

МЕХАНІЗМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

УДК 351

DOI <https://doi.org/10.32782/1813-3401.2024.2.1>

Г. Л. Бондар

кандидат політичних наук,
доцент кафедри місцевого самоврядування та регіонального розвитку
Навчально-наукового інституту Чорноморського національного університету
імені Петра Могили
<https://orcid.org/0000-0003-4112-263X>

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ У ДОБУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Стаття присвячена аналізу особливостей, перспектив та ризиків використання соціальних мереж для підвищення здатності органів влади комунікувати, співпрацювати з громадянами, надавати їм можливість реалізовувати свої права через засоби громадської участі, з використанням новітніх технологій, що можуть вплинути на прийняття політичних рішень владою. Така комунікація з громадянами може бути постійною, відкритою, цілеспрямованою та ефективною. Встановлено, що українці обирають соціальні мережі переважно через зручність, оперативність, крім того, соціальні мережі пропонують більш гнучкий доступ до саме тієї інформації, яка їм цікава. Доведено, що використання соціальних мереж є дуже корисним, зокрема, для органів місцевого самоврядування, оскільки саме на місцевому рівні громадяни безпосередньо дотичні до місцевих проблем та мають реальну можливість впливати на їхнє вирішення, на прийняття рішень місцевими органами влади. Встановлено, що під час російсько-української війни, ворог активізував її «гібридні» прояви – інформаційну і кібервійну, відповідно державі і громадянському суспільству необхідно знати джерела отримання інформації українськими громадянами, для того, щоб ефективно і вчасно реагувати на російську пропаганду, фейки та ІПСО, зокрема в соціальних медіа. Було розкрито особливості поширення і блокування (алгоритмами) цифрових новин у світі засобами соціальних мереж за 2023 рік, зокрема це стосується надзвичайних подій таких, як війна в Україні. Також результати дослідження свідчать про те, що впровадження інструментів соціальних мереж без зміни організаційної культури в органах державної влади та місцевого самоврядування, процедур чи правил – недостатнє для взаємодії з громадськістю в 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, комунікація, публічна інформація, легітимність.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Все більше громадян використовують цифрові технології і звертаються до Інтернету, соціальних мереж, щоб отримати інформацію, зокрема про діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування. Використання соціальних мереж підвищує здатність органів влади комунікувати, співпрацювати з громадянами, надавати можливість громадянам реалі-

зовувати свої права через засоби громадської участі, що можуть вплинути на прийняття політичних рішень владою. Така форма зв'язків влади з громадськістю з використанням соціальних мереж, зокрема є дуже корисною для органів місцевого самоврядування, оскільки саме на місцевому рівні громадяни безпосередньо дотичні до місцевих проблем та мають реальну можливість впливати на їхнє вирішення, на при-

йняття рішень місцевими органами влади.

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. Проаналізовані дані соціологічного дослідження Всеукраїнської громадської організації «Громадянська мережа «ОПОРА» (2023 рік) щодо джерел інформації, які громадяни використовують для отримання новин. Також було проаналізовано звіт від The Economist щодо чисельності користувачів різних соцмереж в світі та зростання 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 рік. Окрему увагу у ньому було приділено впливу надзвичайних подій таких, як війна в Україні, на вибір цифрового, та платформного медіасередовища в світі. Згадано виклики організаційного та фінансового характеру щодо використання посадочними платформ соціальних мереж від американської науковиці Н. К. Конноллі. Розглянуто приклади використання державних коштів українськими посадочними для створення і поширення політичної реклами у соцмережах через використання системи Prozorго від філії міжнародної аналітичної установи в Україні -Transparency international Ukraine. Також у роботі було використано дані українського аналітичного порталу «Слово і діло» щодо особливостей та застережень при використанні соцмереж, і міжнародного науково-технологічного видання «Wired» щодо небезпек від використання месенджеру Telegram.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Під час дослідження автором були визначені наступні завдання:

– проаналізувати положення українського законодавства, які можуть сприяти використанню засобів соціальних мереж для ефективної, двосторонньої комунікації влади з громадськістю в добу цифровізації, а також джерела отримання новин українськими громадянами;

– проаналізувати особливості, переваги та недоліки використання соціальних мереж як складової комунікаційної стратегії органів влади для ефективної взаємодії з громадськістю в добу цифрових технологій;

– проаналізувати особливостей поширення і блокування (алгоритмами) цифрових новин (зокрема, щодо війни в Україні) у світі засобами соціальних мереж.

Виклад основного матеріалу дослідження. Присутність влади у соціальних мережах є результатом комунікаційної стратегії, а їх 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 постійною, відкритою та цілеспрямованою. Представники органів державної влади і місцевого самоврядування в Україні раніше використовували переважно традиційні засоби масової інформації та свої сайти для поширення публічної інформації.

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

Метою цього вищезазначеного закону «є забезпечення прозорості та відкритості суб'єктів владних повноважень і створення механізмів реалізації права кожного на доступ до публічної інформації» (стаття 2) [1].

Стаття 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 веб-сайтах в мережі Інтернет; на єдиному державному веб-порталі відкритих даних; на інформаційних стендах; будь-яким іншим способом» [1].

З даного закону випливає, що доступ до інформації, яка «забезпечується шляхом систематичного та оперативного оприлюднення інформації ... будь-яким іншим способом» і може включати використання соціальних мереж представниками влади для взаємодії з громадськістю. Хоча зауважимо, що в законі «Про доступ до публічної інформації» прямо не вказано, що до обов'язків розпорядників

входить оприлюднення публічної інформації у соцмережах, але їх використання є реалізацією права на доступ.

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.

Взаємодія між розпорядниками публічної інформації та громадянським суспільством з використанням засобів соціальних мереж, активізувалася зокрема, під час впровадження карантинних обмежень в Україні (онлайн трансляції засідань у соціальних мережах в режимі реального часу), і ще більш посилилася після повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Під час російсько-української війни, ворог активізував її «гібридні» прояви – інформаційну і кібервійну, тому державі і громадянському суспільству необхідно знати джерела отримання інформації українськими громадянами,

для того, щоб ефективно і вчасно реагувати на російську пропаганду, фейки та ІПСО.

Всеукраїнська громадська організація «Громадянська мережа «ОПОРА»» провела соціологічне дослідження з 11 травня до 12 червня 2023 року. У ньому взяли участь 2013 громадян України, які на момент опитування проживали на території України, контрольованій українською владою. Воно стосувалося з'ясування інформації: «через які канали громадяни отримують інформацію; якими соціальними мережами найчастіше користуються; яким джерелам інформації довіряють найбільше» [2].

Було встановлено, що «найпопулярнішим джерелом інформації для українців залишаються соціальні мережі – їх для отримання новин обирають 77,9% опитаних. Найбільше соцмережами для отримання новин очікувано користується молодь (95,8%), однак за останній рік дещо зросло використання соцмереж серед сорокарічних (до 87%) та людей старших 70 років (до 36%)» [2]. Див. рис. 1.

На думку аналітиків «Громадянська мережа «ОПОРА»», «українці обирають соцмережі через зручність та оперативність, крім того, соціальні мережі пропонують більш гнучкий доступ до саме тієї інформації, яка цікава конкретному користувачу. Також у багатьох населених пунктах України є проблеми зі зв'язком,

Джерела інформації, які опитані використовували для отримання новин протягом останніх двох місяців

Можливі декілька варіантів відповіді

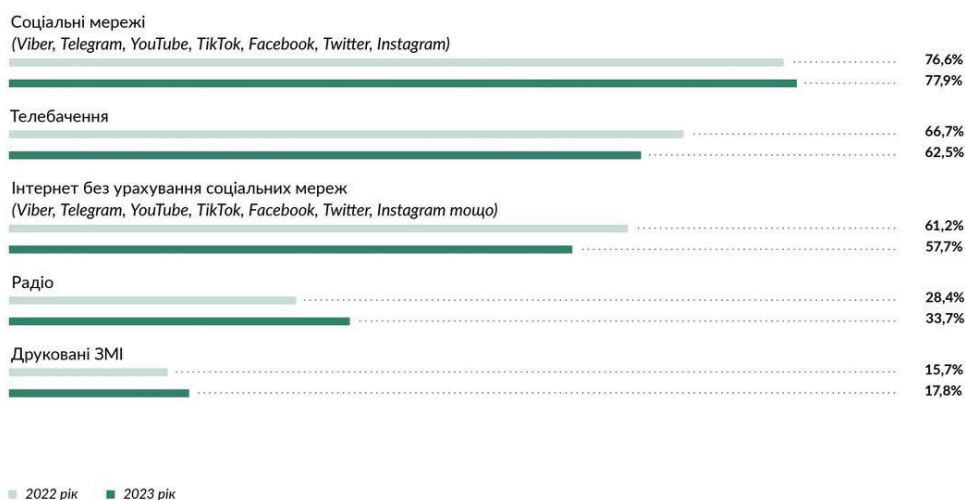


Рис. 1. Дані соціологічного дослідження Всеукраїнської громадської організації «Громадянська мережа «ОПОРА»» (2023 рік) [2]

стабільним сигналом телебачення або радіо та навіть з електрикою. У такому випадку інтернет та соцмережі залишаються більш доступними та швидкими джерелами отримання інформації» [2].

«Найбільше українці використовують Telegram (71,3%), YouTube (66,2%) та Facebook (55%). Половина респондентів споживає новини у Viber, третина – в Instagram, 25% – у TikTok, 8,3% – у Twitter» [2]. Див. рис. 2.

«Зростання аудиторії **Telegram** сталося завдяки старшій за 50 років – серед них споживання новин через цей месенджер зросло на 11-13%. Найбільше ним користуються жителі українського Півдня та Сходу – на 8% в обох регіонах» [2]. Цей месенджер дозволяє обрати саме ті новинні канали, які цікаві конкретному користувачу, і через відсутність цензури, анонімність та будь-які обмеження щодо контенту від власників.

Проте використання Telegram українськими громадянами створює ризики для інформаційної та національної безпеки держави, оскільки його засновником і власником є росіянин П. Дуров російський програміст, один із творців і колишній генеральний директор соціальної мережі «ВКонтакте». «У росії Telegram є незамінним, завдяки боротьбі путінського режиму з західними технологіями під час війни. Meta

була визнана «екстремістською організацією», а Facebook з 70 мільйонами користувачів був заблокований, так само як й Instagram з 80 мільйонами росіян. З початком війни, кібер-експерти стурбовані збільшенням впливу російської влади на користувачів Telegram – навіть за межами росії. 24 лютого 2022 року М. Марлінспайк, співзасновник Signal написав у Twitter: Telegram є найбільш популярним месенджером в Україні. Після десятиліть оманливого маркетингу та преси, більшість людей там вірять, що це «шифрований месенджер». Крім «секретних чатів», кожне повідомлення, фото, відео, документ, відправлені-отримані протягом останніх 10 років – доступні працівникам компанії, які мають доступ до відповідної бази даних. Також Telegram має можливість видавати конфіденційну інформацію за урядовими запитом» [3]. У Telegram можна отримати доступ до будь-якого листування, інші месенджери (наприклад, WhatsApp чи Signal) містять вбудоване наскрізне шифрування, воно гарантує, що прочитати повідомлення може відправник та отримувач, а якщо хтось інший спробує завантажити ці повідомлення, то побачить його як набір символів. Також Telegram зберігає багато даних про своїх користувачів (список контактів, тип пристрою, IP-адресу), не анонімізує їх та згодом може використовувати їх для стеження.

Соціальні мережі, які опитані використовували для отримання новин протягом останніх двох місяців

Можливі декілька варіантів відповіді

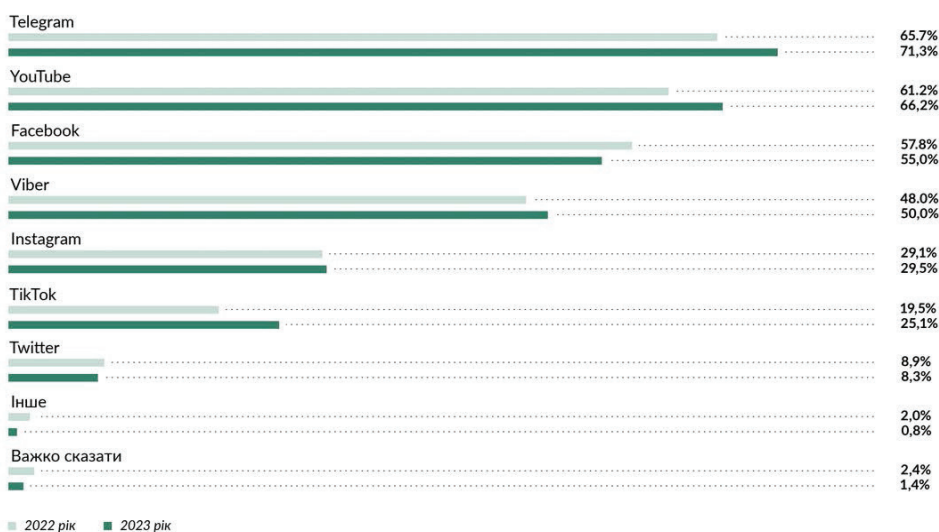


Рис. 2. Дані соціологічного дослідження Всеукраїнської громадської організації «Громадянська мережа «ОПОРА»» (2023 рік) [2]

З початком російського вторгнення в Україну, Telegram було дозволено залишитись у російському зачищеному Інтернет-секторі, він став корисним не тільки для спецслужб, але також для державної пропаганди рф.

«Аудиторія YouTube за 2023 рік також зростає на 5%: 2022 року цією соціальною мережею користувались 61,2% опитаних, 2023-го – вже 66,2%. За цей рік усі вікові категорії почали більше користуватись для отримання новин ютубом. Facebook втратив користувачів: у 2022 новини у ньому споживали 57,8%, 2023 року – вже 55%. При цьому якщо серед молоді частка користувачів фейсбуку значно зменшилась (на 8,5%) то серед людей старшого віку – навпаки, зростає (серед людей старших за 70 років – майже на 6%). За останній рік Viber наростив свою аудиторію на 2%: у 2022 році ним користувались для отримання новин 48% опитаних, у 2023 році – 50%. Споживання новин через Instagram: у 2022, і у 2023 році ним користувались для отримання новин 29% опитаних. Близько третини респондентів користуються цією соцмережею для отримання новин в усіх регіонах України, як в селах, так і у містах. Twitter за останній рік фактично зберіг аудиторію: 2022 року цей показник був 8,9%, у 2023 – 8,3%. Найбільший приріст аудиторії в Україні за останній рік продемонстрував TikTok: у 2022 році його використовували для отримання новин 19,5% респондентів, у 2023 році – 25,1% [2].

Варто висловити застереження й щодо використання додатку TikTok. Його (з понад мільярдом користувачів), було розроблено китайською приватною компанією ByteDance, і заборонено в деяких країнах світу через підозри у зборі/передачі особистих даних громадян, у шпигунстві на користь Китаю, а також у поширенні прокитайських наративів і дезінформації. У Бельгії (через півроку 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» [4]. 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. «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 все 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» [5]. В Україні були зареєстровані петиції до президента з проханням заблокувати додаток, одна з яких аргументує можливу заборону поширенням у TikTok російської пропаганди та фейків.

За даними The Economist станом на січень 2024 року Facebook охоплює світову аудиторію чисельністю 3 мільярди людей – близько 60% усіх користувачів Інтернету [3]. Див рис. 3.

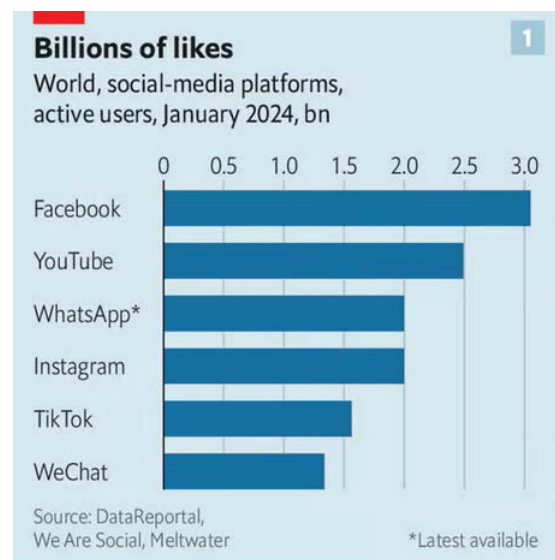


IMAGE: THE ECONOMIST

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

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, таким чином, створити стабільні умови розвитку соціуму, сприяти соціальному діалогу, забезпечити суспільство і державу від політичних, економічних, соціальних криз. Це все здатне сприяти підтримці влади громадськістю, впевненості у адекватності і справедливості політичних рішень. «Обговорення та пряма взаємодія між громадянами та державними службовцями можуть посилити легітимність управлінських рішень і сприяти стабільності в державі» [6].

У річному звіті Reuters від 14 червня 2023 року аналізуються 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 [7]. Зокрема досліджується вплив надзвичайних подій – війни в Україні та пандемії коронавірусу, на вибір цифрового, та платформного медіасередовища в 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 сатири), 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» [7]. Див. рис. 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

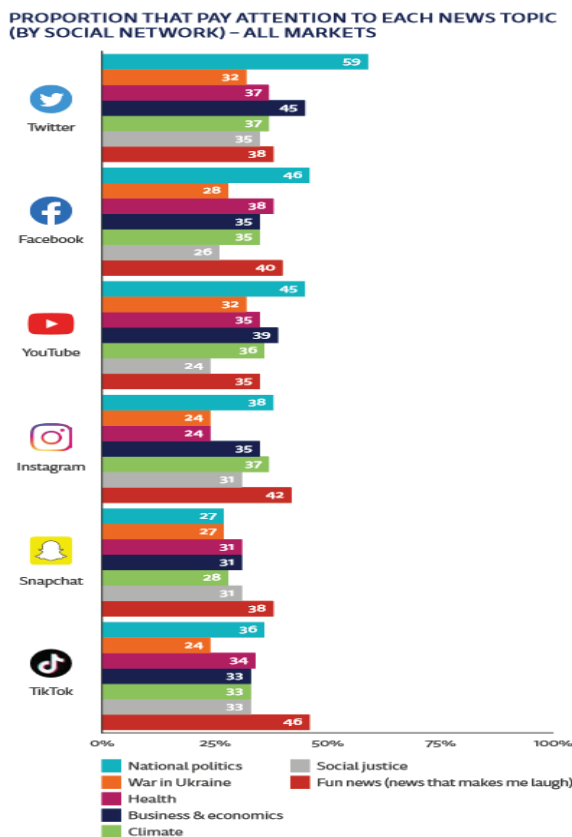


Рис. 4. Головні теми, яким приділяється увага користувачів в соціальних медіа (2023 р.) [7]

в тому, щоб зробити її надійнішою, менш токсичною та з більшим різноманіттям поглядів» [7].

Алгоритми соцмереж можуть знижувати рейтинг контенту, яким діляться користувачі, але насправді не переходять на нього, щоб прочитати. Виникає значний ризик того, що, якщо штучний інтелект прийматиме рішення про те, який контент є правдивим, а який неправдивим, це буде морально та політично небезпечно, і призведе до проблем зі свободою слова. Ці алгоритми від штучного інтелекту в соцмережах корисні, коли вони фіксують випадки того, що шкідливий, фейковий або конспірологічний контент стає вірусним, і позначають його як такий, що потребує реагування, але перевірка редакторами-людьми завжди має залишатися частиною процесу видалення інформації алгоритмами.

Технології соціальних медіа можуть допомогти стимулювати демократію. Це відкриває нові канали комунікації для державних службовців для спілкування зі своїми цільовими групами громадськості, вирішувати проблеми та ставити соціально значимі цілі. Більшість органів місцевого самоврядування використовують соціальні мережі для звернень до громадян, оголошень програм та заходів, проблем громади тощо. Надання інформації про дії влади сприяє розвитку демократії. Соціальні мережі дозволяють громадянам брати участь у процесі місцевого самоврядування, навіть якщо вони фізично не можуть бути присутніми на засіданнях, але можуть розміщувати інформацію про проблеми в соцмережах, а державні службовці можуть належним чином реагувати на них.

Постійне зростання кількості «друзів» чи «підписників» на сторінках органів державної влади та місцевого самоврядування в соціальних мережах свідчить про те, що громадянам важлива присутність влади в Інтернеті та прагнуть з нею взаємодіяти через ці засоби. Відповідно, як цінність, так і важливість соціальних медіа визнаються громадськістю, і владою на всіх рівнях, що свідчить про переваги соціальних мереж, їх функцій, і відповідає очікуванням громадян. Соціальні медіа також активно використовуються фахівцями зі зв'язків з громадськістю в кризових комунікаціях.

Однією з перешкод для використання соціальних мереж є ресурси, зокрема час, персонал, бюджет. Наприклад, оскільки органи місцевого самоврядування часто працюють з обмеженими бюджетами, для ефективного ведення зв'язків з громадськістю за допомо-

гою соціальних мереж можуть не виділятися достатні ресурси. Також це може включати додатковий персонал для роботи з соціальними медіа, залучення фахівців з 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 з великих замовників таких послуг у Дніпрі став Департамент з 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 входить таргетована рекламна кампанія, налаштування ремаркетингу, забезпечення технічної підтримки у режимі 24/7, розробка креативних рекламних продуктів. За висвітлення діяльності місцевої влади у соціальних мережах мали заплатити також ФОП Сергєєвій О. М. – 7 млн грн, договори стосуються не лише Facebook, а й Telegram» [8].

Висновок. Отже, використовуючи соціальні медіа, органи державної влади та місцевого самоврядування здатні сприяти розвитку демократії за допомогою відкритих, прозорих та інтерактивних способів використання соціальних мереж, що сприятиме налагодженню довіри з боку громадськості і збільшенню легітимності влади. Але 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. Впровадження інструментів соціальних мереж без зміни організаційної культури в органах державної влади та місцевого самоврядування, процедур чи правил – недостатньо для взаємодії з громадськістю в 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/внесок 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.

Список використаної літератури:

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. Снопко О. Нокаут телебаченню: як соціальні мережі утримують першість в постачанні новин українцям. Всеукраїнська громадська організація «Громадянська мережа «ОПОРА». 16.08.2023. URL: https://oporaua.org/polit_ad/nokaut-telebachennyu-yak-socialni-merezhi-utrimuyut-pershist-v-postachanninovin-ukrayincyam-24852. (Дата звернення: 28.04.2024).
3. Smyslov V. The Kremlin Has Entered the Chat. 27.04.2023. URL: <https://www.wired.com/story/the-kremlin-has-entered-the-chat/>. (Дата звернення: 24.04.2024).
4. 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*. 1.02.2024. 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).
5. Заборона TikTok: у яких країнах та кому не можна користуватися додатком. Слово і діло: аналітичний портал. 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*. Volume 48, Issue 4. May 2016. P. 395-524. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0095399713503463>. (Дата звернення: 24.04.2024).
8. Newman N. 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).
9. 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).

Bondar H. L. The use of social networks in public administration as a means of communication in the era of digitalization

The article is dedicated to the analysis of the features, prospects, and risks of using social networks to enhance the ability of authorities to communicate, cooperate with citizens, provide them with the opportunity to exercise their rights through means of public participation, using the latest technologies that can influence the adoption of political decisions by the authorities. Such communication with citizens can be constant, open, purposeful, and effective. It has been established that Ukrainians choose social networks mainly for convenience, promptness, in addition, social networks offer more flexible access to the information they are interested in. It has been proven that the use of social networks is very useful, especially for local self-government bodies, since it is at the local level that citizens are directly related to local problems and have a real opportunity to influence their solution, the decision-making by local authorities. It has been established that during the Russian-Ukrainian war, the enemy activated its "hybrid" manifestations – information and cyber war, accordingly, the state and civil society need to know the sources of information received by Ukrainian citizens, in order to effectively and timely respond to russian propaganda, fakes and PSYOPS, including in social media. The features of the spread and blocking (by algorithms) of digital news in the world by means of social networks for 2023 have been revealed, in particular, this concerns extraordinary events such as the war in Ukraine. Also, the results of the study indicate that the implementation of social network tools without changing the organizational culture in the bodies of state power and local self-government, procedures or rules – is insufficient for interaction with the public in the public sphere or overcoming the problem of 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, communication, public information, legitimacy.