

Редчук Р.О.

ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права»

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЯК СУЧАСНОГО КАНАЛУ КОМУНІКАЦІЇ

У статті висвітлено особливості використання соціальних мереж у публічному управлінні. Встановлено, що в сучасних умовах актуальним є використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зокрема мережі Інтернет, у діяльності органів публічного управління.

З'ясовано, що традиційні канали комунікації стають все менш ефективними порівняно з інтернет-комунікаціями.

Встановлено, що сьогодні соціальні мережі активно впроваджуються в усі сфери життя. Зокрема, їх використання відіграє важливу роль у діяльності органів публічного управління.

Визначено, що соціальні мережі – один із найбільш ефективних сучасних комунікаційних каналів за критерієм співвідношення витрат. Серед інших переваг соціальних мереж є охоплення широкої аудиторії, а також швидкість зворотного зв'язку.

З'ясовано, що використання соціальних мереж у публічному управлінні сприяє налагодженню прямої комунікації з громадянами, оперативному поширенню інформації, створенню позитивного іміджу органів публічного управління тощо.

Визначено, що найбільш поширеними соціальними мережами, що використовують вітчизняні органи публічного управління, є Facebook і YouTube. Також все більшої популярності набувають Instagram і Twitter.

Встановлено, що сьогодні не всі вітчизняні органи публічного управління використовують соціальні мережі як ефективний канал комунікації, попри їх широкі можливості.

Для ефективної комунікації з громадянами органам публічного управління рекомендовано використовувати кілька найбільш поширених соціальних мереж.

Зроблено висновок, що в умовах інформатизації суспільства використання соціальних мереж у публічному управлінні є необхідним, оскільки із кожним роком вони стають все більш популярними серед людей різних вікових категорій. Важливо виділяти на них достатньо часу і коштів, розробляти ефективні стратегії і контролювати їх реалізацію.

Ключові слова: публічне управління, соціальні мережі, комунікація, інформація, інформаційно-комунікаційні технології.

Постановка проблеми. Однією із форм масової комунікації у мережі Інтернет є соціальні мережі. Із кожним роком вони стають все більш ефективним і незамінним комунікаційним каналом. Це зумовлює необхідність представництва органів публічного управління у соцмережах. Використання соцмереж сприяє прозорості їх діяльності, формуванню позитивного іміджу, а також налагодженню ефективного зворотного зв'язку.

У світі соціальні мережі уже стали ключовим каналом комунікації публічної влади і громадян. У вітчизняному публічному управлінні їх використання є відносно новим явищем, яке тільки набирає оберти, тому ця проблема набуває особливої актуальності та потребує детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки значно підвищився інтерес учених

до питання використання соцмереж у публічному управлінні. Зокрема, ця проблема висвітлена у працях таких науковців, як Г. Кириченко [2], В. Малімон [5], Н. Новікова [6], Н. Фролова [10] та ін.

Водночас слід зазначити, що у вітчизняній науці означена проблема є ще досить новою та невивченою. Це зумовлює актуальність продовження наукових досліджень із цього питання.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне обґрунтування особливостей використання соціальних мереж як сучасного каналу комунікації у публічному управлінні.

Виклад основного матеріалу. Стрімкий розвиток ІКТ зумовив кардинальні зміни у всіх сферах життя суспільства. У сучасних умовах інформаційного суспільства набуває актуальності використання ІКТ у діяльності органів публічного управ-

ління. Завдяки ІКТ громадяни мають можливість не лише пасивно спостерігати і споживати державні послуги, а й брати активну участь в обговоренні та формуванні державної політики [8, с. 527].

Під ІКТ розуміють сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих для збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, представлення і використання даних в інтересах їх користувачів [1, с. 91]. Їх використання у публічному управлінні є важливим інформаційно-комунікаційним механізмом забезпечення інноваційності, відкритості та прозорості діяльності.

Варто зауважити, що в сучасних умовах традиційні канали спілкування органів публічного управління і громадян (друковані медіа, телебачення, радіо тощо) дещо втрачають власні позиції та поступаються місцем інтернет-комунікаціям.

Сучасні технології дозволяють забезпечити пряму взаємодію з громадянами за допомогою використання інструментів інформування через офіційні сторінки у соцмережах, що сприяє встановленню ефективної комунікації, оперативному донесенню повідомлень до цільової аудиторії за допомогою ефективних засобів і форм.

Комунікативна політика органів публічного управління реалізується, зокрема, через їхні вебсайти [2, с. 49–50]. Проте, як зауважує Н. Новікова, 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 [6, с. 126]. Погоджуємось із В. Рудневою, що з точки зору рівня активності громадян високий рівень включення громадськості забезпечують саме соцмережі [9, с. 329].

Створення, функціонування та розвиток соцмереж вносять свої зміни у бачення глобального інформаційного простору, а також спричиняють необхідність перегляду ставлення до національного інформаційного простору [9, с. 329].

В останні роки соцмережі набули масштабного характеру і широкого загального розповсюдження. Кількість користувачів соцмереж в Україні стрімко зростає. До того ж збільшується кількість користувачів старшого віку.

Спочатку вони були способом зав'язування дружніх відносин. Із часом проникли в усі сфери нашого життя. Зокрема, нині спостерігаємо тенденцію їх активного використання у публічному управлінні.

Соцмережі надають унікальні можливості для спілкування користувачам з усього світу і поши-

рення текстової, фото-, відеоінформації на широку аудиторію за максимально коротким терміном. За допомогою цього каналу комунікації органи публічного управління кожної держави можуть оперативнo поширювати інформацію, вступати в комунікацію з громадянами, роз'яснювати свою політику й об'єднувати зусилля навколо досягнення суспільно важливих цілей. Саме це є однією з вагомих причин, чому органи публічного управління почали активно використовувати соцмережі для налагодження комунікації з громадянами у новий спосіб [10, с. 5–6]. Також варто відзначити такі переваги соцмереж:

- можливість охоплювати як цільову аудиторію, так і нових користувачів;
- можливість отримувати зворотний зв'язок;
- можливість здійснювати аналіз аудиторії за різними факторами завдяки спеціальному аналітичному сервісу;
- можливість здійснювати оперативний контроль за змістом і часом розміщення інформації;
- додаткове місце для проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи;
- можливість синхронізації офіційного вебсайту зі сторінкою у соцмережі та ін [5, с. 35].

На думку Х. Передало і Г. Козар, головними причинами привабливості соцмереж у сучасних умовах є те, що вони:

- будують зв'язки, що можуть впливати на функціонування інформаційного суспільства;
- сприяють налагодженню зв'язків між соціальними групами;
- прискорюють обмін інформацією між користувачами соцмережі;
- налагоджують зворотний зв'язок і сприяють оперативному реагуванню на запити громадян;
- створюють умови для більш прозорих економічних і політичних процесів;
- здійснюють представництво інтересів не лише соціальних груп, а й цілих соціальних верств населення [7, с. 251].

Як стверджують Л. Литвинова та Н. Збираник, присутність органів публічного управління в соцмережах зумовлена такими причинами:

- можливість 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 [4].

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 [3].

Можемо підсумувати, що використання соцмереж у публічному управлінні сприяє:

– відкритості та прозорості діяльності органу публічного управління;

– налагодженню прямої комунікації із громадянами;

– швидкому реагуванню на їх запити;

– поширенню оперативної інформації, роз'ясненню політики, що реалізується;

– створенню позитивного іміджу та ін.

Наразі у світі органи публічного управління найбільше представлені в таких соціальних мережах, як Facebook, YouTube, Twitter та ін. В Україні це переважно Facebook і YouTube. Зауважимо, що у нашій країні Twitter використовують рідше, що пов'язано із меншим поширенням цієї соцмережі серед населення України. Однак для максимально швидкого поширення інформації серед цільової аудиторії та охоплення максимальної кількості людей варто використовувати саме цю соцмережу.

Twitter є своєрідною відповіддю на збільшення потоку інформації, який важко досягнути традиційними засобами. Головне правило хорошого твіту – наявність сенсу у короткому повідомленні. Twitter виділяється з усіх соцмереж як вільна для дискусій платформа, де кожен може висловити свою думку, при цьому Twitter веде боротьбу з ботами і фейковими новинами.

Досліджуючи соцмережі як ефективний комунікаційний канал, слід відзначити Facebook, який демонструє стійку тенденцію до зростання своєї популярності.

Сьогодні в Україні Facebook досить активно використовують у публічному управлінні. Завдяки цій соцмережі можна оперативно розміщувати найбільш свіжу й актуальну інформацію. Якщо говорити про використання цієї соцмережі в комунікативному процесі, то вона дозволяє здійснювати спілкування більш демократично, тобто без офіційно-ділового тону, але у професійному полі.

На відміну від Twitter, Facebook дозволяє розміщувати об'ємні дописи та додавати до них зображення. Це забезпечує більше залучення читачів до спілкування шляхом коментування допису та комунікації з дописувачем.

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.

Слід зауважити, що сьогодні ще не всі вітчизняні органи публічного управління мають активні сторінки в соцмережах. Вони все ще перебувають на шляху освоєння цих новітніх каналів комунікації.

Зважаючи на викладене вище, можемо дати рекомендації щодо використання соцмереж у публічному управлінні.

1. Використання кількох найпоширеніших соцмереж. Сьогодні присутність органів публічного управління у соцмережах – це необхідність, викликана розвитком сучасного інформаційно-комунікаційного простору. Вони повинні бути наближеними до громадян, підтримувати з ними постійний інформаційний зв'язок. Щоб збільшити присутність як у мережі Інтернет, так і суспільстві, потрібно використовувати не одну, а декілька найбільш поширених соцмереж.

2. Корисність. Суть ефективної стратегії присутності в соцмережах полягає не лише у тому, яку вигоду від них можна отримати, а й в тому, яку користь ці канали комунікації принесуть аудиторії, інакше створення аккаунтів у соцмережах не матиме користі.

3. Цікавий контент. Формальної наявності профілів у соцмережах недостатньо. Контент повинен бути інформативним, актуальним, цікавим, унікальним.

4. Активна комунікація. Суть спілкування полягає в діалозі. Слід цікавитися думкою користувачів щодо сучасного стану в країні, актуальних подій тощо.

5. Стратегія. Слід скласти план дій та прогноз на розвиток каналу комунікацій на певний проміжок часу. Потрібно визначити конкретну мету, чітко усвідомити, для кого і для чого це робиться.

6. Тестування. Варто постійно тестувати нові підходи, експериментувати з різними видами контенту і стратегіями.

7. Відстежування результатів. Це є одним із пріоритетів для швидкого реагування на поведінку аудиторії [11, с. 223].

Як відзначає Н. Фролова, інформація, що поширюється органом публічного управління в соціальних мережах, має бути оперативною, лаконічною, достовірною, спрямованою на створення позитивного іміджу органу публічного управління, регулярною [10, с. 9].

Вважаємо, що в умовах сьогодення соцмережі, як і будь-який інший канал комунікації, потрібно сприймати серйозно, виділяти на них достатньо часу і коштів, розробляти стратегії і контролювати їх реалізацію.

Висновки. Сьогодні у системі публічного управління України існує нагальна потреба у використанні сучасних інструментів, методів і технологій, спрямованих на підвищення її ефективності. Широке використання новітніх ІКТ, зокрема соцмереж, суттєво розширює можливості органів публічного управління.

Сьогодні соцмережі стають одним із найефективніших каналів комунікації. Водночас можемо стверджувати, що наразі у нашій країні процес залучення органів публічного управління до соцмереж і формування кожним із них власного стилю діяльності лише формується, оскільки, попри широкі можливості соцмереж, не всі органи публічного управління там представлені та використовують їх сповна.

Список літератури:

1. Кадемія М.Ю., Кізім С.С. Інформаційно-комунікаційні технології навчання: термінологічний словник. Вінниця : ФОРМ «Тарнашинський О.В.», 2017. 295 с.
2. Кириченко Г.В. Інформаційно-комунікаційні механізми як інновації в системі формування позитивного іміджу органів державної влади. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Державне управління»*. 2019. Том 30 (69). № 6. С. 46–54.
3. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Л. Косар, Я. Камініс, Е. Халісте та ін. Київ, 2018. 134 с. URL: <https://eu-ua.org/sites/default/files/communication-toolkit-a4u-mipukr.pdf>.
4. Литвинова Л.В., Збираник Ю.В. Теоретичні аспекти розвитку комунікації в органах публічної влади в Україні. *Державне управління: теорія та практика*. 2015. № 2. С. 4–11.
5. Малімон В.І. Комунікативні технології в публічному управлінні: навчально-методичні матеріали. Івано-Франківськ : ІФОЦППК, 2018. 51 с.
6. Новікова Н.Л. Соціальні мережі як інструмент для органів державної влади для надагодження зв'язків з громадськістю. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 5–6. С. 123–127.
7. Передало Х.С., Козар Г.А. Соціальні мережі як інструмент формування ділової репутації підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. Вип. 1 (51). С. 250–256.
8. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід : монографія / за заг. ред. С. Чернова, В. Воронкової, В. Банаха, О. Сосніна, П. Жукаускаса, Й. Ввайнхардт, Р. Андрукайтене. Запоріжжя : ЗДІА, 2016. 606 с.
9. Руднева В. Віртуальна дипломатія: трансформація процесу формування іміджу держави з використанням соціальних мереж. *Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія «Управління»*. 2013. Вип. 4. С. 328–337.
10. Фролова Н.В. Особливості використання соціальних мереж у діяльності органів публічної влади. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. 2019. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patr_2019_1_12.
11. Хітрень Н. Формування іміджу держав за допомогою соціальних мереж. *Гуманітарні та соціальні науки* : матеріали III Міжнародної конференції молодих вчених HSS-2011, 24–26 листопада 2011 року, м. Львів, Національний університет «Львівська політехніка». Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. С. 222–223.

Redchuk R.O. PECULIARITIES OF USING SOCIAL NETWORKS IN PUBLIC GOVERNANCE AS A MODERN COMMUNICATION CHANNEL

The article highlights the features of the use of social networks in public administration. It is established that in modern conditions the use of information and communication technologies (ICT), primarily the Internet, in the activities of public administration is relevant.

It has been found that traditional communication channels are becoming less effective compared to Internet communications.

It is established that today social networks are actively implemented in all spheres of life. In particular, their use plays an important role in the activities of public administration.

It is determined that social networks are one of the most effective modern communication channels in terms of cost-effectiveness. Other benefits of social networking include reaching a wide audience as well as speed of feedback.

It was found that the use of social networks in public administration contributes to the establishment of direct communication with citizens; prompt dissemination of information; creating a positive image of public administration, etc.

It is determined that the most common social networks used by domestic public authorities are Facebook and YouTube. Instagram and Twitter are also becoming increasingly popular.

It is established that today not all domestic public administration bodies use social networks as an effective channel of communication, despite their wide possibilities.

To effectively communicate with citizens, public authorities are recommended to use some of the most common social networks.

It is concluded that in the conditions of informatization of society the use of social networks in public administration is a necessity, because every year they become more popular among different age groups. It is important to allocate enough time and money to them, develop effective strategies and monitor their implementation.

Key words: *public administration, social networks, communication, information, information and communication technologies.*