

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
Університет Ауреля Влайку (Румунія)  
Університет «Лучіана Блага» (Румунія)  
Центральна бібліотека Болгарської  
Академії наук (Болгарія)  
Коледж Санта-Фе (США)  
Державний університет Сан-Паулу (Бразилія)  
Університет Метрополітен Лондон (Великобританія)  
Національний університет «Одеська політехніка» (м. Одеса)  
Західноукраїнський національний університет (м. Тернопіль)  
Державний архів Полтавської області  
Центральна бібліотека Полтавської міської територіальної громади

## **Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи**



**МАТЕРІАЛИ  
X МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
25 листопада 2025 року**

**Полтава**

4. Юрчук Н. П. CRM-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 23. С. 141–147.

5. Янчук Т., Боєнко О. Впровадження CRM-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-89>.

**Анна Дейнека**

**Науковий керівник – к.філол.н., доцентка Чередник Л.А.**

*м. Полтава*

## **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОГО ІНФОРМУВАННЯ ТА ДОКУМЕНТУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕПУТАТА МІСЬКОЇ РАДИ**

У сучасному інформаційному просторі соціальні мережі відіграють ключову роль у системі публічних комунікацій, стаючи ефективним засобом взаємодії між представниками влади та громадою. Для депутатів місцевих рад соціальні мережі перетворилися на повноцінний інструмент реалізації інформаційної політики, формування іміджу та звітності перед виборцями. Вони одночасно виконують функції «інформування, зворотного зв'язку і документування діяльності, забезпечуючи відкритість та прозорість роботи місцевого самоврядування» [4, с. 27].

Соціальні медіа стали важливим складником ширшої системи інформаційних комунікацій депутата, що поєднує традиційні та електронні канали взаємодії. Якщо раніше комунікація базувалася переважно на офіційних зверненнях, зустрічах з виборцями, пресрелізах і газетних публікаціях, то нині головним майданчиком для донесення інформації стали соціальні мережі, зокрема такі, як: Facebook, Instagram, YouTube. Вони уможливають «оперативно поширювати новини, реагувати на запити громади, а також створювати цифровий архів діяльності депутата» [1, с. 42].

У практиці депутатів Полтавської міської ради соціальні мережі активно використовуються для публічного інформування щодо різних рішень, зустрічей, соціальних ініціатив та зrealізованих проєктів. Наприклад, публікації у Facebook містять звіти про прийоми громадян, участь у благодійних заходах, благоустрій територій, підтримку освітніх і спортивних ініціатив. Такі дописи виконують не лише комунікаційну, а й документну функцію, оскільки фіксують процес виконання депутатських обов'язків у цифровій формі. А відповідно до наукових підходів документознавства, «будь-яке повідомлення, що має автора, дату створення, зміст і соціальну значущість, може вважатися документом» [3, с. 91].

Загалом, соціальні мережі дозволяють депутатам реалізувати принцип відкритого врядування, коли інформація щодо діяльності влади є публічно доступною і може бути перевірена громадянами. Цифрові комунікації сприяють формуванню довіри виборців, розширюють можливості участі громадськості в обговоренні питань місцевого значення. Завдяки «інтерактивним функціям (коментарі, опитування, прямі ефіри) мешканці міста мають змогу безпосередньо висловлювати позицію, а депутат — отримувати швидкий зворотний зв'язок» [4, с. 73].

Особливо важливим аспектом є документування діяльності через соціальні мережі. Кожна публікація, відео або фотозвіт фактично є елементом електронного документного масиву. У науковому сенсі, це процес фіксації управлінських дій і результатів депутатської роботи в цифровій формі, що згодом може бути використано «для звітності або архівування» [3, с. 118]. Тобто, інформаційна активність депутата у соціальних мережах має не лише комунікаційне, а й правове значення, оскільки створює підґрунтя для електронного документування.

Наприклад, доволі часто депутати публікують фотозвіти та відео з громадських заходів, протоколи зустрічей або короткі резюме засідань комісій в особисті сторінки у мережі «Facebook». Такі матеріали виконують роль

електронних службових повідомлень, що засвідчують виконання певних дій. Науковці документознавчої галузі зазначають, що «електронні документи мають однакову юридичну силу з традиційними, якщо забезпечено їх цілісність і доступність» [2, с. 64]. Отже, соціальні мережі фактично є середовищем створення та зберігання документів у системі місцевого самоврядування.

Водночас актуальною проблемою залишається збереження і систематизація таких цифрових матеріалів. Часто після завершення каденції депутата сторінки в соціальних мережах видаляються або змінюють власників, унаслідок чого втрачається значний обсяг публічної інформації. Із метою вирішення цього питання доцільно створювати електронні репозитарії, в яких зберігатимуться офіційні пости, фото- і відеоматеріали депутатів як частина архіву міської ради. Це дозволить сформувати повноцінну інформаційно-документну базу діяльності місцевих представників влади [1, с. 85].

Отже, соціальні мережі є багатофункціональним засобом комунікації, який поєднує інформаційні, документні та комунікаційні функції. Вони сприяють відкритості влади, підвищенню рівня довіри до депутатів, а також слугують засобом фіксації суспільно значущих подій у цифровому форматі.

Для подальшого розвитку електронного врядування необхідно унормувати статус соціальних мереж у контексті документування публічної діяльності, що сприятиме інтеграції цифрових комунікацій у систему офіційного діловодства місцевих рад.

### *Джерела та література*

1. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>(дата звернення: 25 жовтня 2025)
2. Данюк В.М., Кулаковська Л.П. Кадрове діловодство. Київ: Каравела, 2023. 240 с.
3. Швецова-Водка Г.М., Костенко М.С. Документознавство. Частина 2. Типологія документа. Документознавство як наука. Київ: Кондор, 2023. 268 с.

4. Холод О.М. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. 312 с.

5. Офіційний сайт Верховної Ради України.  
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 25 жовтня 2025)

**Вікторія Мазняк**

**Науковий керівник – к.філол.н., доцентка Чередник Л.А.**

*м. Полтава*

## **КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРОБЛЕМИ**

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій докорінно змінив парадигму взаємодії між бізнесом та споживачем. Ще десять років тому наявність корпоративного сайту чи сторінки у мережі «Facebook» вважалися конкурентною перевагою. Сьогодні це лише базовий мінімум, який сам по собі нічого не гарантує. Цифрове середовище перестало бути додатковим каналом поширення інформації, воно трансформувалось у простір безпосереднього існування та конкурентної боротьби бізнесу. Традиційні лінійні моделі комунікації втрачають ефективність, поступаючись місцем інтерактивним, персоналізованим і миттєвим взаємодіям. В умовах глобальної невизначеності та перенасичення ринку інформацією, побудова ефективної комунікаційної стратегії стає критичним фактором виживання підприємства.

Відомо, що комунікаційна стратегія підприємства в цифровому середовищі –це комплекс заходів, спрямованих на взаємодію з аудиторією через онлайн-канали: соціальні мережі (Facebook, Instagram, LinkedIn), вебсайти, email-розсилки та чат-боти. За моделлю AIDA (Attention-Interest-Desire-Action), адаптованою до цифрового контексту, «стратегія повинна забезпечувати привернення уваги, формування інтересу, стимулювання бажання та спонукання до дій» [2, с.187-188]. Однак, на відміну від