живуть, і, ймовірно, уже обговорюють ваші місцеві проблеми в Інтернеті. Уряд 2.0 стосується відкритих даних, щоб зробити уряд більш прозорим і підзвітним, а також використання інструментів соціальних мереж для участі в цих розмовах, формування політики, підтримки місцевої демократії та покращення послуг.

Для багатьох урядів головним пріоритетом є зміцнення довіри та забезпечення прозорості. Соціальні медіа можуть бути потужним інструментом для досягнення цих цілей, дозволяючи урядам безпосередньо взаємодіяти з людьми, яким вони служать. За допомогою платформ соціальних медіа уряди можуть ділитися своєчасною та точною інформацією з громадськістю, зміцнювати довіру та демонструвати прихильність до прозорості.

Як інструмент інформування, соціальні медіа можуть відкрити завісу та показати, як витрачаються кошти платників податків у громаді та як ваша державна установа служить громадськості. Крім того, демонструючи обличчя та історії державних службовців, агентства можуть ділитися людською стороною уряду, роблячи його більш зручним і доступним.

Уряди також можуть створювати контент, який допомагає зробити складні процеси більш зрозумілими та доступними. Наприклад, уряди та обрані лідери можуть поділитися залаштунками урядових операцій або надати інформацію про процеси прийняття рішень для зміцнення довіри та підвищення прозорості.

Успіх соціальних медіа надто часто вимірюється такими показниками як кількість лайків або підписників, які має обліковий запис. Хоча ці показники пропонують деякі корисні відомості, вони часто не передають реального впливу державних профілів у соціальних мережах.

Можна виокремити деякі значущі показники та їх значення для органів публічної влади:

- **Поширення.** Поширення допису може вказувати на те, що зміст викликав резонанс у аудиторії та містить цінну інформацію, якою люди хотіли б поділитися зі своїми мережами.

- **Показник кліків.** Рейтинг кліків вимірює відсоток людей, які натиснули посилання у публікації. Цей показник важливий, оскільки він вказує на те, що люди цікавляться повідомленням і хочуть дізнатися більше. Кліки можуть спонукати людей реєструватися в програмах, дізнаватися про проекти та залучатися до спільноти.

- **Охоплення:** Високе охоплення допису вказує на те, що повідомлення охопило ширшу аудиторію, сприяючи підвищенню обізнаності про послугу, ініціативу, подію, програму тощо. Дивлячись на охоплення, також цікаво порівняти охоплення підписників і тих, хто не підписався подивіться, чи поширена інформація охоплює звичайну аудиторію.

- **Зростання кількості читачів.** Хоча просто дивитися на кількість читачів в обліковому записі може бути марнославним показником, ріст підписників рік за роком дає необхідний контекст. Вимірювання зростання кількості підписників може допомогти органам влади оцінити, чи їхній контент резонує та чи охоплює нових членів цільової аудиторії. Бачити зростання - за умови, що це справжній ріст у спільноті, яку ви намагаєтеся охопити - чудово, оскільки це означає, що ви регулярно охоплюєте більше членів своєї спільноти.

Відстеження показників соціальних медіа є важливим для органів державної та місцевої влади для кількісної оцінки впливу їхньої роботи [63].

Як стверджують українські дослідники Л. Литвинова та Н. Збираник, «присутність органів публічного управління в соціальних мережах зумовлена такими причинами:

- можливістю проводити моніторинг реакції користувачів на ту чи ту дію органу влади;
- соцмережі полегшують збір пропозицій та визначення ініціатив, що найбільшою мірою підтримуються суспільством;
- розвиток публічності та збільшення інформаційної відкритості діяльності державного органу сприяє підвищенню рівня довіри громадян до діяльності державних структур;
- завдяки можливості тиражування і поширення повідомлень найзатребуваніша інформація поширюється в геометричній прогресії» [11, с. 7].

Дослідник Р. Редчук відзначає, що «серед основних можливостей використання соцмереж у публічному управлінні варто виділити такі:

- необмежений доступ громадян до інформації щодо органу публічного управління та результатів його діяльності;
- поширення максимально повної та коректної інформації, яка є корисною для громадян (новини, сповіщення, оновлення);
- через соцмережі громадяни мають можливість брати участь у процесах вироблення політики і прийняття рішень;
- спільну роботу у різних форматах для досягнення певних цілей через соцмережі, причому як між кількома установами, так і між громадянами чи між установами і громадянами з метою досягнення суспільно важливих цілей;
- використання аналітичних даних соцмереж для моніторингу суспільної важливості й актуальності щодо різних тем;
- виявлення потенційних ризиків, їх аналіз та оцінювання тощо» [40, с. 74].

Українська дослідниця Г. Бондар справедливо відзначає, що «поява блогів, подкастів та соціальних мереж надає представникам влади засоби для



безпосереднього спілкування зі своєю громадськістю. Соціальні медіа – це засоби масової інформації, які мають значні перспективи для органів влади через їхню здатність сприяти демократії, забезпечуючи більшу участь громадян у суспільно-політичному житті країни, надаючи інформацію про дії влади та більше можливостей для взаємодії. Це все досягається за рахунок двостороннього обміну інформацією між владою і громадськістю за допомогою соціальних мереж» [2, с. 224].

На думку українських дослідників Х. Передало та Г. Козар, головними причинами привабливості соцмереж у сучасних умовах є те, що вони будують зв'язки, які можуть впливати на функціонування інформаційного суспільства. Також соціальні мережі допомагають налагодити зв'язки між соціальними групами та прискорюють обмін інформацією між користувачами соцмережі. Також до переваг використання соціальних мереж органами публічного управління Х. Передало та Г. Кобзар відносять їх здатність налагоджувати зворотний зв'язок та сприяння оперативному реагуванню на запити громадян [22, с. 251].

Передумовами використання соціальних мереж у роботу органів публічної влади, на думку українського вченого Д. Гриня, є соціальні (соціальні мережі стали невід'ємною частиною суспільних відносин), та технологічні (активний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), економічні (зростання частки ІКТ у світовій економіці, значна капіталізація соціальних мереж) зміни у суспільстві [6].

Слід сказати і про економічною перевагою використання соціальних медіа в порівнянні з традиційними електронними послугами в публічному секторі. Вона полягає у тому, що основні сервіси соціальних медіа - безкоштовні та забезпечуються зовнішніми організаціями приватного сектора. Лише деякі послуги в соціальних мережах (реклама, просування допису) є платними.

На думку О. Міталя, сучасне публічне управління надає різноманітну інформацію поінформованому населенню. Інноваційні форми комунікації, особливо соціальні мережі, є унікальною платформою для двосторонньої

комунікації, а цінність інформації стоїть на початку цього процесу. Інформацію, опубліковану на офіційних сторінках Facebook, можна сприймати як фундаментальний атрибут зусиль органів влади щодо сприяння участі та залученню громадян. Якщо інформація є тим, що дає одержувачу нові знання та зменшує стан невизначеності, тоді інформація, якою діляться урядові структури через соціальні медіа, може створити стан, у якому громадяни почуваються більш залученими до процесів управління [60].

Виокремлюють три види стратегій використання соціальних мереж в роботі органів публічної влади (таблиця 1.1). Кожна стратегія має свої переваги та недоліки, та може використовуватися в публічному секторі.

Таблиця 1.1.

**Стратегії використання соціальних мереж в роботі  
органів публічної влади**

Назва стратегії	Характеристика стратегії
Стратегія забезпечення присутності	соціальні мережі розглядаються як засіб розширення існуючої (зазвичай відносно статичної) присутності в Інтернеті і використовуються як додатковий канал комунікації «для доставки повідомлення.
Стратегія залучення	соціальні мережі використовуються для того, щоб залучити нову аудиторію до сайту організації.
Мережева стратегія	Соціальні мережі активно використовуються, є інтерактивними. Шляхом використання соціальних мереж відбувається комунікація між органами влади, та між органами влади і громадськістю. Ця стратегія забезпечує підвищення ефективності діяльності сучасних органів публічної влади і стимулює перехід до надання електронних послуг.

Разом з тим певні проблеми у використанні соціальних мереж органами публічного управління. Зокрема, Д. Гринь, виокремлює:

- «політичні проблеми, пов'язані із тим, що політична система й окремі політики намагаються обмежити їх застосування в публічній сфері;
- організаційні та культурні проблеми, що виникають через бюрократію та існуючі стандартні операційні процедури;
- інформаційні проблеми, пов'язані з процесами перевірки та обґрунтування інформації;
- правові виклики, що можуть виникати через відсутність належної нормативно-правової бази щодо використання соціальних мереж органами влади;
- технологічні проблеми, які є наслідками складності впровадження нових технологій саме в публічну сферу» [6].

Зростання популярності соціальних мереж серед населення та збільшення зацікавленості у використанні такого інструменту для комунікації із населенням з боку органів влади, викликало появу проблему організаційного характеру. Насамперед, мова іде про потребу перебудови організаційної структури органу влади та пошуку в цій системі місця для фахівця із соціальних медіа. Як відзначає Д. Гринь, «через нормативну невизначеність організації по-різному вирішували ці питання. В одних, де соціальні мережі використовувалися лише як інструмент для інформування про діяльність, відповідальність за їх ведення покладалася на відділ інформаційних технологій. В інших, соціальних медіа інтегровані в стратегію комунікацій і були частиною місії, відповідальність за них передавали відділу зі зв'язком» [6, с. 61].

Науковець П. Шпенер справедливо зауважує, що через поширення практики використання соціальних мереж «виникла необхідність в інституціоналізації такої діяльності та наділення їх конкретними повноваженнями для управління і успішного адміністрування. Позиція фахівця із соціальних мереж «рингмайстера» до сих пір не повністю визначена і забезпечена функціонально в багатьох органах публічної влади або навіть в бізнес-структурах, де соціальні мережі були освоєні набагато швидше і раніше, ніж в органах публічної влади» [67, с. 78].

Отже, соціальні мережі в публічному управлінні виступають ефективним інструментом для роботи із громадськістю, допомагають у реалізації цілей та задач публічної політики, є платформою для комунікації із населенням, що сприяє розв'язанню соціальних та управлінських проблем.

### **Висновки до розділу 1**

Підсумовуючи перший розділ, можна зробити наступні висновки:

По-перше, низка зарубіжних та українських науковців досліджують особливості використання соціальних мереж в публічному управлінні. Однак, комплексних та об'єктивних досліджень зарубіжної практики використання соціальних мереж органами державної та місцевої влади в українській науковій літературі немає.

По-друге, соціальні мережі в публічному управлінні – це сучасні канали комунікації влади та громадськості, онлайн-платформи, які дозволяють органам влади інформувати населення про події в державі (місті, селі, селищі), повідомляти про свою роботу, плани діяльності тощо та отримувати відгуки від населення. Найпопулярнішими соціальними мережами, які використовують органи публічної влади є Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube та інші.

## РОЗДІЛ 2

### ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ У КРАЇНАХ СВІТУ

#### 2.1. Досвід зарубіжних країн у використанні соціальних мереж в роботі органів публічної влади

Соціальні медіа стали фактом життя громадянського суспільства в усьому світі, залучаючи багатьох учасників - звичайних громадян, активістів, неурядові організації, телекомунікаційні компанії, постачальників програмного забезпечення, уряди. Оскільки соціальні медіа все більше стають частиною повсякденного життя, все більше державних установ створюють присутність у соціальних мережах. Не дивно, що Facebook, Twitter і YouTube є, мабуть, найпоширенішими засобами поширення соціальних мереж уряду. Спочатку уряди в усьому світі не дуже підтримували використання соціальних медіа для покращення управління, але повільно та стабільно урядові структури в усьому світі почали активно застосовувати соціальні мережі у своїй роботі.

Політичні діячі та державні установи Сполучених Штатів Америки широко використовують соціальні медіа для взаємодії та інформування своїх громадян. В США використання соціальних медіа активізували широке їх використання під час президентської кампанії президента Барака Обама (сторінка Facebook <http://www.facebook.com/barackobama> і @BarackObama в Twitter). Саме за президентства Обама соціальні мережі стали частиною роботи урядових структур. Так, популярної стала сторінка Білого дому у Facebook [54].

Соціальні мережі, такі як X (Twitter) і Facebook, також використовувалися під час президентських дебатів і форумів. Білий дім навіть створив кілька перевірених облікових записів у Twitter для державних установ. Деякі державні установи у США використовують переваги цих інструментів Web 2.0 для найму персоналу та управління талантами, а також для підвищення ефективності роботи.

Загалом, державні діячі, парламентарі в США сьогодні активно використовують мережу X (Twitter) для ведення свого особистого блогу. На своїх персональних сторінках вони розповідають про свою роботу, висловлюють свою особисту позицію щодо подій у власні країні та за її межами. Однак, ведення блогів досить повільно входило у практику американських державних діячів. Так, за даними Congressional Management Foundation, члени Конгресу трохи повільно сприйняли блогерство. Це пов'язано з низкою факторів, зокрема із неконтрольованістю і нефільтрованим характером середовища соціальних медіа, відсутність тиску на участь у веденні блогу (з боку колег і громадськості) та відсутністю знань/доступу до Інтернету в районах з бідним та/або сільським населенням [49], що робило блоги та опитування в Інтернеті до 2010 року в США менш ефективними способами спілкування з виборцями. Але із покращенням інформаційної інфраструктуру в США, ці перестороги практично зникли. Хоча для більшої частини американських громадян і сьогодні основним джерелом інформації залишається телебачення, а не соціальні мережі.

На сучасному етапі більшість органів влади (федеральної та місцевої) в США використовують соціальні мережі для комунікації із громадянами. Більш того, органи публічної влади розробляють політики та/або інструкції із ведення сторінок у соціальних мережах, в яких містяться правила оформлення, наповнення та ведення таких акаунтів у соціальних мережах. Наприклад, Агентство з охорони навколишнього середовища США створило власний акаунт у мережі Facebook для співробітників, щоб досягти кращого управління талантами - як спосіб обміну знаннями, налагодження співпраці та покращення залучення працівників (<https://www.facebook.com/EPA>). І тут діє інструкція для співробітників щодо роботи із соціальними мережами.

Департамент внутрішніх справ США, який активно використовує соціальні мережі, має власну інструкція для роботи в соціальних медіа [70]. Цей Документ містить 16 розділів:

– Основи (Basics);

- Запити облікових записів у соціальних мережах (Requesting Social Media Accounts);
- Введення в роботу та завершення роботи (Onboarding and Offboarding);
- Блогінг (Blogging);
- Посилання/поширення (Linking/Sharing);
- Етика (Ethics);
- Фотографії (Photos);
- Коментарі (Comments);
- Неприємності: Що робити, коли щось іде не так (Mishaps: What to Do When Things Go Wrong);
- Записи у соціальних мережах (Social Media Records);
- Найкращі практики забезпечення безпеки (Security Best Practices);
- Конфіденційність (Privacy);
- Відповідність вимогам 508 (508 Compliance);
- Тролі (Trolls);
- Репозиторії для документів та обміну даними (Document- and Data-Sharing Repositories);
- Соціальні закладки (Social Bookmarking).

Окрім того, що цей документ містить правила та процедури використання соціальних мереж, він подає конкретні деталізовані роз'яснення по створенню та підтримці облікових записів, безпеки, конфіденційності та інших аспектів. Відповідно до пунктів цієї інструкції, співробітники Департаменту внутрішніх справ повинні успішно пройти курс навчання по веденню соціальних мереж і підписати угоду користувача соціальних мереж, перш ніж отримати повноваження та доступ до публікації в державному обліковому записі соціальних мереж. Основна контактна особа для облікового запису в соціальних мережах відповідає за підключення та відключення співробітників, у тому числі за те, щоб особи пройшли обов'язкове навчання для соціальних мереж і підписали угоду про використання соціальних мереж.

Також службовцям Департаменту внутрішніх справ США дозволено розміщувати лише ту інформацію, яка є загальнодоступною на первинних веб-сайтах державних органів, а будь-яка інформація, опублікована в мережі Інтернет, якою керує Департамент внутрішніх справ, повинна бути правдивою та відповідати чинним федеральним законам США. Важливо підкреслити, що в інструкції підкреслено: «блоги Департаменту є офіційними і повинні відповідати місії та репутації агентства. Неприпустимим є втягнення офіційних акаунтів уряду у політичні дебати або конфлікти». Окреме положення Інструкції про інтернет-тролів наголошує: «Не відгодовуйте тролів. Не звертайте на них увагу. Якщо дружнє федеральне агентство вас тролить – ігноруйте їх або зверніться до них електронною поштою» [70].

Відповідно до політики Департамент внутрішніх справ США, акаунти в соціальних мережах слід регулярно оновлювати. Облікові записи соціальних мереж, які не оновлювалися протягом 3 місяців, оцінюються Департаментом, яке ними керує, щоб визначити, чи слід їх архівувати та видалити. Усі облікові записи в соціальних мережах мають бути затверджені, перш ніж офіс/розташування створить новий обліковий запис. Digital Team Office of Communications затверджує нові акаунти в соціальних мережах для офісів Департаменту. Керівники соціальних мереж Бюро (відділи Департаменту) відповідають за затвердження нових облікових записів у соціальних мережах для цього бюро. Кожен офіційний обліковий запис у соціальних мережах (як новий, так і вже існуючий) повинен мати основного контакта, який відповідає за паролі; підключення, навчання та відключення співробітників, які мають доступ до цього облікового запису; і ділитися внутрішніми вказівками щодо соціальних мереж. Контактна особа має бути штатним, постійним працівником. В офіційних облікових записах має бути резервний контакт, який заповнює його, коли основний контакт недоступний або у відпустці. Будь-який обліковий запис у соціальних мережах, який не було затверджено через офіційний процес затвердження, може бути припинено [72].



Коли працівник звільняється з Департаменту, звільняється з посади або переходить в інший офіс і більше не має обов'язків у соціальних мережах, усі паролі до облікових записів соціальних мереж, до яких ця особа мала доступ, необхідно оновити протягом 24 годин. Якщо ця особа мала делегований доступ до облікових записів, її доступ має бути скасовано протягом 24 годин [72].

Американське Національне управління з аеронавтики та дослідження космічного простору (NASA) також має власну сторінку у Facebook (<https://www.facebook.com/NASA>). NASA надає чудову можливість 150 підписникам у соціальних мережах спілкуватися в прямому ефірі з астронавтами Міжнародної космічної станції Кевіном Фордом, Томом Маршберном і Крісом Хедфілдом.

Як зазначає Г. Бондар, «посадовці у США використовують соціальні медіа для обміну важливою інформацією з громадянами, щоб надати можливість представникам громадськості спілкуватися з ними з питань, пов'язаних із діяльністю органів влади, прийняттям управлінських рішень» [2, с. 227].

Рішенням Верховного суду США визначено платформи соціальних мереж як «сучасну публічну площу». Верховний суд США відзначив, «ці платформи надають користувачам можливість подавати петиції своїм обраним представникам та іншим чином взаємодіяти з ними безпосередньо».

У серпні 2018 року громадяни подали судовий позов, намагаючись оскаржити дії тодішнього президента Дональда Трампа, який блокував критику в Twitter. Федеральний апеляційний суд ухвалив, що обліковий запис у Twitter є «публічним форумом» згідно з Першою поправкою до Конституції США, яка захищає основні свободи громадян, зокрема свободу слова та право звертатися до влади. Суд постановив, що блокування користувачів на підставі їхніх поглядів є неконституційним, розглядається як дискримінація за точкою зору, що порушує права громадян, гарантовані Першою поправкою [62].

Цей випадок став прецедентом, і тепер суди США визнають, що державні службовці, які використовують свої акаунти в соціальних мережах як публічні

форуми, порушують Першу поправку Конституції, якщо блокують підписників за критику дій цього державного службовця [2, с. 228].

Варто відзначити, що використання соціальних мереж на рівні муніципальної влади у США є набагато меншим. Багато керівників невеликих муніципалітетів у США уникають використання соціальних медіа в офіційних цілях. Загальними перешкодами для входу є бюджет, зацікавленість, тимчасові зобов'язання та загальне нерозуміння того, що таке соціальні медіа та як вони можуть бути корисними [64].

Найбільш вдалим застосуванням можливостей соціальних мереж органами місцевої влади є приклад роботи мерії міста Нью-Йорк.

За останні кілька років ради Великобританії почали використовувати блоги, Facebook, Twitter і YouTube для залучення місцевих громад. Уряд Великої Британії опублікував кілька інструкцій щодо використання соціальних мереж.

У Сполученому Королівстві (Велика Британія) у жовтні 2008 року лейбористський уряд виклав програму розширення прав і можливостей громади, пропонуючи місцевим органам влади використовувати соціальні медіа для залучення громад.

Незважаючи на значне зростання кількості користувачів на таких платформах, як TikTok, Reddit і Twitch, станом на 2022 рік Facebook залишається найпопулярнішою соціальною мережею в Канаді. Вражаючи 80% дорослих канадців, які живуть онлайн, повідомляють, що мають обліковий запис Facebook, і платформа може похвалитися найвищим відсотком щоденних користувачів, який становить 70%. Facebook дозволяє окремим особам і організаціям взаємодіяти один з одним і обмінюватися інформацією, яку потім можна читати, переглядати або коментувати. Загалом, Канада приділяє значну увагу соціальним мережам як інструменту для діалогу з громадянським суспільством.

Досвід Канади у врегулюванні питання використання соціальних мереж органами влади є прикладом добре організованої та систематизованої практики. Завдяки чітким протоколам, спеціальним процедурам та зосередженості на

забезпеченні доступності інформації з різних джерел, Канада змогла створити ефективну систему комунікації між урядом та громадськістю через соціальні мережі. Так, на офіційному урядовому сайті розміщено Директиву про управління комунікаціями та вимоги по роботі із соціальними мережами представниками влади в Канаді[66].

Офіційні облікові записи соціальних мереж використовуються для офіційних цілей уряду Канади, таких як зв'язок, надання послуг, співпраця та інші цілі в межах повноважень департаменту. Зазвичай цими обліковими записами керує комунікаційний персонал відділу. Усі офіційні облікові записи Уряду Канади в соціальних мережах позначаються одним із таких аватарів: аватар прапора Канади, аватар із гербом та індивідуальний аватар. Ці аватари можна використовувати лише як фотографії профілю в офіційних акаунтах соціальних мереж. Керуючи та створюючи офіційні облікові записи в соціальних мережах, державні службовці повинні проконсультуватися зі своїми веб-менеджерами, функціональними спеціалістами, власниками веб-контенту або еквівалентами, та отримати схвалення керівника відділу комунікацій для створення всіх офіційних акаунтів у соціальних мережах. Для публічних службовців, які створюють сторінки в соціальних мережах необхідним є дотримання встановлених процесів (доступних лише в мережі уряду Канади) [50].

Більшість державних діячів та політиків у Канаді активно присутні в соціальних мережах; деякі урядові департаменти навіть вживають заходів для інтеграції соціальних медіа в реальну діяльність уряду. Так, [gov.politwitter.ca](http://gov.politwitter.ca) є супутнім інструментом Politwitter, який відстежує діяльність канадських урядових установ і організацій у соціальних мережах.

І федеральні, і провінційні уряди в Канаді впроваджують політику «Відкритий уряд Канади» та ініціативи по всій країні. На сьогоднішній день уряд Канади реалізував План Канади щодо відкритого уряду (2012-2014), Канадський план дій щодо відкритого уряду 2.0 (2014-2016) і Третій дворічний План відкритого уряду та партнерства (2016-2018). Усі три плани передбачають

створення «відкритого діалогу» між урядом Канади та громадськістю. Крім того, у планах особливо наголошується на необхідності використовувати соціальні медіа для спілкування з громадськістю. Однак важливо відзначити, що багато державних установ по всій Канаді користуються соціальними мережами більше п'яти років. Сьогодні вони представлені на різноманітних соціальних медіа-платформах, таких як Twitter, Facebook, YouTube, Instagram та спілкуються з громадянами Канади, щоб залучити їх до державної політики та державної служби.

Урядові структури по всій Канаді намагаються розширити політику використання соціальних мереж. Однією з них є імміграційна сфера, де соціальні мережі стають все більш важливими через інтереси уряду Канади до залучення висококваліфікованих іммігрантів. Соціальні мережі надають мігрантам нові способи взаємодії та сприяння процесу міграції [57].

У Швеції для урядових установ створено документ по роботі із соціальними мережами «Мережевий етикет для акаунтів державних установ у соціальних мережах». Відповідно до нього, інформація, оприлюднена в акаунтах Урядових установ у соціальних мережах, доступна іншим користувачам. Дописи та коментарі, а також приватні чи прямі повідомлення зазвичай є офіційними документами відповідно до шведського принципу публічного доступу до офіційних документів. Інформація, опублікована в облікових записах державних установ як нами, так і іншими користувачами, архівується або впорядковано зберігається протягом певного часу. Є можливість подавати коментарі до акаунтів державних установ. Користувачів просять зберігати ввічливий тон і попереджаються, що користувачі не можуть публікувати дописи чи коментарі, які:

є підбурюванням, агітацією проти національної чи етнічної групи, злочинами, пов'язаними з дитячою порнографією, незаконним зображенням насильства або порушенням авторських чи аналогічних прав іншої особи;

містять образливу особисту інформацію або будь-яким іншим чином порушують шведське законодавство;

містять неправдиву або оманливу інформацію;

не дотримуються теми, наприклад, маркетинг або спам; або не дотримуються ввічливого тону, наприклад, принизливих коментарів або коментарів, що містять образливу лексику.

Соціальні медіа в Індії охоплюють 60 відсотків індійської інтернет-аудиторії. Facebook і Orkut разом обслуговують близько 90 відсотків користувачів у просторі соціальних мереж. Facebook - єдина соціальна мережа в Індії, яка зафіксувала величезне зростання, кількість користувачів невинно зростає. Соціальні мережі – це те, на що індійці витрачають найбільше часу в Інтернеті. Варто відзначити, щ, уряд Індії, досить повільно впроваджував соціальні мережі до роботи органів влади. Однак на сучасному етапі ситуація змінилась. Щоб допомогти урядовим організаціям плідніше взаємодіяти із зацікавленими сторонами за допомогою різних платформ соціальних медіа, Департамент інформаційних технологій (DIT) розробив документ під назвою «Рамки та рекомендації щодо використання соціальних медіа державними організаціями».

Також сьогодні в мережі Facebook свої сторінки для комунікації та інформування громадян мають такі управлінські структури, як Національна місія охорони здоров'я сільської місцевості (<https://www.facebook.com/nrhmindia>), Департамент перепису (<http://www.facebook.com/Census2011>). Врешті, сам Прем'єр-міністр Індії Нарендра Моді також має свою сторінку у Facebook та YouTube. Офіційний обліковий запис у Твіттері має індійське Бюро прес-інформації (PIB), яке є головним агентством з поширення інформації про уряд Індії ([https://twitter.com/PIB\\_India](https://twitter.com/PIB_India)) [65].

Міністерство закордонних справ Індії та Відділ громадської дипломатії оптимально використовують Twitter (або X), YouTube та Facebook. Основною сферою їхньої діяльності є розробка ефективних стратегій Web 2.0 і використання повного спектру інструментів соціальних медіа, які дозволяють їм взаємодіяти з різноманітними спільнотами в Індії та за кордоном, які цікавляться питаннями зовнішньої політики.

У Новій Зеландії створено сайт е-парламенту: <https://www.parliament.nz>, де парламентарії приймають закони, обговорюють важливі питання і ведуть спостереження за діяльністю Уряду. У тому числі: як працює парламент, парламентський бізнес, виборчі комітети, депутати і партії на цьому тижні в парламенті, публікації і дослідження, висловлювання думок, відвідування, історії та будівлі, освіта, дослідження парламенту, адміністрація.

На сайті представлені персональні сторінки усіх членів парламенту. На цих сторінках є усі їх контактні дані, а також посилання на їх сторінки у соціальних мережах [21].

Інституції Європейського союзу, країни-члени ЄС, агентства, політики та проекти використовують сайти соціальних мереж, служби мікроблогів, сайти для обміну фотографіями та відео або ведуть власні блоги, щоб зв'язатися зі своїми зацікавленими сторонами. Крім того, Європейський Союз має канал ЄС на YouTube і веб-телебачення, які пропонують можливість «побачити та послухати, що люди думають про проблему, з якою стикається Європа». З метою моніторингу змін у присутності соціальних медіа в Європейському Союзі, країнах-членах, державних і місцевих органах влади та його органах влади було розроблено загальноєвропейську урядову таблицю лідерів соціальних медіа, European Social Media Gov.Board, та наголошено на співпраці між регіонами Європи.

Європейська комісія представляє свою роботу через різні канали соціальних мереж, які широко використовуються. Європейська Комісія використовує соціальні медіа, щоб представити свою роботу через ці широко використовувані канали. Кожна людина може отримати доступ до облікових записів Європейської Комісії на платформах соціальних мереж безпосередньо з веб-сайту Комісії. Щоб захистити конфіденційність своїх користувачів, кнопки соціальних мереж на сторінках веб-сайту Європейської Комісії, які ведуть до зовнішніх каналів соціальних мереж, не встановлюють файли cookie, коли людина відвідує сторінки веб-сайту Європейської Комісії на своїх пристроях.

Рекомендація Європейського комітету міністрів 19/2001 встановлює основні принципи політики демократичної участі на місцях. Ця рекомендація стимулювала розробку різних національних нормативних актів щодо застосування можливостей соціальних мереж для комунікацію із громадянами.

Так, в останні роки в державному секторі Італії зростає усвідомлення та інтерес до використання соціальних медіа та цифрових інструментів. У 2011 році Департамент державного управління визначив інструкції щодо використання додатків соціальних мереж для центральних та місцевих адміністрацій. У 2017 році Італійське цифрове агентство, якому доручено керувати та координувати цифрове зростання державного сектора Італії, розробило трирічний план використання ІКТ в державних адміністраціях.

Міністерство Європи та закордонних справ Франції з 2009 року є активним користувачем соціальних мереж для комунікації. Ця ініціатива впливає з бажання охопити користувачів Інтернету, щоб краще пропагувати роботу міністерства та питання, які вирішує французька дипломатія. Як форум для обміну інформацією з користувачами Інтернету, сторінка Міністерства Європи та закордонних справ Франції у Facebook висвітлює основні міжнародні новини, практичну інформацію для громадян Франції та деякі з менш відомих заходів Міністерства, зокрема у сфері співпраці. Свою кадрову політику та професії цей урядовий орган Франції висвітлює через соціальну мережу LinkedIn. Також ця мережа використовується французькими дипломатами для визначення профілів професійних навичок, необхідних для деяких непостійних представництв міністерства [51].

Естонія є країною із розвиненою інтернет-комбінацією влади та громадян. Але для спілкування із населенням публічні службовці Естонії використовують не лише світові соціальні мережі, як то Facebook, X (Twitter) і YouTube тощо, а створюють власні портали для інтерактивної співпраці. Так, ще в 2001 році в Естонії було запроваджено проект «Сьогодні я вирішую» («T?na Otsustan Mina» (ТОМ), або «Today I Decide» (TID)). Головною ідеєю TID є надання громадянам можливості відкрито висловлювати свої думки і пропозиції щодо вдосконалення

державного управління та законодавчої системи, а також обговорювати нові ініціативи, які зачіпають різні сфери життя суспільства. Ті ж ідеї лягли в основу проекту Estonian E-Citizen, в рамках якого створено два електронних ресурсу: Citizen Portal і Information Portal. Портали, якими управляє Департамент державної інформаційної системи Естонії, відкривають двері до електронної держави, інформуючи громадян про їхні права та обов'язки, а також надаючи доступ до баз даних, електронних послуг, віртуального офісу тощо [65].

Успішний проект залучення громадян до електронного обговорення проблем Євросоюзу реалізований в місті-державі Люксембурзі. Тут створено спеціальний сайт, на якому як громадяни, так і політики герцогства діляться думками з найрізноманітніших питань, які стосуються розвитку Європи. Публікуються повідомлення в формі блогів, які не носять офіційного характеру - політики країни відкрито висловлюють власні, іноді відмінні від офіційної, думки.

У 2011 р. влади Ісландії залучила до написання Конституції користувачів соціальних мереж. Для цього були створені спеціальна група в Facebook, аккаунт на Twitter, а також канал на YouTube і сторінка на фотохостингу Flickr. Саме на цих соціальних майданчиках, а не на державному сайті, громадяни Ісландії, а також всі бажаючі могли залишати свої коментарі та побажання щодо проекту нової Конституції країни [12].

Опитування користувачів соціальної мережі Weibo в Китаї показало, що комунікація в соціальних мережах між урядом і громадянами є здебільшого недіалогічна, нетворча та позначена розбіжностями. Китайські науковці проаналізували критичні фактори соціальних медіа в органах місцевого самоврядування Китаю з точки зору технологічних, організаційних та екологічних аспектів, і результати показують, що на використання соціальних медіа в органах місцевого самоврядування сильно впливає спеціалізована експертиза, втручання вищого керівництва і відчутні переваги разом із готовністю громадян [74].



Варто відзначити, що ситуація із використанням соціальних мереж австралійськими урядовцями для комунікації із населенням, не відповідає потребам людей. Так, в Австралії майже вісім із десяти людей користуються соціальними мережами. Втім, не так багато органів влади присутні у соціальних мережах. В цій країні це скоріше поодинокі випадки комунікації. Наприклад, Департамент соціальних служб Федерального уряду Австралії отримував скарги від громадськості, яка була засмучена процесом отримання виплат соціального страхування. У відповідь на це департамент запустив сторінку Family Update у Facebook, щоб надати подальшу допомогу сім'ям, які покладаються на виплати аліментів на дітей, Centrelink і Medicare. Крім того, місцевий уряд Австралії запровадив канали соціальних мереж. Наприклад, дослідження Connecting with Communities показало, що міська рада Брісбена створила історію, коли використовувала соціальні мережі під час повені в Брісбені влітку 2010/11. З метою обміну життєво важливою інформацією та взаємодії з мешканцями та підприємствами, які потребували евакуації, використання соціальних мереж надало мешканцям інформацію, яка врятувала життя. Однак, така активність в соціальних мереж не є нормою публічних службовців Австралії [68].

Отже, більшість органів державної влади та місцевого самоврядування і різних країнах світу використовують соціальні мережі Facebook, X (Twitter) і YouTube найчастіше, до популярних також можна віднести Instagram та LinkedIn. Втім, популярна серед людей соціальна мережа TikTok, що належить китайській приватній компанії ByteDance, потрапляє під заборону використання публічними службовцями. Так, як відзначає Г. Бондар, «у Бельгії (через пів року рішення переглядатимуть), Великій Британії, Естонії, Канаді, Нідерландах, Норвегії, Тайвані, Франції, Чехії, Новій Зеландії (пристрої з доступом до мережі парламенту), Німеччині (деякі державні установи) заборонено встановлювати додаток на службові пристрої чиновників. В Індії TikTok заблоковано за «участь у діях, які завдають шкоди суверенітету та цілісності країни, обороні та громадському порядку. Заборону на використання TikTok запроваджено для чиновників Європарламенту, Єврокомісії та Ради ЄС. У США заборонено

завантажувати TikTok на службові пристрої державних службовців та військових» [2].

Таким чином, правильне та ефективне використання соціальних медіа для органів державної та місцевої влади в різних країнах світу є дуже швидкою, економічно ефективною та двосторонньою інтерактивною платформою для обговорень та взаємодії уряду з населенням, що зрештою допоможе у кращому формулюванні політики та його ефективна реалізація.

## **2.2. Використання соціальних мереж в умовах кризи в державах світу**

Урядові установи у США активно використовували соціальні мережі для постійного зв'язку із людьми під час урагану «Айзек», який наклав узбережжя Мексиканської затоки та Новий Орлеан у серпні 2012 року. До урагану повідомлялося, що Флорида опиниться на шляху шторму протягом того ж тижня, коли запланований національний з'їзд Республіканської партії. У той час хештег Isaac (#Isaac) широко використовувався державними установами, неурядовими організаціями, громадськістю та ЗМІ для обміну інформацією в соціальних мережах. Коли шторм змінив свій шлях і попрямував до Нового Орлеана, офіційні організації, такі як Національний центр спостереження за ураганами, Національна метеорологічна служба, FEMA та місто Новий Орлеан, постійно використовували #Isaac і #NOLA в соціальних мережах для уточнення сповіщень і попереджень. Готовність цих організацій використовувати інструменти соціальних медіа, такі як Twitter, YouTube, Facebook і Flickr, продемонструвала активне використання соціальних медіа в управлінні надзвичайними ситуаціями та сприяла формулюванню заходів реагування [75].

Соціальні мережі, які використовувалися під час урагану Ісаак, включали:

- Місцеві та державні служби готовності до надзвичайних ситуацій надали інформацію про свої облікові записи в соціальних мережах і веб-сайти місцевим

новинам, щоб члени громади могли отримувати актуальну інформацію про закриття, зміни в транспорті, повені, збитки тощо.

- Твіттер-акаунт мера Нового Орлеана використовувався для прямої відповіді на повідомлення членів спільноти в Твіттері та для виправлення дезінформації.

- Члени спільноти опублікували відео та фотографії очевидців пошкоджень і повідомляли про відключення комунікацій, місця затоплення та перекриття доріг. FEMA та місто Новий Орлеан використали цю інформацію, щоб спланувати свої дії з реагування.

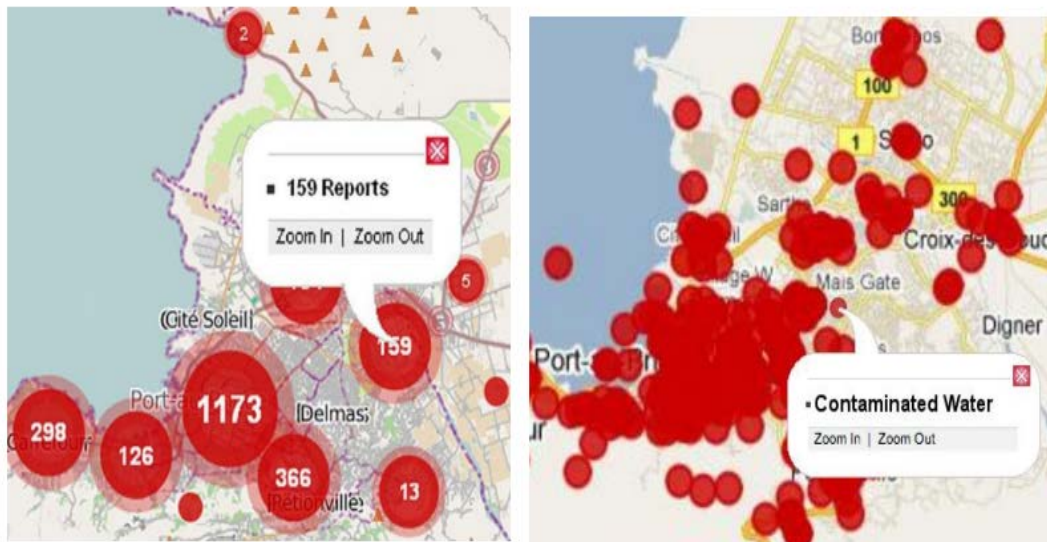
- Новинні видання заохочували громадськість надсилати інформацію про збитки в Twitter за допомогою певних хеш-тегів, а потім об'єднували повідомлення, щоб інші бачили. Це був скоординований і потужний метод поширення інформації серед громади.

Лісові пожежі 2009 року у Вікторії, Австралія, виявили критичну потребу в більш динамічному управлінні потоком інформації між агентствами з управління надзвичайними ситуаціями та громадою. Компанія CFA, яка надає пожежні та інші послуги екстреної допомоги в сільській місцевості та регіональних селищах у штаті Вікторія, Австралія, провела велику роботу з оновлення своїх стратегій зв'язку в надзвичайних ситуаціях у зв'язку з лісовими пожежами. Наразі CFA використовує різні соціальні медіа-платформи, такі як Facebook і Twitter, але також заохочує громадськість залучати та завантажувати вміст на свій веб-сайт CFA News & Media. Веб-сайт містить новини, мультимедійний вміст і дошку для обговорень спільноти під назвою CFA Forum [75].

Персонал екстрених служб, який брав участь у реагуванні на землетрус у Порт-о-Пренсі, Гаїті, у 2010 році, отримав переваги від впровадження нової спільної технології, відомої як картографування криз. Після землетрусу на Гаїті сотні волонтерів по всьому світу, яких у ЗМІ називають «цифровими гуманітаріями», мобілізувалися, щоб надати технічну допомогу у створенні карти криз. У рамках зусиль волонтери спочатку завершили цифрову карту

країни за допомогою супутникових знімків. Інтерактивне картографічне рішення з відкритим вихідним кодом під назвою Ushahidi Platform було використано для картографування повідомлень Twitter із геотегами та іншого картографічного вмісту з сотень інших онлайн-джерел.

Як показано на рисунку 2.1., числа на карті криз відображають кількість елементів контенту (тобто повідомлень у Twitter і Facebook і фотографій) у межах області. Карта дозволяє користувачам збільшувати область і читати пов'язаний вміст. Цей інструмент надав цінну інформацію для реагування та відновлення таких організацій, як Берегова охорона США, Американський Червоний Хрест і Корпус морської піхоти США.



*Рис. 2.1. Кризові карти землетрусу на Гаїті [69]*

У серпні 2011 року на Східному узбережжі Північної Америки стався землетрус магнітудою 5,8, який вразив регіони від Північної Кароліни до Квебеку, Канада. Подія підкреслила важливу роль спільного використання соціальних мереж під час надзвичайних ситуацій. Twitter повідомив, що протягом кількох хвилин після землетрусу щосекунди надсилалося понад 5000 повідомлень, пов'язаних із землетрусом.

Урядові установи, такі як DHS, FEMA та Департамент з управління надзвичайними ситуаціями Вірджинії, закликали членів спільноти використовувати канали соціальних мереж, щоб отримати офіційну інформацію та зв'язатися з родиною та друзями, коли стільникові мережі стали переповнені трафіком. Крім того, протягом тижня в окрузі Ферфакс запровадили мережу оповіщення про надзвичайні ситуації, яка генерує важливі надзвичайні сповіщення, сповіщення та оновлення під час великої кризи чи надзвичайної ситуації, а також заохочує громадськість подавати звіти та коментарі.

За допомогою цієї мережі повідомлення електронної пошти доставляються на будь-який зареєстрований обліковий запис електронної пошти, а текстові повідомлення надсилаються на зареєстровані пристрої, включаючи мобільні телефони, пейджери та планшети.

Зважаючи на часті урагани, які охоплюють узбережжя США, урядові органи та місцева влада сьогодні дуже активно використовують соціальні мережі та координування своїх дій та допомоги населенню. Так, у відповідь на ураган «Мілтон», який прокотився 7 жовтня 2024 року, Міністерство внутрішньої безпеки США (DHS) видало вказівки щодо координації федеральних повідомлень у мережі та соціальних мережах, пов'язаних із цим інцидентом. Також 7 жовтня 2024 року спільно з Радою цифрового досвіду DHS випустило вказівки ESF-15 для федеральних мережевих і соціальних комунікацій щодо підтримки національних заходів реагування на ураган Мілтон. Ці зусилля є доповненням до існуючих вказівок, створених для урагану Хелен, який наклав Флориду у вересні 2024 року [54].

Органи державної та місцевої влади, офіційні організації, волонтери та самі громадяни широко використовували соціальні мережі для організації зусиль та обміну інформацією щодо наслідків землетрусу в Крайстчерч, Нова Зеландія. Карту криз, знову ж таки на основі платформи Ushahidi, було створено для агрегування та візуального відображення актуального вмісту соціальних мереж та офіційної інформації.

На рисунку 2.2 показано веб-сайт Крайстчерчської карти відновлення з інформацією, зібраною з електронних листів із геотегами, повідомлень і локального веб-форуму.

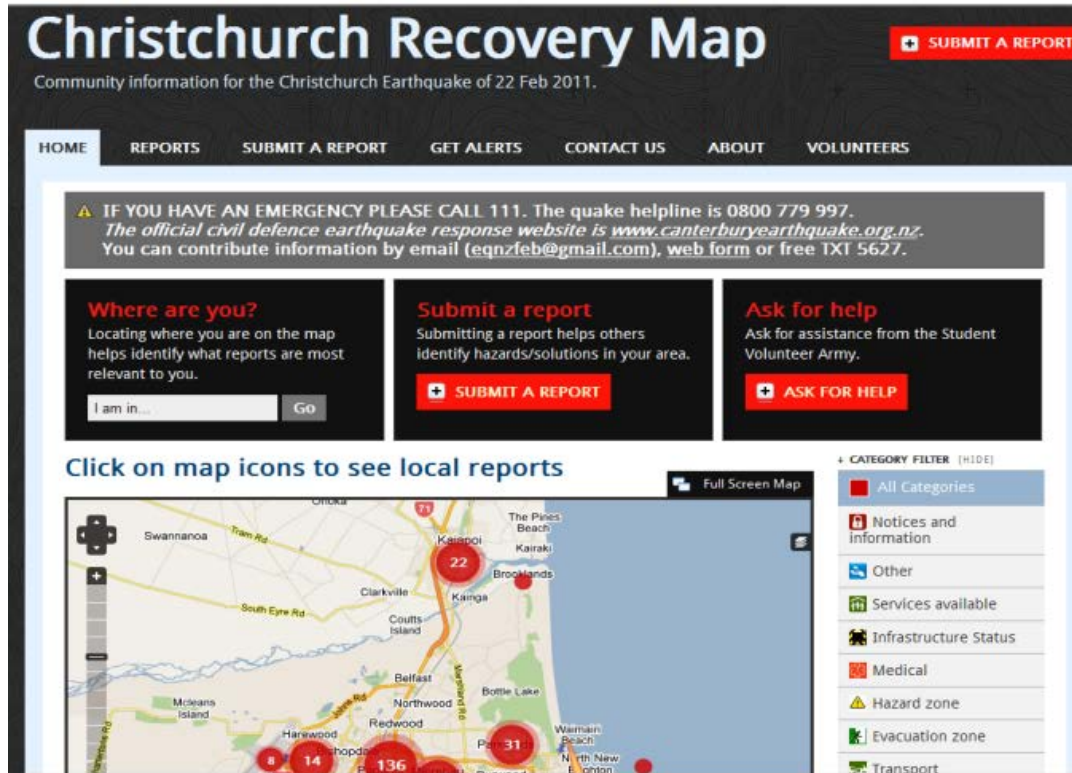


Рис. 2.2. Карта відновлення Крайстчерча [69]

Інші види використання соціальних медіа під час цієї кризи включали:

- Веб-сайт Google Person Finder було створено для збору та обміну інформацією про зниклих безвісти. Протягом кількох днів після кризи веб-сайт відстежував тисячі записів.

- Урядові установи успішно використовували Twitter для розповсюдження важливої інформації та оновлень серед громадськості.

- Група волонтерів з Кентерберійського університету, приблизно 10 000 осіб, організувала роботу волонтерів за допомогою спеціальної сторінки у Facebook, щоб задовольнити багато потреб громади в гуманітарній допомозі [56].

У період з вересня 2010 року по лютий 2011 року штат Вікторія в Австралії зазнав масштабної повені. Поліційна служба Квінсленда отримала похвалу в різних літературних джерелах в Інтернеті за комплексне та інноваційне використання соціальних медіа, яке передбачало передачу сповіщень і

попереджень через соціальні медіа, а також традиційні канали, такі як система попередження по телефону та радіо трансляції. Наприклад, отримання громадськістю сповіщень і попереджень на сторінці департаменту у Facebook було продемонстровано понад 39 мільйонами «показів публікацій» (тобто кількість переглядів кожного повідомлення у Facebook). Це дорівнює 450 переглядам на секунду за один піковий 24-годинний період під час повені. Поліція Квінсленда активно використовувала Twitter, щоб поділитися актуальною інформацією з членами спільноти, яка була розміщена на їхньому офіційному веб-сайті.

Поліція Квінсленда також використовувала соціальні мережі, щоб виправити та уточнити свої повідомлення в міру отримання нової інформації.

На додаток до проактивних підходів, використаних поліцейською службою Квінсленда під час інциденту, інтерактивна карта кризових ситуацій була запущена в січні 2011 року. Категорії вмісту, такі як евакуація, небезпека, перекриття доріг, пошкодження майна та відключення електроенергії, відображалися як шари даних на карті для індивідуального перегляду спільнотою.

У звіті про реагування на повені 2010-2011 рр., доступному на веб-сайті Департаменту навколишнього середовища та первинної промисловості, високо оцінено використання соціальних медіа як ключової стратегії для сповіщень, попереджень та інших комунікацій. У звіті державі рекомендовано вжити наступних заходів:

- розробити та запровадити єдиний веб-портал як засіб надання інформації про надзвичайні ситуації громадам та місцевим органам влади на основі всіх небезпек;

- переглянути свої меморандуми про взаєморозуміння з офіційними мовниками в надзвичайних ситуаціях, щоб розглянути можливість більшого використання можливостей Інтернету, включаючи соціальні медіа та можливість транслювати зустрічі громади;

- активно використовувати соціальні медіа як частину своєї системи попередження про надзвичайні ситуації та інформування громадськості;

Відділ внутрішньої безпеки та управління надзвичайними ситуаціями штату Колорадо підтримує спеціальні облікові записи в соціальних мережах у Twitter, Facebook, YouTube і Flickr для своїх функцій управління надзвичайними ситуаціями та розширює зміст надзвичайних ситуацій через інші офіційні облікові записи Колорадо в соціальних мережах. Ці інструменти соціальних мереж складають:

- Екстрений блог – використовується для новин, відео, фотографій, подкастів і оновлень; також дозволяє коментарі та публікації від громадськості. Посилання розміщене на веб-сайті підрозділу, а блог створено за допомогою Blogger.

- Twitter – використовується для стеження за партнерськими агентствами та організаціями, щоб отримати обізнаність про ситуацію та допомогти з розповсюдженням повідомлень шляхом повторного надсилання повідомлень у Twitter та обміну відповідною інформацією з надійних (тобто офіційних) джерел.

- Facebook – використовується для надання оновлень, збору запитань і відповідей на них, а також для спрямування людей на веб-сайт відділу як основного онлайн-джерела офіційної інформації.

- YouTube – використовується для обміну відеозаписами діяльності відділу та реагування на надзвичайні ситуації. Дозволяє коментарі від громадськості.

- Flickr – використовується для обміну фотографіями діяльності відділу та реагування на надзвичайні ситуації.

- Paper.li – використовується для автоматичного створення веб-сайту COEmergency, який відображає найпопулярніші новини, пов'язані з національною безпекою та управлінням надзвичайними ситуаціями, і публікує їх у Twitter.

Окрім проведення інтерв'ю для ЗМІ з місцевими та національними інформаційними агентствами, Відділ внутрішньої безпеки та управління



надзвичайними ситуаціями штату Колорадо використовував різні механізми охоплення під час піку лісових пожеж 2012 року.

Епідемія коронавірусної хвороби (COVID-19) у 2019 році привернула пильну увагу урядів, дослідників і громадськості в різних країнах. В той період мільярди людей прагнули отримати інформацію про COVID-19 через соціальні мережі. Швидке поширення тем та інформації щодо COVID-19 вплинуло на поведінку громадськості під час епідемії [59].

Пандемія Covid-19 є першою глобальною пандемією в епоху соціальних мереж, таких як Facebook і Twitter. Багато країн використали можливості соціальних мереж у сповіщенні своїх громадян про стан справ та про обмеження, які введено в країні.

11 лютого 2020 року під час конференції з обговорення вірусу Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) представила концепцію «інфодемії». Цей термін стосується великої кількості інформації про COVID-19, яка швидко стала доступною. Значна частина інформації була сумнівної якості, що ускладнювало визначення того, чому слід довіряти, і виявлення надійних джерел, створюючи ризик заподіяння шкоди фізичному та психічному здоров'ю населення. Ця проблема була особливо гострою, оскільки COVID-19 стався в епоху соціальних медіа, що сприяло поширенню неточностей, значною мірою сприяючи інфодемії. Через занепокоєння щодо негативної ролі соціальних медіа під час кризи деякі країни пішли на крайні заходи. Шрі-Ланка, наприклад, відреагувала на неправдиві повідомлення після терористичного інциденту, заклавши соціальні мережі. Однак соціальні медіа можуть бути ефективним освітнім інструментом. Вони допомогли громадськості дізнатися про заходи профілактики під час пандемії та можуть бути використані владою для боротьби з неправдивими чутками, що може допомогти стабілізувати суспільство та суспільні настрої.

Так, на відміну від спалаху SARS у 2003 році, уряд Китаю скористався всіма перевагами соціальних мереж, щоб оприлюднити інформацію про пандемію в реальному часі та спростувати неправдиві чутки про COVID-19 [74].

Варто відзначити, що уряд Саудівської Аравії використовував соціальні мережі, щоб надати громадянам можливість краще зрозуміти події та їхній вплив. Крім того, ці сайти також допомогли уряду боротися з неправдою, дезінформацією та неправдивими заявами про пандемію.

Соціальні медіа, як і інші медіа-платформи, дозволили уряду Саудівської Аравії привернути увагу людей, забезпечити належне виконання урядових обмежень, а також збирати й оприлюднювати новини та політику щодо пандемії. Адміністрація Саудівської Аравії вжила додаткових заходів, включаючи сувору політику, яка вимагає від усіх жителів носити маски в громадських місцях і частого використання дезінфікуючого засобу для рук на робочих місцях. Якщо громадяни країн Перської затоки вирушили в подорож до іншої країни перед в'їздом до Саудівської Аравії, вони повинні були залишатися у своїй країні щонайменше чотирнадцять днів.

Такі соціальні медіа-платформи, як Twitter, були основним прихильником урядових органів Саудівської Аравії у поширенні інформації про пандемію серед людей. Платформи соціальних мереж також допомагають уряду неефективно наголошувати на важливості правил охорони здоров'я. Уряд Саудівської Аравії наголосив на здоров'ї та добробуті своїх мешканців і громадян. Уряд розробив Tawakalna App, щоб підтримати їхні зусилля з протидії випадкам Covid-19. Додаток розроблено Саудівським управлінням даних та штучного інтелекту. Додаток полегшив приватному та державному персоналу отримання дозволів на пересування під час комендантської години, надаючи їх у цифровому вигляді.

Під час пандемії Covid-19 2020 року керівні установи ЄС, такі як Європейський центр профілактики та контролю захворювань, відіграли ключову роль в інформуванні громадськості про поточні події та в наданні точної та своєчасної інформації (особливо в умовах, коли дезінформація в Інтернеті) саме шляхом поширення інформації через соціальні мережі [61].

Отже, у багатьох країнах с віту використання соціальних мереж різко зросло у сфері управління надзвичайними ситуаціями в останні роки, особливо під час надзвичайних ситуацій і катастроф. Інструменти соціальних мереж є

ефективним засобом для швидкого поширення інформації серед широкої аудиторії. Ці інструменти можуть використовуватися державними та гуманітарними установами, щоб допомогти сформулювати заходи щодо готовності, реагування та відновлення шляхом надсилання сповіщень і попереджень та інших повідомлень громадськості, а також моніторингу взаємодії з громадськістю.

### **Висновки до розділу 2**

По-перше, у багатьох країнах (США, Канада) розроблені інструкції (чи політики), в яких викладено принципи та процедури, що застосовуються до професійного та особистого використання соціальних медіа публічними службовцями під час і поза офіційними годинами, незалежно від того, чи використовується офіційне чи особисте обладнання ІКТ.

По-друге, використання соціальних мереж у кризових ситуаціях стало невід'ємним елементом управління надзвичайними ситуаціями в багатьох країнах світу (зокрема, у США та Австралії). Соціальні медіа здатні швидко та ефективно поширювати інформацію серед широких верств населення, забезпечуючи доступ до даних навіть у найскладніших умовах. Через платформи, такі як Twitter, Facebook та YouTube, які активно використовують урядові установи для координації дій і реагування в надзвичайних ситуаціях (як-то урагани, пожежі чи епідемії).

## РОЗДІЛ 3

### ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ В УКРАЇНІ

#### **3.1. Нормативно-правова база для використання соціальних мереж в діяльності органів публічної влади в Україні**

Інформаційна відкритість та прозорість діяльності органів публічної влади в нашій державі визначено як важливі напрями державної політики.

В Україні сформована та постійно оновлюється нормативно-правова база інформаційно-комунікаційної діяльності органів публічної влади. Зокрема, різні аспекти висвітлення діяльності органів державної та місцевої влади регулюються положеннями Конституції України, законів України, постанов Кабінету Міністрів України та інших нормативно-правових актів.

Так, відповідно до статті 3 Закону України «Про інформацію», який було прийнято у 1992 році, зазначається, що «інформаційні відносини у державі базуються на принципах її відкритості, доступності, достовірності, повноти, правомірності одержання, використання, поширення, зберігання тощо. В умовах розвитку демократичного суспільства кожен громадянин має право на отримання повноцінної та достовірної інформації про діяльність органів публічної влади, а останні зобов'язані вчасно й у повній мірі її висвітлювати. Публічною є інформація, яка отримана, створена або перебуває у володінні органів державної влади, органів місцевого самоврядування або інших суб'єктів господарювання, які виконують публічні функції [27].

4 січня 2002 р. Кабінет Міністрів України прийняв постанову «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», який органи влади було зобов'язано інформувати населення про свою роботу через мережу Інтернет. Зрозуміло, що у 2002 році в такому документі не йшлося про створення сторінок органів влади у соціальних мережах, адже на той час соціальні мережі як канал комунікації не використовувався населенням нашої

держави. У змінах до цієї Постанови від 2019 року йдеться про оформлення веб-сайтів органів влади і саме в цій постанові про зміни Кабмін зобов'язує органи влади на «кожній сторінці із вмістом повинен розміщуватися блок з кнопками для розповсюдження матеріалу в соціальних мережах» [36].

Також про необхідність інформувати громадськість через новітні канали зв'язку йдеться у статті 15 Закону України «Про доступ до публічної інформації» від 13 січня 2011р. Законодавець відзначає, що «розпорядники інформації можуть оприлюднювати публічну інформацію на своєму офіційному вебсайті, у власних офіційних друкованих виданнях та/або у медіа на підставі договорів про висвітлення діяльності, укладених із суб'єктами у сфері медіа» [24].

Ст. 5 цього Закону виокремлює шляхи забезпечення доступу до інформації, зокрема «доступ до інформації забезпечується шляхом систематичного та оперативного оприлюднення інформації: в офіційних друкованих виданнях; на офіційних веб-сайтах у мережі Інтернет; на єдиному державному веб-порталі відкритих даних; на інформаційних стендах; будь-яким іншим способом» [24]. У Законі України «Про доступ до публічної інформації» йдеться, що «право на доступ до інформації здійснюється на принципах прозорості та відкритості; вільного отримання, поширення та будь-якого іншого використання інформації; рівноправності, незалежно від ознак раси, політичних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак» [24].

Слід відзначити важливість Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» 2003 року зі змінами та доповненнями [25]. Він став важливим кроком до визнання електронних документів рівноправними з паперовими і таким чином, створення умов для переходу до он-лайн взаємодії у відносинах з громадянами. Закон закріпив визначення поняття «електронний документ», який законодавець тлумачить як «документ, в якому інформація зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа». Новелою цього нормативно-правового акту стало ведення в обіг терміну «електронний документообіг», який визначався як «сукупність процесів

створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів». Можна сказати, що цим Законом держава визначила практичні основи для електронної взаємодії.

Цей закон розтлумачив поняття «веб-сайт» як «сукупність програмних засобів, розміщених за унікальною адресою в обчислювальній мережі, у тому числі в мережі Інтернет, разом з інформаційними ресурсами, що перебувають у розпорядженні певних суб'єктів і забезпечують доступ юридичних та фізичних осіб до цих інформаційних ресурсів та інших інформаційних послуг через обчислювальну мережу».

Важливим кроком на шляху формування правової підтримки використання можливостей новітніх технологій органами влади, стало прийняття у 2007 році Закону України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки». Цей Закон затвердив основні напрями інформатизації суспільства, серед яких:

- впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в діяльність органів публічної влади;
- розвиток національної інформаційної інфраструктури та її інтеграція із світовою інфраструктурою;
- створення загальнодержавних інформаційних систем;
- використання ІКТ для вдосконалення державного управління, відносин між державою і громадянами, становлення електронних форм взаємодії між органами державної влади та органами місцевого самоврядування і фізичними та юридичними особами;
- досягнення ефективної участі всіх регіонів у процесах становлення інформаційного суспільства шляхом децентралізації та підтримки регіональних і місцевих ініціатив;

– захист інформаційних прав громадян, насамперед щодо доступності інформації, захисту інформації про особу, підтримки демократичних інститутів та мінімізації ризику «інформаційної нерівності» тощо [39].

У 2008 році було прийнято Закон України «Про національну програму інформатизації». Цим нормативно-правовим актом було розкрито національну програму інформатизації, яка визначила особливості реалізації державної політики у сфері інформатизації для забезпечення потреб та розвитку інформаційного суспільства, впровадження інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій.

Прийнята національна програма інформатизації передбачала створення системи заходів у сфері інформатизації, спрямованих на розвиток «сучасної інформаційної інфраструктури України за рахунок концентрації та раціонального використання фінансових, матеріально-технічних та інших ресурсів, виробничого і науково-технічного потенціалу держави». Так, зокрема, у її межах передбачалося «створення загальнодержавних систем інформаційно-аналітичної підтримки діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування», а також «забезпечення доступу громадян та їх об'єднань до інформації державних органів та органів місцевого самоврядування, а також до інших джерел інформації».

Саме цей Закон став першим кроком до запровадження, з одного боку, покращання матеріально-технічного забезпечення та комп'ютеризації органів публічної влади в Україні, а з іншого, до підвищення відкритості публічного управління в нашій державі.

Рішенням Кабінет Міністрів України у січні 2015 року було створено Міністерство інформаційної політики України - окремого центрального органу виконавчої влади. Створення цього Міністерства стало першим етапом у визначенні нових інформаційно-комунікаційних завдань для державних установ. Основну увагу було зосереджено на розробці та впровадженні ефективних комунікаційних стратегій. Такі рішення стали початком формування нових підходів до інформаційної політики в урядових структурах.

Постала потреба реформувати комунікаційні служби органів влади, це потребувало розробки та впровадження цілісних комунікаційних стратегій. Саме після 2014 року комунікації стали важливою частиною планування роботи та прийняття рішень в органах публічного управління. Ефективна комунікаційна стратегія стала розглядатися як важлива публічна послуга, на яку є стійкий попит.

Однак, не всі органи державної та місцевої влади змогли одразу адаптуватися та змінити підхід до інформування населення про свою діяльність та підключити для комунікацій із населенням можливості соціальних мереж. Втім, слід зауважити, що досить багато органів влади вирішила перенести частину комунікації в соціальні мережі. Доказом цього слугують дати реєстрації акаунтів органів влади у датою у соціальних мережах, які припадають на 2014-2015 роки.

Питання побудови інформаційної політики загалом та налагодження комунікації було окреслено 14 січня 2015 року, коли Кабінет Міністрів України ухвалив постанову «Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України», відповідно до якої було створено Міністерство інформаційної політики України як окремий центральний орган виконавчої влади. Це рішення стало початком формування нових інформаційно-комунікаційних цілей для урядових інституцій [17, с. 125].

20 вересня 2017 року уряд України своїм розпорядженням схвалив Концепцію розвитку електронного урядування в Україні. Одним із важливих пунктів даної Концепції є вимога відкритості та прозорості роботи органів влади в нашій державі. Уряд відзначає, що повсякденне життя громадян стає дедалі все більш «цифровим», що передбачає високий рівень очікувань від діяльності органів влади, зокрема розвитку сучасних електронних форм взаємодії, прозорості та відкритості діяльності, залучення громадян до прийняття управлінських рішень.

Соціальні мережі посилюють ефект «демократизації» в Інтернеті з питань суспільної та політичної інформації. Соціальні мережі дають змогу задовольнити очікування, які не змозі задовольнити традиційні онлайн-сервіси, платформи та



портали. Сьогодні, соціальні мережі стають однією з основних платформ для збору відгуків Інтернет-користувачів з різних питань. Будь-який відгук у соціальних мережах може значно підвищити позитивний фон інформаційного поля органу влади, популяризувати державну послугу, або ж в лічені хвилини підняти або розбити репутацію компанії.

В умовах розвитку діджиталізації веб-сайти органів публічної влади стають надійними порталами для розміщення необхідної інформації. Згідно до міжнародних зобов'язань України та у відповідності до демократичних перетворень прийнято ряд нормативно-правових актів, які регулюють питання їх створення та функціонування. Отримана від публічних органів влади своєчасна, оперативна, повна та достовірна інформація є запорукою успішної взаємодії громадян та вирішення актуальних питань на різних рівнях. Одним з показників інформаційної відкритості влади, що піддається чіткому кількісному аналізу, є висвітлення державними органами влади власної діяльності у мережі Інтернет. Визначено 20 видів обов'язкової інформації, що має бути розміщена на сайтах центральних органів виконавчої влади та 26 видів, що повинні бути на сайтах органів місцевої влади [10, с. 13].

У 2019 році із обранням В. Зеленського на посаду Президента України та формуванням монобільшості пропрезидентською політичною силою «Слуга народу» у парламенті було проголошено курс на діджиталізацію держави та влади.

18 вересня 2019 року Кабінетом Міністрів України було прийнято постанову про створення Міністерства цифрової трансформації України. Цей новоутворений центральний орган виконавчої влади наділили функціями та повноваженнями формування та впровадження державної політики в галузях цифровізації, цифрової економіки, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії. На Мінцифри було також покладено обов'язок сприяти розвитку інформаційного суспільства. А очільник Мінцифри М. Федоров виступив із заявою щодо реформування комунікативної політики органів влади та відзначив необхідність використання новітніх технологій

зв'язку для пояснення громадянам реформ, що проводяться в країні, а також підкреслив необхідність вимірювання проміжних результатів комунікації через нові меді та отримання зворотного зв'язку від громадян [53].

Важливим нормативно-правовим актом саме в аспекті регулювання використання соціальних мереж є закон України від 16 грудня 2020 року «Про електронні комунікації». У цьому законі було дане визначення електронної комунікації (телекомунікації, електрозв'язку) як «передавання та/або приймання інформації незалежно від її типу або виду у вигляді електромагнітних сигналів за допомогою технічних засобів електронних комунікацій» [26].

Також у статті 99 цього Закону було надано тлумачення терміну «універсальна електронна комунікаційна послуга» як послуги, яка надається у фіксованому місці (за адресою будинку, споруди, вказаної споживачем) незалежно від технологій (проводового, безпроводового) доступу споживача до електронних комунікаційних мереж. Законодавець відзначив, що «універсальні електронні комунікаційні послуги широкосмугового доступу до мережі Інтернет у фіксованому місці повинні забезпечувати швидкість відповідно до показників та параметрів, встановлених центральним органом виконавчої влади у сферах електронних комунікацій та радіочастотного спектра. Центральний орган виконавчої влади у сферах електронних комунікацій та радіочастотного спектра повинен встановлювати показники на рівні, достатньому для підтримки доступу споживачів до таких послуг (сервісів):

- 1) електронна пошта;
- 2) пошукові системи, що дають змогу здійснювати пошук усіх типів інформації;
- 3) основні електронні засоби навчання та освіти;
- 4) медіа в мережі Інтернет;
- 5) електронна комерція;
- 6) інтернет-банкінг;
- 7) доступ до послуг електронного урядування (електронних адміністративних послуг);

- 8) соціальні мережі та сервіси обміну повідомленнями в мережі Інтернет;
- 9) голосові та відеоз'єднання» [26].

Отже, в Україні сформовано нормативно-правову базу для електронного урядування та використання новітніх технологій для комунікації органів влади із населенням. Однак, конкретного акту щодо регулювання використання соціальних мереж органами влади в нашій країні немає.

### **3.2. Соціальні мережі як інструмент комунікації органів державної та місцевої влади із громадськістю**

Відповідно до норм українського законодавства та комунікативної політики органів публічної влади, інформування населення відбувається через офіційні веб-сайти органів влади. Але, на думку Н. Новікової «сьогодні мало просто мати офіційний вебсайт, відділ розгляду звернень громадян, телефон гарячої лінії тощо. Значна кількість урядових інституцій вже перенесла частину своєї комунікації у площину соціальних мереж [17, с. 126]. Подібну позицію висловлює і інша дослідниця В. Руднева, яка говорить про те, що «з точки зору рівня активності громадян високий рівень включення громадськості забезпечують саме соцмережі [42, с. 329].

Як відзначає Н. Новікова, «питання побудови ефективної комунікації для державних органів України стало особливо актуальним після Революції Гідності. Ці події продемонстрували, що довіра до органів державної влади не буде відновлена без конструктивного діалогу із суспільством. Революція Гідності також підкреслила важливість прозорої комунікації між громадянами і державою. У зв'язку з цим, починаючи з 2014 року, українська влада розпочала процес переформатування класичних форм комунікації» [17, с. 126].

Відповідно до даних української ІТ-компанії GlobalLogic, станом на липень 2022 року серед 76,6% громадян України, які використовують соціальні мережі

як джерело інформації, 66% обирають Telegram, 61% – YouTube, 58% – Facebook. Важливо відзначити, що опитані могли вибрати кілька варіантів відповідей. Сьогодні в YouTube зареєстровано понад 28 млн українських користувачів, в Instagram – понад 16,1 млн, в Facebook – 15,45 млн. TikTok має понад 10,55 млн українських користувачів [15].

Фактично основним каналом комунікації серед соціальних мереж, який сьогодні використовують органи влади в Україні, це Facebook. На відміну від міжнародної спільноти, для українців Facebook є не лише розважальним майданчиком, а й простором для активних соціально-політичних дискусій. Щодня тут у режимі онлайн обговорюють різноманітні події, важливі для суспільства. Більшість органів центральної та місцевої влади в нашій державі мають свої сторінки у Facebook.

Соціальна мережа X (Twitter), яка в Європі та США є ключовою платформою для обговорення саме політичного контенту, не має такої ж популярності серед українців. Однак, Президент України, Офіс Президента, Міністерство оборони та Міністерство закордонних справ, окремі державні та політичні діячі мають свої акаунти у цій соціальній мережі, зокрема, задля інформування світової спільноти про події в Україні, про свою роботу для міжнародної аудиторії. Це особливо актуалізувалось з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році та із приверненням більшої уваги з боку громадян Західних країн до подій в нашій державі. Отож ці сторінки у мережі X мають стратегічне значення для зовнішньополітичної діяльності країни, виконуючи роль ефективних каналів комунікації з міжнародною спільнотою.

Соціальна мереж Телеграм була не досить популярною саме як канал комунікації між владою та населенням впродовж перших років появи цієї мережі у 2013 році. Однак, на початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, телеграм-каналів органів державної влади України досить швидко організувались у наданні інформації, спрямованої на пояснення ситуації, роз'яснення позиції країни та наданні важливої інформації для громадян.

З перших хвилин повномасштабного вторгнення офіційний канал Президента України став популярним серед українців. В цьому телеграм-каналі викладають дописи з промовами Президента, інформацією про зустрічі, фотографії з війни, реакції на атаки з боку РФ. Зокрема, телеграм-канал Президента України публікує і офіційну інформацію щодо проведених Президентом зустрічей, телефонних розмов із лідерами інших держав тощо.

Подібну інформацію поширюють на офіційному телеграм-каналі Офісу Президента України.

Однак, 19 вересня 2024 року Національний координаційний центр кібербезпеки та Рада національної безпеки та оборони ухвалили рішення про заборону використання Телеграм на робочих пристроях українським чиновникам і військовим. Також використання Телеграму обмежили на об'єктах критичної інфраструктури. Пояснюють це загрозою національній безпеці. За даними досліджень, у 2023 році для 72% українців Телеграм був основною соцмережею для отримання новин.

Керівник Головного управління розвідки України К. Буданов заявляв, що російські спецслужби мають доступ до листування користувачів, навіть якщо повідомлення видалено, а також до їхніх персональних даних. Щоб ці загрози мінімізувати, вирішили заборонити встановлення та використання Телеграму на службових пристроях працівників органів державної влади, військовослужбовців, працівників сектору безпеки і оборони, а також підприємств – операторів критичної інфраструктури [44].

YouTube як канал комунікації найменш популярний серед органів державної влади. Офіційні канали публічних органів влади не повністю адаптовані до особливостей цієї платформи. Відеоформат вимагає більше часу на підготовку та сприйняття матеріалів, що робить YouTube менш ефективним для оперативного поширення інформації. Напевне найкращим прикладом використання мережі YouTube є канал Міністерства освіти і науки України. На ньому публікується унікальний контент, зокрема короткі освітні відео, які не дублюють новини в інших соціальних мережах.

Також варто відзначити, що у публічному управлінні все активніше використовують соцмережу Instagram, яка є однією з найбільш розвинених і популярних у всьому світі, зокрема і в Україні. Основна функція цієї соцмережі – створення та обмін фотоконтентом. Популярність Instagram можна пояснити тим, що сучасний користувач є візуалом. Instagram цілком задовольняє його потреби – мінімум тексту, максимум фотоконтенту.

Варто підкреслити, що серед усіх центральних органів влади – сторінки Президента України [18] у соціальних мережах лідирують за кількістю підписників у Facebook (3,2 млн.), X (Twitter (7,3 млн.), Instagram (15,6 млн.) і Telegram (713 тис.). До Президента прикута більша увага користувачів цих соцмереж, ніж до вищих органів законодавчої та виконавчої влади України (Верховної Ради та Кабінету міністрів). Схоже, що це корелює з оцінкою впливовості та репутацією цих органів влади, а також з ресурсами, що вкладаються у їх медійну розкрутку.

Зокрема, сторінка Кабінету міністрів України у Facebook має лише 162 тис. читачів, що зрозуміло, не робить такий канал комунікації ефективним. Однак, світовий досвід свідчить, що саме соціальні мережі є платформою для комунікації, де є обговорення, пропозиції, запитання від громадян та відповіді на них від представників влади. Діалогового формату під дописами на сторінці КМУ у Facebook взагалі нема. Натомість є репости інформації Генерального штабу ЗСУ щодо втрат противника за добу. Напевне, з цією інформацією громадяни можуть ознайомитись і на інших ресурсах. То ж, можна зробити висновок, що адміністратори сторінки просто заповнюють інформаційний вакуум, щоб зберігалася активність сторінки. Але це ніяк не допомагає владі у наближенні до людей та побудові ефективної комунікації із громадянами.

Сторінки українських парламенту та уряду в Facebook змогли зібрати меншу кількість підписників, ніж навіть у X (Twitter). Зважаючи також на дуже низькі показники у Telegram, медійні стратегії Верховної Ради та Кабінету міністрів у соціальних мережах потребують перегляду й удосконалення [3].

Варто зауважити, що ще 8 лютого 2016 року Прес-служба Апарату Верховної Ради України на своєму сайті опублікувала повідомлення про намір активізувати свою присутність в соціальних мережах. У повідомленні йдеться: «У рамках програми модернізації парламенту Верховна Рада України активізує свою присутність у світових соціальних мережах - Facebook, Twitter, Google+ та Instagram. Наша мета - перетворити офіційні сторінки парламенту у соціальних мережах на майданчики інформування, спілкування та обміну думками між громадянами та вищим законодавчим органом країни. Тепер оперативні, актуальні та достовірні новини про роботу Верховної Ради доступні кожному користувачу соціальних мереж. Це інформаційні повідомлення про хід пленарних засідань, аналіз найважливіших законодавчих актів, позиції провідних політичних сил, міжнародні відносини парламенту, висвітлення змін, що відбуваються в організації його роботи, актуальні інтерв'ю» [4]. Під цим повідомленням містяться посилання на сторінки ВРУ у соціальних мережах. Однак, цей намір має не призвів до реальної активізації. Зважаючи на те, що кількість підписників ВРУ у кожній соціальній мережі не значна, активних обговорень під повідомлення на цих сторінках також немає.

Сьогодні серед користувачів соціальних мереж є популярними сторінки силових відомств України - Міністерства оборони, ГУР МО, Міністерства внутрішніх справ та інших. Наприклад, у Facebook-сторінки Генерального штабу ЗСУ станом на 20 листопада 2024 року є 1 млн підписників. Це є зрозумілим, адже через війну інформація цих відомств цікавить більшу частину населення України та українців, які знаходяться закордоном.

Хоча центральні посадовці проводять регулярні відеозвернення, з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, вони не надавали конкретної інформації про важливі питання, такі як розподіл гуманітарної допомоги, графік роботи громадського транспорту чи графік відключення світла в окремо взятому місті. Очевидно, що передача інформації про нагальні аспекти життєвого забезпечення громад стала відповідальністю місцевих владних структур. З метою забезпечення українців достовірною інформацією, у перші дні війни в кожній

області було створено офіційний телеграм-канал голови облдержадміністрації, де щоденно публікуються актуальні новини. Ця ініціатива виявилася однією з найбільш ефективних, оскільки й досі, через майже три роки від початку повномасштабного вторгнення, ці телеграм-канали залишаються основним джерелом оперативної інформації для громадян.

Варто відзначити, що більшість місцевих органів влади в Україні протягом довго періоду використовували власні веб-сайти як платформи для інформування про різноманітні події, такі як публічні збори, ухвалені рішення та громадські заходи. Багато з цих сайтів оснащені технологіями, які сприяють інтерактивному створенню й обміну інформацією, використовуючи такі інструменти, як блоги, дискусійні форуми та розділи «питання-відповіді». Однак, сьогодні (зокрема і через війну) все частіше органи місцевого самоврядування звертаються до соціальних мереж, таких як Facebook, для комунікації із населенням. Популярними є й інші платформи, зокрема «Instagram» та «Telegram». Хоча «YouTube», «Twitter» і «TikTok» менш поширені серед офіційних установ, вони користуються значним попитом серед публічних осіб.

Суттєвим недоліком комунікації між місцевою владою та громадськістю через соціальні мережі є її однобічність. Наприклад, на сторінці Миколаївської міської ради [14] у Facebook досить багато дописів, вони розміщують практично щодня та містять різного роду повідомлення (про міжнародну співпрацю міської влади, про заходи та події в місті тощо), однак, підписників у цього акаунту 19 тис. (що явно вказує на непопулярність сторінки серед мешканців міста) та відсутність коментарів під дописами. Це вказує, що Міська рада використовує соціальну мережу лише для інформування, не отримуючи відгуку від населення. Миколаївська міська рада має і свою сторінку у Instagram, де має 10,8 тис підписників. Однак, повідомлення на цій сторінці з'являються нерегулярно, подекуди нове повідомлення з'являється через ді два тижні після попереднього, що звичайно не робить цю сторінку ефективною платформою для комунікації між міською владою та населенням.



У миколаївського міського голови О. Сенкевича є своя сторінка у соціальній мережі Facebook. І він має набагато більше, порівняно і міськрадою, підписників, а саме 81 тис. (станом на 20 листопада 2024 року). На сторінці міського голови також багато дописів про стан справ у місті, про головні проєкти, які наразі реалізуються або плануються в місті, про допомогу ЗСУ від м. Миколаєва. Однак, багато дописів дублюють інформацію зі сторінки Миколаївської міської ради, що напевне, є фактором, який впливає на непопулярність сторінки саме міськради. Сторінка міського голови є більш «живою», адже тут міститься більше відео (які сам голова записує і коментує ті чи інші події) та фото, тому містяни підписуються на цю сторінку, а не сторінку міськради. Тут же можна побачити і коментарі із зауваженнями, пропозиціями від громадян, що є показником існування зворотної реакції.

Миколаївський міський голова О. Сенкевич має свій Телеграм-канал, де 60 554 підписника. Тут ми бачимо коментарі від громадян, але і багато дубляжу інформації із Facebook-сторінки. Також миколаївського голови є сторінка у Instagram із 49,2 тис. підписників, яку О. Сенкевич досить активно веде. Більшу частину контенту тут складаються короткі відео, які міський голова самостійно знімає. Також на сторінці в Instagram ми бачимо реальну комунікацію, адже ми бачимо відповіді на коментарі користувачів, чого не маємо у Facebook.

Миколаївська обласна влада також представлена у соціальних мережах, свої сторінки у Facebook має Миколаївська обласна державна адміністрація, Голова Миколаївської ОДА В. Кім, а також окремі сторінки мають управління та департаменти Миколаївської ОДА (додаток Б). Найбільшу кількість підписників має сторінка очільника Миколаївської ОДА – 458 тис. В період повномасштабного вторгнення кількість підписників соціальних мереж В. Кіма значно зросла у порівнянні із 2021 роком. Більші частина інформаційних повідомлень стосується ситуації в області – наслідки обстрілів, відбудова пошкодженого майна тощо. Також дуже багато репостів, дублювання інформації зі сторінок у соціальних мережах Президента України, ці репости, як правило, не мають коментарів і мають мало лайків, що свідчить про відсутність інтересу до

інформації, яка належить іншому джерелу. Миколаївська ОДА має і свій телеграм-канал із 433 тис підписників. Однак, інформація тут та ж, що і на сторінці у Facebook.

Варто зауважити, що соціальні мережі сьогодні є ефективним каналом комунікації між громадянами та різними департаментами міських рад, муніципальними службами (як-то Миколаївводоканал, Миколаївобленерго та інші)

Отже, органи публічної влади в Україні інформують населення про свою діяльність в соціальних мережах. Однак, використання соціальних мереж не є однаково ефективним інструментом комунікації для всіх органів влади, зокрема, Кабінет міністрів України та Верховна рада України не використовують всі можливості соціальних мереж для налагодження комунікації із громадянами, для пояснення основних засад державної політики. Хоча з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну саме соціальні мережі стали каналами комунікацій центральної та місцевої влади із населенням для швидкого інформування про події в країні.

### **3.3. Напрямки удосконалення використання соціальних мереж органами публічної влади в Україні**

Взаємодія з громадськістю є важливою роллю державних органів влади та органів місцевого самоврядування. І протягом останнього десятиліття соціальні медіа перетворилися на критично важливий інструмент взаємодії. Канали соціальних медіа, такі як Facebook, Twitter та Instagram, можна використовувати, щоб пропонувати оновлення місцевих новин, інформацію про події чи своєчасні події, а також зазирнути за лаштунки державних установ. Соціальні мережі в офіційному державному обліковому записі вважаються електронним записом. Кожен публічний службовець повинен пам'ятати, що його повідомлення в

соціальних мережах, включаючи всі публікації, повторні публікації та прямі повідомлення, мають бути доступними для запитів на публічний запис.

Якщо соціальні медіа використовуються державним органом, то важливим є сформулювати політику та стратегію їх використання. Поєднання планів, процесів і технологій має використовуватися для підтримки зусиль, захисту репутації органу влади та підвищення ефективності відповідей на запити публічних записів. Так, в США та Канаді діють інструкції з використання соціальних мереж публічними службовцями, в яких відзначено, що соціальні медіа можуть бути використані публічними службовцями як для офіційних цілей, так і для особистого користування, водночас використання таких засобів зв'язку не повинно принижувати, не погіршувати та не нашкодити репутації органу влади, в якому працює конкретний службовець. Українським органам влади також варто розробляти спеціальні документи (інструкції), в яких би містились конкретні алгоритми роботи публічного службовця в соціальних мережах.

Надійна політика щодо соціальних мереж включає чіткі правила взаємодії в соціальних мережах, а також те, як ці комунікації будуть відстежуватися та зберігатися. Ці правила допоможуть відповідати вимогам публічних записів. Письмові правила мають описувати:

- кому дозволено адмініструвати облікові записи служби/управління/відділу в соціальних мережах;
- правила для працівників, які використовують особисті облікові записи для обговорення державних справ (якщо це дозволено, як цей вміст зберігатиметься?);
- якою інформацією можна ділитися, а також правила для коментарів і відповідей у соціальних мережах;
- наслідки недотримання політики використання соціальних мереж.

Під час кризи соціальні медіа стають одним із найважливіших каналів комунікації для державних установ. Чіткі та своєчасні повідомлення є дуже важливими разом із стратегіями управління громадським сприйняттям і трансляцією надійної інформації. Соціальні медіа дозволяють урядам швидко

поширювати важливі оновлення та інструкції серед широкої аудиторії, забезпечуючи оперативне отримання інформації багатьма людьми. Соціальні медіа полегшують взаємодію в реальному часі. Уряди можуть відповідати на запитання, вирішувати проблеми та надавати запевнення, створюючи цінний двосторонній потік зв'язку під час надзвичайних ситуацій.

Слід відзначити, що дезінформація швидко поширюється в Інтернеті. Соціальні медіа дозволяють урядам виправляти неправдиву інформацію в реальному часі, допомагаючи зупинити чутки та запобігти паніці.

Однією із проблем використання соціальних мереж органами влади є дублювання інформації зі сторінки одного органу влади на сторінку іншого. Це знижує зацікавленість громадян та призводить до зменшення кількості підписників в соціальній мережі окремого органу влади. Відповідно - цей канал комунікації втрачається. Тому органам публічної влади потрібно працювати із власним контентом, щоб він був оригінальним, а не дублював аналогічні повідомлення зі сторінок інших представників влади.

Необхідність створення оригінального контенту органами влади проявляє ще одну важливу проблему, яка потребує вирішення – організаційне забезпечення ведення соціальних мереж органу влади. Сьогодні в органах влади діють відділи зв'язків з громадськістю, відділи комунікацій тощо. Однак, окремої посади або виокремленого функціоналу саме для ведення соціальних мереж штатними розписами та посадовими інструкціями не передбачено. Тобто органам влади потрібно передбачити посаду SMM-менеджера або адміністратора з соціальних мереж. Деякі органи, зокрема місцевої влади, вже мають таких співробітників. Однак, це більше поодинокі випадки, ніж закономірність.

В контексті вирішення кадрового забезпечення роботи органів влади із соціальними мережами варто відзначити і необхідність навчання співробітників органів влади, роз'яснення особливостей роботи із соціальними мережами. Тут також, на нашу думку, варто використовувати світові здобутки у цій сфері. Наприклад, сьогодні в багатьох навчальних закладах країн світу функціонують програми підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері електронного

урядування, що були запроваджені ще з 2000 р. «Більшість програм розрахована на підготовку магістрів (рідше бакалаврів), а також наукових кадрів (аспірантура, докторантура) з електронного урядування» [46].

Найбільш розвинута система підготовки магістрів з електронного урядування (Master study in e-Governance) у 20 провідних університетах та науково-дослідних інститутах країн світу, зокрема: «Фінляндії (Факультет дослідження проблем місцевого урядування, Університет Тампере); Норвегії (Факультет права, Університет міста Осло); Нідерландах (Технологічний університет у місті Дельфт); Швеції (Шведська бізнес-школа в університеті Оребро); Швейцарії (EPFL, Лозанна; Інститут публічних послуг та туризму, Університет Св.Галлена); Великобританії (Програма запровадження електронного уряду в Лондоні); Бельгії (Політехнічний інститут, м. Брюсель); Іспанії (Відкритий університет Каталонії, м. Барселона); Німеччині (CeTİM – Центр управління технологіями та інноваціями при університеті м. Мюнхен)» [52].

На нашу думку, в умовах відсутності належної стратегічної бази в Україні все ж відбувся певний прорив в даній сфері після створення Міністерства цифрової трансформації та запуску у 2019 році національної освітньої платформи з цифрової грамотності «Дія. Цифрова освіта». Даний проєкт поставив досить амбітну мету: за 3 роки навчити цифрової грамотності 6 млн українців. Проєкт передбачає онлайн складову - платформу, де розміщені безкоштовні онлайн курси з цифрової грамотності, і оф-лайн складову - мережу партнерських хабів цифрової освіти, де можна отримати доступ до Інтернету та цифрових гаджетів. Наразі створення хабів відбувається на базі бібліотек та молодіжних центрів [20].

Так, Міністерство цифрової трансформації України та Українська бібліотечна асоціація уклали меморандум про співпрацю, згідно якого бібліотеки України стануть хабами проєкту «Дія. Цифрова освіта» і запропонують всім охочим доступ до безкоштовного навчання на національній онлайн платформі з цифрової грамотності [1].

Першим в Україні інструментом для вимірювання рівня цифрових навичок громадян став запущений на онлайн-платформі «Дія. Цифрова освіта» національний тест на цифрову грамотність «Цифрограм», який надає змогу користувачам отримати сертифікат, що підтверджує цифрові знання та навички. Водночас даний інструмент допомагає збирати дані стосовно рівня цифрових навичок населення. Завдання тесту систематизовано за сферами знань європейської рамки цифрових компетентностей для громадян DigComp 2.1., адаптованої українськими експертами.

Окрім проєкту «Дія. Цифрова освіта» за останній час було започатковано та реалізовано ряд ініціатив, спрямованих на розвиток даної сфери, зокрема:

1. SMB Hub Ukraine – центр безкоштовного та інтерактивного онлайн-навчання для малих і середніх підприємств. Проєкт розпочато Міністерством цифрової трансформації України спільно з Facebook. Програма тренінгів розроблена експертами Facebook та охоплює теми ефективного представлення бізнес-проєктів онлайн, побудову бренду в соціальних мережах, формування відносин із клієнтами, створення контенту за допомогою безкоштовних мобільних додатків. Крім того, платформа включатиме низку відео- та письмового контенту, спрямованого на допомогу підприємцям в часи цифрової трансформації [43].

2. «Підприємницький університет», що «включає навчальну дисципліну «Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами», яка інтегрована в навчальну програму бакалаврату або магістратури та запущена у 76 університетах України. Мета ініціативи - створення університетів з потужною культурою підприємництва і стартап інфраструктурою. Програма реалізується мережею стартап-інкубаторів YEP спільно з Міністерством цифрової трансформації України, Міністерством освіти і науки України, Українським фондом стартапів, за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» [73].

3. Освітня програма IT-nation, «спрямована на збільшення кількості кваліфікованих IT-спеціалістів у східному регіоні України. Програму реалізовано

в межах меморандуму між Мінцифрою та Громадською спілкою «Мережа Глобального Договору в Україні» за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку в межах проєкту USAID «Економічна підтримка Східної України» [55].

Український науковець П. Фармхаус справедливо відзначає, що органам влади в Україні в роботі із соціальними мережами варто проводити коректний аналіз цільової аудиторії. Такий аналіз аудиторії «може бути проведений методами визначення параметрів аудиторії (вік, інтереси, потреби, запити, тощо), методом аналітичних інструментів (опитування, внутрішні аналітичні показники соціальних мереж, зовнішні аналітичні інструменти, тощо), аналіз практики західних країн партнерів, класифікація типів соціальних мереж за стилем (Facebook – представницька взаємодія, Instagram – неформальна взаємодія, Telegram – фактологічна / оголошувальна взаємодія) та інші загально прийняті інструменти аналізу. Їх застосування суттєво покращать розуміння цільової аудиторії і як наслідок покращать підходи та взаємодію» [45].

Також органам публічної влади доцільно було б вести облік своїх показників у соціальних мереж. Це давало б змогу контролювати ефективність присутності у соціальних мережах. Коефіцієнт залучення (engagement rate) - це один з найважливіших показників, який варто регулярно відстежувати. Деякі платформи, зокрема Twitter і YouTube, відображають його автоматично. А от для Facebook та Instagram цей показник потрібно розраховувати самостійно. Для цього треба поділити загальну кількість взаємодій (кліків, лайків, коментарів та поширень) на охоплену аудиторію (загальну кількість переглядів).

Органи публічної влади, особливо місцевої, мають звернути увагу на інші можливості соціальних мереж, і окрім інформування населення через соціальні медіа, проводити на їхній платформі опитування, обговорення. Тобто використовувати соціальні мережі задля отримання зворотного зв'язку, а не лише виконання формальної функції – інформування. Саме такі інтерактивні допоможуть органам влади стати ближчими, більш відкрити до населення.

Отже, для ефективного використання соціальних мереж необхідно створити чіткі та інструкції, які регулюють роботу працівників органів влади з соціальними медіа, враховуючи збереження публічних записів, правила контенту та відповідальність за недотримання встановлених норм. Також вадливо вирішити організаційні питання та проблему цифрової грамотності.

### **Висновки до розділу 3**

Підсумовуючи викладене у розділі можна зробити наступні висновки, по-перше, в нашій державі є достатня нормативно-правова основа для електронного урядування та використання новітніх технологій для комунікації органів влади із населенням. Ключовим законом, який вже конкретно веде мову про соціальні мережі як канал комунікацій для органів влади, є закон України «Про електронні комунікації», в якому є пункт щодо необхідності органам влади публікувати інформацію про свою роботу у соціальних мережах.

По-друге, органи публічної влади в Україні використовують соціальні мережі для інформування населення про свою діяльність. Однак ефективність цього інструменту комунікації змінюється у кожного органу влади. Кабінет Міністрів України та Верховна Рада України не повною мірою використовують потенціал соціальної мережі для налагодження зв'язку з громадянами та пояснення основних напрямків державної політики. З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну соціальні мережі стали основними каналами комунікації центральної та місцевої влади з населенням, що дозволяє оперативно інформувати громадян про події в країні.

По-третє, підвищення ефективності використання соціальних мереж органами публічної влади в Україні потребує вирішення низки питань – створення спеціальних інструкцій по використанню соціальних мереж публічними службовцями (як це є в США, Канаді); вирішення кадрового забезпечення для роботи із соціальними мережами; робота по створенню більш цікавого, адресного контенту для громадян; налагодженню роботи по вимірюванню показників у соціальних мереж.



## ВИСНОВКИ

Отриманні результати у процесі дослідження дають змогу сформулювати такі висновки і пропозиції:

1. З'ясовано, що у сучасній науці сутність та особливості використання соціальних мереж в публічному управлінні викликають значний інтерес. Однак, досліджень, в яких комплексно розглянуто позитивні практики застосування соціальних мереж у роботі органів влади в українському науковому просторі немає.

Під «соціальними мережами в публічному управлінні» варто розуміти вид соціальних технологій, що виступають ефективним інструментом для роботи та комунікації із громадськістю, допомагають у реалізації цілей та задач публічної політики та сприяють розв'язанню соціальних та управлінських проблем. Соціальні мережі виступають сучасним інструментом публічного управління, спрямованим на посилення комунікації між державою та громадянами, підвищення ефективності та прозорості роботи органів влади. Їх ефективне використання сприяє розвитку демократичних процесів, але вимагає компетентного підходу та врахування ризиків.

2. З'ясовано, що органи державної влади та місцевого самоврядування в усьому у багатьох країнах світу сьогодні покладаються на соціальні мережі (Facebook, X(Twitter), YouTube, LinkedIn, Instagram) як на канал зв'язку з населенням, оскільки все більше громадян регулярно використовують їх для спілкування з людьми та отримання інформації. Зарубіжний досвід демонструє, що ефективне використання соціальної платформи дозволяє урядам підвищити прозорість, залучення громадян і оперативність у вирішенні соціальних питань.

Британський уряд використовує соціальні мережі для роз'яснення політики та залучення громадян. Сторінки органів влади Великої Британії у соціальних мереж X (Twitter) та Facebook активно застосовуються для просування суспільно важливих тем, таких як охорона здоров'я чи зміна клімату. На сучасному етапі

більшість органів влади (федеральної та місцевої) в США використовують соціальні мережі для комунікації із громадянами. Більш того, органи публічної влади розробляють політики та/або інструкції із ведення сторінок у соціальних мережах, в яких містяться правила оформлення, наповнення та ведення таких акаунтів у соціальних мережах. Інституції Європейського союзу, країни-члени ЄС, агентства, політики та проекти використовують сайти соціальних мереж, служби мікроблогів, сайти для обміну фотографіями та відео або ведуть власні блоги. Офіційні облікові записи соціальних мереж використовуються для офіційних цілей уряду Канади, таких як зв'язок, надання послуг, співпраця та інші цілі в межах повноважень департаменту.

Органи державної та місцевої влади Італії, Франції, Австралії, Ісландії, Індії активно використовують соціальні мережі для діалогу із громадянами, роблячи їх залученими до процесу вироблення важливих рішень у сфері державної політики.

3. Встановлено, що використання соціальних мереж в умовах кризи відіграло значну роль у комунікаціях, організації підтримки, поширенні інформації та навіть у протидії кризовим ситуаціям. Пандемія Covid-19 є першою глобальною пандемією в епоху соціальних мереж, таких як Facebook і Twitter. Багато країн використали можливості соціальних мереж у сповіщенні своїх громадян про стан справ та про обмеження, які введено в країні (країни ЄС, Саудівська Аравія, Канада). Урядові установи у США, Нової Зеландії та Австралії активно використовують соціальні мережі для постійного зв'язку із людьми під час ураганів, лісових пожеж, землетрусів. Саме соціальні мережі дозволили створити кризові карти під час ураганів та землетрусів в окремих штатах США.

4. Використання соціальних мереж органів публічної влади в Україні не має чітко регламентованої єдиної нормативно-правової бази. Однак, окремі статті законів та інших нормативно-правових актів України створюють правове підґрунтя для цієї діяльності. Зокрема, це Конституція України, яка забезпечує право на свободу слова та доступ до інформації, що є основою для діяльності

державних органів у публічній комунікації; закони України «Про інформацію» та «Про доступ до публічної інформації», які встановлюють основні принципи забезпечення доступу громадян до інформації, в тому числі в електронному форматі; закон України «Про електронні комунікації», в якому є пункт щодо необхідності органам влади публікувати інформацію про свою роботу у соціальних мережах; та накази та постанови Кабінету Міністрів України, в яких містяться окремі вимоги по розміщенню інформації у відкритих джерелах, у тому числі в соціальних мережах.

5. Використання соціальних мереж органами публічної влади в Україні стало важливим інструментом для комунікації із громадянами, особливо під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Це дозволяє швидко поширювати актуальну інформацію, зокрема про події на фронті, зміни в житті держави та заходи безпеки. Проте, ефективність соціальних мереж як каналу комунікації є різною у різних органів влади. Наприклад, сторінки у соціальних мережах Президента України та військових відомств мають високу популярність і активність, забезпечуючи зворотний зв'язок з громадянами через коментарі та обговорення. У той час, як Кабінет Міністрів України та Верховна Рада не повністю реалізують потенціал соціальних мереж для діалогу з громадськістю, що доводить невелика кількість підписників на їхні акаунти у соціальних мережах, подача інформації, яка не спрямована на встановлення діалогу із громадськістю, часті дублюванні інформації зі сторінок Президента України та відсутність відповідей на коментарі під дописами на сторінках КМУ та ВРУ.

Основними платформами, які використовують органи публічної влади в Україні, є Facebook, Telegram і Instagram, в той час як YouTube, TikTok та X (Twitter) використовуються менше.

В умовах повномасштабного вторгнення росії в нашу державу, активізували роботу із соціальними мережами і органи місцевого самоврядування. Зокрема, Миколаївська міська рада має сторінки у Facebook та Instagram, але їх використання не завжди ефективно через нерегулярне оновлення контенту та низьку взаємодію з підписниками. У свою чергу, сторінки

міського голови О. Сенкевича в соціальних мережах є більш популярними, що вказує на важливість особистої ініціативи та активної комунікації. Свої сторінки в соціальних мереж має голова Миколаївської ОДА), департаменти та управління ОДА. Однак і ця практика має певні проблеми з взаємодією, оскільки багато інформації дублюється з інших джерел, що знижує рівень зацікавленості населення.

6. Сьогодні задля удосконалення використання соціальних мереж органами публічної влади в Україні необхідно вжити наступних заходів:

по-перше, розширити освітню мережу задля навчання цифрової грамотності публічних службовців та й загалом населення України;

по-друге, створити чіткі правила для публічних службовців щодо використання соціальних медіа. Це включає правила адміністрування облікових записів, а також створення, збереження контенту та доступність публічних записів, вимоги щодо прозорості та відкритості (можна взяти до уваги американський або канадський досвід у розробці таких інструкцій для роботи у соціальних мережах для публічних службовців);

по-третє, вирішити проблему кадрового забезпечення – передбачити посаду адміністратора соціальних мереж, SMM-спеціаліста тощо в штатній структурі органу влади;

по-четверте, працювати над створенням оригінального контенту для громадян, а не дублювати інформацію із сторінок інших урядових структур;

по-п'яте, удосконалити нормативно-правову базу для використання соціальних мереж в роботі органів публічної влади;

по-шосте, вести облік своїх показників у соціальних мереж, що дасть змогу контролювати ефективність присутності у соціальних мережах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бібліотеки стануть першими хабами проєкту «Дія. Цифрова освіта» / Офіційний веб-сайт «Міністерство та Комітет цифрової трансформації України». - URL: <https://thedigital.gov.ua/news/biblioteki-stanut-pershimi-khabami-proektu-diya-tsifrovaosvita>
2. Бондар Г. Використання соціальних медіа в комунікаційній стратегії у публічному управлінні для ефективної взаємодії з громадськістю: особливості та рекомендації / Ганна Бондар // Літопис Волині. Всеукраїнський науковий часопис. - Чис. 30. – 2024. - С. 223-230.
3. Ведення офіційних сторінок у соцмережах давно стало стандартом медіаактивності органів державної влади // Укрінформ. - URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-antifake/3360371-blizce-do-ludej-abo-ak-derzavni-organi-ukraini-predstavleni-u-socmerezah.html>
4. Верховна Рада України активізує свою присутність у соціальних мережах // Офіційний веб-портал парламенту України. - URL: <https://www.rada.gov.ua/news/Povidomlennya/124891.html>
5. Віталій Кім - голова Миколаївської ОДА. - URL: <https://www.facebook.com/VitaliiKimODA>
6. Гринь Д.В. Механізми використання соціальних мереж у діяльності органів публічної влади. - Дис. канд. наук з держ. управл. 25.00.02 /Д.В. Гринь. - Харків, 2022. -220 с.
7. Гринь Д.В. Технології соціальних мереж - у діяльності органів публічної влади / Д.В. Гринь // Державне будівництво. – № 2. – 2020. – URL: <https://periodicals.karazin.ua/db/article/view/19046/17329>
8. Гринь Д. В. Інструменти удосконалення взаємодії між органами публічної влади та громадянами / Д. В. Гринь // Інвестиції: практика та досвід. - № 10. - 2021. - С. 137-141. – URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/10\\_2021/22.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2021/22.pdf)

9. Дорош Л. Особливості залучення соціальних мереж у діяльність органів державної влади (на прикладі США та України) / Л. Дорош, Ю. Копей // Політичні науки. - 2020. - № 1. - С. 7–13. URL: <http://surl.li/tvwpg>
10. Корж І. Ф. Веб-сайти органів державної влади та органів місцевого саморядування: механізми доступу до публічної інформації / І. Ф. Корж // Інформація і право. - 2018. - № 2(25). - С. 9–16.
11. Литвинова Л.В. Теоретичні аспекти розвитку комунікації в органах публічної влади в Україні / Л.В. Литвинова, Ю.В. Збираник // Державне управління: теорія та практика. - 2015. - № 2. - С. 4–11.
12. Марутян Р. Соціальні мережі як виклик національній безпеці // Асоціація розвитку та безпеки. – 2012. – 15 березня. URL: [http://www.dsaua.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=154:2012-03-15-21-44-19&catid=41:2010-09-14-11-24-33&Itemid=74&lang=uk](http://www.dsaua.org/index.php?option=com_content&view=article&id=154:2012-03-15-21-44-19&catid=41:2010-09-14-11-24-33&Itemid=74&lang=uk)
13. Миколаївська міська рада. - URL: <https://www.facebook.com/mkradagov>
14. Миколаївська міська рада. URL: <https://t.me/mykolaivrada?fbclid=>
15. Найпопулярніші соцмережі в Україні під час війни – дослідження Global Logic
16. Ніжегородцев В.О. Використання інтернет-технологій в діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування / В.О. Ніжегородцев // Цифрова трансформація фінансової системи України та країн V-4 в умовах євроінтеграції: збірник тез III міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Дубляни, 26 квітня 2023 р.). Частина I. - Дубляни: ЛНУП, 2023.- С. 255–259.
17. Новікова Н. Л., Притула К. В. Соціальні мережі як інструмент для органів державної влади для налагодження зв'язків з громадськістю / Н. Л. Новікова, К. В. Притула // Інвестиції: практика та досвід. - 2020. - № 5-6. - С. 123–127.
18. Офіційний канал Президента України – Володимира Зеленського. - URL: [https://web.telegram.org/k/#@V\\_Zelenskiy\\_official](https://web.telegram.org/k/#@V_Zelenskiy_official)

19. Офіційний канал Офісу Президента України у Telegram. - URL: <https://web.telegram.org/k/#@OP-UA>
20. Офіційний веб-сайт «Міністерство та Комітет цифрової трансформації України». Проєкт Цифрова освіта. - URL: <https://thedigital.gov.ua/projects/osvita>.
21. Офіційний сайт Парламенту Нової Зеландії. – URL: <https://www.parliament.nz/en/>
22. Передало Х. С. Соціальні мережі як інструмент формування ділової репутації підприємства / Х. С. Передало, Г. А. Козар // Науковий вісник Ужгородського університету. - 2018.- Вип. 1 (51). - С. 250-256.
23. Питання Міністерства цифрової трансформації: постанова Кабінету Міністрів України від 18 вересня 2019 р. № 856. - URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pitannya-ministerstva-cifrovoyi-t180919>
24. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI. – URL. : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
25. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 № 851-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - № 36. – ст. 275.
26. Про електронні комунікації : Закон України від 16 грудня 2020 року. № 1089-IX – URL. : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>
27. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1992. - № 48. – ст. 650.
28. Про Концепцію Національної програми інформатизації : Закон України від 04.02.1998 № 75/98-ВР. - URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/75/98-%D0%B2%D1%80>
29. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки : Закон України від 09.01.2007 № 537-V // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007. – № 12. – ст.102 .

30. Про особливості надання електронних публічних послуг : Закон України від 15 липня 2021 року № 1689-IX. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1689-20#Text>

31. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р. - URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/246420577>

32. Про затвердження Порядку ведення Реєстру адміністративних послуг: Постанова Кабінету Міністрів України від 30 січня 2013 р. № 57. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/57-2013-%D0%BF#Text>

33. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2019 р. № 1137 та визнання такими, що втратили чинність, деяких актів Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету Міністрів України від 14 травня 2021 р. № 514. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-2021-%D0%BF#Text>

34. Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо функціонування офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади від 12 червня 2019 р. № 493. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/493-2019-%D0%BF#n33>

35. Порядок інтеграції інформаційних систем державних органів та органів місцевого самоврядування до Єдиного державного порталу адміністративних послуг: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України й Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 8 вересня 2016 року № 1501/248. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1315-16#Text>

36. Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади : Постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 р. №3. – URL. : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF#Text>



37. Про схвалення Концепції розвитку системи електронних послуг в Україні: Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 листопада 2016 р. № 918-р. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/918-2016-%D1%80#Text>.

38. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 20 вересня 2017 р. № 649-р. - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80#Text>

39. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Закон України від 9 січня 2007 року № 537-V. – URL. : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text>

40. Редчук Р.О. Особливості використання соціальних мереж у публічному управлінні як сучасного каналу комунікації / Р. О. Редчук // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. - Том 33 (72) . - № 1. - 2022. - С. 72-76.

41. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. - Київ. - 2020. - URL: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>

42. Руднева В. Віртуальна дипломатія: трансформація процесу формування іміджу держави з використанням соціальних мереж / В. Руднев // Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія «Управління». - 2013. - Вип. 4. - С. 328–337.

43. Соціальна мережа Facebook. Вебінар «Дізнайтеся, як зміцнити свою компанію». - URL: <https://www.facebook.com/business/boost/webinars-online-learning>

44. Українським чиновникам заборонили Телеграм. Що це означає // BBC news Україна. 20 вересня 2024. - URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cwy94y2j1n6o>

45. Фармхаус П.Р. Соціальні мережі як інструмент комунікації держави з громадянами: аналіз проблем та шляхів оптимізації / П.Р. Фармхаус // Вчені

записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. – Том 34 (73). – № 6. – 2023. – URL: [https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/6\\_2023/27.pdf](https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/6_2023/27.pdf)

46. Чукут С.А. Магістерська програма з електронного урядування як сучасний інституційний механізм реформування державного управління / Чукут С.А., Загвойська О. В. // Міжнародний науковий фаховий журнал “Електронне урядування”/ E-Governance. – URL: [http://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/ZHurnal\\_Elektronne-uryaduvannya\\_1\\_2016.pdf](http://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/ZHurnal_Elektronne-uryaduvannya_1_2016.pdf)

47. Шевчук І. Б. Комунікативні можливості регіональних органів влади у соціальних мережах / І. Б. Шевчук // Причорноморські економічні студії. - 2018. - Вип. 30(1). - С. 173-177. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses\\_2018\\_30%281%29\\_\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_30%281%29__39)

48. Шпекторенко І. Соціальні інтернет-мережі у формуванні комунікативної системи територіальної громади / І. Шпекторенко, Р. Кучма // Аспекти публічного управління. – 2023. – № 11(3). – С. – 76-82. <https://doi.org/10.15421/152338>

49. Congressional Management Foundation (2005). How Congress uses blogs // Congress Online Newsletter. - Issue 41. - July 1, 2005. Retrieved January 27, 2006. URL: <http://www.cmfweb.org/CongressOnline070105.asp>.

50. Directive on the Management of Communications Government of Canada. - URL: <https://www.tbs-sct.canada.ca/pol/doc-eng.aspx?id=30682#appD>

51. Digital Communication. – URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/the-ministry-and-its-network/the-work-of-the-ministry-for-europe-and-foreign-affairs/digital-communication/>

52. Executive Master of e-Governance – URL: [http://www.europe.canterbury.ac.nz/pdf/misc/epfl\\_brochure.pdf](http://www.europe.canterbury.ac.nz/pdf/misc/epfl_brochure.pdf)

53. FEDOROV. Офіційний канал міністра цифрової трансформації в соціальній мережі «Телеграм». - URL: <https://t.me/zedigital>

54. Hurricane Milton guidance for U.S. government websites and social media. – URL: <https://digital.gov/resources/hurricane-milton-guidance-for-us-government/>
55. IT NATION HACKS-2020. URL: <https://itnationhacks2020.com/>
56. Innovative Uses of Social Media in Emergency Management // the U.S. Department of Homeland Security. – URL: [https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/Social-Media-EM\\_0913-508\\_0.pdf](https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/Social-Media-EM_0913-508_0.pdf)
57. Gintova M. Understanding government use of social media in Canada: opportunities and barriers / Maria Gintova // Canadian Political Science Association Annual Conference At: Toronto. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/330831597\\_Understanding\\_government\\_use\\_of\\_social\\_media\\_in\\_Canada\\_opportunities\\_and\\_barriers](https://www.researchgate.net/publication/330831597_Understanding_government_use_of_social_media_in_Canada_opportunities_and_barriers)
58. Kaplan A. M. (2015) Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media / Andreas M. Kaplan // International Journal on Media Management. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/286529078\\_Social\\_Media\\_the\\_Digital\\_Revolution\\_and\\_the\\_Business\\_of\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/286529078_Social_Media_the_Digital_Revolution_and_the_Business_of_Media)
59. Merchant R.M. Social media and emergency preparedness in response to the novel coronavirus / R.M. Merchant, N. Lurie // JAMA. – 2020. doi: 10.1001/jama.2020.4469
60. Mital' O. The Use of Social Media in Public Administration: The Case of Slovak Local Self-Government / Ondrej Mital' // Halduskultuur: The Estonian Journal of Administrative Culture and Digital Governance. - 21(1). – 2020. – P. 56-75 URL: <https://halduskultuur.eu/journal/index.php/HKAC/article/view/243/179>
61. Müller M. Spreading the word? European Union agencies and social media attention / Moritz Müller // Government Information Quarterly. - Volume 39, Issue 2, April. – 2022. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X22000156?via%3Dihub>

62. Opinion (holding blocking unconstitutional). Knight Institute v. Trump. A lawsuit challenging President Trump's blocking of critics on Twitter. Knight First Amendment Institute at Columbia University. 19.07.2019. - URL: <https://knightcolumbia.org/documents/a07ecc2a26>
63. Ramirez A. From click to community: Understanding social media's true impact for gov't / Ramirez Angie. – Government socialmedia. - Oct 09, 2023. – URL: <https://www.government-social-media.com/blog/from-click-to-community-understanding-social-media-s-true-impact-for-gov-t>
64. Rubel G. Benefits of Social Media Engagement for Municipalities / Gina Rubel. – URL: <https://www.furiarubel.com/news-resources/benefits-social-media-engagement-municipalities/>
65. Srivastava M. Social media and its use by the government / Meetika Srivastava. – URL: <https://publicadministration.un.org/paconnect/Blogs/ID/16/SOCIAL-MEDIA-AND-ITS-USE-BY-THE-GOVERNMENT>
66. Social media requirements Government of Canada. - URL: <https://www.canada.ca/en/treasury-board-secretariat/topics/government-communications/social-media-requirements.html>
67. Spenner P. Why you need a new-media «ringmaster» / P. Spenner // Harvard Business, 2010. – №12. – P. 78–79.
68. The importance of social media for government. – URL: <https://contentgroup.com.au/2017/03/importance-social-media-government/>
69. Useful Links: Google Person Finder Accommodation Student Volunteer Army Business Christchurch Recovery Map. – URL: <https://eq.org.nz/>
70. U.S. Department of the Interior: Офіційний вебсайт. - URL: <https://www.doi.gov/>
71. Vasylchyshyna O. Social media as a factor in the transformation of public administration, justice and legality / Oleksandra Vasylchyshyna, Lina Storozhenkob, Tetiana Babkovic // Multidiscip. Rev. – 2024. – URL:

[https://www.researchgate.net/publication/382040121\\_Social\\_media\\_as\\_a\\_factor\\_in\\_the\\_transformation\\_of\\_public\\_administration\\_justice\\_and\\_legality](https://www.researchgate.net/publication/382040121_Social_media_as_a_factor_in_the_transformation_of_public_administration_justice_and_legality).

72. Website and Social Media Basics // U.S. Department of the Interior: Офіційний вебсайт. - URL: <https://www.doi.gov/employees/dmguides/website-and-social-media-basics>

73. YEP! Підприємницький університет. – URL : <http://www.yepworld.org/ua/uni/>

74. Zhai S. The Impact of Government Social Media Information Quality on Public Panic During the Infodemic / Shanshan Zhai , Yuanxiang John Li , Maomao Chi // Front Psychol. – 2022. - May 13. doi: 10.3389/fpsyg.2022.908213

75. 5 Innovative Emergency Management Use Cases to Harness Social Media. – URL: <https://www.juvar.com/5-innovative-emergency-management-use-cases-to-harness-social-media/>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Присутність державних органів України у соціальних мережах  
та кількість їх підписників (станом на 20 листопада 2024 р.)

Назва державного органу	Соціальні мережі	кількість підписників
Президент України	Facebook	3,2 млн
	X (Twitter)	7,3 млн
	Instagram	15,6 млн
	Telegram	714 974
Верховна Рада України	X (Twitter)	259,3 тис.
	You Tube	225 тис.
	Telegram	122 090
Конституційний Суд України	Facebook	12 тис.
	X (Twitter)	509
	You Tube	1,65 тис.
	Telegram	1049
Кабінет Міністрів України	Facebook	162 тис.
	X (Twitter)	218,2 тис.
	You Tube	15,6 тис.
Офіс Президента України	Facebook	1,6 млн
	X (Twitter)	473,3 тис.
	You Tube	340 тис.
	Instagram	495 тис.
	Telegram	99 707
Міністерство цифрової трансформації України	Facebook	87 тис.
	X (Twitter)	14 тис.
	You Tube	15,5 тис.
	Telegram	44 039
	Instagram	86,9 тис.
Міністерство внутрішніх справ України	Facebook	279 тис.
	X (Twitter)	261,8 тис.
	You Tube	68 тис
	Telegram	77 735

	Instagram	116 тис.
Міністерство закордонних справ України	Facebook	183 тис.
	X (Twitter)	474,6 тис.
	You Tube	2,56 тис.
	Instagram	54,1 тис.
Міністерство оборони України	Facebook	824 тис.
	X (Twitter)	2,1 млн.
	You Tube	2,55 тис.
	Instagram	169 тис.
Міністерство освіти і науки України	Facebook	392 тис.
	X (Twitter)	10,6 тис.
	You Tube	296 тис.
	Instagram	10,4 тис.
	tiktok	2699
	Telegram	17052
	Viber	129 тис.
Міністерство енергетики України	Facebook	37 тис.
	X (Twitter)	1569
	Telegram	8190
	You Tube	480
Міністерство соціальної політики України	Facebook	288 тис.
	X (Twitter)	1013
	Telegram	16 735
	You Tube	9 тис.
Міністерство юстиції України	Facebook	69 тис.
	X (Twitter)	21,9 тис.
	Telegram	6099
	You Tube	6 тис.
	Instagram	16,1 тис.
Міністерство економіки України	Facebook	84 тис.
	X (Twitter)	41,9 тис.
Міністерство охорони здоров'я України	Facebook	162 тис.
	X (Twitter)	217,9 тис.

Міністерство у справах ветеранів України	Facebook	162 тис.
	X (Twitter)	217,9 тис.



## Офіційні сторінки органів місцевого самоврядування Миколаївської області у соціальній мережі Facebook

**Результати пошуку**

**Фільтри**

- Усе
- Дописи
- Люди
- Світлини
- Відео
- Marketplace
- Сторінки**

**Віталій Кім - голова Миколаївської ОДА** • Політик • 458 тис. читачів • 10+ дописів за останні 2 тижні  
Віталій Кім - начальник Миколаївської обласної військової адміністрації **Following**

**Департамент соціального захисту населення Миколаївської ОДА**  
Урядова організація • 4.5 km • Відчинено зараз • 1,9 тис. читачів • 10+ дописів за останні 2 тижні  
Офіційна сторінка департаменту соціального захисту населення Миколаївської області. **Стежити**

**Управління екології та природних ресурсів Миколаївської ОДА**  
Урядова організація • Ще немає оцінок (1 відгук) • 1.6 km • Відчинено зараз • 791 читачів • 9 дописів за останні 2 тижні  
Офіційна сторінка управління екології та природних ресурсів Миколаївської обласної державної адміністрації. **Стежити**

**Результати пошуку**

**Фільтри**

- Усе
- Дописи
- Люди
- Світлини
- Відео
- Marketplace
- Сторінки**

Офіційна сторінка управління екології та природних ресурсів Миколаївської обласної державної адміністрації.

**Управління з питань туризму та курортів Миколаївської ОДА**  
Урядова будівля • 2.9 km • Відчинено зараз • 618 читачів  
На Миколаївщині багато мальовничих і по-справжньому у? **Стежити**

**Миколаївська обласна державна адміністрація** • Урядова організація • Рекомендували: 90% (21 відгук) • 2.4 km • Відчинено зараз • 73 тис. читачів • 10+ дописів за останні 2 тижні  
Миколаївська обласна державна адміністрація — місцевий орган виконавчої влади в Миколаївській області. **Стежити**

**Миколаївська міська рада** • Урядова організація • 3 km • Відчинено зараз • 19 тис. читачів • 10+ дописів за останні 2 тижні  
Офіційна сторінка Миколаївської міської ради **Стежити**