

*Гринь Дмитро Володимирович,
аспірант кафедри політології та філософії,
ХарПІ НАДУ, м. Харків
ORCID 0000-0003-1687-6923*

УДК 351.865

doi: 10.34213/db.20.02.15

ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Досліджено особливості функціонування та основні напрями застосування технологій соціальних мереж у публічному управлінні. Наведено визначення термінологічного апарату, що використовується для опису процесу використання соціальних мереж в уряді, та розглянуто поточні додатки. Обґрунтовано особливості й специфічні характеристики основних інструментів соціальних мереж та варіанти прийняття рішень за кожним із інструментів. Проаналізовано відмінності між підходами електронного уряду до технологій і використанням соціальних технологій органами публічної влади. За результатами проведеного аналізу надано порівняльну характеристику основних додатків електронного уряду з додатками соціальних мереж.

Ключові слова: соціальні мережі; технології; органи публічної влади; зв'язки з громадськістю; електронний уряд; краудсорсинг.

Постановка проблеми. Первісне використання соціальних технологій було історією проб і помилок, яка змусила багато державних установ залишатися нерішучими, замість того, щоб пірнати у вир з головою. У порівнянні з попередньою хвилею застосування електронного уряду, соціальні технології мають одну головну відмінну рису: вони дозволяють уряду взаємодіяти з різними аудиторіями у двосторонньому режимі. Поширювана урядовим агентством за допомогою функції порталу або будь-якого іншого простого формату вебсайту інформація є відносно статичною. Зміст створюється фахівцями з інформаційного наповнення, такими як співробітники відділу зв'язків з громадськістю, за допомогою юрисконсульта, в суворій процедурі перевірки інформації. Оригінальний проект урядової службової записки або прес-релізу проходить декілька ітерацій, перш ніж остаточний документ буде готовий для оприлюднення.

Як показує практика, публічний сектор має сьогодні неабиякі проблеми з формуванням якісних комунікацій. Це зумовлює як процес впровадження в

роботу органів публічної влади технологій соціальних мереж, так і одночасний розвиток систем кіберзахисту. Питання мережевих технологій та цифровізації публічного управління є особливо актуальними й динамічними в умовах діджиталізації державних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні науково-практичні основи застосування соціальних мереж у державному секторі знайшли своє відображення у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема таких, як С. Водопетов, О. Гарматій, Н. Гудима, О. Карпенко, О. Коротич, І. Лопаченко, Г. Почепцов, І. Рейтерович, Є. Романенко, С. Телешун, Є. Тихомирова та ін. Але успіх впроваджуваних технологій залежить від чіткого обґрунтування доцільності заходів на основі виокремлення ключових проблем у цій сфері. У таких умовах необхідним є критичне оцінювання доцільності інструментарію та розповсюдженості застосування соціальних мереж у діяльності органів публічної влади.

Метою статті є визначення особливостей та специфічних характеристик основних інструментів соціальних мереж, а також прийняття рішень щодо їх застосовності діяльності органів публічної влади.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж перейти до викладу основних результатів проведеного дослідження, визначимо, що застосування технологій соціальних мереж у публічному управлінні вкрай важливе в сучасних умовах, оскільки це дозволяє обґрунтовано підходити до формування стратегії комунікації.

Соціальні технології проникли в державний сектор на початку ХІ ст. Так, у США експеримент MeetUp, проведений в 2004 р., показав успішне використання онлайн-сервісів соціальних мереж для об'єднання людей у режимі офлайн. Також під час президентських кампанії сайти соціальних мереж і контент (такий як відео на YouTube, Facebook Fan Pages, Twitter акаунти тощо) використовувалися для охоплення виборців і потенційних виборців з безпрецедентним успіхом. Це слугувало основою для забезпечення прозорості та відкритості уряду.

Додатки соціальних мереж, спочатку призначені для створення персональних мереж, також відкриті для корпоративного або урядового використання й часто використовуються в якості механізму брендингу.

Слід зазначити, що застосування інструментів соціальних мереж може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Наприклад, у 2011 р. Білий дім почав співпрацювати з Facebook, Twitter, LinkedIn та YouTube для проведення загальних зборів в режимі онлайн. Багато авторів також встановили зв'язок між ефективністю політичних повстань на Близькому Сході та використанням додатків соціальних мереж. У таких країнах, як Єгипет та Туніс, громадяни використовували додатки соціальних мереж для самоорганізації, поширення повідомлень та обговорення питань, в той час як уряди цих країн не брали участь у цих бесідах і були здивовані масштабами повстань. Аналогічним чином, заворушення в Лондоні восени 2011 р. змусили урядовців подумати про закриття та блокування доступу до Twitter [1, с. 203; 2; 3].

Популярність сервісів соціальних мереж у західних країнах значною мірою сприяла зміні бізнес-моделей музичної та газетної індустрії, а також значному зниженню використання традиційних поштових послуг. Зі зростанням обміну новинами на сервісі мікроблогів Twitter та в новинних стрічках Facebook значно скоротилася кількість передплатників на паперові газети. Хоча газетна індустрія визнала цю тенденцію із запізненням, сьогодні вона переорієнтувалася на цифрову підписку. В сучасних умовах урядові установи виявили, що вони ні в якій мірі не застраховані від цих масштабних змін в способах обміну та споживання інформації. Як уже згадувалося, в даному випадку йдеться про USPS. З використанням електронної пошти, текстових повідомлень на смартфонах, а також прямих повідомлень між користувачами соціальних мереж, кількість повідомлень на папері, що відправляються традиційною поштою, різко скоротилося, в результаті чого USPS опинилася на межі банкрутства.

Web 2.0 стала предметом дебатів про інновації у врядуванні. Як і в інших сферах комп'ютерних технологій, позначення «2.0» вказує на те, що розроблено нове покоління, в даному випадку – нове покоління мережі Інтернет.

У той час як початкове призначення інструментів соціальних мереж полягала в основному в розвагах і заходах, ці інструменти та їх інноваційне використання перетворилися на впливові системи, які в основному спрямовані на тиражування офлайн-з'єднань в онлайн-світі. Для державних установ ці інструменти додалися до існуючого набору інструментів попереднього покоління односпрямованих технологій, де громадяни в основному були змушені грати роль пасивних одержувачів інформації, якщо припустити, що вони взагалі змогли відновити інформацію, яку шукали на урядових сайтах. Однак сучасні інструменти соціальних мереж розширюють права та можливості громадян як співавторів контенту, а також як відправників, а не лише як одержувачів інформації, які безпосередньо взаємодіють з урядом.

Більш того, додатки соціальних мереж здатні подолати те, що часто називають ратушею: звичайні громадяни, які мають обов'язки з догляду за дітьми або інші види діяльності, які навряд чи прийдуть на бори, тепер можуть дивитися відео зустрічі на YouTube, передзвонити через сторінку Facebook або написати твіт про свою думку, а також розширити свою участь та залученість.

Розглянемо, які ж особливості мають соціальні технології в публічному управлінні?

Соціальні технології можна відрізнити від інших форм інформаційних та комунікаційних технологій за їх унікальними технологічними особливостями, які підтримують соціальну взаємодію в режимі реального часу. Терміни «соціальні технології», «соціальні мережі» часто використовуються як взаємозамінні для опису вебсервісів, що дозволяють користувачам створювати онлайн-профіль, а також дозволяють створювати користувальницький контент, використовувати краудсорсинг та здійснювати онлайн-взаємодію. Деякі послуги соціальних мереж являють собою обмежені системи, які обмежують доступ до контенту та контактів тільки для передплатників. Як показує практика, ці кордони стали напівпроникними, дозволяючи певну ступінь публічності, яку користувачі можуть визначити для себе.

Недавні дослідження показали, що користувачі не використовують сайти соціальних мереж для знайомства з незнайомими людьми. Ця діяльність зарезервована для таких нішевих сайтів, як служби знайомств. Замість цього користувачі соціальних мереж зміцнюють існуючі офлайн відносини та возз'єднуються з нинішніми та минулими друзями лицем до лица в мережі. Однак у користувачів накладаються один на одного дружні зв'язки, і, публічно викладаючи свої соціальні зв'язки, вони можуть (повторно) виявити людей, з якими вони не обов'язково зустрічаються або возз'єднуються у своєму офлайн житті. Ці слабкі зв'язки можуть стати ресурсом для отримання нової інформації про робочі місця або іншої цінної інформації, яка може бути недоступна для набору місцевих контактів людини. Соціальні технології дозволяють користувачам спілкуватися між платформами один з одним.

Користувачі всіх соціальних мереж повинні створити загальнодоступний профіль, який, як правило, доступний для пошуку в таких пошукових системах, як Google або Bing. Сторінка профілю пропонує налаштувати поля, щоб користувачі могли певною мірою персоналізувати свою присутність в Інтернеті. Єдиними ідентифікаційними функціями є особисті адреси електронної пошти, які використовуються для перевірки того, що акаунт належить реальній людині. Крім того, користувачі можуть вибрати псевдонім замість свого реального імені, щоб захистити себе і зберегти деяку анонімність в режимі онлайн.

Служби соціальних мереж дозволяють користувачам (напів-) публічно артикулювати свою соціальну мережу (іноді їх називають соціальним графіком). Наприклад, загальнодоступний за умовчанням список друзів користувача Facebook дає уявлення про кількість і назви мережевих вузлів, які підтримує користувач, але інші користувачі також можуть отримати інформацію про статус своєї дружби, історії (через спільне членство в університетських мережах) або типах підтримуваних посилань.

Соціальний графік (агреговані мережеві контакти) забезпечує новий потік соціальної обізнаності: користувачі постійно оновлюють свій статус і діляться

контентом, таким як газетні статті та посилання на вебсайти, на які вони звертають увагу. Всі користувачі, які є прямими контактами або підписалися на контент, автоматично отримують ці оновлення в своїх індивідуальних новинних стрічках, сповіщаючи їх про контент, на який звертають увагу їх контакти. Це створює постійний приплив інформації та спрямовує користувачів до потенційно цінної інформації, на яку вони також повинні звернути увагу.

Це призводить до двох наслідків: по-перше, користувачі схильні звертати увагу на інформацію, яка проходить через їх довірчі відносини; потім інформація проходить по мережі, стаючи вірусною. По-друге, користувачі переносять свою пошукову поведінку в свої соціальні мережі, свої довірчі відносини, замість того, щоб залишати результати пошуку автоматизованим механізмом встановлених пошукових.

Ця форма соціального пошуку також має наслідки для уряду. Як показують опитування, громадяни звертаються до своїх довірених контактів у соціальних мережах для перевірки фактів, перш ніж вони реагують на новини або офіційні попередження. Особливо в надзвичайних ситуаціях таке відставання в часі реакції і, наприклад, у пошуку притулку під час урагану або землетрусу може мати фатальні наслідки. В результаті органи публічної влади повинні знайти способи націлитися на соціальні центри в мережах, які можуть і хочуть перевіряти інформацію через свої довірчі дружні зв'язки в режимі реального часу. Користувачі можуть підписатися на тематичні стрічки один одного і, таким чином, отримувати інформацію, не будучи безпосередньо пов'язаними один з одним.

Служби соціальних мереж в їх базовій формі дозволяють здійснювати швидкий, двобічний обмін, часто позначений як обмін у режимі реального часу. Більшість платформ надають різні форми обміну повідомленнями: публічні оновлення статусів, прямі сполучення між обмеженим числом користувачів або приватні чати. Користувачі можуть відповідати та коментувати оновлення та ділитися інформацією на стінах інших користувачів або використовувати імена користувачів своїх прямих контактів, так що оновлення також розміщуються на

стрічці контактів – функція, яка забезпечує видимість і допомагає побудувати репутацію користувача.

Крім обміну повідомленнями та самопублікаціями, багато сервісів соціальних мереж дозволяють спільно створювати контент, яким можна поділитися з усією мережею. Ця функція по своїй суті є спільною і може допомогти побудувати онлайн-спільноти за інтересами навколо конкретних питань. Для уряду можливість використовувати колективну мудрість громадян та їх користувальницький інноваційний контент є величезним латентним ресурсом, таким як і співпраця та відкриті інноваційні платформи [1].

На додаток до технологічних особливостей, культурні норми, етика та процеси виникають навколо кожного сайту соціальної мережі й варіюються від сайту до сайту.

Сьогодні існує декілька сотень вільно доступних інструментів соціальних мереж, і питання полягає в тому, як приймається рішення про вибір конкретного інструменту. Більшість рішень обґрунтовується на основі кількісних показників. Чим популярніший інструмент, тим більша ймовірність того, що державні професіонали в області соціальних медіа подумують про його використання для підтримки своєї місії. Більш складне прийняття рішень враховує місію організації.

Основними послугами зі створення соціальних мереж, які використовуються в державному секторі, є:

1. Спілкування через Facebook. На сьогодні Facebook дозволяє користувачеві створити особисту контактну сторінку, зв'язатися з іншими користувачами через процес взаємного підтвердження та поділитися контентом з тими іншими користувачами, які підписані на новинну стрічку користувача. Сайт дозволяє організаціям створювати сторінки для своїх професійних мовних та мережевих потреб. Facebook швидко став найпопулярнішою соціальною мережею, використовуваної органами публічної влади, дозволяючи їм безпосередньо контактувати з тими частинами своєї потенційної аудиторії, які не відвідують безпосередньо офіційні сайти державних органів.

2. Ведення мікроблогів через Twitter. Мікроблогінг – це форма ведення блогів, що дозволяє користувачам писати короткі поновлення тексту. Лаконічність мікроблогів створює особливі можливості і недоліки, відмінні від повноцінного блогу. Для уряду повідомлення в Twitter можуть складатися просто з посилань на онлайн-ресурси, присвячені новинам організації, подій або іншої публічної інформації, відштовхуючи аудиторію назад на сайт агентства. Twitter можна ефективно використовувати для залучення великої кількості громадян та організації публічних бесід із зацікавленою, підключеною до мережі громадськістю. Результатом таких бесід можуть стати нові ідеї й навіть інновації в державному секторі, пропозиції про те, як зробити уряд більш ефективним, або просто повторне розміщення життєво важливої інформації про надзвичайні ситуації в областях, які виходять за межі безпосередньої досяжності уряду.

3. Обмін контентом в блогах. Веб-журнали, або блоги, схожі з мікроблогами в тому сенсі, що вони надають в основному текстові послуги з обміну контентом для державних установ, яким відносно рідко, можливо, раз чи два на тиждень, необхідно оновлювати свою аудиторію (Wyld, 2007) . Більшість існуючих безкоштовних блогівих служб, таких як Blogger, Movable Type або WordPress, дозволяють користувачам легко створювати веб-контент, набираючи вже існуючі форми, гіперпосилання на свої тексти на інші веб-сайти і вставляють інший контент, створений ззовні, такий як відео або зображення. Блоги можуть бути інтегровані в веб-сайт агентства або в якості підсторінки офіційного сайту, або шляхом автоматичного вилучення оновлень з зовнішніх інструментів ведення блогів в спеціальний розділ новин на сайті агентства. Блоги дають можливість надавати особисті акаунти, обмінюватися фоновими сюжетами й використовувати поєднання тексту та інших візуальних елементів для оновлення інформації для громадськості.

Хоча більшість установ та департаментів використовують вебжурнали в основному для повторного розміщення таких матеріалів, як прес-релізи зі своїх вебсайтів, інші також експериментують із записами в блогах, які містять думки

директорів або адміністраторів департаментів, інформацію про виступи або інші види нечастих оновлень. Публічні користувачі можуть залишати коментарі та обговорювати контент.

4. Обмін відео через YouTube. Така платформа обміну відеоматеріалами дозволяє своїм користувачам завантажувати відео безкоштовно. Державні чиновники використовують обмін відеоматеріалами в різних цілях. Одні розміщують відеоматеріали в якості довідкової інформації з питань, інші просять телевізійні станції випускати і розміщувати інтерв'ю репортерів з директорами агентств, а треті повторно розміщують контент третіх сторін на своїх власних каналах YouTube. Деякі політики викладають закулісні відеоматеріали, зняті не за допомогою професійного обладнання для виробництва відео, а за допомогою фліп-відеокамер в своїх офісах.

Отже, використання соціальних мереж не заважає формальним, структурованим і нормативно зумовленим адміністративним процесам. Навпаки, таке використання має практичну цінність і сприяє удосконаленню формальних процедур. У результаті ж активне використання соціальних мереж може привести до підвищення прозорості та підзвітності діяльності органів публічної влади, може підвищити готовність громадян до взаємодії з з ними в майбутньому. Як наслідок, довіра до влади може зрости.

Зазначимо, що використання соціальних мереж не проходило у відриві від інших технологічних розробок, зокрема «Government 2.0» [4]. При використанні цього терміна В. Еджерс зосередився на використанні технологій для підвищення прозорості діяльності органів публічної влади та участі громадян в публічному управлінні. Трохи згодом Тим О'Рейлі розширив його первинне визначення, просуваючи думку тристоронньої взаємодії: органи публічної влади надають дані, громадськість є вільною в їх використанні, а бізнес-структури розробляють веб-додатки та додатки для мобільних телефонів для використання загальнодоступних даних, а також безкоштовно надають інструменти для роботи з інформацією для громадськості та уряду [5].

Таким чином, *Government 2.0* являє собою майданчик для використання соціальних технологій щодо розширення участі, підвищення прозорості та міжвідомчого співробітництва в публічному секторі. До важливих інструментів *Government 2.0* відносяться, зокрема, платформи соціальних мереж, інструменти створення контенту та обміну ним, веб-журнали та інструменти ведення мікроблогів, які дозволяють здійснювати двонапрямлений обмін інформацією всередині органів публічної влади та в процесі взаємодії уряду з громадянами.

Основними відмінностями *Government 2.0* від попередніх вебдодатків є більш високий ступінь інтерактивності та виробництва контенту як урядом, так і громадянами. Ці нові технології використовуються як всередині організації, так і для роботи з громадянами в Інтернеті, і можуть охопити користувачів, які не використовують традиційні способи взаємодії з органами влади. Основні відмінності між традиційним електронним урядуванням та застосуванням *Government 2.0* наведено в таблиці.

Таким чином, рух *Government 2.0* включає в себе не тільки урядові інновації, а й інновації, які є краудсорсинговими серед громадян. Це доводить, що *Government 2.0* пройшов шлях від «Дикого Заходу» в використанні відкритих даних та соціальних медійних додатків до організованого руху і навіть призвів до зближення та консолідації з відчутними результатами, такими як надання публічних послуг, що мають цінність для всіх громадян

Таблиця

Відмінності між підходами електронного уряду до технологій та використанням соціальних технологій органами публічної влади

	<i>E-Government</i>	<i>Government 2.0</i>
Основна мета	Надання публічних послуг в режимі онлайн	Створення нових ініціатив за принципом «знизу вгору»:
Стан	Контент складається з остаточних, протестованих і перевірених версій. Вимагає великих фінансових вкладень і носить довгостроковий характер	Підхід є безстроковою бета-версією, з урахуванням змін, внесених сторонніми провайдерами веб-сайтів Як правило, недорогий і короткостроковий

Механізми зворотного зв'язку	Опитування фокус-груп проводиться нечасто і з обмеженою кількістю клієнтів	Постійні докладні відгуки, що надходять від громадськості в Інтернеті.
Повноваження щодо знань та інформації	Повноваження, якими володіють експерти в галузі знань Більш високий рівень контролю над контентом: орієнтованість на розробників	Як урядові експерти, так і представники громадськості мають владу: бажано спільне створення; контроль здійснюється як урядом, так і громадськими учасниками; остаточне рішення про використання знань обмежується урядом Нижні рівні контролю та управлінської координації
Взаємодія	Пуш-повідомлення. Односторонній зв'язок Низька інтерактивність.	Слухайте; беріть участь; дозволяйте коментувати, голосувати Можливість двонапрямленої взаємодії
Адресація аудиторії	Націлений на широкий загал: «на публіку»	Персоналізований Канальний підхід Чітке розуміння
Вимірювання	Чисто кількісні, з обмеженим доступом до докладних відомостей про поведінку та особистості користувачів	Дані в реальному часі, «температура», «охоплення», цифри, якісні дані про думки, погляди Можливий аналіз аудиторії та демографічних даних
Тактика	Інформаційна та освітня. Реакція на основі відповідей по електронній пошті, повідомлень в пресі та анекдотів	Стратегічні кампанії. Оцінка, що проводиться на постійній основі, з можливістю прямого втручання Існує механізм зворотного зв'язку: надання негайного впливу та інформації в режимі реального часу

Висновки. Довгий час було неясно, чому органи публічної влади відчувають необхідність участі в обміні інформацією поза ними охоронюваних і строго регульованих систем зв'язку. Робота поза захищеного контексту зв'язків з громадськістю дає директорам соціальних мереж в державному секторі більше свободи у виборі платформ, де вони бачать, що більшість членів їх аудиторії збираються та обговорюють питання, які потенційно можуть перетинатися з роботою державних установ та відомств. Більш того, початкові рішення про платформи соціальних мереж приймалися без мандата, без участі традиційної ієрархії прийняття рішень або без продуманих та складних вимог, узгоджених з постачальниками. Як показує практика, основними послугами зі створення соціальних мереж, які використовуються в державному секторі, є: спілкування через Facebook, ведення мікроблогів через Twitter, обмін контентом в блогах та обмін відео через YouTube. Також слід зазначити, що існують певні відмінності між підходами електронного уряду до технологій та використанням соціальних технологій органами публічної влади. Основна відмінність між відносно

статичними сайтами електронного уряду та високоінтерактивними державними соціальними мережами, які самооновлюються, полягає в спрямованості обміну інформацією. Саме це доводить доцільність включення до переліку критеріїв при наданні переваги між ними такого як, характер та напрямок інформативних потоків.

Список використаних джерел

1. Якимчук О. Онлайнкові соціальні мережі: перспективи розвитку. *Релігія Та Соціум. Міжнародний часопис*. 2011. № 2(6). С. 199–205.
2. Instagram accounts with the most followers worldwide as of September 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/> (дата звернення: 15.12.2020).
3. Cumulative number of monthly Facebook product users as of 3rd quarter 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/947869/facebook-product-mau/> (дата звернення: 10.12.2020).
4. Goldsmith S., Eggers W. D. *Governing by Network: The New Shape of the Public Sector*. – Washington : Brookings Institution Press. 2004. 224 p.
5. O'Reilly T. *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. URL. : <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> (дата звернення: 10.12.2020).

References

1. Yakymchuk, O. (2011) Onlainovi sotsialni merezhi: perspektyvy rozvytku. *Relihiia Ta Sotsium. Mizhnar. Chasopys, issue 2(6), 199–205* [in Ukrainian].
2. Instagram accounts with the most followers worldwide as of September 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>.
3. Cumulative number of monthly Facebook product users as of 3rd quarter 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/947869/facebook-product-mau/>
4. Goldsmith, S. Eggers, W.D. (2004). *Governing by Network: The New Shape of the Public Sector*. Washington: Brookings Institution Press.
5. O'Reilly, T. *What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>.

Hryn D. V.,

*Postgraduate Student of Political Science and Philosophy Department,
KRI NAPA, Kharkiv
ORCID 0000-0003-1687-6923*

Technologies of social networks in the public authorities activity

The article examines the features of the functioning and main directions of social network technologies application in public administration. The definition of the terminology used to describe the process of using social networks in government is given, and an overview of current applications is provided. It is emphasized that the terms «social technologies» and «social networks» are often used interchangeably to describe web services that allow users to create an online profile, as well as create user content, use crowdsourcing and interact online.

It has been found that social technologies can be distinguished from other forms of information and communication technologies by their unique technological features that support social interaction in real time. The features and specific characteristics of the main tools of social networks are substantiated, as well as the options for decision-making on each of the tools are

proved. It is determined that the main services for creating social networks used in the public sector are: communication via Facebook, microblogging via Twitter, sharing content on blogs and sharing videos via YouTube.

The differences between e-government approaches to technology and the use of social technologies by public authorities are analyzed. The main difference between relatively static e-government sites and highly interactive, self-updating public social networks is the focus of information exchange. This proves the expediency of including in the list of criteria when giving preference between them such as the nature and direction of information flows.

Based on these conclusions, the analysis provides a comparative description of the main e-government applications with the applications of social networks.

Keywords: social networks; technologies; public authorities; public relations; e-government; crowdsourcing.

Надійшла до редколегії 12.11.2020 р.

