

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

**КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
ТА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ**

**Кваліфікаційна робота
бакалавра**

**РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ОРГАНІВ
ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

Виконала: студентка 4-го курсу, гр. 6.2810-пуа-з
спеціальності 281 «Публічне управління та
адміністрування»
освітньо-професійної програми «Публічне
управління та адміністрування»
К.О. Реус

Керівник: доцент кафедри філософії, публічного
управління та соціальної роботи,
доцент, к.держ.упр. Заїка О.В.

Рецензент: професор кафедри філософії,
публічного управління та соціальної роботи,
доцент, д.філос.н. Чайка І.Ю.

Запоріжжя – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціології та управління
Кафедра філософії, публічного управління та соціальної роботи
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»
Освітньо-професійна програма «Публічне управління та адміністрування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри філософії, публічного
управління та соціальної роботи
_____ Г.І.Бутченко
« ____ » _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Реус Катерині Олегівні

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи Роль соціальних мереж у комунікації органів державної влади з громадськістю

керівник роботи Заїка Олена Вікторівна к.н. держ. упр., доцент.

(прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «18» січня 2024 року № 78-с

2. Строк подання студентом роботи 05 травня 2024 року

3. Вихідні дані до роботи Панков В. А. Роль взаємодії в сучасному державному управлінні. Питання студентської науки, 2020. №. 10 (50). С. 90-95.; Гайко О. С. Забезпечення комунікації органів публічної влади. Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія «Питання політології», 2017. Т. 30. С. 104-108.; Пискунова Є. А. Поняття публічного комунікаційного процесу. Journal of Education and Psychology, 2013. №. 9 (29). С. 63

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Проаналізувати історію дослідження проблеми комунікації державних структур з громадянами 2. Уточнити основні поняття дослідження: «соціальні мережі», «комунікація» «державні структури». 3. Окреслити принципи та методи дослідження комунікації державних структур з громадянами 4. Визначити сутність та функції комунікації. 5. Проаналізувати особливості соціальних мереж, як інструменту комунікації з громадянами. 6. Дослідити, яку роль вони відіграють у формуванні позитивного іміджу органу публічного управління. 7. Проаналізувати використання соціальних мереж, як

інструменту комунікації Запорізької міської ради. 8. Сформувані основні фактори оптимізації соціальних мереж Запорізької міської ради.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Заїка О.В., доцент кафедри філософії, публічного управління та соціальної роботи	02.02.2024	02.02.2024
Розділ 2	Заїка О.В., доцент кафедри філософії, публічного управління та соціальної роботи	11.03.2024	11.03.2024
Розділ 3	Заїка О.В., доцент кафедри філософії, публічного управління та соціальної роботи	03.04.2024	03.04.2024

7. Дата видачі завдання 18 січня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	Листопад – грудень 2023	<i>виконано</i>
2.	Бібліографічний пошук	Січень – лютий 2024	<i>виконано</i>
3.	Розробка основних положень роботи	Січень – лютий 2024	<i>виконано</i>
4.	I розділ	Лютий 2024	<i>виконано</i>
5.	II розділ	Березень 2024	<i>виконано</i>
6.	III розділ	Квітень 2024	<i>виконано</i>
7.	Систематизація висновків	Травень 2024	<i>виконано</i>
8.	Нормоконтроль	Травень 2024	

Студент _____ К.О. Реус

Керівник роботи _____ О.В. Заїка

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ О.В. Заїка

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 57 сторінок, 45 позиції у списку літератури.

КОМУНІКАЦІЯ, СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА, ГРОМАДЯН, ДЕРЖАВНІ СТРУКТУРИ, ПРИНЦИП.

Метою даної роботи є аналіз використання соціальних мереж у комунікації державних структур з громадянами для виявлення їхнього потенціалу та ефективності.

Об'єкт дослідження: комунікація державних структур.

Предмет дослідження це використання соціальних мереж у комунікації державних структур з громадянами.

Методологічну основу роботи становлять загальнонаукові методи: аналіз, порівняння, індукція, дедукція, синтез.

Новизна дослідження полягає у визначенні конкретних способів, які дозволяють державним структурам ефективно використовувати соціальні мережі для взаємодії з громадянами та забезпечення їхньої задоволеності.

Головні висновки:

Соціальні мережі є потужним інструментом для покращення комунікації державних структур з громадянами, забезпечуючи швидкий доступ до інформації та можливість взаємодії у реальному часі.

Ефективне використання соціальних мереж вимагає системного підходу та активної участі державних органів у відповіді на запити та звернення громадян.

Належна підготовка персоналу та розробка стратегій взаємодії є ключовими чинниками успішної імплементації соціальних мереж у комунікацію з громадянами.

Посилення прозорості та відкритості у взаємодії державних структур з громадянами через соціальні мережі сприяє підвищенню довіри до владних органів та забезпечує більшу легітимність їхніх дій.

SUMMARY

The qualifying work consists of 57 pages, 56 items in the list of references.

COMMUNICATION, SOCIAL NETWORK, CITIZENS, STATE STRUCTURES, PRINCIPLE.

The purpose of this paper is to analyze the use of social networks in the communication of state structures with citizens to identify their potential and effectiveness.

The object of research is communication of state structures.

The subject of research is the use of social networks in the communication of state structures with citizens.

The methodological basis of the work consists of general scientific methods: analysis, comparison, induction, deduction, synthesis.

The novelty of the research lies in determining specific ways that allow state structures to effectively use social networks for interaction with citizens and ensuring their satisfaction.

Main conclusions: Social networks are powerful tools for improving communication between state structures and citizens, providing quick access to information and the ability to interact in real-time.

Effective use of social networks requires a systematic approach and active participation of state agencies in responding to citizens' requests and inquiries.

Proper training of personnel and development of interaction strategies are key factors in the successful implementation of social networks in communication with citizens.

Strengthening transparency and openness in the interaction of state structures with citizens through social networks contributes to increasing trust in governmental bodies and ensures greater legitimacy of their actions.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР З ГРОМАДЯНАМИ	6
1.1. Історія дослідження проблеми комунікації державних структур з громадянами.....	6
1.2. Уточнення основних понять дослідження: «соціальні мережі», «комунікація», «державні структури»	10
1.3. Принципи та методи дослідження комунікації державних структур з громадянами.....	13
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР З ГРОМАДЯНАМИ	16
2.1 Сутність та функції комунікації	16
2.2 Особливості соціальних мереж як комунікаційного інструменту	19
2.3 Роль соціальних мереж у формуванні позитивного іміджу органів публічного управління.....	24
РОЗДІЛ 3. ОПТИМІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР З ГРОМАДЯНАМИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ).....	28
3.1. Аналіз використання соціальних мереж для комунікації Запорізькою міською радою	28
3.2. Основні фактори оптимізації використання соціальних мереж Запорізької міської ради.....	37
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	48

ВСТУП

Актуальність теми. Суспільний діалог, що включає в себе комунікацію держави та суспільства – це складна інституція, що відокремлюється вченими та правниками під час дослідження феномену демократії та правової держави. З метою організації діяльності суспільства, держава регламентує певні сфери суспільної діяльності та реалізує низку зовнішніх та внутрішніх функцій, для реалізації кожної з яких діє певна структура у складі державного апарату, разом вони становлять правову систему. В свою чергу зазначена система існує з певною метою та має певні пріоритети, орієнтуючись на які, вона здійснює свою діяльність. Саме для ефективного виконання зазначених функцій і утворюються механізми комунікації, що змінюються та еволюціонують в тому числі завдяки науково-технічному прогресу.

Починаючи з 90-х років ХХ століття Україна перебуває на шляху докорінних реформувань, які торкнулися всіх сфер життя держави та суспільства. Впровадились нові засади функціонування, устрою, розвитку держави, було сформовано новий тип державного управління. Впроваджено класичний розділ гілок влади та принцип їх незалежності одна від одної. Однією з основних складових побудови нової держави стала ідея розбудови демократичної правової держави закріплена в Конституції України.

Актуальність роботи полягає насамперед в тому, що сучасний механізм державних органів для свого ефективного функціонування потребує постійної та надійної комунікації як в середині так і зовні, особливо в умовах війни, що не може не впливати на вітчизняну систему державного управління. Сьогодні, *проблемною ситуацією* в державі, можна визначити необхідність усвідомлення суспільством ролі та місця всіх органів державного апарату в управлінні державою, конкретизації та розділу їх повноважень, цілей і завдань, що стоять перед українською державою та народом України, а також їх взаємозв'язок, існування способу та каналу через який відбувається діалог. А з висуванням загальнодержавної мети – перемоги російського агресора вказане питання, а

також його проблематика безспірно привертає увагу вітчизняних теоретиків права та є актуальним.

Теоретичну основу роботи становлять навчальна література з теорії держави та права викладена у працях Н. О. Боброва, А. П. Заєць, Т. Д. Зражевської, А. М. Колодій, В. В. Копейчикова, Г. О. Мурашина, В. Ф. Погорілко, О. Ф. Скакун, О. В. Скрипнюк, В. Я. Тація, Ю. М. Тодика, В. М. Шаповал, Ю. С. Шемшученко та інших, а також статті в періодичних виданнях присвячені правовій системі України.

Нормативну основу роботи становлять Конституція України, Закони України «Про правовий режим воєнного стану», «Про центральні органи виконавчої влади», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про Кабінет Міністрів України», що регулюють діяльність органів влади, постанови КМУ, Укази Президента, тощо.

Об'єктом дослідження є взаємодія державних органів між собою та з населенням.

Предмет дослідження – засоби та форми комунікації державних органів та установ із використанням соціальних мереж.

Метою цієї курсової роботи є систематизація наявної інформації щодо механізму комунікації державних органів та установ із використанням соціальних мереж та мережі Інтернет їх вплив на функціонування цих структур та побудову комунікації держави та суспільства в цілому.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- окреслити історію дослідження проблеми комунікації державних структур з громадянами
- уточнити основні поняття дослідження «соціальні мережі», «комунікація», «державні структури»
- окреслити принципи та методи дослідження комунікації державних структур з громадянами;
- визначити сутність та функції комунікації;

- проаналізувати особливості соціальних мереж, як інструменту комунікації;
- дослідити роль яку вони відіграють у формуванні позитивного іміджу органу публічного управління;
- проаналізувати використання соціальних мереж, як інструменту комунікації Запорізької міської ради;
- сформулювати основні фактори оптимізації соціальних мереж Запорізької міської ради.

Як *гіпотезу*, що потребує детального вивчення під час написання даної теми визначимо твердження, що використання соціальних мереж державними структурами у комунікації з громадянами сприяє покращенню доступності і ефективності обміну інформацією, збільшує рівень задоволеності громадян із послугами держави та сприяє більшому включенню громадськості у прийнятті рішень.

Методологічну основу роботи становлять загальнонаукові методи: аналіз, порівняння, індукція, дедукція, синтез.

Протягом написання даної роботи використовувалися такі методи та логічні прийоми пізнання як:

- аналіз та синтез – при виділенні окремих ознак, співставлення їх з іншими особливостями у конкретних прикладах;
- індукцію та дедукцію – отримувати всеохоплюючу характеристику виходячи від загального до конкретного та навпаки;
- системно-структурний – даний метод дозволяє побачити загальну картину, повну систему конституційних принципів у сучасному світі.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури.

РОЗДІЛ 1

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР З ГРОМАДЯНАМИ

1.1. Історія дослідження проблеми комунікації державних структур з громадянами

У просторі сучасних політичних комунікацій все більше значення набувають інтернет-технології. Перевага електронних комунікаційних каналів між громадським суспільством та владою полягає в їх соціальній спрямованості та підвищеній доступності для громадян, які є користувачами мережі Інтернет та прагнуть донести свої вимоги до центрів прийняття політичних рішень. Бажаючи підвищити якісний рівень своєї роботи за рахунок отримання актуальної інформації про потреби та потребності суспільства, органи влади зацікавлені у тому, щоб налагодити систему оперативної взаємодії з соціальною периферією. Побудова подібної комунікаційної системи є запорукою не лише ефективного державного управління, а й політичної стабільності. Законодавчо закріплені права та обов'язки в інформаційній сфері забезпечують захищеність звернень та гарантують їх виконання.

Розпочнемо історичний розгляд з тих видів комунікації, що існували та розвивалися разом із системою державних органів.

На практиці можливо розділити комунікативну діяльність органів влади на два основні напрямки за спектром розв'язуваних завдань: по перше це обмін інформацією між органами влади для вирішення внутрішніх завдань. Такий обмін відбувається між центральними та підзвітними чи підконтрольними органами державної влади за допомогою доручень (міністерства спрямовують діяльність регіональних управлінь), а також з іншими напрямами роботи за допомогою запитів (наприклад, МВС запитує інформацію в Мін'юсті, окрім того

присутня комунікація з широкою громадськістю та споживачами державних послуг) [15, с. 140].

У цьому випадку обмін інформацією на різних рівнях державної влади відбувається з метою своєчасної відповіді на звернення громадян про виконанні заходи [2].

Одним з основних інструментів досягнення вищезазначених цілей є ефективна політична комунікація. Слід виділити сутнісну сторону політико-комунікаційних процесів як передачу, переміщення, обіг політичної інформації, тих даних, якими в процесі конкретної суспільно-практичної діяльності обмінюються (збирають, зберігають, обробляють, поширюють та використовують) «джерела» та «споживачі» - взаємодіючі в суспільстві індивіди, соціальні групи.

В сучасному суспільстві, проблема застосування інтернет-технологій з метою розробки проектів політико-управлінських рішень на державному рівні влади широко представлена в наукових працях дослідників, однак місцевий аспект цієї проблеми залишається мало вивченим. Пропонується звернути переважну увагу на досвід найбільшого мегаполіса - м. Києва, в якому склалася повноцінна система електронної комунікації влади та суспільства. Позитивний досвід столиці може бути поширений на всю Україну.

Згідно з дослідженнями популярного журналу з інформаційних технологій «CoNews», 81% населення міста Києва у віці 16+ користуються Інтернетом. З кожним роком кількість користувачів зростає, що означає, що мешканці великих міст з високим рівнем комунікативної компетентності потребують нових інструментів діалогу з державою. Вчені виділяють наступні цілі застосування технологій електронної політичної комунікації при наданні державних та муніципальних послуг:

- поліпшення якості та доступності державних та муніципальних послуг;
- збільшення доступності зазначених послуг шляхом зниження адміністративних бар'єрів;

- розробка та впровадження єдиних стандартів обслуговування населення;
- спрощення процедури надання державних послуг та скорочення строків їх надання [27, с. 33].

Отже, основним інструментом досягнення вищезазначених цілей є ефективна робота електронного уряду. На сьогодні вчені визнають зростаючу роль інформаційного забезпечення як невід'ємної складової органів державної влади. У науковій літературі склалося загальне розуміння терміна «електронний уряд». Таким чином, електронний уряд слід вважати одночасно суб'єктом і інфраструктурою політичної комунікації. Вдосконалення інструментів внутрішньої комунікації в органах державної влади та оптимізація механізмів діалогу з громадським суспільством поклали основу для нового рівня комунікаційних процесів. Зручність та оперативність при отриманні громадянами державних послуг значно спрощують роботу муніципальних органів влади. Мінімізація особистої взаємодії між населенням та державою зменшує паперову тяганину, яка вимагає витрат часу на обробку документів, а також впливає на фізичний та психологічний стан заявників [5].

Основними критеріями ефективності політичної комунікації, є якість та доступність джерел інформації (від них залежить точність сприйняття), а також компетентність суб'єктів та об'єктів інтерактивних процесів. Для вирішення вказаних проблем Департаментом інформаційних технологій міста Києва були розроблені спеціальні електронні ресурси, які органи влади використовують з метою ефективної взаємодії між внутрішніми структурами та для оперативної комунікації з населенням. Найбільш відомі з них: Централізований портал Уряду міста Києва «Kyivcity» (за словами мера міста Києва Володимира Кличко, портал вирішив мешканцям більше 1 мільйона конкретних проблем), Портал міських послуг міста Києва (щодня відвідує не менше 15 тисяч людей), на порталі також реалізований особистий кабінет киянина [28, с. 9].

Централізований портал Ради міста Києва «Наш Київ» був створений відповідно до розпорядження № 90 РР від 18.11.2017 року. У разі розміщення

повідомлення на цьому порталі орган виконавчої влади міста Києва має обов'язок надати відповідь протягом 15 робочих днів.

Громадяни активно використовують портал для розміщення звернень. Інтернет-сайт та мобільний додаток дозволяють суттєво розширити вікові межі відвідувачів. На сайті зареєстровано понад 120 000 користувачів. З кожним місяцем ця кількість збільшується. Сайт має привабливий інтерфейс та зручну навігацію [6, с. 23].

Разом з перевагами portalу є і недоліки, які можливо виявити. Серед існуючих проблем користувачі виділяють складності онлайнної оплати та отримання електронного підпису, дублювання функцій з сервісами банків та платіжних сервісів, а також відсутність особистого контакту з громадянами похилого віку.

Також існує проєкт «Активний громадянин», за участь у голосуваннях зареєстрованому учаснику нараховуються бали, які можна використовувати для відвідування екскурсій в музеях міста Києва, а також отримати приємні призи, такі як гроші на проїзний квиток чи пам'ятні сувеніри проєкту. Голосування передбачає два рівні опитувань: загальноміські, та районні. На голосування регулярно виносяться питання по найбільш актуальним темам, що стосуються питань благоустрою територій, транспорту, освіти, охорони здоров'я та інших.

Створювати теми для обговорення можуть особисто мер, територіальні органи влади. Окремо варто виділити комунікаційних агентів, які надають населенню державні послуги в електронній формі через ЦНАПи. Основними завданнями ЦНАПів є консультування громадян з питань надання державних послуг; організація прийому, обробки та видачі документів.

Експерти настільки високо оцінюють ефективність роботи центрів, що виділяють їх діяльність як окремий вид державних послуг, поряд з традиційним порядком надання послуг та електронними послугами. Вчені вважають, що серед переваг над іншими інструментами комунікації влади та громадянського суспільства слід відзначити швидкість обслуговування, докладні консультації

фахівців з державних послуг, можливість надання послуг та документів мешканцям із інших міст України [13, с. 82].

Підсумовуючи вищевикладене, відповідно до потреб у комунікаційних технологіях на найвищому рівні безсуперечними лідерами є мільйонні міста, досвід яких необхідно використовувати для розвитку ефективної політичної комунікації в Україні. Найбільш ефективними електронними ресурсами є: Портали ЦНАПів, Дія, та міські (районні) портали. Головною причиною виникнення зазначених інструментів політичної комунікації є комунікативна компетентність населення, зростання громадянської свідомості та активності участі в політичному житті міста. Для прикладу, Київ та Львів - міста, управління яких зуміло створити зручні, повністю «демократичні» інструменти взаємодії між мешканцями та владою, деякі з яких можна назвати необхідними. Кількість користувачів щодня зростає, а кількість проблем зменшується щогодини. Позитивний досвід Києва слід врахувати іншим органам влади, які ще не налагодили комунікацію з громадянським суспільством на такому високому рівні.

1.2. Уточнення основних понять дослідження: «соціальні мережі», «комунікація», «державні структури»

Впровадження цифрових технологій та платформових рішень у сфері державного управління є стратегічним завданням розвитку держави. Цифрові технології створюють умови, які сприяють встановленню співпраці між владою та громадянами та впливають на внутрішню ефективність державного управління. Актуальним інструментом, який підвищує відкритість, прозорість, відповідальність адміністративних процесів органів влади та забезпечує безпосереднє спілкування з громадянами, є соціальні мережі. Широке використання соціальних мереж у повсякденному житті та професійній діяльності зобов'язує публічні органи залучатися до комунікації з населенням. Виникла обов'язковість органів виконавчої влади та підпорядкованих

організацій створювати сторінки у соціальних мережах та інтегрувати їх у офіційні веб-сайти, що підтверджує прагнення інституціоналізувати існуючу практику. При цьому владним органам слід враховувати зміну умов використання раніше найбільш популярних соціальних мереж та необхідність міграції на нові платформи [38, с. 123].

Соціальні мережі виступають об'єктом вивчення з середини ХХ століття, але масове поширення терміну «соціальні мережі» отримало лише після застосування його до інтернет-простору. Соціальні мережі - це інтернет-додатки, призначені для полегшення соціальної взаємодії, а також для використання, розвитку та поширення інформації у суспільстві. Під час визначення поняття акцент робиться на інтерактивності, оперативності та багатокористувацькому характері соціальної мережі, контент якої наповнюється користувачами, тому мережа - це соціальна структура, що складається з взаємопов'язаних груп та індивідуумів. Серед особливостей онлайн-соціальних мереж називають необмежений обсяг інформації; різноманітність видів контенту; мінімальні витрати на поширення; доступність; взаємодія з глобальною аудиторією. У зв'язку з вказаними перевагами соціальні мережі стають одним із основних засобів комунікації в суспільстві [26, с. 69].

Проникнення соціальних мереж у життя суспільства збільшує кількість досліджень, у центрі уваги яких знаходиться застосування соціальних мереж у державному секторі. Одна з перших монографій в Україні, в якій досліджувались соціальні мережі з точки зору управління, належить Д. А. Губанову, Д. А. Новикову. У багатьох роботах акцент робиться на політичній комунікації на платформах соціальних мереж, розглядаються перспективи участі управління, політичної активності, дослідження проводяться з точки зору відкритості влади. За думкою А. Н. Розходчикова, владні органи не враховують зростаючу потребу населення у інтерактивній взаємодії з владою, що стримує спільне управління [11, с. 109].

Соціальні мережі дозволяють оцінювати ефективність діяльності влади, відзначається високий потенціал соціальних мереж як інструмента взаємодії. В

рамках нашого дослідження особливий інтерес викликає стаття Н. Є. Дмитрієвої, в якій вперше проведено моніторинг офіційних акаунтів державних органів, розглядається потенціал соціальних мереж у публічному управлінні. Також варто зазначити доповідь «Відкритість держави в Україні - 2021», яка містить інформацію про використання соціальних мереж, але не відображає зміни в обставинах у 2022 році.

Серед закордонних авторів слід згадати роботи І. Мергель, які в багатьох визначають напрямок досліджень соціальних мереж у державному секторі, в тому числі запропонована структура для вимірювання взаємодії з соціальними мережами, а також статті Х. Ігнасіо Кріадо, Х. Вілларде, Р. Зумофен, В. Мабільяра, М. Паскє.

Наразі соціальні медіа стають об'єктами та засобами «інформаційного управління, ареною інформаційного протистояння і інструментом інформаційного впливу з метою маніпулювання особистістю, соціальними групами і суспільством в цілому» [25, с. 71].

В даному випадку окремої уваги потребують і поняття комунікації, під яким розуміють це процес передачі і обміну інформацією, ідеями, думками та почуттями між двома або більше особами або групами. Це включає в себе не лише словесні висловлювання, а й невербальні знаки, такі як жести, міміка, тон голосу та інші елементи, що сприяють взаєморозумінню.

В свою чергу під державними структурами розуміють організаційні утворення, що мають владні повноваження та функції, надані державою для забезпечення різноманітних аспектів життя суспільства. Це можуть бути урядові відомства, міністерства, департаменти, комісії та інші установи, що відповідають за реалізацію політики, нормативно-правове регулювання та надання публічних послуг відповідно до законів та конституційних норм [1].

Взаємозв'язок між трьома даними категоріями має надзвичайно важливе значення, оскільки користувачі соціальних мереж погоджуються, що цифровий контент сприяє формуванню установок: 63% опитаних повідомили, що соціальні мережі впливають на прийняття політичних рішень; 58% опитаних вказують на

те, що формування соціально-політичних поглядів знаходиться під впливом мереж; крім того, більшість (79%) вважають, що соціальні медіа можуть відволікати людей від дійсно важливих проблем і поширювати дезінформацію та нетерпимість (64%) [23, с. 5].

Сказане дозволяє зробити висновок, що для забезпечення легітимності та зміцнення існуючого порядку держава зацікавлена в освоєнні інтерактивних комунікаційних платформ. З грудня 2020 року органи влади, крім створення офіційного веб-сайту, зобов'язані вести офіційні сторінки в соціальних мережах і розміщувати на них актуальну інформацію про свою діяльність. Адаптація державних органів до нових методів взаємодії є необхідною, по-перше, для контролю інформаційного простору і, по-друге, для встановлення постійного конструктивного діалогу з населенням.

1.3. Принципи та методи дослідження комунікації державних структур з громадянами

Для детального проведення дослідження комунікації державних структур у соціальних мережах, треба чітко окреслити методи наукових досліджень, які будуть використані в роботі.

Першим методом, який застосований є *історичний метод*. Цей метод буде використано при аналізі історії розвитку досліджень комунікації, а також при аналізуванні державного регулювання та ведення комунікації державних структур у соціальних мережах

Наступним необхідним методом дослідження є *термінологічний метод*. Комунікація містить в собі досить велику кількість визначень та сфер використання цього явища, то необхідно чітко окреслити терміни «комунікація», «соціальні мережі» та «державні структури».

Саме через широке використання терміну «комунікація» важливо в дослідженні використати *метод багатоаспектності*. Саме цей метод дослідження дозволив розглянути поняття комунікації з точки зору різних наук.

Дослідження цих понять та процесів з точки зору різних наук надало змогу сформувати цілісну картину для дослідження.

Важливими методами дослідження є аналіз і синтез, індукція та дедукція, метод порівняння та аналогії

Метод аналізу та синтезу було також використано в дослідженні. Аналіз передбачає роздроблення цілого на складові елементи, тобто виділення ознак предмету для вивчення їх окремо як частини єдиного цілого. В свою чергу метод синтезу допоміг об'єднати самостійно вивчені аспекти з метою об'єднання результатів дослідження. Завдяки цим методам сформувалися цілісність поняття та явищ «комунікації» та функцій соціальних мереж.

Методи індукції та дедукції використаний для узагальнення результатів дослідження та формування висновків. в роботі при формуванні висновків та узагальнень. Завдяки індукції ми отримали змогу сформувати загальне уявлення про окремі висновки, особливо стратегії комунікації в соціальних мережах державних структур.

Методи аналогії та порівняння надав змогу зробити порівняльний аналіз інших досліджень процесу комунікації. Порівняння також було використано під час аналізу різних соціальних мереж та їх функціоналу при побудові комунікації державних структур.

Метод класифікації було використано для узагальнення та класифікації різних соціальних мереж та відповідно їх функціоналу для побудови комунікації державних структур у соціальних мережах [45].

У рамках нашого дослідження ми плануємо застосувати цілий ряд принципів, які забезпечать глибину та якість аналізу. Основоположним є принцип системності, який дозволяє нам підходити до предмета дослідження як до впорядкованої цілісності, що складається з взаємопов'язаних частин. Кожна частина, будучи відносно автономною, виконує свої унікальні функції, сприяючи функціонуванню та розвитку цілого [21, с. 57].

Також ми використовуємо принцип міждисциплінарності, який відкриває можливість для інтеграції знань з різних наукових дисциплін. Наш об'єкт

дослідження знаходиться на перетині соціології, публічного адміністрування, менеджменту та теорії масової комунікації, що дозволяє нам використовувати комплексний підхід для аналізу та розуміння предмета в його багатогранності. [17, с. 568],

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР З ГРОМАДЯНАМИ

2.1 Сутність та функції комунікації

У 2017 році уряд України затвердив систему реалізації програми побудови цифрової держави в країні. Її метою є створення повноцінного цифрового середовища, яке прямо пов'язане з розвитком цифрових комп'ютерних технологій: сервісів для надання онлайн-послуг, електронних платежів, краудфандінгу та інших – які забезпечать вільний доступ громадян та організацій, органів державної влади України, органів місцевого самоврядування до інформації на всіх етапах її створення та поширення.

Для досягнення цієї мети державі необхідно здійснити модернізацію системи державного управління, розробити зручні для користувачів послуги електронного уряду, забезпечити можливість зворотного зв'язку населення з державними органами простим, легким та безпечним способом, оскільки від дій Уряду України залежить, у якому напрямку буде розвиватися віртуальне середовище [40, с. 41].

Перехід до інформаційного суспільства та розвиток цифрових технологій суттєво змінили комунікаційне середовище споживачів, методи, способи та технології їхнього отримання інформації. Технологічний прогрес обумовив заміну фізичних взаємодій на політичному та соціальному рівні цифровими взаємодіями. Пріоритетним джерелом інформації для споживачів став Інтернет та соціальні медіа, а роль класичних засобів масової інформації, таких як телебачення, радіо та друковані видання, поступово знижується [12, с. 105].

Результати дослідження міжнародної економічної організації розвинених країн «Тенденції та можливості використання соціальних медіа державними установами» показали, що в 26 країнах - членах Організації економічного

співробітництва та розвитку (ОЕСР) органи виконавчої влади мають свої офіційні акаунти в Twitter, а в 21 країні - у Facebook (зараз в ОЕСР є 37 держав, у тому числі більшість країн - членів ЄС, частка яких становить близько 60% світового ВВП). Особисті сторінки глав держав та політичних лідерів користуються більшою популярністю, ніж офіційні сторінки державних установ, які вони представляють. Наприклад, на Twitter особиста сторінка урядового лідера здобуває в чотири рази більше послідовників, ніж акаунт організації, яку він представляє [29, с. 9].

Характеристики користувачів соціальних мереж за рівнем освіти мають помітні відмінності в різних країнах. Наприклад, у Німеччині та Австрії активні користувачі соціальних мереж мають різний рівень освіти, тоді як у Іспанії, Великобританії, Угорщині, Португалії, Греції та Туреччині соціальними медіа частіше користується населення з вищою освітою. Використання соціальних мереж дуже поширене серед молоді практично в усіх країнах ОЕСР, але їхня політична активність ще не дуже висока. Наприклад, лише 30% молодих нідерландців використовують соціальні медіа для обговорення політичних або громадських проблем, тоді як в Австрії менше 10% молодих людей у віці від 16 до 24 років спілкуються на політичні теми в соціальних мережах [30, с. 56].

За кількістю Інтернет-користувачів Україна посідає п'яте місце в Європі та двадцять сьоме в світі. Згідно з даними комунікаційного агентства «We Are Social» та платформи «Hootsuite», з січня 2017 року кількість користувачів Інтернету в Україні зросла на 1 мільйон (зростання на 4% порівняно з попереднім роком), а соціальними мережами користуються на 3 мільйони людей більше (+15% порівняно з попереднім роком).

Майже половина (47%) населення зареєстрована в соціальних мережах і активно ними користується. 55,9 мільйонів осіб заходять в соціальні мережі з мобільних пристроїв. Серед опитаних 63% заявили, що користуються YouTube, 61% згадали Телеграмм, Facebook - 35% респондентів.

Щоденний час перебування користувача в соціальних мережах - 2 години 19 хвилин. При цьому загалом в мережі Інтернет середньостатистичний

українець перебуває майже 6,5 години на день. Варто відзначити, що 85% людей в Україні виходять в онлайн щодня.

Цифровізація державних сервісів та послуг служить механізмом соціального підйому, сприяє соціальній включеності населення та покращує доступність, якість та зручність отримання державних послуг, зменшуючи витрати на їх надання. Цікавим є досвід Республіки Корея (Південної Кореї). За індексом розвитку електронного уряду (EGDI) ця країна трічі посідала перше місце, а результати впровадження послуг електронного уряду в Кореї визнані одними з найкращих у світовій практиці. З актуальних платформ електронного уряду Республіки Корея варто відзначити e-People (www.epeople.go.kr) - на цьому сайті можна задати питання та запросити консультації щодо пояснення законів, режимів та різних адміністративних процедур. Сайт доступний на 14 мовах. Minwon24 (www.gov.kr/portal/minwon) - основний портал електронного уряду в Кореї, надає цілодобові онлайн-послуги, включаючи надання інформації щодо громадянських справ, запити та видачу документів без відвідування адміністративних офісів [43, с. 248].

Протягом останніх кількох років в Україні створено цифрові платформи загально-державного та регіонального рівнів, які мають широкі можливості щодо дистанційного надання державних послуг, наприклад, Портал «Дія», сайти ЦНАПів, Портал податкової та інші. Розвиток цих платформ транслює повідомлення про активність: у січні 2014 року Уряд затвердив Концепцію відкритості органів виконавчої влади (ОВВ), яка стала основою Стандарту відкритості ОВВ. Одним з принципів відкритості є залученість громадянського суспільства до розробки та реалізації управлінських рішень (врахування думок та пріоритетів, системний діалог), що вимагає активної комунікації представників влади з населенням у соціальних мережах [22, с. 28].

Соціальні мережі посилюють ефект «демократизації» в Інтернеті з питань суспільної та політичної інформації, вони надають можливості для задоволення очікувань, які не задовольняються традиційними онлайн-сервісами, платформами та порталами. 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 організації, популяризувати державну послугу, або ж в лічені хвилини підштовхнути або розбити репутацію компанії.

2.2 Особливості соціальних мереж як комунікаційного інструменту

Серед важливих тем, що обговорюються у соціальних мережах, - вибори та політичні кампанії, катастрофи та надзвичайні ситуації, політична нестабільність. Соціальні медіа - це не просто глобальне середовище для дискусій та обговорень, вони стали засобом для організації колективних дій. Назріваючий соціальний протест у зоні Інтернету, необхідність його контролю та напрямку в необхідному спектрі створюють державному органу влади необхідність бути представленим у соціальних мережах та вибудовувати обслуговування населення на платформах державної організації у соціальних медіа (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, Телеграмм та ін.).

Такий підхід багатоканальності у взаємодії державних організацій з населенням у довгостроковій перспективі надає очевидні переваги:

- аккаунти органів влади у соціальних мережах є важливим інструментом оперативного надання інформації, діалогу та полілогу (оскільки спочатку орієнтують аудиторію на миттєву реакцію, відгуки та обговорення інформації з громадянами) та зворотнього зв'язку з населенням, який дає можливість оперативно виявляти незадоволених користувачів та активно реагувати на напруження, що виникають у суспільстві;

- офіційні аккаунти захищають державну організацію від недостовірної та завідомо хибної інформації тим, що можуть своєчасно її спростувати, що в подальшому допоможе зберегти їхню репутацію [20, с. 201];

- зменшуються витрати на комунікації з населенням;

- з'являється можливість використовувати потенціал соціальних мереж для здійснення корпоративних внутрішніх комунікацій;

- є можливість пошуку нових ідей та рішень проблем населення шляхом краудсорсингу.

Краудсорсинг (від англ. crowd - «толпа» та sourcing - «використання ресурсів») - це залучення широкого кола осіб до вирішення різних завдань в інноваційній виробничій діяльності з використанням їх творчих здібностей, знань та досвіду, подібного до підрядної роботи на добровільних засадах з використанням інформаційно-комунікаційних технологій [44, с. 23].

Створення офіційного публіку державної установи в соціальних мережах повинно базуватися на комплексному підході, що ґрунтується на статистиці, аналізі та використанні ефективних інструментів SMM, включаючи розробку стратегії присутності в соціальних мережах, що містить наступні елементи:

Визначення цілей акаунта. Для широкої цільової аудиторії (жители регіону, у якому працює державний заклад) цілями можуть бути: підвищення впізнаваності та формування довіри користувачів соціальних медіа до організації; формування позитивного іміджу організації як партнера населення та послідовного захисника його інтересів; підвищення залученості населення до вирішення різних питань; підвищення рівня інформованості населення; пряме інформування громадян та інших зацікавлених осіб про зміни; локалізація мережових протестів; привертання нових виборців тощо. Для вузької цільової аудиторії, наприклад, суб'єктів малого та середнього підприємництва певного регіону, актуальною є інформація про доступні заходи консультаційної, фінансової, майнової та правової підтримки. На Facebook можна створити офіційну групу організації, офіційну сторінку організації або неофіційну спільноту (часто створюється лояльними/негативно налаштованими громадянами). Наприклад, у порталі «Наше місто» є офіційні сторінки в соціальних мережах, а також є неофіційні групи, створені ініціативною групою користувачів [8, с. 39].

Для діалогу з підписниками сторінки необхідний інтерактивний формат: проведення конкурсів, голосування, створення цікавих демотиваторів тощо.

Користувачам потрібний зворотний зв'язок - можливість коментувати публікації. Закриті коментарі до постів викликають подразнення у активних груп користувачів, формуючи підґрунтя для недовіри до державної влади в цілому. Зворотній зв'язок від громадян, який буде надходити через акаунти, повинен бути почутим, а не носити статистичну функцію без відповідної реакції [32, с. 79].

Останнім часом рівень інформованості громадян значно зріс, і в зв'язку з цим необхідно враховувати зростання вимог громадян до якості обслуговування. Кожен недолік, спричинений недостатньою кваліфікацією спеціаліста, що надає державну послугу, миттєво отримує відклик у соціальних мережах та на відповідних інтернет-форумах, що може дискредитувати позитивні перетворення [18, с. 100].

Сторінки державних органів неодмінно стикнуться з негативом, на який буде необхідно реагувати, відповідно, потрібна оперативна зворотня реакція представників держоргану на скарги та пропозиції громадян через офіційний акаунт. Наприклад, негативні згадки користувачів у соціальних медіа порталу «Наше місто» розподіляються за наступними інформаційними приводами:

- критика влади (користувачі регулярно висловлюють претензії щодо роботи представників влади та інших державних органів: занадто довгий строк вирішення проблем, перенесення строків вирішення проблеми органами виконавчої влади, «відписки» замість реальних відповідей, через певний час після усунення проблеми вона знову з'являється: нерегулярне вивезення смітєвих контейнерів, нерегулярне прибирання снігу тощо.);

- відгуки про незадовільну якість робіт, виконаних органами виконавчої влади;

- вираження високого рівня недовіри до діяльності міських органів влади.

- незадоволення у випадку, коли заявки громадян не проходять модерацію: користувач не розуміє причину відхилення повідомлення про проблему (зазвичай це пов'язано з тим, що він не уважно читає правила модерації);

- коментарі, які містять претензії до відсутності певних категорій проблем, важливих для користувачів;

- претензії до технічної сторони роботи порталу - користувачі повідомляють про проблеми, що виникають при роботі з сайтом («зависання сайту», ускладнення з розміщенням повідомлення); при цьому відгук на запит, повідомлення або коментар користувача порталу «Наше місто» здійснюється спеціалістом по реагуванню в середньому протягом однієї години з моменту виявлення, що є позитивним прикладом для інших державних організацій [10, с. 34].

Варто відзначити, що поширеним недоліком систем маркетингових комунікацій державних компаній є відсутність алгоритму офіційної реакції на відгуки користувачів у соціальних мережах, що призводить до зниження ефективності комунікацій з цільовою аудиторією та керованості діалогу з населенням.

Офіційна реакція – це комплекс дій організації, що включає розробку стратегії роботи з нейтральними, позитивними та негативними відгуками про роботу організації в соціальних мережах, аналіз відгуку, прийняття рішення про необхідність відповіді на нього та розміщення відповіді.

Орган призначає спеціаліста по реагуванню - співробітника, який здійснює моніторинг коментарів, відгуків та повідомлень користувачів у соціальних медіа, підготовлює, узгоджує, розміщує відповіді на публічні та особисті повідомлення та здійснює контроль над ходом дискусій [34, с. 92].

Визначимо загальні правила офіційної реакції на публічні повідомлення, запити та коментарі у офіційних групах компаній у соціальних мережах.

Офіційна реакція здійснюється цілодобово.

Середній час реагування на запит, повідомлення або коментар користувача - протягом однієї години з моменту виявлення.

Зазначений час не включає в себе час виявлення запиту або коментаря користувача.

У разі збільшення обсягу отриманих повідомлень та коментарів більше 15 в день, термін реагування може бути збільшений до чотирьох годин.

Окрім публічних повідомлень, частина користувачів звертається до компанії з особистими повідомленнями на платформі соціальної мережі.

Визначимо загальні правила офіційної реакції на непублічні (особисті) повідомлення, запити та коментарі користувачів у соціальних мережах:

Офіційна реакція здійснюється у робочі дні з 9:00 до 18:00.

Середній час реагування на запит, повідомлення або коментар користувача здійснюється протягом трьох годин з моменту виявлення.

Зазначений час не включає в себе час виявлення запиту або коментаря користувача.

У разі збільшення обсягу отриманих повідомлень та коментарів більше 15 в день, термін реагування може бути збільшений до п'яти годин.

Рекомендації для проведення офіційної реакції на публічні та непублічні (особисті) повідомлення, запити та коментарі користувачів у соціальних мережах для фахівця з реагування можуть бути такими.

Не припиняти дискусії і не залишати їх, поки не буде знайдено рішення. Слідкувати, щоб кожна дискусія закінчувалась нейтральним тоном, а в найкращому випадку позитивно (якщо не остаточним рішенням проблеми, то вибаченнями, побажаннями, обіцянками) [35, с. 30].

Не використовувати словесні штампи, нічого не значущих пустослівів, ставитися до користувача не просто по-людськи, а дружелюбно.

Дотримуватися слова і виконувати дані обіцянки. Якщо немає відповіді - необхідно написати, що робота над усуненням проблеми ведеться.

Вести комунікацію прямо і прозоро.

Враховувати особливості кожної платформи: знати і дотримуватися правил, спільнот та форумів, вникати в манеру спілкування, прийняту на тій чи іншій платформі.

Намагатися бути як можна оперативнішими в будь-якій комунікації з користувачем [19, с. 284].

Отже, соціальні медіа відкривають нові можливості для зменшення політичної ізоляції, для побудови довірливих відносин між урядом і громадянами, для удосконалення так званих інклюзивних політичних інститутів, які надають населенню рівні стартові можливості, економічні стимули та чіткі правові гарантії, можливість «ескалації» проблем і зміни початкових рішень, прийнятих політичною системою. Така взаємодія державних органів з населенням сприятиме відкритості та прозорості їх діяльності, зростанню кредиту довіри, підтримці та підвищенню лояльності населення та популяризації державних послуг у громадськості.

2.3 Роль соціальних мереж у формуванні позитивного іміджу органів публічного управління

Поступово популярність в Україні набирають електронні системи політичного краудсорсингу, за допомогою яких держава акумулює громадські ініціативи, спрямовані на зміну внутрішньої та зовнішньої політики. Серед них офіційним статусом наділений портал «Електронних петицій». Нормативно-правовою основою його функціонування є Указ Президента України від 28 серпня 2015 року № 523/2015 «Про Порядок розгляду електронної петиції, адресованої Президентові України» [3].

Ідея створення віртуальних площадок для направлення петицій у органи влади реалізована урядами деяких країн. У США вже кілька років працює портал Білого дому «We the People», на якому зареєстровані користувачі можуть розміщувати свої звернення до президента та збирати голоси у їх підтримку. «Надати всім американцям можливість привертати увагу влади до своїх проблем» - звучить офіційне гасло порталу. Функціонування цього ресурсу забезпечує дотримання Першої поправки до Конституції США, згідно з якою держава не може «обмежувати право народу мирно збиратися та звертатися до уряду з петиціями про задоволення скарг» [36, с. 63].

У 2011 році сайти для складання електронних петицій були створені в Німеччині та Великобританії. Принцип роботи та інтерфейс цих ресурсів подібні до їх американських та українських аналогів.

Система електронних петицій працює в єдиній системі з «Дією» і вимагає не лише реєстрації, але й чіткої персоніфікації користувачів, оскільки для отримання доступу до системи необхідно проходити верифікацію [4].

Таким чином, держава за потреби може встановити, хто саме підтримав ту чи іншу ініціативу. Для обов'язкового розгляду електронної петиції органами влади необхідно, щоб вона зібрала певну кількість віртуальних підписів.

Якщо чотири роки тому в соціальних мережах користувачі розгортали віртуальні мобілізаційні кампанії на підтримку електронних петицій, то зараз на офіційній сторінці все частіше можна зустріти коментарі, що свідчать про втрату довіри громадян до українського інституту віртуального краудсорсингу. Не зважаючи на це така система в цілому забезпечує значну кількість включених у процес громадян, але при цьому втрачається елемент персональної відповідальності за віддані на користь тих чи інших ініціатив голоси. Застосування недержавних краудсорсингових платформ спрямоване не стільки на розробку проектів нормативних правових актів, скільки на створення резонансу навколо актуальних для суспільства проблем та привертання уваги влади до їх вирішення [9, с. 19].

Віртуальна дискусійна платформа партії «Єдина Україна» - проєкт «Ми разом» - викликає значний інтерес з точки зору комунікативної функціональності. На сьогоднішній день на цьому ресурсі зареєструвалися понад 700 тис. громадян. Однією з переваг даного проєкту є його соціальна спрямованість та підвищена інтерактивність. Основним принципом роботи ресурсу стала чітка ідентифікація користувачів, багато з яких займають високі політичні позиції на загальнодержавному та регіональному рівнях. На платформі «Ми разом» доступні 14 дискусійних майданчиків, сформованих за тематичним принципом, переважно - за галузевою належністю. Ці майданчики створюють інфраструктуру для горизонтальної та вертикальної комунікації між

прихильниками та членами партії з широким спектром соціальних, економічних та політичних питань. Функціонал сайту передбачає розміщення ініціатив та збір підписів в їх підтримку, а також коментування новин та публікацій, полемічне спілкування між користувачами.

Віртуальний проєкт «Ми разом» може розглядатися як своєрідний політичний майданчик, оскільки на його платформі відбувається ранжування авторів найбільш популярних ініціатив. Кожен місяць оновлюється рейтинг користувачів, які лідирують за кількістю голосів, зібраних у підтримку їх пропозицій. Також аналогічним чином ранжируються регіони, чії представники виявляють найбільшу активність та успішність у розробці проєктів політико-управлінських рішень. Порівняння комунікаційних можливостей платформ «Ми разом», «Українська громадська ініціатива» та www.regulation.gov.ua дозволяє зробити однозначний висновок про підвищену функціональність першої. Суттєва особливість дискусійної платформи прихильників та членів партії «Єдина Україна» полягає в тому, що вона надає користувачам можливість безпосередньої комунікації з міністрами та віце-прем'єрами у форматі «питання-відповідь».

Ця функція якісно відрізняє розглянутий нами проєкт від традиційних Інтернет-форумів політичних партій, спрямованих виключно на горизонтальну комунікацію користувачів. Наразі портал «Ми разом» може бути оптимізований у декількох напрямках. По-перше, слід інформувати користувачів про те, які саме ініціативи виявилися популярними при формуванні позиції «Єдиної України» щодо конкретних проблем і у результаті перетворилися на конкретні політичні рішення [14, с. 25].

Підводячи підсумки проведеного аналізу ключових вітчизняних інститутів електронної демократії, доцільно представити у найбільш загальному вигляді їхні основні переваги та недоліки. На сьогоднішній день можна стверджувати, що інститут електронної демократії в Україні вже в значній мірі сформований, а його комунікативний і політичний потенціал чітко визначений. Вітчизняні Інтернет-ресурси, переважно, орієнтовані на акумулювання думок громадян

щодо проектів нормативних правових актів (громадську експертизу). При цьому виникають об'єктивні проблеми з реальним врахуванням надходження від суспільства пропозицій у процесі ухвалення остаточних політико-управлінських рішень [37, с. 10].

Ініціювання електронних петицій і збір підписів на їх підтримку може сприяти вирішенню локальних проблем, однак ніяк не сприяє зміні вітчизняного законодавства. Окремі внутрішньопартійні діалогові платформи демонструють свою широку функціональність. Проте, необхідною умовою ефективного застосування подібних платформ є наявність значних політичних і адміністративних ресурсів у їх творців. Перспективи розвитку інституту електронної демократії в нашій країні можна пов'язувати з швидким зростанням популярності соціальних мереж, які доцільно більш енергійно залучати при здійсненні громадської експертизи законопроектів.

РОЗДІЛ 3

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР З ГРОМАДЯНАМИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ)

3.1. Аналіз використання соціальних мереж для комунікації Запорізькою міською радою

Серед державних структур, комунікацію з якими в подальшому буде детально вивчено, звернемо увагу саме на Запорізьку міську раду. Як орган місцевого самоврядування вона має знаходитися в тісному контакті з жителями громади та відповідати їх очікуванням і сподіванням. А для цього, потрібно підтримувати постійний зв'язок, прислухатися до населення та вирішувати існуючі проблеми. У зв'язку з цим, важливим моментом є саме способи такої комунікації. Необхідно відмітити, що до соціальних мереж Запорізької міської ради можна віднести:

- офіційний сайт;
- Фейсбук-сторінка Запорізької міської ради;
- Телеграм-канал в.о. міського голови;
- Фейсбук-сторінка в.о. міського голови.

Для розуміння рівня та можливості спілкування між органом та особами детально розглянемо кожен з вказаних ресурсів.

Щодо офіційного сайту міської ради слід зазначити наступне.

Інтерфейс сайту є доволі зручним, розподіл інформації по темам допомагає у їх загальній кількості знаходити необхідну, а наявність функції зворотнього зв'язку забезпечує можливість залишення заяв, скарг чи пропозицій у режимі віддаленого доступу. Для того, щоб це здійснити, необхідно всього лиш заповнити коротку форму із зазначенням: ім'я, телефону, електронної адреси та тексту повідомлення.

Також, позитивним надбанням даної сторінки є можливість переходу до телефонного довідника та пошуку контактів структурних підрозділів міської ради, та загалом ознайомлення зі структурою влади. Однак, неможливо не відмітити і недоліки сайту, а саме його завантаженості та важкість у розумінні, оскільки поруч зі зручним розподілом знаходиться стара версія сайту, що додає складності під час пошуку необхідного питання. Окрім того, на титульній сторінці сайту одразу розміщуються усі проекти рішень, що виносяться на розгляд, що також негативно впливає на систематизацію інформації.

Детальному аналізу також підлягає і кожна з груп сторінок, що зазначена зверху сайту, а саме: новини, рішення, послуги, муніципалітет та категорія «ще», в якій можна отримати інформацію щодо старої версії сайту, сервісів та розвитку.

Перейшовши за активними клавшами можна дізнатися останні новини, які розміщені на сайті.

Позитивним кроком є можливість пошуку новин за критеріями чи датою публікації, водночас слід відмітити те, що категорій зазначено доволі мало, серед яких виділено лише: «суспільство», «місто», «благоустрій», «міська влада» та «війна», інших важливих та цікавих категорій для жителів міста не передбачено. Вважаємо недоцільним такий вузький спектр виділених тем та неможливість пошуку за більш широким спектром. Для прикладу, можливо додати ще додаткові категорії, такі як: «допомога», «молодь», «спорт» та інші.

Окрім того, необхідно звернути увагу на наявність пошуку новини за роком публікації, однак, хоча існує можливість вибору публікацій починаючи з 2018 року, однак аж до 2023 року новини знайти не є можливим.

Таким чином вважаємо недоцільним зазначення тих років, пошук в яких просто не здійснюється, це викликає негативні емоції в читачів, відсутність мотивації продовжувати пошук, та спричиняє розчарування в побудові сайту загалом.

Звернувши увагу безпосередньо на новини, слід відмітити наступне.

Спочатку окреслимо позитивні моменти та гарно опрацьовані новини.

Для прикладу, новина від 03.05.2024 «Тривають ремонти у багатоповерхівках» є короткою заміткою інформаційного характеру, що не перенасичена фактами та фотографіями однак повідомляє жителів, про те, що комунальні служби надалі працюють, життям міста цікавляться та турбуються про їх мешканців.

Звернемо увагу на текст даної новини, він наступного змісту: «Минулого тижня, з 25 квітня по 1 травня, працівники КП «Запоріжремсервіс» активно працювали на об'єктах житлового фонду міста.

Як повідомили фахівці підприємства, минулого тижня було виконано різні види покрівельних робіт у трьох будинках по вулиці Портовій, а також по вул. Овочівництва, 14.

Крім того, у будинку №4 по вулиці Нижньодніпровській спеціалісти «Запоріжремсервісу» оновили трубопровід каналізації, у будинку №32 по вулиці Алмазній — центрального опалення. У п'ятьох будинках замінили запірну арматуру.

Комунальники також відремонтували вимощення по вул. Портовій, 8, вул. Вроцлавській, 19 і в трьох будинках по вул. Історичній. Опрацювали 12 об'єктів щодо профілактичного ремонту внутрішніх електромереж.

Впродовж тижня фахівці КП також виконали герметизацію інженерних вводів, демонтаж аварійного парапету, ремонти водостічних труб, штукатурку фасаду й інші роботи.

Тривали відновлювальні заходи на об'єктах житлового фонду Запоріжжя, що зазнали пошкоджень в результаті ворожих обстрілів. У 13 приватних будинках відремонтовано покрівлі. В 11 багатоповерхівках – відновлено скління, в чотирьох з них додатково відремонтували віконні рами.

КП «Запоріжремсервіс» також став активним учасником ЗАПОРІЖЖЯ TOLOKA FESTIVAL 2.0. Понад місяць команди підприємства долучаються до загальнономіського весняного прибирання. Наприкінці квітня комунальники розпочали ще сезонний покіс трави».

А тепер розберемо кожну фразу використану у даній новині.

Спочатку йде зазначення часу коли сталася подія, потім зазначається місце її проведення, надалі вказується безпосередньо які роботи здійснено. Остання, фінальна фраза зазначає про участь у фестивалі чим роблять загальний висновок по написаному.

Загалом, дана новина не про якусь абсолютно нову подію, без зазначення події, що перебуває на слуху чи максимально популярна, дана замітка про життя міста та залучає жителів до розуміння діяльності, що проводиться владою міста. Таким чином, вважаємо, що такий формат новин сприяє створенню позитивного іміджу муніципальних органів та допомагає повідомляти жителів громади про стан справ.

Однак, слід відмітити і негативні сторони новин, що розміщені на офіційному сайті. Звісно, зрозуміло, що підготовкою основи новин займаються різноманітні відділи, департаменти та інші структурні елементи міської ради, однак, необхідно дотримуватися загальної форми викладу тексту, стилістики та мовного виразу. Окрім того, дивним залишається факт, що деякі і з новин залишають ся підписаними виконавцями, інші ж ні. Для прикладу, у новині від 05.05.2024 на тему: «Міжнародний день боротьби за права інвалідів» зазначений виконавець – секретар Запорізької міської ради Регіна Харченко, інші новини такого зазначення не мають. У чому відмінність саме даної новини від інших, і чому такий підпис залишили, не відомо, однак це вибивається із загальної концепції ведення сайту.

Наступним, необхідно охарактеризувати ілюстрацію до новин, тобто фотографії чи інші зображення, що використовуються, для яскравішого подання інформації.

Серед позитивних кроків слід відмітити: яскраві фотографії, мінімум використання зображень з інтернету, підбір фотографії здійснюється з урахуванням тематики та змісту новини.

Однак, є ряд негативних факторів, які слід усунути, а саме: фотографії не чіткі, відсутній фокус. Ряд фотографій має даний недолік, до них належать фотографія у новині від 06.05.2024 до новини на тему «Ліквідовано аварію на

мережах холодного водопостачання», у новині від 03.05.2024 «Ще 21 заборіжець отримав допомогу на ремонт пошкодженого обстрілами житла» фотографії не рівні, лінія горизонту визначена не вірно, що псує загальний вигляд новини.

Окрім вказаного, слід відмітити і наявні недоліки як невірно визначений розмір зображення, для прикладу у новині від 03.05.2024 «Міжнародні програми та гранти» неможливо прочитати, що зображено на фотографії, оскільки формат обраний не вірно і у загальному переліку новин вказане фото відображається частково.

Звернемо увагу на наступний розділ сайту, а саме «Рішення», що містить дві активні панелі із поділом рішень на прийняті та проекти.

Не можливо не відмітити позитивний крок у систематизації рішень та можливість пошуку по них не лише за назвою, а також за роком, місяцем чи по даті публікації, номером чи типом документу. Окремий розподіл наявний за поділом на структуру, що видала, або типом документ, а сам: рішення виконавчого комітету, розпорядження міського голови та рішення міської ради. Всі дані функції, допомагають пересічному громадянину знайти необхідне рішення, не маючи повної інформації про нього.

Також, слід відмітити, що рішення завантажені у форматі «pdf» із можливістю скачати рішення та його роздрукувати, що також є позитивним моментом для громадян, оскільки часто для використання рішень необхідно звертатися у орган безпосередньо, адже на сайтах розміщують лише текст без підписів у форматі «word». Для порівняння, такий недолік є на сайті Одеської міської ради.

Хоча, в даному розділі пошук також здійснюється починаючи з 2018 року, однак, на відмінну від сторінки новин, рішення за даний час наявні, та доступні до перегляду.

На нашу думку, одним з недоліків, що наявні в даній сфері, є дублювання рішень і на першій сторінці сайту, що нагромаджує його інформацію.

Вкладка «Послуги», містить інформацію про їх вид, місцезнаходження, команду та контактну інформацію, що зручно для пересічних громадян. Окрім

того, наявне пересилання на соціальні мережі, в яких є можливість переглянути профільні новини чи задати запитання.

Формат інформації, що викладений по кожній послuzі, дуже схожий з форматом подання інформації на сторінці Порталу державних послуг «Дія», у зв'язку з чим є звичний для людей та простий у сприйнятті. Однак, вказана вище «Дія» також містить інфографіки, відео чи яскраві схеми-роз'яснення, що в даному випадку не використовуються, таким чином створюючи сторінки винятково в текстовому форматі. Такий зовнішній вигляд може бути негативно сприйнятий громадськістю та не популярний, а для старшого покоління тлумачення як використовувати ті чи інші послуги, як їх замовляти та отримувати взагалі є обов'язковим.

Ще однією активною сторінкою є – муніципалітет. Під даним терміном зазвичай розуміють - територіальну одиницю адміністративно-територіального устрою країни, яка має статус місцевого самоврядування. Муніципалітет є самостійною юридичною особою, яка здійснює владні повноваження на визначеній території. Завдання муніципалітетів включає забезпечення розвитку території, здійснення соціальних, економічних та культурних програм, управління місцевими послугами, планування та розвиток інфраструктури, а також забезпечення благополуччя та задоволення потреб мешканців на місцевому рівні.

Таким чином, чому в даній частині розміщені відомості відносно контактів та електронного звернення не зрозуміло. Є недоліком, що під такою складною назвою залишено можливість комунікації до місцевої влади, у зв'язку з чим, вважаємо доцільним замінити назву на «контакти» чи «засоби зв'язку», що є більш зрозумілим для громадськості та близьким.

Категорія «Ще», також надає додаткову інформацію для громадськості, що використовується рідше, однак може бути актуальною для окремих суб'єктів, таких як підприємці, бізнес, та включає в себе сервіси та розвиток.

Як було зазначено попередньо, залишення старої версії сайту може спричинити до плутанини, невизначеності, наявності не актуальної інформації, у зв'язку з чим звертаємо увагу на відсутність потреби у її збереженні.

Наступним соціальним джерелом, що на даний час, можна вважати, найактивніше використовується у комунікації між державними чи місцевими органами з громадянами є Facebook.

Facebook - найбільша соціальна мережа у світі, яка є унікальною платформою з великим набором інструментів для спілкування. Публікації користувача у формі тексту, зображень або всього разом можуть отримувати відгуки від інших користувачів у вигляді кнопки «Мені подобається» і можливості залишати коментарі. Також можна переслати повідомлення своїм контактам у Facebook, використовуючи опцію «Поділитися». Однією з популярних функцій, підтримуваних Facebook, є сторінки спільнот для спільних інтересів. Багато державних та муніципальних органів, чи їх керівників створюють для себе сторінку, і коли користувач натискає кнопку «Мені подобається», він позначає, що хоче отримувати оновлення кожного разу, коли на вказаній сторінці додається щось на Facebook [23, с. 323].

Враховуючи усю зазначену інформацію, звернемо увагу наскільки активно даними функціями користуються читачі сторінки Запорізької міської ради, та наскільки активно ведеться вказана сторінка.

Перше, що потрапляє одразу в очі, є наявність останньої публікації аж 26 квітня 2024 року (перегляд здійснювався 4 травня), що доволі значний строк для соціальної мережі, де інформація основний продукт яким утримують увагу читачів.

З позитивного, необхідно відмітити, що профіль сторінки яскраво оформлений, із використанням символіки та влучних фраз, що привертають увагу, за сторінкою слідкує 7,9 тис. осіб, однак жодного відзиву про сторінку не залишено, а інформація про неї дуже коротка та містить лише основні дані про назву, адресу і телефон.

Найбільша кількість відміток на публікаціях «Подобається» за останній час 11, а більшість з них не мають їх загалом або становлять 1-2, тобто читачі доволі пасивно ставляться до новин, що розміщуються на сторінці.

Також слід відмітити, що публікації створюються з яскравими фото, та підписами, однак без встановленої періодичності, в один день може бути 7-11 публікацій, в інший – жодної, що негативно впливає на алгоритми соціальної мережі. Окрім того, перенасичення сторінки інформацією щодня, також може зменшити зацікавленість читачів.

Звернемо особливу увагу на написання безпосередньо постів. Для прикладу, пости від 25.04.2024 щодо отримання компенсації особами, постраждалими від військової агресії росії. Новина складається з трьох абзаців, позитивним є залишення пересилання на відомості про програму «Відновлення», однак, на жаль, на цьому, всі хороші сторони посту закінчуються.

Текст беземоційний, написаний як доповідь на нараду чи звіт з питання, у випадку висвітлення новини у соціальній мережі, важливим є відклик, що отримує інформація у громадян, що її читають. Таким чином, до тексту є значні зауваження.

Окрім того, під усіма постами відсутні хештеги, що також є одним з сучасних правил побудови постів, із врахуванням можливості пошуку за ними.

Правилам написання новин для соціальних мереж, та порадам як писати краще буде присвячений наступний підрозділ.

Слід відмітити про ще один недолік ведення Фейсбук-сторінки, а саме перерепост новин із сайту міста. Формат написання інформації у соціальній мережі та на офіційному ресурсі міста відрізняється, оскільки вони мають різні цілі та методи їх досягнення. У випадку сайту, це обличчя муніципальної влади, офіційне джерело, що поруч з новинам розміщує і акти, розпорядження та іншу важливу інформацію. На противагу цьому соціальна мережа в першу чергу слугує для комунікації, популяризації влади та покращення настроїв на певній території, донесення інформації відбувається в легшій формі, акцент робиться на яскравість та збільшення залученості.

Враховуючи вказану основну мету як комунікація, слід відмітити, що коментарі громадян, які залишаються під постами, не можуть бути без відповіді, і ситуація з коментарем під постом від 26.04.2024 де коментар залишений тиждень тому без відклику, є недопустимою.

Незважаючи на ряд недоліків, загалом онлайн сторінка виглядає завершено, збалансованою, а наявність відео та окремо закріплених актуальних публікацій сприяє спрощенню розуміння інформації, що надається читачам, однак навіть такий зовнішній вигляд потребує детального доопрацювання змістовно. [42].

Слід відмітити, що останнім часом кожен активний громадський діяч зобов'язаний вести свою особисту сторінку у соціальних мережах, оскільки медійні особи залишаються медійними і в особистому житті та мають підтримувати даний статус.

Політики тепер присутні у соціальних мережах, таких як Twitter, Instagram, YouTube і Facebook. Деякі кандидати використовували сайти соціальних мереж для оголошення про свою кандидатуру. Тобто ведення персональної сторінки стає загальноприйнятою практикою [16, с. 529].

Щодо сторінки секретаря Запорізької міської ради, що на даний час є виконуючим обов'язки міського голови Запоріжжя та депутатом від партії «Слуга народу» слід відмітити наступне.

Вказана сторінка містить велику кількість власних публікацій, а не репост з інших ресурсів, що є звісно її позитивним надбанням, однак, багато з них майже дублюють чи перегукуються з публікаціями, що розміщені на офіційній сторінці міської ради. Слід вказати і на те, що майже відсутні персональні пости, що відображують життя чи інші інтереси особи, та вона має винятково робочий характер. Звісно, враховуючи рід занять людини, розміщення постів має цільове спрямування, однак, як свідчать твердження соціологів, надання інформації про власне життя сприяє більшій відкритості аудиторії та сприяє залучення її, а також збільшення.

Окремо слід відмітити, що дана сторінка на відмінну від міської ради містить 43 тисячі підписників, значна кількість з яких доволі активні, відмітки «Подобається» на публікаціях наявні у кількості від 150 до 500 і більше.

Також, позитивним кроком є зазначення у персональній інформації посилання на Інстаграм сторінку, що також показує відкритість до комунікації та можливість читачам спостерігати за особою у буденному житті [41].

Однак, ряд проблем з написанням текстів та їх розміщенням все ж таки залишається. Розміщені пости потребують корегування, а періодика їх розміщення чіткості та витримки, окрім того, знову звертаємо увагу на відсутність хештегів та використання інших можливостей платформи, таких як прямі трансляції, відео-звернення та інші.

Хоча, бажання повідомляти інформацію з різних ресурсів є зваженим та на часі, але проблемою залишається ведення даного каналу, оскільки новини розміщуються хаотично, а текст написаний без дотримання вимог, що будуть зазначені надалі.

Різноманітність соціальних мереж з яких жителі громади можуть отримувати новини, допомагає покращити взаємодію, збільшити довіру до влади та налагодити взаємозв'язок, однак їх використання потребує більшої системності та удосконалення.

3.2. Основні фактори оптимізації використання соціальних мереж Запорізької міської ради

На сьогодні соціальні мережі є потужним механізмом, здатним впливати на політичні, державні та соціальні процеси в суспільстві. Практично кожен діяч має акаунт у соціальних мережах, де він або його, зазвичай команда PR-спеціалістів, публікують різну інформацію новинного, іміджевого, агітаційного характеру, таким чином підтримуючи зв'язок з потенційним електоратом. Такою ж діяльністю займаються і органи державної та муніципальної влади, у зв'язку з

чим, в останні роки посада контент-менеджера чи прес-секретаря стала обов'язковою.

Проаналізувавши ведення Запорізькою міською радою сторінок у соціальних мережах, а також особистих сторінок її перших осіб, слід відмітити моменти, що потребують удосконалення, а також засоби, що у цьому допомагають.

Спочатку, розглянемо правила ведення сторінок у соціальних мережах таких як Телеграм та Facebook, які необхідно застосувати перед початком створення сторінки.

Спочатку, потрібно вивчити функціонал платформи, методи просування та налагодити ефективну роботу. Надалі, розробити оптимальний план контенту на місяць, враховуючи можливості та поставлені завдання. Навчитися аналізувати канал та вдосконалювати його розвиток. Застосовувати успішні кейси та приклади залучення.

Однак, в даному випадку усі сторінки вже розроблені, тому звернемо увагу саме на удосконаленні їх ведення.

Щодо ведення сторінки у Facebook, такими прийомами залучення аудиторії до діалогу може бути надсилання сповіщення користувачам про нові коментарі по електронній пошті, щоб вони могли слідкувати за розвитком розмов, навіть якщо вони не увійшли на сайт. Багато користувачів надають посилання на інші джерела інформації, такі як статті в онлайн-журналах або відео на YouTube, у своїх повідомленнях. Також, часто на привітання чи інші важливі інформаційні повідомлення ставиться відмітка із зазначенням усіх підписаних осіб на дану сторінку, таким чином їм приходять повідомлення з пропозицією переглянути вказану публікацію.

Слід зазначити, що Facebook є унікальною платформою з великим набором інструментів для спілкування між органом і його аудиторією. Одним з таких інструментів є проведення прямих трансляцій. Ця функція дає можливість прямого спілкування між транслятором і його глядачами в режимі реального часу, де представник органу може звертатися до своєї аудиторії за іменами і

відповідати на їх коментарі в прямому ефірі. Таким чином, можна отримати зворотній зв'язок та дізнатися про думки пересічних громадян. Окрім того, даний спосіб є новим, цікавим, та дуже рідко використовується на практиці, що може також збільшити його популярність. Використання прямих трансляцій з актуальних подій збільшить залученість осіб у їх проведення та допоможе почути їх думку.

Також, у Facebook є можливість налаштування розкладу публікацій для конкретних тем і подій. Наприклад, можна створити щотижневу публікацію, де буде розповідатися про «волонтера тижня» або заплановану сесію питань і відповідей з прихильниками. Ця функція дозволяє скласти план контенту на декілька місяців вперед і забути про щоденні публікації.

Необхідно пам'ятати, що короткі повідомлення не завжди дають необхідну глибину, щоб розповісти історію або пояснити складну ситуацію. Довгі пости можуть призвести до змістовних обговорень і допомогти людям зрозуміти складні питання. Для цього на Facebook можна використовувати нотатки, щоб писати більш довгі пости, форматовувати текст у заголовки, цитати або маркери, а також додавати фотографії з підписами.

Основною перевагою Facebook є функція, яка дозволяє переглядати показники ефективності сторінки, такі як охоплення і залучення, щоб дізнатися, які повідомлення знаходять відгук у аудиторії. Також можна дізнатися про ключові демографічні характеристики вашої аудиторії і таким чином оптимізувати стратегію публікацій, щоб охопити більше людей.

Заходи – це ще одна функція, що не знайшла своє використання під час ведення сторінки Запорізької міської ради, однак яка дозволяє повідомити осіб про заплановану подію, запросити зацікавлених жителів громади та надати найбільш актуальну інформацію про її проведення [31, с. 85].

На жаль, жодні із зазначених функцій не знайшли свого використання на сторінці Запорізької міської ради, однак їх запровадження може позитивно вплинути на залучення аудиторії.

Також, слід зазначити, про мову та стиль написання постів. Розвиток медіадискурсу ставить вимоги до відповідності новим умовам комунікації в інтернеті, зокрема, вміння створювати тексти з урахуванням мовних адаптацій на всіх рівнях мовної структури: від фонетико-графічних знаків до гіпертекстової структури. За оцінкою вчених специфічна концептуалізація світу породжує широкий спектр форм мовного впливу. А мова, опинившись у нових умовах комп'ютерно-мережевої опосередкованості, пристосовується до неї сама і пристосовує її до себе. Цей процес яскраво проявляється в мовній діяльності віртуальних комунікантів і вимагає уваги і вивчення.

Для прикладу, використання хештегів, що з'явилося лише з початком активного використання інтернету спричинило необхідність їх розуміння, виділення інформації під конкретне змістове наповнення та застосування із урахуванням сучасних тенденцій молоді.

Як було зазначено вище, коментарі під постами залишаються без відповіді, що є недопустимо. Важливо пам'ятати, що всі повідомлення в соціальних медіа та відповіді на них є публічними. Люди спостерігають, як ведеться комунікація – чи є вона адекватною, чи, навпаки, формальною і сухою.

Відповідати на коментарі слід, за винятком тих, що: містять нецензурну лексику чи ображають інших коментаторів, або загалом не містять конкретного запитання. Але не потрібно видаляти конструктивну критику, що покаже не лише діалог з особами, що підтримують позицію влади, а і покажуть що чують кожного.

Окремо слід відмітити правила додавання фотоматеріалів до постів з яких можна виділити наступні:

- Фотографії мають відповідати інформації, що зазначена у пості (новині);
- Фото мають бути чіткими, зрозумілими;
- Необхідне дотримання стандартних правил фотографії щодо рівного горизонту, переднього-заднього плану, визначення основного та другорядного;

– Під час використання ілюстрацій із загальнодоступних сайтів, краще використовувати із стокових ресурсів, що дозволяють таку публікацію, в такому випадку відсутній факт порушення права інтелектуальної власності.

Щодо Телеграм-каналу, то слід відмітити функції, які також можуть удосконалити його роботу, а саме: можливість створення телеграм-бота, який наприклад буде надавати відомості по певним категоріям питань в у випадку складнощів залучати людину, чи вказувати на певний алгоритм дій, дозвіл на реакції та коментарі в каналі, щоб мати змогу оцінювати реакцію аудиторії, використання хештегів як способів пошуку інформації по темам.

Телеграм-канал має ряд позитивних рис, що допомагають в освітлені питань перед громадою міста, а саме те, що канал немає обмежень на кількість учасників. Публікації можливі лише від власника/адміністратора каналу. Учасники спілкуються лише у коментарях, не перевантажуючи стрічку публікацій. Наявний високий рівень приватності. Є доступна статистика кожної публікації: кількість переглядів, пересилань тощо.

Таким чином, можливо не лише слідкувати за реакцією людей, а і при цьому дотримуватися графіку розміщення новин, розміщувати лише актуальне.

Однак, Телеграм-канал, що досліджувався мав заблоковані можливості щодо коментування та ставлення реакцій на пости, що зменшувало відклик на них аудиторії.

Також, у вказаному Телеграмі не було жодного закріпленого повідомлення, із важливою інформацією чи просто привітанням для нових учасників каналу.

Як зазначають спеціалісти, для оптимального ведення каналу, має бути 20% запозичених новин із пересиланнями, мінімум 1 пост в день, максимум – 7, однак вони мають розміщуватися щодня.

Розподіл контенту для дослідженого каналу міської ради може бути таким:

Приблизно 50% - корисна та оперативна інформація, включаючи запити підписників.

Приблизно 30% - історії, досвід та інші живі елементи контенту.

Приблизно 10% - розваги: конкурси, квести, загадки, інші інтерактивні формати, включаючи корисні тематичні активності.

Приблизно 10% - ситуативна інформація протягом дня.

Такий розподіл дозволить забезпечити різноманітність і цікавість контенту для аудиторії.

Різновидами інтерактиву з громадськістю можуть бути опитування, а рубрики і формати можуть мати різноманітні форми: від коротких новин до розгорнутих думок експерта та дайджестів новин, анонсів та оголошень. Тож для збереження зацікавленості аудиторії необхідно використовувати кожен з даних видів.

Незважаючи на всі попередні методи, зацікавленість аудиторії все ж таки може знизатися. Існує декілька простих правил, щоб такого не трапилося, а саме:

- Підтримувати систематичність в публікаціях, уникаючи спаму.
- Не вказувати у кожному повідомленні на зовнішні ресурси без конкретики.
- Утримуватися від зловживання репостами, важкими відео, стоковими фотографіями та емодзі.
- Публікувати фотографії і текст у одному повідомленні. Скорочувати посилання або приховувати їх за допомогою смислових гіперпосилань.
- Наголошувати на важливих моментах, використовувати вбудований редактор для виділення шрифтом.
- Налаштовувати сповіщення лише для найважливіших повідомлень, для інших використовувати беззвучний режим.

Ці принципи допоможуть забезпечити якісне і цікаве ведення каналу, залучаючи аудиторію та уникаючи непотрібних надмірностей.

Отже, протягом останнього часу, Телеграм став ключовою платформою для новин в Україні, а з початком війни, Телеграм канали розпочали активно та у найкоротші строки повідомляти актуальні відомості та попереджувати про наростаючу небезпеку. Важливість цієї соціальної мережі полягає в її здатності швидко розповсюджувати інформацію. Тому розвиток даної соціальної мережі

також сприятиме розвитку сучасного іміджу органу муніципальної влади та залученню молоді в життя громади. Створення персональних стікерів, емоджі, закріплення інформаційних повідомлень та використання інших додаткових функцій, осучаснять орган місцевого самоврядування в очах спільноти та допоможуть йти в ногу із часом [7, с. 136].

На даний час органи влади розширили свою присутність в Інтернеті, щоб залучити більше підтримки та відстежувати настрої суспільства. Наявність офіційної сторінки органу в Інтернеті стає необхідним елементом для підтримки та формування позитивного іміджу, а вміння її вести допомагає у зміцненні комунікації.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, відзначаємо, що у системі комунікації державних структур з громадянами можна назвати як універсальні, так і галузеві, методи та засоби, які актуальні як завжди і всюди, так і лише в окремих сферах застосування.

Щодо принципів побудови комунікації у соціальних мережах, які отримали закріплення в нормах права це відкритість, прозорість, недискримінація, рівність.

Серед тих, що не отримали правового закріплення, але виділяються вченими правниками та соціологами: чесність, забезпечення діалогу, соціальне партнерство, недопущення зловживанням правом, тощо.

З метою отримання довіри та підвищення іміджу держорганів при роботі та її освітленні в соціальних мережах фахівці та керівники мають дотримуватися наступних правил.

Завжди чітко знати відповіді на найбільш поширені запитання користувачів - мати список відповідей на часто запитувані питання.

Розробити алгоритм реагування на коментарі користувачів за різними типами запитань: з позитивними, нейтральними та негативними відгуками.

Створити скрипти відповідей на повідомлення, що дозволять частково автоматизувати процес та створити формат діалогу (автоматичні повідомлення про прийняття повідомлення, хід його опрацювання, тощо).

Оперативно відслідковувати відгуки, що потребують відповіді, та реагувати на них.

Можна спрогнозувати наступні варіанти офіційного реагування на негативні коментарі та дезінформацію: надається офіційне спростування інформації від представника прес-служби та публікується на офіційному джерелі (на сайті та в Інтернет-ЗМІ).

Офіційна відповідь публікується на офіційних площадках у всіх соціальних мережах та блогах.

Посилання на офіційну відповідь поширюються в коментарях до негативних публікацій. У випадку великої кількості коментарів, посилання можна надіслати автору особисто.

Іноді виникають ситуації, коли реагування лише провокує негативні дискусії (у цьому випадку рішення завжди приймається з урахуванням складеної ситуації).

Зазначимо такі етапи офіційного реагування на повідомлення та коментарі користувачів у соціальних мережах.

Діагностика питання або претензії користувача (за необхідності).

Підготовка відповіді користувачу, узгодження з керівником та її публікація.

За необхідності фахівці ініціюють розслідування претензій (або пошук відповіді на запитання) та готують відповіді на основі отриманих результатів.

Говорячи про сторінки державних органів у соціальних мережах, рекомендується відмовитися від анонімності акаунту - на платформі мають бути представлені конкретні особистості державного органу.

Незважаючи на те, що соціальні мережі мають величезний потенціал підвищення ефективності комунікації державних установ з населенням, присутні наступні ризики:

- іміджеві, пов'язані з помилками, які можуть допустити співробітники, що ведуть акаунти, з некоректними відповідями на запитання користувачів;

- політичні, пов'язані з можливим порушенням чинного законодавства та стандартів, пов'язаних з державною службою;

- можливе отримання доступу до акаунтів третіх осіб, що може призвести до розміщення неправомірної або небажаної інформації.

Отже, використання соціальних мереж сприяє збільшенню доступності та швидкості обміну інформацією між державними структурами та громадянами. Вони дозволяють державним органам оперативно реагувати на питання

громадян, надавати актуальну інформацію та залучати громадськість до участі у процесах прийняття рішень.

Однак слід відмітити, що використання соціальних мереж у комунікації з громадянами також стикається з рядом викликів та обмежень. Серед них можна виділити необхідність ефективного управління великим обсягом інформації, контроль за достовірністю та конфіденційністю даних, а також необхідність адаптації до швидко змінних тенденцій у використанні соціальних мереж.

Незважаючи на вищезазначені виклики, використання соціальних мереж у комунікації з громадянами має великий потенціал для подальшого розвитку. Запровадження нових технологій та методів аналізу даних може допомогти збільшити ефективність взаємодії державних структур із громадянами та підвищити рівень задоволеності від наданих послуг.

Аналіз діяльності Запорізької міської ради у соціальних мережах демонструє нам досить високий рівень її залучення у інтернет простір, який носить регулярний та систематичний характер. Наявні як загальні ресурси (ресурси органів, департаментів, комунальних підприємств, тощо), так і особисті сторінки посадовців, що також слугують робочим цілям як канали зв'язку, збору інформації, фітбеку у більш особистому (неформальному) форматі.

Окремо слід зауважити на стрімкому розвитку каналу секретаря Ради у соціальній мережі Telegram, що стрімко завоював домінуюче положення в сфері інтернет медіа контенту.

В свою чергу, існують й певні недоліки, так зокрема Рада на своїй Фейсбук-сторінці перевищує доцільну кількість постів, віддаючи перевагу «лонг-рідам», що не користуються високою популярністю та мають низьке залучення та як слід знижують зацікавленість та змістовність каналу, як джерела доведення офіційної інформації.

Також, в Telegram-каналі є істотні недоліки редакційної політики, оскільки він не користується закріпленими повідомленнями, що містили б інформацію по найпоширенішим запитанням, каналам комунікації та зв'язку.

Доцільним було б провести роботи по підвищенню унікальності каналу за допомогою формування «емоджі» із офіційною символікою (прапор, герб, печатка, тощо), стікер-паків із місцевими діячами, знаменитостями, знаковими для жителів місця місцями та/чи подіями.

Окремо, слід відмітити можливість використання такого ресурсу як YouTube, з метою створення відео-контенту та залучення молоді.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України від 28 червня 1996 року (редакція станом на 30.09.2016). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 16.03.2024).
2. Про звернення громадян: Закон України № 393/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 16.03.2024).
3. Про Порядок розгляду електронної петиції, адресованої Президентові України: Указ Президента України № 523/2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/523/2015#Text> (дата звернення: 16.03.2024).
4. Про затвердження Порядку розгляду електронної петиції, адресованої Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету Міністрів України № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/457-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення: 16.03.2024).
5. Загальна декларація прав людини від 10.12.1948. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення: 16.03.2024).
6. Бабич О. М. Повертаючись до питання значення комунікації держави та громадянина. *Держава і право*, 2018. Вип. 31. С. 21-28.
7. Балабанова К. Є., Вакарев Є. С. Використання соціальних мереж у професійній діяльності викладача ВНЗ. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: педагогіка Том 3, 2013. С. 134-139.
8. Баронін Д. Соціальна держава. *Jurnalul juridic national: teorie și practică* 8.4, 2018. С. 36-41.
9. Булаков О. Н. Законотворчість: теорія питання. *Прогалини в законодавстві. Юридичний журнал*, 2016. №. 1. С. 17-20.
10. Булаков О. Н. Приватно-державне партнерство *Освіта і право*, 2019. №. 11. С. 33-35.
11. Булкат М. С. Конституційні цінності характеристика поняття. *Часопис цивільного і кримінального судочинства*. Том 5, 2019. С. 106-113.

12. Гайко О. С. Забезпечення комунікації органів публічної влади. *Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна. Серія «Питання політології»*, 2017. Т. 30. С. 104-108.
13. Голосніченко Д. І. Етика взаємодії державних службовців. *Вісник НТУУ «КПІ» Політологія. Соціологія. Право. Том 2 (14)*, 2018. С. 80-85.
14. Гриценко І. С., Погорецький. М. А. Судова влада та суспільство. *Право і суспільство. Том. 2*, 2020. С. 23-27.
15. Грובהва В. П. Органи місцевого самоврядування як інституціональна основа системи місцевого самоврядування. *ФП 2017*, 2017. С. 139-144.
16. Дегтярьова М. О. Мова українських блогерів у соціальній мережі фейсбук. *In The 6th International scientific and practical conference «Science, innovations and education: problems and prospects»(January 13-15, 2022) CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. 2022. 705 p. P. 529.*
17. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.
18. Жданюк В. Держава та державний суверенітет. *Українське державотворення: історичний аспект*, 2021. С. 98-103.
19. Журавель Я. В. Концепт допустимості обмеження права в надзвичайних умовах. *Юридичний бюлетень*, 2019. С. 281-286.
20. Загальна теорія права: навч. посіб. / За заг. ред. М.І. Козюбри. К.:Ваіте, 2017. 392 с.
21. Зацерковний В. І., Тішаєв І. В., Демидов В. К. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с
22. Зеленько Г. Система державного управління в Україні: траєкторія змін 2014-2015 рр.. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. ІФ Кураса НАН України*, 2019. № 5-6. С. 4-34.
23. Іващенко С. Р. Роль соціальних мереж (Facebook) у комунікаційному процесі сфери громадського здоров'я. *Україна. Здоров'я нації*. Том 3, 2017. С. 323-324

24. Копиленко О. Л., Богачова О. В. Питання вдосконалення конституційного контролю. *Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 2021. № 1. С. 5-14.
25. Кочеткова Л. Н. Теорія соціальної держави Лоренца фон Штейна. *Філософія і суспільство*, 2018. № 3. С. 69-79.
26. Крашениників П. В. Теорія держави та права: підручник / П. В. Крашениників. Х.: Статут, 2017. 161 с.
27. Крижус І. К. Організація державної влади теоретичний аспект. *Правові проблеми становлення державності*, 2019. С. 31-33.
28. Лаговський В. М. Принцип розподілу влади та його вплив на систему стримувань і противаг. *Прикарпатський юридичний вісник*. Том 1. 2019, С. 7-11.
29. Матвійчук В. К., Стецюра В. В. Сучасні концепції цифровізації. *Юридична наука*, 2013. №.6. С. 7-11.
30. Медушевський А. Н. Ідея розподілу влади: історія і сучасність. *Соціологічний журнал*, 2020. № 1. С. 53-69.
31. Мізін А. М. Удосконалення маркетингових комунікацій вищого навчального закладу в соціальних мережах: дипломна магістерська робота за спеціальністю 075 «Маркетинг» / А.М. Мізін. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 125 с.
32. Наум М. Ю. Правова політика в контексті верховенства права / М. Ю. Наум. *Правова політика Української держави: матер. міжнародної наук.-практ. конф., присвяченої 70-річчю Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника*. Т. 1. Івано-Франківськ, 2019. С. 77–80.
33. Офіційний сайт Запорізької міської ради. URL: <https://zr.gov.ua/> (дата звернення: 05.05.2024).
34. Панков В. А. Роль взаємодії в сучасному державному управлінні. *Питання студентської науки*, 2020. №. 10 (50). С. 90-95.
35. Петришин О. В. Основні напрями формування і розвитку правової держави / О. В. Петришин. *Правова політика України: концептуальні засади та механізми формування: зб. матер. наук.-практ. Конф*, 2018. С. 28–31.

36. Пискунова Є. А. Поняття публічного комунікаційного процесу. *Journal of Education and Psychology*, 2013. №. 9 (29). С. 63.
37. Погорелова З.О. Управлінський процес в Україні: проблеми теорії і практики. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук за спеціальністю 12.00.01. «Теорія та історія держави і права». – Національна юридична академія України імені Ярослава Мудрого. Харків 2004 р. 20 с.
38. Приймак Л. Система “стримувань і противаг” у взаємовідносинах між виконавчою та законодавчою гілками влади як механізм консолідації політичного режиму. *Вісн. Львів. ун-ту. Серія: Філософсько-політо-логічні студії*, 2017. С. 122-129.
39. Слінько С. В. Проблеми відбудови Української держави. *Право і безпека*. Том № 2 (44), 2018. С. 12-15.
40. Тенілова Т. Л. Звернення громадян правозастосовна практика. *Юридична техніка*, 2018. №. 2. С. 40-43.
41. Фейсбук-сторінка в.о. міського голови Запорізької міської ради. URL: <https://www.facebook.com/anatoliikurtiev/> (дата звернення: 05.05.2024).
42. Фейсбук-сторінка Запорізької міської ради. URL: <https://www.facebook.com/zporgrada/> (дата звернення: 05.05.2024).
43. Фомічева О. А. Роль суспільства в управлінні державою. *Інтерактивна наука*, 2017. №. 12. С. 247-249.
44. Фомічева О. А. Особливості участі в сучасному публічно-управлінському процесі. *Juridical Journal*, 2020. Т. 131. №. 3. С. 23-24.
45. Самойчук К. Електронний навчальний посібник - загальна методологія наукової творчості. *Навчальні матеріали ТДАТУ*. URL: https://elib.tsatu.edu.ua/dep/mtf/ophv_10/index.html (дата звернення: 22.03.2024).

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Реус Катерина Олегівна, студентка 4 курсу, форма навчання заочна, факультет соціології та управління, спеціальність «публічне управління та адміністрування» освітньо-професійна програма «публічне управління та адміністрування», адреса електронної пошти katherinakndrkv@gmail.com,

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Роль соціальних мереж у комунікації органів державної влади з громадськістю» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) Реус К.О.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (науковий керівник) Заїка О.В.