

Н. А. Гринчак,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та публічного управління,
Національна академія статистики, обліку та аудиту,
E-mail: nahrynychak@nasoa.edu.ua
Researcher ID: I-9495-2018,
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2046-6014>;

А. В. Синяков,

заступник голови,
Бориспільська районна
державна адміністрація Київської області,
E-mail: andrii.syniakov@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5870-5001>

Цифрові комунікації в публічному управлінні: сутність, роль та вимоги до формування

У статті розглянуті сутність і роль цифрових комунікацій у публічному управлінні. Аргументовано, що органи публічної влади вбачають необхідність використання нових цифрових інструментів та платформ для розвитку більш цілеспрямованої та інклюзивної взаємодії з громадами, оскільки саме цифрові технології дають змогу державним комунікаторам охоплювати ширшу аудиторію та вибудовувати довіру до них. Визначено, що основними завданнями комунікацій у публічному управлінні є інформування громадськості та пояснення вчинених дій, сприяння й посилення інституційних дій та сприяння обговоренню ідей.

В умовах цифрової трансформації органи публічної влади мають більше ніж будь-коли способів комунікації з громадами – від соціальних мереж і віртуальних зустрічей в мерії до чат-ботів і віртуальних помічників. Виокремлено типи цифрових комунікацій, які нині набули повсюдного практичного застосування органами публічної влади.

Обґрунтовано, що основними вимогами до побудови ефективної системи цифрових комунікацій у публічному управлінні є інклюзивність, двосторонність та переконливість. Пріоритетом для органів публічної влади повинна бути розробка окремих каналів комунікації, які б найкраще відповідали потребам різних груп населення. Це важливо, оскільки публічна комунікація, що ігнорує відмінності в тому, як різні суспільні групи реагують на новини й інформацію або який резонанс викликають певні повідомлення, вважаємо, матиме обмежене охоплення та вплив. Двосторонність комунікацій стосується як відповіді на індивідуальний запит, так і переформатування комунікаційної діяльності, що базується на розумінні суспільних потреб. Двосторонність комунікацій також необхідна, щоб допомогти відновити довіру громадськості до органів публічної влади та відкрити шлях для участі кожного громадянина у виробленні управлінських рішень. Переконливість комунікацій залежить не лише від того, як вони розроблені. Особливо важливою у цьому процесі є довіра до джерела інформації.

Ключові слова: комунікації в публічному управлінні, органи публічної влади, цифрові комунікації, цифрова трансформація, цифрові інструменти, цифрові платформи, соціальні медіа.

Постановка проблеми. Комунікації у публічному управлінні є частиною інформаційної місії органів публічної влади та реалізуються в межах чинних етичних і правових норм, здійснюються без будь-якої пропаганди чи фальсифікації фактів із дотриманням необхідної прозорості доступної інформації як для тих, хто приймає рішення, так і для користувачів. Налагодження публічних комунікацій з громадськістю є складним та інтерактивним процесом, ініційованим, як правило,

органами публічної влади, з метою створення колективного позитивного образу державних установ, органів місцевого самоврядування, територіальної громади та її учасників. Мета комунікацій у публічному управлінні полягає у сприянні обміну інформацією, яка має суспільний інтерес, і забезпеченні підтримки соціальних зв'язків на певній території. Виділяють три основні завдання комунікацій у публічному управлінні: 1) інформування громадськості та пояснення вчинених дій;

2) сприяння інституційним діям та їх посилення;
3) сприяння обговоренню ідей. Щоб досягти цього, комунікатори повинні мати можливість доступитися до інших, передавати їм інформацію, вести діалог з громадянами з різними думками й поглядами та мобілізувати підтримку, пояснюючи свої дії. Отже, комунікація в публічному управлінні є посередницьким інструментом між різними зацікавленими сторонами, яка передбачає здатність продукувати й організувати виступ та готовність вислухати учасників, щоб уможливити колективне прийняття змін. Слід також зазначити, що публічна сфера та публічний простір становлять поле здійснення комунікації у публічному управлінні.

Ефективність відносин державних інституцій з громадянами має першочергове значення і є основною метою комунікації органів публічної влади. Дійсно, розуміння політики, підвищення якості пропонованих громадськості послуг, розробка проєктів або вироблення рішень вимагають комунікації, що дозволяє усвідомлювати соціальні потреби та діагностувати проблемні ситуації, які є катализаторами необхідних перетворень і сприяють колективному прийняттю змін.

За останні роки статус одержувача публічних комунікаційних повідомлень змінився з суб'єкта на користувача, а потім – на громадянина-користувача. Сучасні комунікації у публічному управлінні розглядаються як законно створений інструмент, що дозволяє державі наблизитися до громадян, або засіб, який використовується інституціями та державними адміністраціями (як національними, так і місцевими), щоб створити та/або консолідувати ідентичність своєї установи [3].

Повсюдна цифрова трансформація впливає практично на всі сектори та види діяльності. Комунікації у сфері публічного управління не обійшли стороною цей цифровий вплив. Цифрова комунікація органів публічної влади – складна та багатогранна діяльність. Велика кількість нових інструментів і засобів, які є результатом використання цифрових технологій, стає реальністю, вимагаючи оновлення способів управління та комунікації державних адміністрацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням визначення сутності та ролі комунікацій у публічному управлінні займалися багато зарубіжних науковців. Зокрема, цікавим є підхід К. А. Джонстон (К. А. Johnston) та Е. Лейн (А. Lane), які розглядають комунікації, як важливий інструмент для налагодження ефективної взаємодії з метою досягнення запланованих результатів [7]. М. П. Р. Болівар (М. Р. R. Bolivar) та Л. А. Муньєс (L. A. Muñoz), досліджуючи налагодження комунікацій органами місцевого самоврядування в ряді європейських міст, обґрунтували важливість використання різних інструментів

традиційних і цифрових комунікацій задля підвищення залученості громадян у процеси прийняття управлінських рішень [1]. К. Сандерс (К. Sanders) та М. Канель (М. Canel) [12] у своїх дослідженнях пішли далі та вивчали особливості побудови системи публічних комунікацій у 15 країнах. Вони зазначали, що канали та цілі комунікацій стали складнішими та охоплюють, наприклад, розвиток соціальних медіа та залучення громадян, тому в ряді країн організаційна структура урядів стала більш спеціалізованою. Не можна не погодитися з думкою авторів про те, що побудова стабільної системи комунікацій у публічному управлінні з чітким розподілом функцій і відповідних ролей може розглядатися як доказ стратегічної інституційної ваги урядів у публічному управлінні. Окрім того, дослідженням різних аспектів цифрових трансформацій публічних комунікацій займалися К. Ессе (С. Esse), У. Зенг (У. Zheng), І. Ковалік (І. Kowalik), М. Мазіашвілі (М. Maziashvili), А. Плешняк (А. Pleśniak) та ін. Так, У. Зенг у роботі [17] обґрунтував, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології не тільки покращують надання державних послуг, а й дозволяють урядам краще залучати громадян. К. Ессе у своєму дослідженні [3] показав, як саме розвиток цифрових засобів комунікації сприяє наближенню органів публічної влади до громадян. М. Мазіашвілі, А. Плешняк та І. Ковалік [9] досліджували, як використання цифрових комунікацій громадянами впливає на їх взаємодію з органами місцевої влади.

Перед органами публічної влади сьогодні стоїть завдання розробки системи комунікацій, яка б охоплювала традиційні інструменти та цифрові публічні комунікації. І якщо досвід використання традиційних комунікацій в органах публічної влади є суттєвим, то застосування інструментів цифрових комунікацій потребує постійного вивчення й опанування.

Метою статті є дослідження застосування сучасних інструментів цифрових комунікацій в публічному управлінні та розробка рекомендацій щодо формування ефективної системи комунікацій для органів публічної влади.

Виклад основного матеріалу. В умовах цифрової трансформації органи публічної влади мають більше ніж будь-коли способів комунікації з громадами – від соціальних мереж і онлайн-ратуш до чат-ботів і віртуальних помічників.

За останні два десятиліття прогрес у соціальних медіа, штучному інтелекті та інших цифрових технологіях розвинув способи налагоджування органами публічної влади комунікації з громадами, які вони обслуговують, і отримувати відгуки від цих громад. Однак якщо деякі державні установи досягли великих успіхів у впровадженні цих нових інструментів цифрової комунікації, то інші відстають. Цю тезу підтверджує і проведене

компанією Deloitte дослідження “Масштабування штучного інтелекту в уряді”, в якому зазначено, що лише 26% керівників світових урядів упровадили в практику інструменти обробки природної мови, такі як чат-боти [13]. Витрати на розробку та впровадження цифрових комунікацій, недостатня інфраструктура, нечіткі переваги та культурна інерція обмежили здатність багатьох державних установ використовувати весь спектр інструментів цифрових комунікацій, доступних зараз.

Багато органів публічної влади визнають необхідність використовувати нові цифрові інструменти та платформи для розвитку більш цілеспрямованої та інклюзивної взаємодії з громадами. Провідні міжнародні організації використовують цифрові технології для інформування, збирання інформації та зміцнення довіри серед спільнот. Цифрові технології дають змогу державним комунікаторам охоплювати ширшу аудиторію, а побудова довіри вимагає глибокого розуміння людських потреб, щоб адаптувати ефективні комунікації.

Найпростіший вид комунікації органів публічної влади – це надання громадськості корисної інформації на хвилюючі теми, що допомагає громадськості краще зрозуміти проблеми та розглянути можливі рішення. Проте часто цю інформацію важко зрозуміти тим, хто не має досвіду, необхідного для її тлумачення. Окрім того, перш ніж інформувати громадськість про певні проблеми та шляхи їх вирішення, органам публічної влади потрібні дані, щоб зрозуміти ці проблеми та потреби громади. Сьогодні більшість органів публічної влади використовують цифрові платформи для збирання інформації, яку зазвичай отримували під час особистих зустрічей. Цифрові платформи також дозволяють органам публічної влади використовувати досвід громадян шляхом краудсорсингу ідей [5]. Наприклад, уряд Сполучених Штатів запустив CitizenScience.gov – портал, призначений для активізації участі громадськості в прискоренні інновацій.

Дослідження, проведені Statista, показали, що внаслідок COVID-19 у всьому світі приватні та публічні організації збільшили використання різноманітних цифрових комунікацій, а також уперше впровадили багато каналів цифрових комунікацій. Так, кожна третя компанія вперше застосувала як канали комунікацій інтерактивну голосову відповідь (IVR) і живий чат. Середня кількість нових каналів, які впроваджують компанії, становить 3,5. Крім того, варто відзначити, що чат, електронна пошта та відео є основними каналами комунікацій, які частіше використовуються у відповідь на пандемію (рис. 1, за даними [6]). У проведеному опитуванні взяли участь 2568 респондентів, які займають керівні посади за такими напрямками: корпоративні комунікації; досвід роботи з клієнтами; підтримка клієнтів або технічна підтримка;

аналітика даних або бізнес-аналітика; публічне управління або адміністрування; ІТ або інженерія; інновації; маркетинг; дизайн/розробка продукту; продажі або розвиток бізнесу; стратегічне планування. Упровадження різноманітних інструментів цифрових комунікацій дозволяє компаніям і співробітникам, органам публічної влади і населенню залишатися на зв'язку один з одним, оскільки багато хто з них потребує доступу до інформації та участі у зустрічах віртуально, незалежно від реального місцезнаходження.

Приймаючи рішення, як використовувати ці інструменти для інформування, збирання інформації та зміцнення довіри, фахівці повинні прагнути зрозуміти інформаційні потреби й переваги своєї аудиторії та забезпечити цифровий доступ для всіх спільнот [5].

У ситуаціях ризику та кризи держава й органи публічної влади грають фундаментальну роль в управлінні комунікаційними та інформаційними потоками. Саме вони задають основні орієнтири, яких слід дотримуватися, щоб мати систему сертифікованих джерел даних. Управління належним поширенням інформації у такій делікатній ситуації має стратегічне значення.

Прискорення переходу на цифрові технології, особливо в умовах надзвичайної ситуації, є ще необхіднішим. Органи публічної влади, стикнувшись зі стрімким зростанням обсягів і способів використання технологічних пристроїв громадянами для культивування віртуальної взаємодії та отримання інформації, повинні усвідомити доцільність зміни стратегії для задоволення цих нових потреб. Рішення полягає в тому, щоб перехопити увагу громадянина у соціальних мережах, зацікавити його та залучити для налагодження ефективних комунікацій з органами публічної влади.

Для взаємодії з громадянами органам публічної влади потрібні практичні вебсайти та спеціальні програми. В епоху перевантаження інформацією навіть публічні установи, як це вже роблять деякі приватні компанії, повинні мати плани налагодження чітких спільних комунікацій з громадянами. У ситуаціях підвищеного ризику, надзвичайних і кризових ситуаціях, в умовах війни особливо важливо, щоб інформація, яка надходить до громадян, була сертифікованою, вчасною та поширеною.

Деякі органи публічної влади розробляють свою систему комунікацій, спираючись на досвід компаній в приватному секторі, наслідуючи його найкращі практики, особливо в цифровій частині [2]. Проте дослідження у сфері публічного управління підкреслюють важливість онлайн-інструментів для активізації залучення зацікавлених сторін та участі в громадській діяльності. Інтернет дав громадянам можливість впливати на процес прийняття рішень [9]. На відміну від традицій-

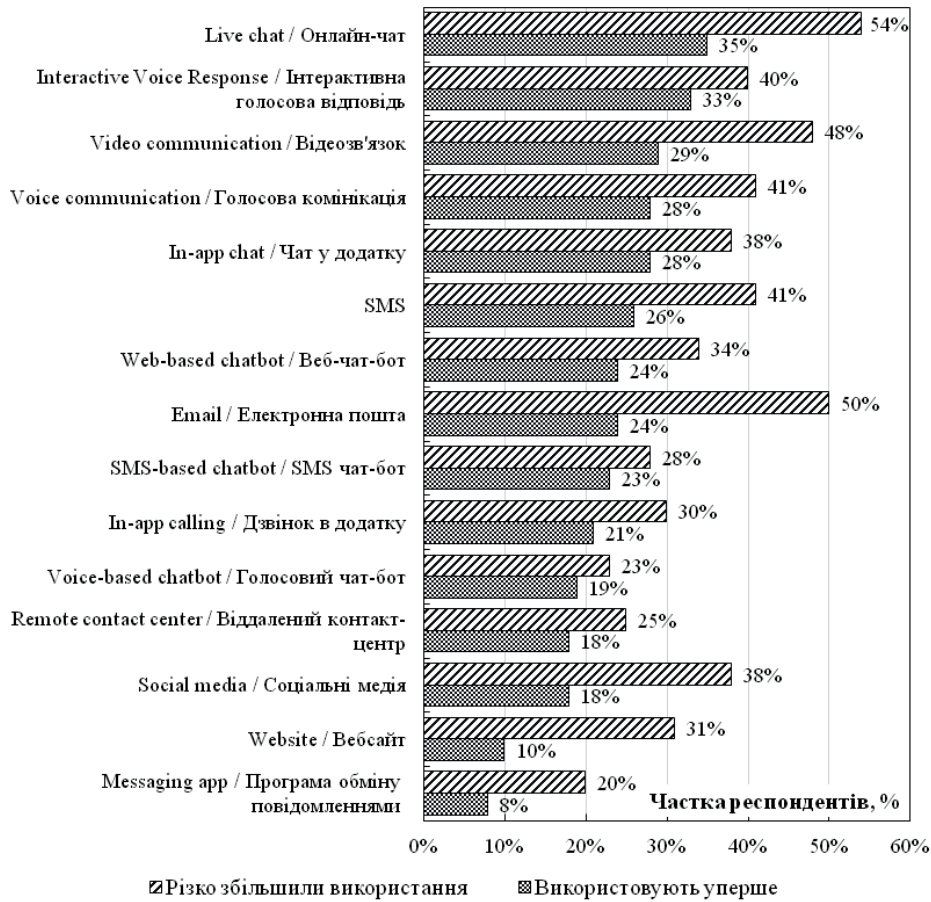


Рис. 1. Цифрові комунікації, які організації почали використовувати вперше або різко збільшили їх використання внаслідок пандемії

них інструментів співпраці, онлайн-платформи й соціальні медіа-платформи пропонують більшу доступність і спільний простір для взаємодії та співпраці [17].

Соціальні медіа формують значний простір для налагодження комунікацій органів публічної влади з громадянами [18]). Вони сприяють інноваційним проектам розвитку громад через обмін враженнями та створення різних типів контенту зацікавленими сторонами [14]. На відміну від офіційних вебсайтів міст, територіальних громад, державних інституцій, присвячених офіційній кореспонденції та оголошенням, соціальні медіа дозволяють налагодити неформальний діалог із громадянами. Органи місцевого самоврядування отримують змогу надавати різноманітний контент для інформаційних і рекламних цілей, збирають відгуки, щоб сприяти залученню мешканців територіальних громад до співпраці. Такий контент створюють органи місцевого самоврядування та звичайні користувачі платформ соціальних мереж. Крім того, інтерактивний, активний, відкритий і прозорий характер соціальних медіа сприяє формуванню прихильності всіх зацікавлених сторін, що призводить до формування бренду міста та поліпшення його ідентифікації [9]. Перевагою є і те, що провідні соціальні мережі, як правило,

доступні кількома мовами та дозволяють користувачам спілкуватися з друзями чи іншими людьми через географічні, політичні чи економічні кордони. Більшість найпопулярніших соціальних мереж із понад 100 мільйонами користувачів виникли у Сполучених Штатах, але й такі сервіси, як китайські соціальні мережі WeChat, QQ або програма для обміну відео Douyin, також набули поширення у відповідних регіонах завдяки місцевому контексту та вмісту. Так, популярність Douyin привела до того, що платформа випустила міжнародну версію своєї мережі – невеликий додаток TikTok.

Найпопулярнішими соціальними мережами в усьому світі за кількістю активних користувачів щомісяця станом на жовтень 2023 року є Facebook, YouTube, WhatsApp, та Instagram. Лідером ринку є Facebook, що став першою соціальною мережею з понад одним мільярдом зареєстрованих облікових записів і наразі має понад три мільярди активних користувачів щомісяця (рис. 2, за даними [10]). Meta Platforms володіє чотирма найбільшими платформами соціальних мереж, кожна з яких має понад один мільярд активних користувачів щомісяця: Facebook (основна платформа), WhatsApp, Facebook Messenger та Instagram. У другому кварталі 2023 року Facebook повідомила про понад 3,8 млрд користувачів основного продукту Family щомісяця.

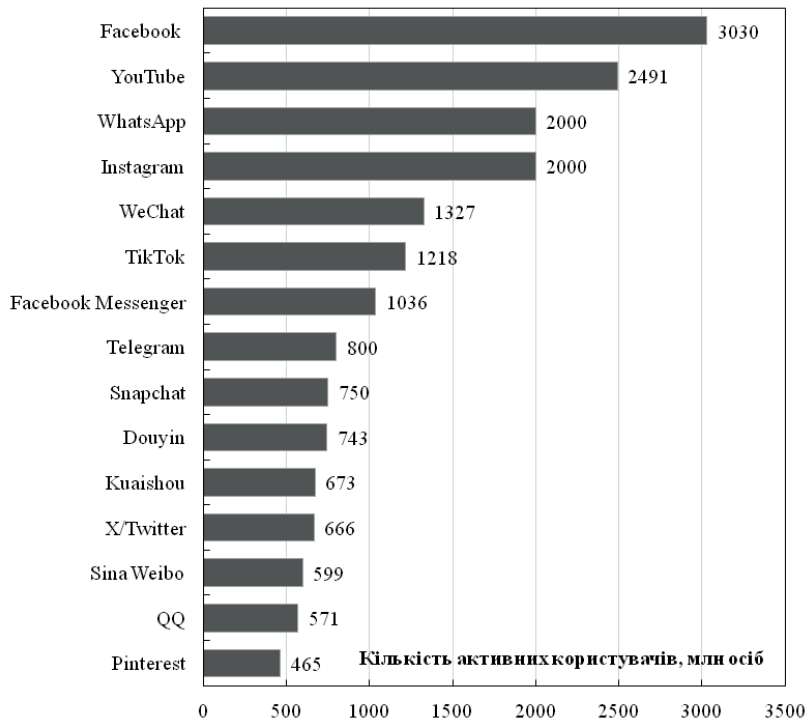


Рис. 2. Найпопулярніші соціальні мережі у світі за кількістю активних користувачів щомісяця, станом на жовтень 2023 року

Органи публічної влади, які до пандемії використовували більш традиційні засоби комунікації, були змушені активізувати залучення цифрових комунікацій.

Основними характеристиками соціальних медіа є залучення, зв'язок, участь, спілкування та відкритість. Просте поширення інформації та підвищення обізнаності було піднесено до співпраці, інтерактивності та багатосторонньої комунікації з допомогою Web 2.0. Соціальні медіа перетворилися на потужний цифровий багатоцільовий інструмент комунікації. Цей та інші інструменти онлайн-комунікації також дозволяють органам публічної влади стати більш чуйними та орієнтованими на користувачів. Отже, громадяни є не лише споживачами публічних послуг, а й активними учасниками життя громади.

Швидкий розвиток інструментів цифрової комунікації підняв рівень участі громадян за різними вимірами, починаючи від найменш складного – поширення інформації про рішення уряду, до найповнішого способу участі – надання громадянам права останнього слова під час прийняття рішень [1].

Дослідження показують, що встановлення тісної співпраці між громадянами й органами публічної влади є результатом застосування цифрових інструментів та інтенсивних комунікацій [9]. Цифрові інструменти створюють альтернативні шляхи взаємодії та можливості для такої співпраці. Як наслідок, цифрові інструменти комунікацій посилюють зв'язок між органами публічної влади та громадянами. Інтенсивність використання кон-

кретного цифрового інструменту впливає на міцність взаємовідносин громадян та органів публічної влади.

Висновки та пропозиції. Органи публічної влади все більше комунікують через цифрові канали, незалежно від того, чи є останні власними, платними чи інтегрованими з традиційними. Ці канали відкрили нові можливості для використання комунікацій, пов'язаних не лише з інформуванням громадян, і слугують практичним інструментом для реалізації політики або для того, щоб слухати та розуміти громадян і як результат – краще їх обслуговувати й залучати до суспільного життя.

Технологічні зміни, без сумніву, є основною рушійною силою появи нових вимог і можливостей для налагоджування урядами комунікацій. Проте ефективне використання цих можливостей потребує цілісного розуміння цифрової трансформації публічної комунікації, окрім простого впровадження технологій [15]. Найбільш важливим є те, що цифровізація спрямована на вирішення проблем, з якими стикаються комунікатори й установи, і що вона розширює можливості для ефективнішого спілкування.

Сучасні ефективні комунікації у сфері публічного управління повинні відповідати таким трьом вимогам:

1. Інклюзивність. Суспільство не може посправжньому процвітати, якщо деякі верстви населення залишаються позаду або недостатньо обслуговуються в рамках державної політики та послуг [12]. Публічна комунікація, що ігнорує відміннос-

ті в тому, як різні суспільні групи реагують на новини та інформацію або які повідомлення у кого викличуть резонанс, ймовірно, матиме обмежене охоплення та вплив. Пріоритетом для органів публічної влади повинна бути розробка окремих каналів комунікації, які б найкраще відповідали різним групам населення.

Якщо до появи цифрових комунікацій і соціальних медіа інструменти для розуміння аудиторії та спрямування на неї контенту були обмеженими й дорогими, то сьогодні комунікатори мають доступ до великої кількості даних та ідей, а також засобів для прямого зв'язку з громадянами [16]. Це дає змогу таким фахівцям стратегічно розробляти комунікації, щоб вони охоплювали багато груп і могли забезпечити охоплення цільової аудиторії. Інновації, пов'язані з новим використанням даних і алгоритмів, а також нетехнологічні підходи до використання довірених посередників як месенджерів, розширюють можливості для більш інклюзивного спілкування.

2. Двосторонність комунікацій. Органи публічної влади звикли налагоджувати комунікації на основі власних планів, згідно зі своїми внутрішніми цілями і традиційно бачать роль комунікації переважно як інформування та час від часу – переконування [8; 12]. Сьогодні такий підхід, як правило, розглядається як занадто вузький, більше уваги приділяється задоволенню очікувань громадян щодо їх залучення та прозорості інформації [8]. Органи публічної влади все частіше прагнуть до налагодження двосторонньої комунікації, коли вони одночасно є і відправниками, і отримувачами повідомлень як засобу досягнення певної форми постійного діалогу з громадянами та іншими зацікавленими сторонами [7].

Інновації, пов'язані з цифровими каналами, їх прямими та інтерактивними форматами та генерацією готових до аналізу даних, дозволяють

органам публічної влади слухати громадян і реагувати на їх потреби. Двосторонність комунікацій у цьому сенсі може стосуватись як відповіді на індивідуальний запит, так і переформатування комунікаційної діяльності, що базується на розумінні суспільних уподобань і вимог до суспільно важливої інформації. Двосторонність комунікацій також необхідна, щоб допомогти відновити довіру громадськості до органів публічної влади та відкрити шлях для участі громадян у виробленні управлінських рішень [11].

3. Переконаливість. Разом із визнанням ролі публічної комунікації як інструменту для формування та реалізації політики постає необхідність переконатися, що вона може сприяти досягненню заявлених цілей. На тлі зростаючої тенденції до переважання багатьох людей інформацією через насичену інформаційну екосистему [4], простого ознайомлення з повідомленням не обов'язково достатньо навіть для підвищення обізнаності. У цьому контексті результати зусиль з інформування, зі зміни сприйняття та спонукання людей діяти в цілях дотримання політики й рівня суспільного блага можуть бути значно покращені шляхом застосування науки про поведінку.

Спираючись на три вищенаведені вимоги до побудови ефективних комунікацій, органи публічної влади зможуть удосконалити свої системи цифрових комунікацій, щоб зробити їх інклюзивними, двосторонніми (зі швидким зворотним зв'язком) та переконливими.

Зазначимо, що переконливість комунікацій залежить не лише від того, як вони розроблені. Особливо важливою є довіра до джерела інформації. Розуміння того, як чинники довіри можуть бути інтегровані в розробку комунікаційних стратегій та ініціатив, щоб сприяти більшій сприйнятливості громадськістю та, своєю чергою, дотриманню вимог, потребує подальшого дослідження.

References

1. Bolivar, M. P. R., Muñoz, L. A. (2019). Using tools for citizen engagement on large and medium-sized European smart cities. *E-Participation in Smart Cities: Technologies and Models of Governance for Citizen Engagement*. (pp. 23–35). Cham: Springer. DOI:10.1007/978-3-319-89474-4_2
2. Digital Public Communication: the way communication will change for Public Administration after Covid-19. (2020). *Doxee Marketing Team*. Retrieved from <https://www.doxee.com/blog/digital-disruption/digital-public-communication-public-administration-after-covid-19/>
3. Esse, C. (2022). The Digital Transformations of Public Communication: Breakdown, Continuity or Improvement of the Communication Potential of Cameroonian Administrations. *Advances in Journalism and Communication*, 10, 2, 119–135. Doi: 10.4236/ajc.2022.102009
4. Horrigan, B. (2016). *Information Overload*. Pew Research Center. Retrieved October 28, 2021 from <https://www.pewresearch.org/internet/2016/12/07/information-overload/>
5. Pandit, A., Mariani, J., Keene, C., Kuroishi, Sh., & Kelkar, M. (2022). How Governments Are Using Digital Communications for Richer Engagement. *The Wall Street Journal*. July 26, 2022. Retrieved from <https://deloitte.wsj.com/cmo/how-governments-are-using-digital-communications-for-richer-engagement-01658861557>
6. In response to COVID-19, what digital communication channels did your organization begin using for the first time or dramatically increase use of? *www.statista.com*. Retrieved July 07, 2023 from

<https://www.statista.com/statistics/1201336/covid-use-adoption-communication-channels/> (опубліковано Statista Research Department, 07 липня 2023 р.)

7. Johnston, K. A. & Lane, A. B. (2021). Communication with intent: A typology of communicative interaction in engagement. *Public Relations Review*, 47, 1, 101925. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101925>

8. Macnamara, J. (2017). *Creating a 'democracy for everyone': Strategies for increasing listening and engagement by government*. London, UK & Sydney, NSW: The London School of Economics and Political Science & University of Technology Sydney. Retrieved from <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/2017/MacnamaraReport2017.pdf>

9. Maziashvili, M., Pleśniak, A., & Kowalik, I. (2023). The digital communication tools and citizens' relationship with local governments: a comparison of Georgian and Polish cities. *International Review of Administrative Sciences*, 89, 2, 555–576. DOI:10.1177/00208523221079746

10. Most popular social networks worldwide as of October 2023, ranked by number of monthly active users (in millions). *www.statista.com*. Retrieved October 27, 2023 from <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

11. *OECD Report on Public Communication. The Global Context and the Way Forward*. (2021). Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/22f8031c-en>

12. Sanders, K., & Canel M. (Eds.). (2013). *Government Communication. Cases and Challenges*. London: Bloomsbury Publishing. Retrieved from <https://www.bloomsbury.com/uk/government-communication-9781849666121/>

13. Van Buren, E., Eggers, W. D., Austin, T., & Mariani, J. (2021). Scaling AI in government. *www2.deloitte.com*. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/public-sector/government-ai-survey.html?id=us:2el:3dp:wjspon:awa:WSJCMO:2022:WSJFY23>

14. Sevin, E. (2016). Branding Cities in the Age of Social Media: A Comparative Assessment of Local Government Performance. *Social Media and Local Governments. Theory and Practice*. M. Z. Sobaci (Ed.). *Public Administration and Information Technology*, 15, 301–320. Retrieved from https://doi.org/10.1007/978-3-319-17722-9_16

15. *The E-Leaders Handbook on the Governance of Digital Government*. (2021). OECD Digital Government Studies. Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/ac7f2531-en>

16. Wiesenberg, M., Zerfass, A., & Moreno, A. (2017). Big Data and Automation in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 11, 2, 95–114. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/1553118X.2017.1285770>

17. Zheng, Yu. (2017). Explaining citizens E-participation usage: Functionality of E-participation applications. *Administration & Society*, 49 (3), 423–442. DOI: 10.1177/0095399715593313

18. Zhou, L., & Wang, T. (2014). Social media: A new vehicle for city marketing in China. *Cities*, 37 (1), 27–32. DOI: 10.1016/j.cities.2013.11.006

N. A. Hrynchak,

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of Department,
Department of Management, Marketing and Public Administration,
National Academy of Statistics, Accounting and Audit,
E-mail: nahrynchak@nasoa.edu.ua
Researcher ID: I-9495-2018,
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2046-6014>;

A. V. Syniakov,

Deputy head of Boryspil district state administration
of Kyiv region,
E-mail: andrii.syniakov@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5870-5001>

**Digital Communications in Public Administration:
Essence, Role and Requirements for Formation**

The article examines the essence and role of digital communications in public administration. It was determined that the main tasks of communications in public administration are informing the public and explaining the actions taken; promoting and strengthening institutional action and facilitating the discussion

of ideas. In the face of digital transformation, public authorities have more ways than ever to communicate with communities – from social networks and online town halls to chatbots and virtual assistants. The types of digital communications that have gained widespread practical application by public authorities in the conditions of digital transformation are singled out. It is substantiated that the main requirements for building an effective system of digital communications in public administration are inclusiveness, bilateralism and persuasiveness.

Public communication that ignores the differences in how different social groups respond to news and information, or which messages will resonate with whom, is likely to have limited reach and impact. The priority for public authorities should be the development of communication that would be better suited to different groups of the population. Public authorities are increasingly striving to establish two-way communication, when they are both senders and receivers of messages, as a means of achieving a certain form of permanent dialogue with citizens and stakeholders. The persuasiveness of communications depends not only on how they are designed. Trust in the source of information is especially important. Understanding how trust factors can be integrated into the development of communication strategies and initiatives in a way that promotes greater public acceptance and, in turn, compliance requires further research.

Key words: *communications in public administration, public authorities, digital communications, digital transformation, digital tools, digital platforms, social media.*

Бібліографічний опис для цитування:

Гринчак Н. А., Синяков А. В. Цифрові комунікації в публічному управлінні: сутність, роль та вимоги до формування. *Статистика України*. 2023. № 3–4. С. 112–119.

Doi: 10.31767/su.3-4(102-103)2023.03-04.09

Bibliographic description for quoting:

Hrynychak, N. A., & Syniakov, A. V. (2023). Tsyfrovi komunikatsii v publichnomu upravlinni: sutnist, rol ta vymohy do formuvannia [Digital Communications in Public Administration: Essence, Role and Requirements for Formation]. *Statystyka Ukrainy – Statistics of Ukraine, 3–4*, 112–119.

Doi: 10.31767/su.3-4(102-103)2023.03-04.09 [in Ukrainian].