

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ВЛАДИ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

*О. І. Сердюк,
к. е. н., доцент, професор кафедри
публічного управління та адміністрування
А. С. Чорна,
здобувачка вищої освіти СВО «Магістр» спеціальності
«Публічне управління та адміністрування»
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

В теорії публічного управління взаємодію розглядають як «особливий тип відносин між об'єктами публічного управління, при якому кожен із об'єктів публічного управління впливає на інші об'єкти, спонукаючи їх до зміни» [1, с. 21-22]. Він водночас завдає впливу з боку кожного із цих об'єктів, у результаті чого відбувається зміна його стану. Реалізація прав і свобод являються головними ознаками взаємодії влади і громадськості. Вони зафіксовані в Конституції України [2]. Взаємодія органів влади з громадськістю реалізовується через різні інструменти.

Об'єктивної та необхідної інформації, навіть в часи інформаційного суспільства завжди бракує. Тому з метою активізації суспільства у прийнятті важливих рішень для розвитку держави в цілому, досить важливими є зворотній зв'язок та реакція громадськості на ситуацію в країні. Потужним інструментом реалізації різноманітних ідей являються соціальні мережі (Facebook, Twitter, Telegram).

Під впливом інновацій у сфері інформаційно-комунікаційних технологій світ розвивається дуже стрімко. Попит на їх потенціал являється одним з шляхів формування позитивного іміджу органів державної влади. Facebook, Twitter отримали назву «цифрова дипломатія». Проте, в експертних колах і ЗМІ трапляються й інші визначення: «твіттер-дипломатія», «електронна дипломатія», «онлайн-дипломатія» [6].

Згідно результатів досліджень GlobalLogic, в Україні кількість користувачів соціальних мереж за останній рік зросла на 16,6 відсоткових пункти

(2021 р. – 60 % населення, липень 2022 р. – 76,6 %) [7]. Найпопулярнішим для цього виявився Telegram – його обирало 66 % користувачів, друге місце за інформативністю зайняв YouTube (61 %), третє Facebook (58 %) [7].

На сьогодні в YouTube зареєстровано понад 28 млн українських користувачів, в Instagram – понад 16,1 млн, у Facebook – 15,45 млн. TikTok має більше ніж 10,55 млн українських користувачів. Помітно менше користувачів має соціальна мережа для пошуку роботи LinkedIn. На початку 2022 р. акаунти у цій мережі мали близько 3,6 млн українців [7].

З метою формування належної державної політики використання соціальних мереж як сучасний інструмент електронної взаємодії органів державної влади та громадськості, є вкрай необхідним. Використання соціальних мереж сприяє ефективному управлінню державами, містами та громадами, комунікації влади з громадськістю.

Навіть за часи інформаційного суспільства, об'єктивної та необхідної інформації завжди бракує. Тому з метою активізації суспільства у прийнятті важливих рішень для розвитку держави в цілому, досить важливими є зворотній зв'язок та реакція громадськості на ситуацію в країні.

Соціальні мережі дедалі більше стають певною мірою інформаційним відбитком громадянської активності. Цей канал комунікації використовується для поширення ідей, об'єднання однодумців у спільноти (як віртуальні, так і реальні), організації заходів, координації зусиль. Практично всі суспільно значущі процеси, події, явища у соціальних мережах залишають певний інформаційний відбиток [2].

Яскравим прикладом значущості соціальних мереж для суспільно-політичного життя являються події в Україні. Вони засвідчили вплив інтернет-сервісів на вирішення питань державного рівня. Повномасштабне вторгнення призвело до того, що уже більшість українців соціальні мережі використовують як джерело інформації. Активними користувачами соціальних мереж є більшість українських державних діячів. Серед тих, хто представлений персональною сторінкою у соціальних мережах з метою тіснішої співпраці з населенням,

громадськими організаціями та медіа – перші особи держави. Так, свої сторінки мають президент, прем'єр-міністр, міністри та їхні заступники, керівники державних відомств і установ, інші урядовці, народні депутати [5].

Сьогодні соціальні мережі не лише набули величезного поширення, а й перетворилися на дієвий інструмент комунікації, стали майданчиком для широкої дискусії й обміну інформацією. Вони віддзеркалюють не лише суспільні настрої, а певною мірою стимулюють їх. При цьому вони привертають увагу аудиторії до актуальних та резонансних подій, виявляючи «оголені нерви суспільства», нарощуючи протестний потенціал, підвищуючи рівень громадянської активності [5].

Отже, ураховуючи потенціал та можливості у сфері єдиного інформаційного простору, Україна має високі шанси бути повноцінним її учасником. Діяльність державної влади у соціальних мережах повинна бути виваженою, продуманою та ефективною. Надання інформаційних послуг має примножуватись, вони повинні бути доступними кожному громадянину країни. Лише за таких умов їх ефективне використання сприятиме удосконаленню різних напрямів діяльності, починаючи з надання доступу до інформації, маркетингу влади, наданням адміністративних послуг.

Список використаних джерел

1. Гарматій О. В. Соціальні мережі в системі державних комунікацій. *Наукові записки*, 2016. № 1 (52). URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/31.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
2. Жила Н. Найпопулярніші соцмережі в Україні під час війни – дослідження Global Logic. URL: <https://mezha.media/2022/08/06/nauropuliarnishi-sotsmerezhi-v-ukraini-pid-chas-viyny-doslidzhennia-global-logic/> (дата звернення: 23.10.2022).
3. Іванов В. Ф., Совенко О. В., Волошенюк О. В. Імідж та відкритість нової влади до діалогу: результати експертного опитування щодо комунікаційної взаємодії влади з населенням у перший місяць правління, 2014р.). URL: www.aup.com.ua/uploads/Image_August_2014.pdf (дата звернення: 23.10.2022).
4. Конституція України. Прийнята Верховною Радою України від 28.06.1996. *Відомості Верховної Ради України*, 96 с.
5. Публічне управління: термінол. слов. За заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білинської, О. М. Петрос. Київ: НАДУ, 2018. 224 с.