

Гринь Дмитро Володимирович,
аспірант кафедри політології та філософії,
Харківський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України,
м. Харків
ORCID 0000-0003-1687-6923

УДК 351.865

doi: 10.34213/tp.21.01.06

ЧИННИКИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Проаналізовано особливості функціонування та основні напрями застосування технологій соціальних мереж у публічному управлінні. Досліджено перелік та внутрішні умови факторів, що стимулюють використання соціальних мереж у публічному управлінні. Особливу увагу приділено більш детальному розгляду поведінкових, технологічних та економічних факторів, що впливають на упровадження соціальних мереж у публічному секторі. Доведено, що вказані стимуляційні фактори створюють передумови для більш якісного розвитку соціальних мереж та розширюють застосовність їх у публічному управлінні. Також зазначено, що впливу стимуляційних факторів можуть протистояти певні бар'єри на шляху використання соціальних мереж у публічному секторі (системні, організаційні та культурні виклики, пов'язані з бюрократією та стандартними операційними процедурами; інформаційні та правові виклики, пов'язані з використанням інноваційних технологій).

Ключові слова: соціальні мережі, публічне управління, стимуляційні фактори, електронний уряд, мотивація, краудсорсинг.

Постановка проблеми. Будь-яке явище, зокрема і розвиток публічного управління, сприймає певні поштовхи як із зовнішнього, так і з внутрішнього середовища. Одні фактори його стимулюють, інші – пригальмовують. З наукової та практичної точок зору останніми роками цікавим є саме дослідження того, що ж стимулює упровадження соціальних мереж у публічному секторі. Використання соціальних мереж повільно зростає і розвивається в уряді, але занадто часто соціальні мережі все ще вважаються лише прихмою. Коли ж соціальні мережі упроваджуються, рушіями їх є простота використання та прийняті на індивідуальному рівні (громадянами і багатьма державними службовцями) рішення про упровадження, і виникає соціальна поведінка, що приводить до появи нових соціальних структур, пов'язаних із використанням інноваційних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні науково-практичні аспекти застосування соціальних мереж у публічному секторі знайшли своє відображення в дослідженнях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема таких, як С. Водопетов, О. Гарматій, Н. Гудима, О. Карпенко, І. Лопаченко, Г. Почепцов, І. Рейтерович, Є. Романенко, Є. Тихомирова, С. Телешун та ін. Найчастіше успішність упровадження соціальних технологій залежить від чіткого обґрунтування ключових проблем та рушійних сил у цій сфері. За таких умов необхідним є критичне оцінювання стимуляційних факторів застосування соціальних мереж у діяльності органів публічної влади.

Метою дослідження є обґрунтування складу факторів, що стимулюють використання соціальних мереж у діяльності органів публічної влади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливу увагу в цій статті приділено більш детальному розгляду поведінкових, технологічних та економічних факторів, що впливають на упровадження соціальних мереж

у публічному секторі. Вони включають у себе деякі з уявлень нинішніх директорів із соціальних мереж з акцентом на причинах упровадження нових технологій для підтримки місії своїх організацій.

Як показує практика, поточне використання застосунків соціальних мереж у публічному секторі передбачає дві різні тенденції. Деякі державні організації коливаються між доцільністю і недоцільністю застосування їх, а тому надають тільки одну онлайн-точку доступу – бланк для зв'язку з громадськістю через Інтернет. Інші організації “з головою” занурюються в користування каналами соціальних мереж та поширюють свою присутність у мережі через декілька акаунтів, розширюючи своє охоплення та цифрову видимість у мережі.

Очевидна популярність інструментів соціальних мереж у публічних установах, де їх використовують, вказує на те, що в уряді зростає потреба у створенні, поширенні та збиранні інформації, що виходить за межі традиційної комунікації. Урядові установи знають про важливість інформування або обізнаності населення про місію тієї чи іншої установи. Комунікаційна стратегія, в основі якої лежать прес-релізи, значною мірою ієрархічна, її процеси поширення інформації чітко окреслено, що залишає мало місця для неформального обміну інформацією зі співробітниками із зв'язків із громадськістю або експертами в галузі знань, що знаходяться в глибині ієрархічної структури тієї або іншої установи. Очевидно, що новітні інтернет-технології спричиняють різкі зміни у способах комунікації та співпраці між людьми на рівноправному рівні. Більш того, ці зміни потенційно мають трансформаційні наслідки у визначенні того, як організації публічного сектору виконують свої завдання і спілкуються одне з одним і з громадянами. Але вони також створюють потенційні труднощі та проблеми, що сягають корінням в інституційний контекст, де упроваджують або будуть упроваджувати ці технології. Інакше кажучи, це не технологія, що може перешкодити організаціям публічного сектору трансформуватися та упроваджувати інновації, – це організаційні та інституційні перешкоди, які необхідно подолати [2, с. 200].

Багато в чому використання соціальних мереж у публічному секторі може розглядатися як погана проблема; маючи мало або взагалі не маючи початкових формальних вказівок, державні IT-професіонали були змушені експериментувати із застосуванням соціальних мереж. Це ставило їх під дуже високий ступень невизначеності та ризику. Спочатку норми та правила охоплювали тільки онлайн-практику на офіційних та інституціалізованих урядових вебсайтах або трафік електронної пошти. Щоправда, через декілька років правил та політики використання сторонніх сайтів було дотримувано. Тільки-но урядові організації починають використовувати сайти соціальних мереж, вони опиняються в постійному режимі реакції в міру надходження інформації та зворотного зв'язку від громадськості. Крім того, провайдери платформ змінюють свої послуги та налаштування конфіденційності, тому, тільки-но виявляються зміни в політиці та стандартних процедурах роботи провайдерів, вони повинні наслідувати нові урядові правила та стандартні операційні процедури. Інноваційна поведінка та соціальні структури керуються користувачем. У цілому відповідальне та ефективне використання застосунків соціальних мереж є складною проблемою, яка вимагає високого ступеня експериментальності. У результаті уряд лише повільно упроваджує використання соціальних мереж у свої стандартні операційні процедури.

Незважаючи на те, що соціальні мережі пов'язано з безліччю проблем та ризиків, державні органи почали занурюватися в соціальні онлайн-мережі. Три категорії рушійних чинників сприяють прийняттю застосунків соціальних мереж у публічному секторі: поведінкові, економічні та технологічні.

1) Поведінкові фактори. Поведінкові, або соціальні, фактори побічно відбиваються в бажанні покоління так званих цифрових аборигенів створювати свій власний контент і ділитися ним зі своїми друзями та онлайн-контактами – часто з невеликими коливаннями з приводу того, як буде відбито їхню суспільну сутність. Громадяни встановлюють онлайн-присутності, часто в численних соціальних мережах, таких як Facebook, або в мікроблогах та блогах, таких як Twitter, Blogger, WordPress та ін. Ці сайти дозволяють кожному громадянину, з навичками програмування або без них, створити публічне представництво та залишатися на зв'язку з друзями.

Раніше створення та поширення такого роду онлайн-контенту призналося в першу чергу для висококваліфікованих і технічно підготовлених першопрохідців. Призначені для користувача відеоматеріали, як і раніше, створюються відносно невеликою групою людей, але завдяки низькотехнологічним процедурам поширення та доступу (таким, як YouTube) ці відеоматеріали переглядаються дуже багатьма людьми. Усе частіше такий розвиток подій також поширюється на різні вікові групи і вже не є унікальним для певного покоління.

Сила слабких зв'язків, які підтримують соціальні мережі. Сайти соціальних мереж використовуються для зміцнення відносин, що вже існують (офлайн). Крім того, дослідження показало, що половина користувачів, включених у дослідження, також використовують соціальні мережі для відновлення зв'язків, які згодом стали слабкими. Ці зв'язки, що пов'язують людей на основі загального атрибута, що дозволяє їм часто спілкуватися або відчувати сильний зв'язок один з одним. Ґрунтуючись на цьому почутті подібності, люди потім схильні частіше спілкуватися – або тому, що у них є сильне почуття приналежності, вони можуть надавати емоційну підтримку один одному, навіть якщо у них немає можливості зустрітися особисто. Наприклад, Facebook часто використовується для возз'єднання з друзями з навчального закладу, які переїхали до інших частин країни, або для того, щоб залишатися на зв'язку з друзями в своєму колишньому рідному місті. Ці слабкі зв'язки можна відновити за допомогою Facebook або навіть Twitter. Незважаючи на те, що частота взаємодії може не змінюватися через простий контакт у мережі, потенційні ресурси, які можуть існувати в слабких зв'язках, такі як соціальна або професійна підтримка, можуть бути корисні для майбутньої взаємодії. Сайти соціальних мереж рідше використовуються для знайомства з незнайомими людьми.

Підвищення соціальної обізнаності державних посадових осіб. Дотримуючись цієї очевидної тенденції серед громадян та приватних користувачів, багато організацій публічного сектору почали створювати віртуальні представництва своїх організацій у соціальних мережах. Вони беруть технології, уже використовувані їхніми виборцями (наприклад, створюючи вебсайт електронного уряду), замість того, щоб змусити виборців прийти до них, отже дають людям можливість спілкуватися з собою, використовуючи Facebook, Twitter або інші соціальні мережі.

Тенденції в мотивації та в цілому використанні сайтів соціальних мереж також проявляються в змінах у використанні Інтернету в останні десять років. Наприклад, попри те, що серед підлітків використання сайтів зростає повільно (з 75 до 93 %), основне зростання йде в більш старших вікових групах, які уособлюють більшість виборців та платників податків.

Завдяки цим тенденціям зростає визнання соціальних мереж в уряді. Багато державних чиновників розуміють, що їхня різноманітна аудиторія більше не дивиться на уряд як на єдиний орган, що надає цінну інформацію, а звертається до своїх однолітків та перевіряє офіційну інформацію через свої соціальні мережі.

Зміни в новинній та інформаційній споживчій поведінці. Усе більше визнання використання Інтернету та розширення доступу до сайтів соціальних мереж також змінили спосіб пошуку та доступу користувачів до інформації в Інтернеті. Урядовці визнають, що частина їхньої аудиторії уже не шукає доступу до урядової інформації через офіційні вебсайти. Замість цього користувачі хочуть або отримувати цінну інформацію через мережу дружби, або доставляти її безпосередньо в свою стрічку новин Facebook. Інші моделі споживання засобів масової інформації (ЗМІ) підтримують перехід до соціальних мереж як основного джерела інформації. Одна лише популярність новинної стрічки Facebook дозволила скоротити кількість прямих звернень до вебсайтів та передплату на паперові версії газет. Фактично зростання популярності соціальних мереж призвело до значних втрат доходів у новинній індустрії. Багато людей перестали передплачувати газети. Крім того, призначені для користувача співтовариства на сайтах соціальних мереж розміщують оновлення швидше, ніж репортери-одинаки можуть писати свої статті або готувати телевізійні версії своїх репортажів. Визнання того, що уряд не є єдиним органом влади у сфері інформації, також відбивається в мінливій парадигмі публічного сектору у сфері інформації.

2) Технологічні фактори. Незважаючи на те, що сама технологія, що лежить в основі, не нова, недавнє збільшення кількості застосунків для соціальних мереж можна пояснити здатністю їх підтримувати потреби людей у соціальних мережах: людям необхідно не тільки ділитися історіями успіху, а й повідомляти про негативні події, щоб отримати емоційну підтримку. Цикли прямого та швидкого зворотного зв'язку на сайтах соціальних мереж створюють форму соціального виправдання, яка існує в офлайн-світі, як правило, за допомогою особистого спілкування [3]. Частково успіх таких інструментів, як Twitter та Facebook, можна пояснити не лише психологічними особливостями, які підтримують використання застосунків соціальних мереж, але і відносно високим ступенем технологічної освіченості, тобто слабкими можливостями суспільства щодо використання застосунків соціальних мереж в особистих цілях (наприклад, шляхом обміну фотографіями чи відео або написання вебжурналів).

Не тільки громадяни поза урядом, охочі поділитися своїми історіями в соціальних мережах, але і більш молоді державні службовці посилюють тиск на уряд з метою упровадження програм для соціальних мереж, так само, як попередні покоління наполягали на отриманні доступу до електронної пошти або Інтернету.

Сьогодні, окрім зростання рівня комфорту серед формальних організацій, спостерігається паралельний рух з боку громадян. Так звані цивільні хакери, цивільні журналісти чи цивільні вчені – або те, що деякі можуть назвати альфа-гіками, – маючи корисливі інтереси в уряді, з легкістю використовують інструменти соціальних мереж і створюють мешапи, застосовуючи вільні та відкриті інструменти (такі як вікісайти для спільного створення контенту). Більш широко технологічний аспект стимулювання розвитку соціальних мереж розкривається через рівноправне виробництво, відкриті вихідні коди і відкритий контент, орієнтовані на користувача інновації та, звісно, краудсорсинг. Ці фундаментальні поняття забезпечують багато руйнівних сил для використання застосунків соціальних мереж саме в публічному секторі.

Перевага цих технологічних факторів полягає в тому, що вони дозволяють більш широкій аудиторії створювати їх, обмінюватися ними та мати доступ до них у режимі онлайн.

3) Економічні фактори, що пояснюють зростання технологій соціальних мереж у публічному секторі. До них відносяться інвестиції в рекламу та інвестиції в майбутнє значення популярних соціальних мереж з боку таких корпорацій, як, наприклад, Microsoft. Крім того, медійні компанії активно створюють додану вартість для безкоштовних онлайн-сервісів і тому обслуговують клієнтів у так званому “довгому хвості”, де компанії дешево поширюють невелику кількість багатьох продуктів (наприклад, застосунки на Facebook або iPhone) замість того, щоб вкладати великі кошти в дорогі версії та оновлення програмного забезпечення.

Економічна перевага використання соціальних медіа порівняно з традиційними електронними послугами в публічному секторі полягає в тому, що більшість послуг соціальних медіа є безкоштовними та зазвичай надаються зовнішніми організаціями приватного сектору, здебільшого тому, що їх позначено як довічні бета-версії. Лише деякі “закриті” послуги стягують щомісячну плату за послуги преміум. Користувачі та поведінка їх в онлайн-режимі роблять свій внесок у технологічні інновації. Користувачі беруть “вічні” бета-версії на дуже високому рівні. Навіть коли Facebook оголосив про основні зміни в налаштуваннях конфіденційності, які зазнали різкої критики, загальна думка полягала в тому, що користувачі не повинні скаржитися на безкоштовний сервіс, який намагається отримати прибуток за рахунок бажання своїх користувачів виробляти контент та ділитися ним.

Довгострокова модель у ЗМІ також мотивувала аналогічні бізнес-моделі в інших сферах електронного уряду. Наприклад, інтерес до хмарних обчислень, або загальних центрів обслуговування, розвинувся як наслідок. Послуги, які вже розміщено на сторонніх вебсайтах та серверах, стали більш прийнятною формою електронного уряду і тепер відкрито обговорюються як засіб скорочення обсягу ресурсів та інвестицій, необхідних для публічного управління.

Соціальні комунікації сьогодні є ефективними лише за умови поєднання з реальними діями суб'єктів спілкування: чи розглядається мережа Інтернет, чи безпосереднє контактування, чи йдеться про окремі канали, наприклад соціальну рекламу [1, с. 204], що має теж певні економічні наслідки та вплив на розвиток соціальних мереж.

З огляду на те, що більшість домогосподарств використовують один або декілька персональних комп'ютерів і є дуже поширеними мобільні телефони з прямим доступом в Інтернет, очікується, що в майбутньому в більшості людей з'явиться негайний доступ до деяких обчислювальних можливостей. Тенденції в галузі програмного забезпечення також дозволяють навіть відносно малокваліфікованим людям створювати свої власні програмні застосунки та використовувати застосунки, що були нещодавно розроблені іншими людьми, у міру того, як вони стають доступними. У світі, де кожна людина має обчислювальні можливості, має доступ до програмних застосунків та є підключеною до мережі, мобільні телефони та Інтернет дозволяють людям миттєво спілкуватися з усіма іншими людьми та організаціями. Аналогічним чином, цей вид децентралізованої обчислювальної техніки, доступ до програмного забезпечення та мережевий зв'язок дозволяють організаціям мати безпосередній доступ до всіх відповідних осіб та джерел інформації. Нарешті, усі ці тенденції приводять до серйозних змін як у збиранні, так і в отриманні даних. Кожна людина тепер може виступати як джерело вихідних даних про себе, інших людей, а також про своє та чуже середовище. Ці зміни підкріплюють усе більшу здатність громадян повідомляти про події, що відбуваються, включаючи пожежі, злочини і дорожньо-транспортні пригоди, але не обмежуючись ними.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Вказані стимуляційні фактори створюють передумови для більш якісного розвитку соціальних мереж та розширюють застосовність їх у публічному управлінні. Але слід зазначити, що впливу стимуляційних факторів можуть протистояти певні бар'єри на шляху використання соціальних мереж у публічному секторі. Справа в тому, що зростання використання соціальних мереж у публічному секторі відбувається в той час, коли публічні онлайн-практики зазвичай зазнають жорсткої критики. Кожна організація, підрозділ або навіть команда чи неформальна група можуть створити веб-присутність, не маючи або майже не маючи формального керівництва або нагляду навіть за своїми великими ІТ-проектами.

Водночас довіру до органів публічного управління може бути підвищено тільки тоді, коли між ними та громадянами буде налагоджено ефективну комунікацію, зокрема за допомогою соціальних мереж.

Проте упровадження сучасних соціальних технологій може бути ускладнене численними проблемами, центральне місце серед яких займають: 1) системні виклики, включаючи той факт, що владу значно розподілено в системі державного управління; 2) організаційні та культурні виклики, пов'язані з бюрократією та чинними стандартними операційними процедурами; 3) інформаційні виклики, пов'язані з процесами перевірки та обґрунтування інформації; 4) правові виклики, пов'язані з недосконалістю процедур використання інноваційних (і щодо неперевіраних) технологій у публічному секторі.

Отже, співробітництво в публічному управлінні громадян та бізнесу є вкрай важливим та необхідним, а технології соціальних мереж слід сприймати як чудові інструменти для заохочення участі та співпраці.

Список використаних джерел

1. Ревенко О. В., Ревенко Т. В. Стратегічний аналіз соціальних комунікацій бізнесу в процесі пропагування тенденцій європейської інтеграції в Україні. *Актуальні проблеми державного управління* : зб. наук. пр. Харків : Вид-во ХарРІ НАДУ "Магістр", 2020. № 2 (58). С. 198–205.
2. Якимчук О. Онлайнні соціальні мережі: перспективи розвитку. *Релігія та соціум* : міжнар. часопис. 2011. № 2 (6). С. 199–205.
3. Instagram accounts with the most followers worldwide as of September 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/> (дата звернення: 25.12.2020).
4. Goldsmith S., Eggers W. D. *Governing by Network: The New Shape of the Public Sector*. Washington : Brookings Institution Press, 2004. 224 p.

Hryn D. V.

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

FACTORS IN THE USE OF SOCIAL NETWORKS IN PUBLIC ADMINISTRATION

The use of social networks is slowly growing and evolving in government, but too often they are still considered a whim. From a scientific and practical point of view, it is interesting in recent years to find out what stimulates the introduction of social networks in the public sector.

According to this, the aim of the study was to substantiate the composition of factors that stimulate the use of social networks in the public authorities' activity.

The article analyzes the features of functioning and the main directions of application of social network technologies in public administration. The list and internal conditions of stimulating factors formation of social networks in public management are investigated. Particular attention is paid to a more detailed consideration of behavioral, technological and economic factors influencing the introduction of social networks in the public sector. It is proved that these stimulating factors create preconditions for better development of social networks and expand their applicability in public administration.

It is also noted that the influence of incentives may be faced by certain barriers to the use of social networks in the public sector. The introduction of social technologies can be complicated by numerous problems, central of them are four: 1) systemic challenges, including the fact that power is highly distributed in the system of public administration; 2) organizational and cultural challenges related to bureaucracy and existing standard operating procedures; 3) information challenges related to the processes of verification and substantiation of information; and 4) legal challenges related to the use of innovative (and relatively untested) technologies in the public sector. In order to moderate such impacts, participation and cooperation in public governance of citizens and businesses should be encouraged, and social networking technologies should be seen as excellent tools to encourage participation and collaboration.

Keywords: social networks, public administration, stimulating factors, e-government, motivation, crowdsourcing.

References

1. Revenko, O.V., Revenko, T.V. (2020). *Stratehichnyi analiz sotsialnykh komunikatsii biznesu v protsesi propahuvannia tendentsii evropeiskoi intebratsii v Ukraini. Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia*, 2 (58), 198–205. Kharkiv: Vyd-vo KharRI NADU "Mahistr" [in Ukrainian].
2. Yakymchuk, O. (2011). *Onlainovi sotsialni merezhi: perspektyvy rozvytku. Relihiia ta sotsium: Mizhnar. chasopys*, 2 (6), 199–205 [in Ukrainian].
3. Instagram accounts with the most followers worldwide as of September 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>.
4. Goldsmith, S., Eggers, W.D. (2004). *Governing by Network: The New Shape of the Public Sector*. Washington: Brookings Institution Press.

Надійшла до редколегії 15.02.2021 р.