



УДК 351

DOI <https://doi.org/10.32782/2305-9389/2024.30.37>

## ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В КОМУНІКАЦІЙНІЙ СТРАТЕГІЇ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

**Бондар Ганна,**

кандидат політичних наук, доцент,

кафедри місцевого самоврядування та регіонального розвитку

Навчально-наукового інституту

Чорноморського національного університету імені Петра Могили

ORCID ID: 0000-0003-4112-263X

Статтю присвячено аналізу особливостей та перспектив використання соціальних мереж у комунікаційній стратегії у публічному управлінні для ефективної взаємодії з громадськістю через їхню здатність сприяти демократії, забезпечуючи більшу участь громадян у суспільно-політичному житті країни, надаючи інформацію про дії влади та більше можливостей для взаємодії під час прийняття політичних рішень, що сприяє легітимності влади. Висвітлено особливості законодавчого забезпечення, судових рішень та практики використання облікових записів посадовими особами та державними службовцями США в соціальних мережах, що класифікуються як публічні форуми для взаємодії з громадянами. Результати дослідження доводять, що хоча платформи соціальних медіа можуть бути корисними для державних службовців і посадових осіб під час їхньої взаємодії, комунікації з громадянами, проте вони не є автоматичними механізмами участі громадськості в управлінні, незважаючи на це, потреба в них зростає. Обговорення та пряма взаємодія між громадянами та державними службовцями можуть посилити легітимність прийняття управлінських рішень і створити стабільні умови розвитку соціуму, сприяти соціальному діалогу, убезпечити суспільство та державу від політичних, економічних, соціальних криз. Це все здатне сприяти підтримці влади громадськістю, впевненості в адекватності і справедливості політичних рішень. Установлено, що органам влади всіх рівнів в Україні необхідно змінити організаційну культуру, правила, політику та процедури, тоді може зникнути проблема щодо легітимності влади. Упровадження інструментів соціальних мереж без зміни організаційної культури в органах державної влади та місцевого самоврядування, процедур чи правил недостатньо для взаємодії з громадськістю у публічній сфері чи подолання проблеми легітимності влади, інакше посадові особи та держслужбовці ризикують підвищити очікування громадськості та не виправдати їх, що може призвести до суспільної недовіри до влади.

**Ключові слова:** соціальні мережі, публічна інформація, легітимність, облікові записи.

### **Bondar Hanna. Use of social media in communication strategy in public management for effective interaction with the public: features and recommendations**

The article is dedicated to the analysis of the features and prospects of using social networks in the communication strategy in public administration for effective interaction with the public through their ability to promote democracy, ensuring greater participation of citizens in the socio-political life of the country, providing information about the actions of the authorities and more opportunities for interaction during the adoption of political decisions, which contributes to the legitimacy of power. Also highlighted are the features of legislative support, court decisions, and the practice of using accounts by officials and civil servants in the USA in social networks, which are classified as public forums for interaction with citizens. The results of the study prove that although social media platforms can be useful for civil servants and officials during their interaction, communication with citizens, however, they are not automatic mechanisms for public participation in governance, despite this the need for them is growing. Discussion and direct interaction between citizens and civil servants can strengthen the legitimacy of management decisions and, create stable conditions for the development of society, promote social dialogue, protect society and the state from political, economic, social crises. All this is capable of contributing to the support of power by the public, confidence in the adequacy and fairness of political decisions. It has been established that the authorities at all levels in Ukraine need to change the organizational culture, rules, policy, and procedures, then the problem of the legitimacy of power may disappear. The introduction of social network tools without changing the organizational culture in the bodies of state power and local self-government, procedures or rules – is not enough for interaction with the public in the public sphere or overcoming the problem of the legitimacy of power. Otherwise, officials and civil servants risk raising public expectations and not justifying them, which can lead to public distrust of power.

**Key words:** social networks, public information, legitimacy, accounts.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Присутність влади у соціальних мережах є результатом комунікаційної стратегії, а їхня зростаюча привабливість змінила практику взаємодії з громадськістю. Відповідно, представники влади ретельніше коригують свої комунікаційні стратегії та включають соціальні медіа у свої комунікаційні плани. Соціальні мережі – це недорогий і швидкий двосторонній канал комунікації влади з громадськістю, який допомагає усувати багато бар'єрів у цій взаємодії. Така комунікація з громадянами може бути постійною, відкритою та цілеспрямованою.



**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Авторкою статті були проаналізовані положення українського законодавства, які можуть сприяти використанню засобів соціальних мереж для ефективної двосторонньої комунікації влади з громадськістю в добу цифровізації. Також було проаналізовано звіт від The Economist щодо особливостей використання різних соціальних мереж посадовими особами, політиками для спілкування з внутрішньою та зовнішньою громадськістю в добу нових цифрових технологій та зростаючого впливу соціальних медіа. Розкрито ключові положення, які є дуже важливими для України, зі звіту від Reuters institute, що стосувався розкриття особливостей поширення і блокування (алгоритмами) цифрових новин у світі засобами соціальних мереж за 2023 р. Окрему увагу у ньому було приділено впливу надзвичайних подій, таких як війна в Україні, на вибір цифрового та платформного медіасередовища у світі. Згадано виклики організаційного та фінансового характеру щодо використання посадовцями платформ соціальних мереж від американської науковиці Нокс Клер Конноллі. Досліджено особливості застосування судової практики і законодавства США щодо використання облікових записів, блокування підписників, видалення коментарів виборців посадовими особами та державними службовцями в соціальних мережах, що класифікуються як публічні форуми для взаємодії з громадянами. Наведено практику захисту інтересів, прав і свобод громадян США від Інституту першої поправки Найта при Колумбійському університеті, який, зокрема, виступав позивачем в апеляційному суді і виграв справу проти колишнього президента Д. Трампа щодо неправомірності його дій у соцмережі. Розглянуто приклади використання державних коштів українськими посадовцями для створення і поширення політичної реклами у соцмережах через використання системи Prozorro від філії міжнародної аналітичної установи в Україні Transparency international Ukraine. Також у роботі було використано дані українського аналітичного порталу «Слово і діло» щодо популярності та застережень у використанні соцмереж.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Під час дослідження авторкою були визначені такі завдання:

- проаналізувати особливості, переваги та недоліки використання соціальних мереж як складової частини комунікаційної стратегії органів влади для ефективної взаємодії з громадськістю в добу цифрових технологій;
- проаналізувати особливості поширення і блокування (алгоритмами) цифрових новин (зокрема, щодо війни в Україні) у світі засобами соціальних мереж;
- розкрити особливості застосування судової практики і законодавства США щодо використання облікових записів, блокування підписників, видалення коментарів виборців посадовими особами та державними службовцями в соціальних мережах у США з можливістю застосування позитивних практик у цій сфері в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поява блогів, подкастів та соціальних мереж надає представникам влади засоби для безпосереднього спілкування зі своєю громадськістю. Соціальні медіа – це засоби масової інформації, які мають значні перспективи для органів влади через їхню здатність сприяти демократії, забезпечуючи більшу участь громадян у суспільно-політичному житті країни, надаючи інформацію про дії влади та більше можливостей для взаємодії. Це все досягається за рахунок двостороннього обміну інформацією між владою і громадськістю за допомогою соціальних мереж.

Відповідно до ст. 15 Закону України «Про доступ до публічної інформації» від 13 січня 2011 р., «розпорядники інформації можуть оприлюднювати публічну інформацію на своєму офіційному вебсайті, у власних офіційних друкованих виданнях та/або у медіа на підставі договорів про висвітлення діяльності, укладених із суб'єктами у сфері медіа» [1].

Ст. 5 Закону визначає особливості забезпечення доступу до інформації, зокрема «доступ до інформації забезпечується шляхом систематичного та оперативного оприлюднення інформації: в офіційних друкованих виданнях; на офіційних вебсайтах у мережі Інтернет; на єдиному державному вебпорталі відкритих даних; на інформаційних стендах; будь-яким іншим способом» [1]. У цьому Законі йдеться про те, що доступ до інформації «забезпечується шляхом систематичного та оперативного оприлюднення інформації ... будь-яким іншим способом» [1] і може включати використання соціальних мереж представниками влади для взаємодії з громадськістю.

Українське аналітичне видання «Слово і діло» наводить дані з дослідження цифрової консалтингової фірми Kerios про те, що «майже 5 мільярдів людей, або 60,6% світового населення, активно користуються соціальними мережами. Середньостатистичний користувач має облікові записи на семи платформах і проводить там у середньому 2 години 26 хвилин на день. Кожен дорослий користувач соцмереж є до того ж виборцем, тому, прагнучи забезпечити з населенням прямий зв'язок, більшість політиків має акаунти як мінімум у Facebook та Twitter, а більш демократичні – в Instagram (або навіть у TikTok)» [2] (рис. 1).



Рис. 1. Кількість підписників у соцмережах у світових політичних лідерів [2]

Із наведених даних від «Слова і діла» найбільше підписників у прем'єр-міністра Індії Нарендра Моді: «91 млн фоловерів у Twitter: за даними World of Statistics, акаунт Моді знаходиться на восьмому місці за цим показником серед таких популярних фігур, як Ілон Маск і Барак Обама. У нього є 77,5 млн підписників у Instagram, 48 млн – у Facebook. У Джо Байдена є 2 акаунти у Facebook, Twitter та Instagram – президентський та політичний. На президента Америки у Facebook підписано по 11 млн осіб, у Twitter – 32 млн та 37,3 млн. У Instagram у Байдена – 19,6 млн та 17,4 млн підписників» [2].

«У президента України Володимира Зеленського з усіх соціальних мереж найбільша аудиторія також у Instagram – 16,9 млн підписників, 7,3 млн користувачів у Twitter та 3,2 млн у Facebook, у Viber та Telegram – 1,6 млн і 0,9 млн підписників. Прем'єр-міністр Канади Джастін Трюдо має у Facebook – 8,6 млн підписників, 6,4 млн – у Twitter і 4,1 млн у Instagram. Президент Франції Еммануель Макрон має 9,4 млн прихильників у Twitter, 4,7 млн – у Facebook, 3,2 млн – у Instagram. На Джорджію Мелоні у Facebook підписано 2,8 млн осіб. Ріші Сунака у Twitter та Instagram – 2 млн і 1,9 млн користувачів, у Facebook – 0,5 млн користувачів. Олаф Шольц має два акаунти в Instagram з 1,9 млн і 0,2 млн підписників, у Twitter у нього 0,8 млн підписників, у Facebook – 0,1 млн підписників» [2].

За даними The Economist, станом на січень 2024 р. Facebook охоплює світову аудиторію чисельністю 3 млрд людей – близько 60% усіх користувачів Інтернету (рис. 2).

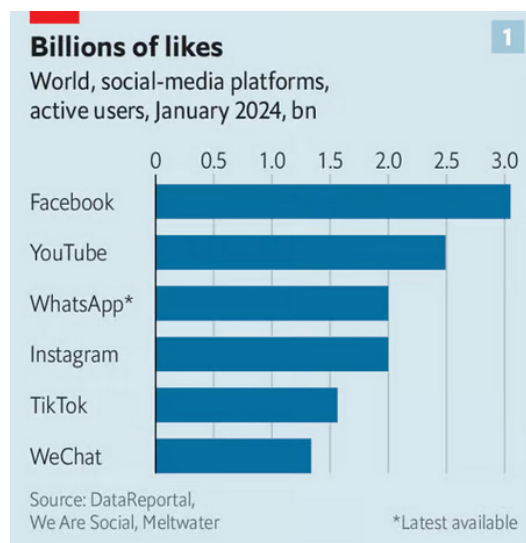


IMAGE: THE ECONOMIST

Рис. 2. Дані The Economist щодо чисельності користувачів соцмереж станом на січень 2024 р. [3]



У річному звіті Reuters від 14 червня 2023 р. проаналізовано особливості поширення новин за допомогою цифрових засобів у соціальних медіа у Великій Британії, США, Німеччині, Франції, Іспанії, Італії, Данії, Фінляндії, Японії, Австралії, Бразилії та Ірландії [4]. Зокрема, досліджується вплив надзвичайних подій – війни в Україні та пандемії коронавірусу – на вибір цифрового та платформного медіасередовища у світі. Згідно з даними Reuters, Facebook почав застосовувати алгоритми з обмеженнями на показ новин у стрічці користувачів, у Twitter користувачі цікавляться серйозними новинами у сфері політики та бізнесу. Користувачі TikTok, Instagram та Facebook більше приділяють увагу веселим постам (або сатирі), які стосуються новин. Також Reuters зафіксував «амбівалентність і, можливо, втому від війни в Україні в усіх мережах. Незважаючи на важливість цієї теми, спостерігається зниження уваги до неї, якщо порівнювати з іншими новинами, національною політикою чи навіть новинами про бізнес та економіку. Не зрозуміло, чи пов'язано це з падінням інтересу до війни в Україні чи алгоритмічними упередженнями або з їх поєднанням» [4] (рис. 3).

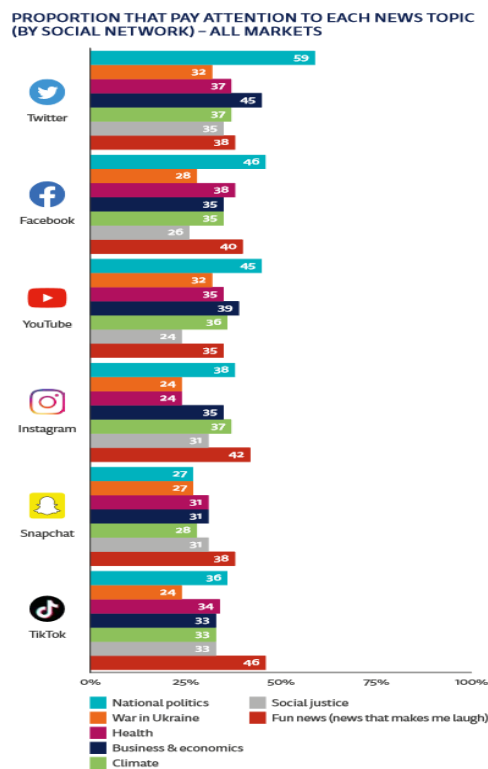


Рис. 3. Ключові теми, яким приділяється увага користувачів у соціальних медіа (2023 р.) [4]

Reuters зазначає, що опитані користувачі були не задоволені алгоритмічним вибором від соцмереж запропонованого їм контенту. «65% молодших користувачів (віком до 35 років) і 55% старших (35+) намагалися вплинути на вибір історій, підписуючись або скасовуючи підписку, вимикаючи звук, блокуючи або змінюючи інші налаштування. Для більшості людей – незалежно від віку та країни – ключова мета полягає не в тому, щоб зробити стрічку веселішою чи цікавішою, а в тому, щоб зробити її надійнішою, менш токсичною та з більшим різноманіттям поглядів» [4].

Варто висловити застереження щодо використання популярного додатку TikTok. TikTok із понад мільярдом користувачів було розроблено китайською приватною компанією ByteDance, і його заборонили в деяких країнах світу через підозри у зборі/передачі особистих даних громадян, у шпигунстві на користь Китаю, а також у поширенні прокитайських нарративів і дезінформації. У Бельгії (через пів року рішення переглядатимуть), Великій Британії, Естонії, Канаді, Нідерландах, Норвегії, Тайвані, Франції, Чехії, Новій Зеландії (пристрої з доступом до мережі парламенту), Німеччині (деякі державні установи) заборонено встановлювати додаток на службові пристрої чиновників. В Індії TikTok заблоковано за «участь у діях, які завдають шкоди суверенітету та цілісності країни, обороні та громадському порядку» [5]. Військовим заборонили встановлювати TikTok у Данії і Швеції. Заборону на використання TikTok запроваджено для чиновників Європарламенту, Єврокомісії та Ради ЄС. У США заборонено завантажувати TikTok на службові пристрої державних службовців та військових (рис. 4).



Рис. 4. Країни, де заборонено або обмежено використання TikTok [5]

«Президент США Джо Байден 13 березня 2024 року підписав законопроект, спрямований на примусову зміну власника додатку для обміну відео TikTok. Сенат Сполучених Штатів ухвалив відповідну ініціативу. Закон передбачає заборону застосування на території США, якщо за рік він усе ще належатиме китайській компанії ByteDance Group. Згідно із законопроектом, ByteDance має дев'ять місяців, щоб продати платформу. Ініціатори пояснюють рішення міркуваннями безпеки та побоюваннями, що завдяки TikTok Китай отримує доступ до даних американців» [6]. В Україні були зареєстровані петиції до президента з проханням заблокувати додаток, одна з яких аргументує можливу заборону поширенням у TikTok російської пропаганди та фейків.

Платформи соціальних медіа мають потенціал для збільшення симетричної комунікації між владою і громадськістю. Інституційні, політичні та соціальні чинники впливають на впровадження соціальних медіа в органах державної влади. Хоча існують витрати і бар'єри, пов'язані з використанням платформ соціальних медіа [7]. Це може включати додатковий персонал для роботи із соціальними медіа, залучення фахівців із кібербезпеки та інформаційної безпеки, замовлення на створення політичної реклами для органів державної влади або місцевого самоврядування, може містити елементи корупції. В Україні така практика закупівлі послуг реалізується через електронну систему публічних закупівель Prozorro. Наприклад, «одним із великих замовників таких послуг у Дніпрі став Департамент із питань місцевого самоврядування, внутрішньої та інформаційної політики Дніпровської міськради. Так, у 2023 році була запланована оплата ФОП Тарасенко О.М у розмірі 4,8 млн грн за просування інформації щодо діяльності міської ради та підпорядкованих їй підприємств у Facebook. У вартість послуг, зокрема, входять таргетована рекламна кампанія, налаштування ремаркетингу, забезпечення технічної підтримки у режимі 24/7, розроблення креативних рекламних продуктів. За висвітлення діяльності місцевої влади у соціальних мережах мали заплатити також ФОП Сергеевій О.М. 7 млн грн, договори стосуються не лише Facebook, а й Telegram» [8].

Поки державні інституції не захочуть децентралізувати контроль над владою та інформацією для громадськості, важко говорити про симетричну модель комунікації між органами влади та громадянським суспільством. Владі необхідно змінити організаційну культуру, правила, політику та процедури, тоді може зникнути проблема щодо легітимності влади. Упровадження інструментів соціальних мереж без зміни організаційної культури в органах державної влади та місцевого самоврядування, процедур чи правил недостатньо для взаємодії з громадськістю у публічній сфері чи подолання проблеми легітимності влади.

Багато органів державної влади України не мають належних механізмів для постійного збору відгуків громадськості, звітування про те, як вони реагують на відгуки і покращують обслуговування. Деякі органи влади сприймають відгуки громадськості як тягар, а не можливість для вдосконалення, поліпшення взаємодії і комунікації. Інформування громадян про те, що їхній голос було враховано, а їхня думка/вносок вплинули на процес прийняття рішень – це важливо для налагодження ефективного двостороннього зв'язку між владою і громадськістю, збільшення легітимності влади, інакше посадові особи та держслужбовці ризикують підвищити очікування громадськості та не виправдати їх, а не виправдані очікування можуть призвести до суспільної недовіри до влади.

Посадовці у США використовують соціальні медіа для обміну важливою інформацією з громадянами, щоб надати можливість представникам громадськості спілкуватися з ними з питань, пов'язаних



із діяльністю органів влади, прийняттям управлінських рішень. Верховний суд США у своєму рішенні визначив платформи соціальних мереж як «сучасну публічну площу», зазначивши, що «ці платформи надають користувачам можливість подавати петиції своїм обраним представникам та іншим чином взаємодіяти з ними безпосередньо» [9].

У відповідь на судовий позов громадян (серпень 2018 р.), яким вони намагались оскаржити блокування президентом Трампом критиків у Twitter, Федеральний апеляційний суд постановив, що обліковий запис колишнього президента Дональда Трампа в Twitter був «публічним форумом» відповідно до Першої поправки Конституції США (вона захищає загальні свободи громадян США, у цьому разі це стосується обмеження свободи слова і права громадян звертатися до влади). Практика президента блокувати користувачів з обліковими записами на основі точки зору була неконституційною. Це тлумачилося судом як акт дискримінації за поглядами, який порушує права громадян, передбачені Першою поправкою. Перша поправка забороняє виключати спікерів з обговорення на основі точки зору [10].

Це був прецедент, і нині суди США визнають, що державні службовці, які використовують свої облікові записи в соціальних мережах як публічні форуми, коли блокують підписників через їхні погляди, порушують Першу поправку Конституції. Якщо державний службовець використовує обліковий запис державної установи для виконання офіційних обов'язків, таких як оголошення про вакансію на державну посаду, публікує інформацію про роботу на посаді, опікується адвокацією певного законодавства чи заходів, над якими працює, або для взаємодії з громадськістю щодо своєї діяльності на посаді, тоді цей обліковий запис буде кваліфіковано як державний публічний форум [11].

Такої практики відповідальності і законодавчої бази, як у США, щодо використання облікових записів посадовими особами та державними службовцями в соціальних мережах, які можуть класифікуватися як публічні форуми для взаємодії з громадянами, для співпраці з громадськістю для прийняття управлінських рішень, налагодження ефективної двосторонньої комунікації з уникненням блокування коментарів, в Україні немає. Проте американський досвід у цій сфері є актуальним і надзвичайно корисним для впровадження в публічному управлінні, ураховуючи впровадження нових технологій, процес цифровізації в державі та рух у напрямі демократичних змін, євроінтеграції України.

Американські фахівці з права Інституту першої поправки Колумбійського університету наводять рекомендації для державних службовців, посадових осіб щодо особливостей роботи із соціальними мережами у зв'язку зі своїми службовими обов'язками. Це може бути надзвичайно корисно для застосування їх в Україні, оскільки триває процес цифровізації в усіх сферах публічного управління, і нагальним також є подальше впровадження демократичних змін. Ст. 1 Конституції України визначає, що «Україна є суверенна і незалежна, демократична, соціальна, правова держава» [12].

Отже, розглянемо рекомендації від американських фахівців із права Колумбійського університету для державних службовців і посадових осіб, які використовують або збираються використовувати соціальні медіа під час реалізації своїх посадових обов'язків:

1. Для того щоб ваш обліковий запис (аккаунт) у соціальних мережах залишався «особистим», не варто використовувати його в офіційних цілях. Це стосується оголошень про свої офіційні обов'язки або дії для того, щоб з'ясувати думку громадськості про законопроекти, призначення на посаду, голосування тощо. Недостатньо просто заявити представнику влади, що його обліковий запис у соціальних мережах є «особистим», якщо насправді обліковий запис використовується для виконання службових обов'язків. Як користувач соціальних мереж ви можете заблокувати підписників з особистого облікового запису з будь-якої причини, але якщо ви використовуєте свій обліковий запис у соціальних мережах в офіційних цілях, ви не можете (не повинні) використовувати його так, як ви би це робили з особистим обліковим записом. Якщо є особистий обліковий запис і офіційний, слід чітко розмежувати їх [11].

Варто додати до вищезазначеного обґрунтування рекомендацій, що громадськість може сприймати аккаунт посадової особи або державного службовця як офіційний, якщо для його функціонування використовуються державні ресурси; із ним працюють співробітники державної установи, переглядаючи або публікуючи повідомлення; він використовується під час виконання своїх посадових обов'язків. Важливо те, як презентується обліковий запис, чи вказана у ньому офіційна посада або використано зображення, яке вказує на те, що особа діє як офіційний представник органів влади, чи названо обліковий запис «офіційним». Усе це в сукупності сприяє уявленню громадськості про те, що цей «офіційний» аккаунт є складником реалізації повноважень посадовою особою/державним службовцем.

2. Не варто блокувати користувачів і видаляти коментарі лише тому, що там наявна критика. Зокрема, облікові записи в соціальних мережах, які використовуються в офіційних цілях, можуть уважатися «публічним обговоренням» (законодавчо це закріплено в Конституції США). «Публічне обговорення» має місце тоді, коли представники влади запрошують представників громадськості висловлюватися



на тих майданчиках, які належать або контролюються владою. Інтерактивні функції облікових записів у соціальних мережах, які використовуються в офіційних цілях, роблять ці облікові записи публічними форумами, де громадяни можуть висловлюватися, публікуючи коментарі, і влада не повинна забороняти їм висловлювати свої погляди і переконання. Це сприятиме легітимності влади, якщо представники влади не будуть дистанціюватися, ізолюватися від думок громадян, інтереси яких повинні представляти. У такому разі складно говорити про впровадження демократичних принципів у країні і дотримання положень Конституції.

3. Якщо обліковий запис у соціальній мережі використовується з офіційною метою, варто визначитися з політикою ведення облікового запису та опублікувати її. Фіксація чітких правил у відкритому доступі повідомить підписникам (та іншим користувачам) про те, як ви збираєтеся використовувати обліковий запис, на яке ставлення щодо цього ви розраховуєте від користувачів, як буде реалізовуватись обговорення. У правилах варто зазначити про мету, з якою створено обліковий запис; будь-які обмеження щодо того, що користувачі можуть публікувати в гілці коментарів; як ви будете реагувати на порушення цих обмежень. Правила мають бути сформульовані чітко і коректно. Якщо ви обмежуєте те, що можуть публікувати ваші підписники, ці обмеження повинні бути обґрунтованими та нейтральними щодо їхньої точки зору, а також послідовно застосовуватися. Варто враховувати те, що прописані обмеження можуть ізолювати і представника влади, і громадян від поглядів, які мають бути почутими, або позбавити інформації, яку він чи підписники повинні знати [11].

15 березня 2024 р. Верховний суд США прийняв нове правило для визначення того, коли державні службовці, які використовують особисті облікові записи в соціальних мережах, можуть нести відповідальність за те, що вони блокують людей або видаляють коментарі. Рішення було прийнято у справі *Lindke v. Freed*, у якій стверджується, що «державний службовець порушив Першу поправку, заблокувавши виборця у своєму обліковому записі в соціальних мережах. Суд визнав, що державні службовці повинні дотримуватися Першої поправки, коли вони використовують свої особисті облікові записи в соціальних мережах для виконання своїх офіційних обов'язків, як це зробив колишній президент Трамп зі своїм обліковим записом у Twitter. Суд також постановив, що державні посадові особи не можуть звільнити себе від відповідальності за Першою поправкою, просто використовуючи свої особисті облікові записи для ведення службових справ» [13].

**Висновки.** Отже, у результаті проведеного аналізу особливостей використання соціальних медіа в комунікаційній стратегії у публічному управлінні під час взаємодії з громадськістю констатуємо, що в Україні на законодавчому рівні відсутнє правове забезпечення діяльності посадових осіб та державних службовців у соціальних мережах та месенджерах. Відповідно, вони на власний розсуд здійснюють комунікацію, використовуючи технології соціальних медіа, маючи особистий аккаунт і «офіційний», часто поєднуючи їх, не враховуючи ризиків негативного впливу на громадськість від такого поєднання. Саме тому вище окреслена практика взаємодії американських посадових осіб із громадськістю через соціальні медіа, напрацьована ефективна практика судових рішень, які стоять на захисті демократії, захищають права і свободи громадян, усувають порушення законодавства має бути зразком і впровадженою в Україні. Це б сприяло налагодженню ефективного соціального діалогу між владою і громадянським суспільством, обговоренню і вирішенню гострих проблем, урахуванню думки громадян під час прийняття управлінських рішень, сприяло б довірі, легітимності влади, дало б змогу рухатися країні в напрямі демократичних змін у добу цифровізації, чітко визначеним курсом на європейську інтеграцію.

#### Література:

1. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#n86> (дата звернення: 28.04.2024).
2. Світові лідери в соцмережах: у кого найбільше фоловерів. *Слово і діло*. 16.08.2023. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/suspilstvo/svitovi-lidery-soczmerezax-koho-najbilshe-foloveriv> (дата звернення: 28.04.2024).
3. As Facebook turns 20, politics is out; impersonal video feeds are in. Social media are more popular than ever, but social networks are dying. *The Economist*. 01.02.2024. URL: <https://www.economist.com/briefing/2024/02/01/as-facebook-turns-20-politics-is-out-impersonal-video-feeds-are-in> (дата звернення: 24.04.2024).
4. Nic Newman. Overview and key findings of the 2023 Digital News Report. *Reuters institute*. 14.06.2023. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/dnr-executive-summary> (дата звернення: 24.04.2024).
5. Заборона TikTok: у яких країнах та кому не можна користуватися додатком. *Слово і діло*. 29.03.2023. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/03/29/infografika/svit/zaborona-tiktok-yakux-krayinax-ta-komu-ne-mozhna-korystuvatysya-dodatkom> (дата звернення: 29.04.2024).
6. Байден підписав закон, що змушує TikTok змінити власника у США. *Радіо свобода*. 24.04.2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-bayden-tiktok-zaborona/32919359.html> (дата звернення: 24.04.2024).



7. Knox Claire Connolly. Public Administrators' Use of Social Media Platforms. *Administration & Society*. 2016. Vol. 48. Issue 4. P. 395–524. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0095399713503463> (дата звернення: 24.04.2024).
8. Пилипенко Я. Рекламні мільйони на Prozorro: хто витрачає найбільше. *Transparency international Ukraine*. 17.03.2023. URL: <https://ti-ukraine.org/blogs/reklamni-miljony-na-prozorro-hto-vytrachaye-najbilshe/> (дата звернення: 20.04.2024).
9. Packingham V. North Carolina. Supreme court of the United States. № 15-1194. Argued February 27, 2017 – Decided June 19, 2017. URL: [https://www.supremecourt.gov/opinions/16pdf/15-1194\\_0811.pdf](https://www.supremecourt.gov/opinions/16pdf/15-1194_0811.pdf) (дата звернення: 20.04.2024).
10. Opinion (holding blocking unconstitutional). Knight Institute v. Trump. A lawsuit challenging President Trump's blocking of critics on Twitter. *Knight First Amendment Institute at Columbia University*. 19.07.2019. URL: <https://knightcolumbia.org/documents/a07ecc2a26> (дата звернення: 20.04.2024).
11. Morones A., Fallow K. When It Comes to Social Media Blocking, Campaign Accounts are Different. *Knight First Amendment Institute at Columbia University*. 18.10.2022. URL: <https://knightcolumbia.org/blog/institute-update-when-it-comes-to-social-media-blocking-campaign-accounts-are-different> (дата звернення: 20.04.2024).
12. Конституція України. 1996. № 30. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 19.04.2024).
13. Knight Institute Comments on Supreme Court Ruling on Public Officials and Social Media Blocking. Lindke v. Freed. One of two Supreme Court cases addressing the application of the First Amendment to government officials' social media accounts. *Knight First Amendment Institute at Columbia University*. 15.03.2024. URL: <https://knightcolumbia.org/content/knight-institute-comments-on-supreme-court-ruling-on-public-officials-and-social-media-blocking> (дата звернення: 19.04.2024).