

**Міністерство освіти і науки України
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

Тесаловський Олексій Борисович

УДК 35.076

ДИСЕРТАЦІЯ

**РОЗВИТОК ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ
ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО
СУСПІЛЬСТВА**

281 «Публічне управління та адміністрування»
Галузь знань - Публічне управління та адміністрування

Подається на здобуття наукового доктора філософії з публічного
управління та адміністрування

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ **О. Б.Тесаловський**

Науковий керівник: Петровська І. О., к.е.н., доцент

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Тесаловський О.Б. Розвиток зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 281 – Публічне управління та адміністрування. – Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського. Київ, 2026.

У дисертації обґрунтовано теоретичні засади та розроблено практичні рекомендації щодо вдосконалення розвитку зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. Систематизовано концептуальні підходи до визначення зв'язків з громадськістю, що поглиблюють і розширюють уявлення про інституційні особливості зв'язків з громадськістю з урахуванням специфіки публічного управління, відповідних аспектів вибраних концепцій (зв'язки з громадськістю, як функцію управління та як аспект інформаційно-комунікаційних відносин), а також наголос на унікальних характеристиках публічного управління (максимальна наближеність до громадськості) і нові тенденції суспільного розвитку.

Визначено мету діяльності зі зв'язків з громадськістю, як створення ефективної системи комунікацій між органами публічного управління та громадськістю. Ця система спрямована на оптимізацію соціальної взаємодії. Одночасно громадськість включає сукупність індивідів і соціальних груп, які діють у публічній сфері та мотивовані спільними інтересами, цінностями, що мають суспільну значущість.

Досліджено вплив інформаційного суспільства на розвиток зв'язків з громадськістю в органах публічного управління. Виявлено, що розвиток сучасного інформаційного суспільства сприяє формуванню нової системи інформаційно-комунікативних відносин в органах публічного управління за допомогою підрозділів по зв'язках з громадськістю. З'ясовано основні

завдання, PR-підрозділів: підвищення довіри громадськості до органів публічного управління шляхом створення механізмів зворотного зв'язку та задоволення інформаційних потреб громадськості; досягнення прозорості шляхом розвитку ринку інформації та знань у публічному управлінні разом із системою, яка захищає права громадян на доступ до інформації; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних та інтелектуальних технологій шляхом активізації процесів інформаційної інтеграції та підвищення освітньої кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування.

Визначено, основні функції відділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління: управлінська, комунікативна, інформаційна, аналітико-прогностична, організаційно-координаційна, інтегративна, публічна функції. З'ясовано принципи функціонування служб зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного: соціальна відповідальність, демократизм, принцип альтернативності, пильність, пріоритет права (законності), технології.

Проаналізовано сучасний стан розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління, з'ясовано, що іони набувають все більшої важливості в умовах розвитку інформаційного суспільства та зростання вимог громадян до прозорості та відкритості влади. Сучасні технології та зміна соціальних очікувань спричиняють необхідність постійного вдосконалення комунікаційних стратегій органів влади. Ключовими тенденціями розвитку PR-діяльності є: цифрова трансформація; особистісний підхід; проактивна комунікація; транспрозореність; орієнтація на результати; кризисна комунікація; партиципативна демократія.

Серед факторів що впливають на функціонування PR-підрозділів визначені наступні: наслідки системної соціально-економічної кризи, що виникла в Україні під час встановлення державного суверенітету, демократизації суспільного життя, лібералізація економіки, перебудови соціально-економічних відносин; поява в масовій свідомості специфічних стереотипів, рис, характеристик, характерних для перехідного періоду;

відсутність (або нерозвиненість) середнього класу як найважливішої складової громадянського суспільства та публічного управління, а також негативний вплив соціального невдоволення середнього класу; «прискорення» історичного часу, що позначається збільшенням частоти істотних об'єктивних змін, що стосуються окремих людей, місцевих спільнот і суспільства в цілому; процес інформатизації суспільства, що триває.

До основних проблем віднесено: цілепокладання через відсутність цілісної PR-стратегії, необхідність формування суб'єкт-суб'єктної моделі PR-комунікації між органами публічного управління та громадянами; інституціоналізації зв'язків з громадськістю; рівень професіоналізму PR-фахівців та законодавча база, що забезпечує їх роботу.

Обґрунтовано стратегію розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. Стратегія, визначає цілі, завдання, принципи та основні шляхи взаємодії з цільовими об'єктами зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. В Україні метою зміцнення відносин між органами публічного управління та громадськістю в цьому інформаційному контексті є посилення суспільної довіри, забезпечення інформаційно-комунікативного супроводу важливих суспільно значущих ініціатив та покращення взаємодії з громадськістю шляхом використання сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій.

Ключові слова: публічне управління, зв'язки із громадськістю, органи публічного управління, місцеве самоврядування, державне управління, державні службовці, посадові особи місцевого самоврядування, PR-фахівці, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікативні технології.

ANNOTATION

Tesalovskyi O.B. Development of Public Relations of Public Administration bodies in the information society. – Qualification scientific work in the form of a manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in specialty 281 – Public Management and Administration. – V.I. Vernadsky Tavrichesky National University. Kyiv, 2026.

The dissertation substantiates the theoretical foundation and development of practical recommendations for improving the development of Public Relations of Public Administration bodies in the information society. Conceptual approaches to the definition of public relations are systematized, which deepen and expand the understanding of the institutional features of Public Relations, taking into account the specifics of Public Administration, relevant aspects of the selected concepts (public relations as a management function and as an aspect of information and communication relations), as well as emphasis on the unique characteristics of Public Administration (maximum proximity to the public) and new trends in public development.

The purpose of public relations activities is to create an effective communication system between public administration bodies and the public. This system is aimed at optimizing social interaction. At the same time, the public includes a set of individual and social groups that operate in the public sphere and are motivated by common interests and values of public significance.

The influence of the Information Society on the development of public relations in public administration bodies is studied. It is revealed that the development of the modern information society contributes to the formation of a new system of information and communication relations in public administration bodies with the help of Public Relations units. The main tasks of the PR division are clarified: increasing public confidence in public administration bodies by creating

feedback mechanisms and meeting their information needs of the public; achieving transparency through the development of the information and knowledge market in public administration together with a system that protects the rights of citizens to access information; developing modern Information, Communication and intellectual technologies by activating the processes of information integration and improving the educational skills of local government officials.

The main functions of public relations departments in public administration bodies are defined: managerial, communicative, informational, analytical and predictive, organizational and coordination, integrative, and public functions. The principles of functioning of public relations services of Public Administration bodies in the context of information: Social Responsibility, democracy, the principle of alternatives, vigilance, priority of law (legality), technology are clarified.

The current state of public relations development of Public Administration bodies is analyzed, and it is found out that they are becoming increasingly important in the context of the development of the information society and the growing demands of Citizens for transparency and openness of power. Modern technologies and changing social expectations make it necessary to constantly improve the communication strategies of government bodies. Key trends in the development of PR activities are: digital transformation; personal approach; proactive communication; transparency; results orientation; crisis communication; participatory democracy.

Among the factors influencing the functioning of PR divisions, the following are identified: the consequences of the systemic socio-economic crisis that arose in Ukraine during the establishment of state sovereignty, democratization of public life, liberalization of the economy, restructuring of socio-economic relations; the appearance in the mass consciousness of specific stereotypes, traits, characteristics characteristic of the transition period; the absence (or underdevelopment) of the middle class as the most important component of civil society and public administration, as well as the negative impact of social discontent of the middle class; the "acceleration" of historical time, which is indicated by an increase

in the frequency of significant objective changes concerning individuals, local communities and society as a whole; the on going process of informatization of society.

The main problems include: goal setting due to the lack of a holistic PR strategy, the need to form a subject-subject model of PR communication between public administration bodies and citizens; institutionalization of Public Relations; the level of professionalism of PR specialists and the legislative framework that ensures their work.

The strategy for the development of Public Relations of Public Administration bodies in the information society is justified. The strategy defines the goals, objectives, principles and main way of interaction with the target objects of Public Relations of Public Administration bodies in the information society. In Ukraine, the purpose of strengthening relations between public administration bodies and the public in this information context is to strengthen public trust, provide information and communication support for important socially significant initiatives and improve interaction with the public through the use of modern information and telecommunications technologies.

Keywords: public administration, public relations, public administration bodies, local self-government, civil servants, local government officials, PR specialists, information society, information and communication technologies.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Дегтяр А. О., Тесаловський О. Б. Особливості зв'язків з громадськістю в органах місцевого самоврядування. *Електронне наукове видання "Публічне адміністрування та національна безпека"*. 2022. №1. <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2022-1-7848>.

2. Тесаловський О. Б. Інформаційне суспільство як фактор розвитку зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. *Наукові перспективи*. 2024. № 7(49). С. 575-587. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-7\(49\)-575-586](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-7(49)-575-586)

3. Тесаловський О. Б. Закордонний досвід формування зв'язків з громадськістю у публічному управлінні. *Суспільство та національні інтереси*. 2024 №4(4). С. 1343-1354. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-4\(4\)-1341-1353](https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-4(4)-1341-1353)

4. Тесаловський О. Б. Стратегічні напрями розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2025. Вип. 50. С. 135-140. DOI <https://doi.org/10.32782/pma2663-5240-2025.50.22>

Матеріали конференцій:

1. Дегтяр А.О., Тесаловський О.Б. Суб'єктно-об'єктні прояви зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку: матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ; Тарту, 07 лютого 2022 р. / за ред. Є.О. Романенка, І.В. Жукової. Київ; Тарту: ГО «ВАДНД», 2022. С. 66-71.

2. Дегтяр А.О., Тесаловський О.Б. Обставини та напрями розвитку

зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. *Економіка та публічне управління: нові виклики та рішення: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.*, Харків, 18-19 січня 2024 р. / Редкол.: В. В. Лебедченко та ін. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2024. С. 156-159.

3. Тесаловський Олексій. Професійна культура публічних службовців як важливий елемент ефективності публічного управління. *Global Interdisciplinary Summit: Frontier of Science and Future Technologies. Proceedings of International Scientific and Practical Conference. April 3, 2026 in Khalifa University Campus, Dubai, UAE. Prague: Publishing house Education and Science s.r.o., 2026. С. 49-54.*

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВВП	Валовий внутрішній продукт
ЄС	Європейський союз
ЗМІ	Засоби масової інформації
ІКТ	Інформаційно-комунікативні технології
НДР	Наукові дослідження та розробки
США	Сполученні штати Америки

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	10
ВСТУП	11
ЗМІСТ	11
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	19
1.1. Поняття, сутність, зміст, зв'язків з громадськістю органів публічного управління.....	19
1.2. Інформаційне суспільство як фактор розвитку зв'язків з громадськістю в органах публічного управління	36
1.3. Функції та принципи діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю	51
Висновки до розділу 1	677
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	72
2.1. Фактори, що впливають на діяльність підрозділів зі зв'язків з громадськістю.....	72
2.2. Основні проблеми функціонування підрозділів по зв'язкам з громадськістю.....	88
2.3. Взаємодія цільових об'єктів і підрозділів зі зв'язків з громадськістю.....	102
Висновки до розділу 2	116
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	120
3.1. Стратегічні напрямки розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства	120
3.2. Удосконалення інституційно-організаційного забезпечення підрозділів зв'язків з громадськістю	134
3.3. Шляхи удосконалення кадрової складової підрозділів зі зв'язків з громадськістю	150
Висновки до розділу 3	166
ВИСНОВКИ.....	170
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	174
ДОДАТКИ.....	195

ВСТУП

Актуальність теми. Формування нового типу відносин в суспільстві пов'язане з процесами демократизації політичної системи і розвитку інформаційно-комунікативних технологій, яке характеризується в ХХІ ст. як «інформаційне суспільство». На сьогоднішній день в Україні в умовах повномасштабної російської військової агресії, воєнного стану, виклики становлення інформаційного суспільства в Україні посилюються. Об'єктивні потреби та інтереси людей в процесі їх реалізації диктують необхідність налагодження партнерських відносин між державою і громадськістю, участі суспільства в опрацюванні та прийнятті державних рішень.

В Україні не існує цілісної, організаційно оформленої та законодавчо закріпленої системи взаємодії держави і громадськості, відповідно, не виконується визначений Конституцією України курс на демократизацію держави і суспільства. Встановлення ефективних зв'язків з громадянськістю органів публічного управління, сприятливих умов для контролю суспільства за діяльністю державного апарату, надання можливості громадянам, громадським об'єднанням впливати на діяльність органів влади, не втручаючись в їх оперативні функції, є важливим напрямком реформування виконавчої влади.

Таким чином актуальність теми дисертаційного дослідження, обумовлюється розумінням, що виявлення функцій зв'язків з громадськістю органів публічного управління, спрямованих на конструктивну інформаційну та комунікаційну взаємодію з цільовими об'єктами, сприяє виконанню завдань побудови ефективних інформаційно-комунікативних відносин. Існуює об'єктивна необхідність розробки і впровадження якісно нової стратегії розвитку зв'язків з громадськістю в структурі органів публічного управління, що враховує вимоги і тенденції сучасного інформаційного суспільства.

Визначенню сутності зв'язків з громадськістю присвячені роботи

багатьох як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Найбільш значущими в плані розробки проблематики дослідження є роботи таких авторів як А. Андреоні, В. Геєць, Л. Дейнеко, Ю. Кіндзерський, М. Ландесман, С. Мехович, В. Науд, Л. Пельтек, М. Портер, О. Слободян, І. Шелудько, М. Якубовський та інші. Теоретичними дослідженнями та розробками напрямів державного регулювання інформаційного суспільства присвячені роботи наступних вчених: І. Арістова, В. Бебик, В. Білоус, В. Брижко, В. Гапотій, В. Супрун, М. Цвік, В. Цимбалюк та інші. Дослідженню та розвитку теорії й практики публічного управління та адміністрування, в багатьох сферах економічного та соціального розвитку приділяли увагу видатні українські та зарубіжні вчені, зокрема П. Бакуменко, О. Даций, А. Дегтяр, Д. Лорш, П. Лоуренс, Д. Сталкер, М. Корецький, А. Коссе, Д. Хіксон, А. Чендлер, Р. Шехнер, Ю. Ульяновченко та інші.

Однак, враховуючи складність та багатоаспектність проблеми, чимало завдань у сфері розвитку зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства залишаються невирішеними або недостатньо розробленими.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах теми науково-дослідної роботи, що виконувалася кафедрою публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського «Трансформація механізмів публічного управління в умовах деокупації та реінтеграції Автономної Республіки Крим: глобалізаційний вимір» (номер державної реєстрації ДР № 0124U002260). Особистий внесок здобувача у виконання науково-дослідної роботи полягає у науково-теоретичному обґрунтуванні стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо

вдосконалення розвитку зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- узагальнити теоретичні основи щодо зв'язків із громадськістю у сфері публічного управління;
- дослідити інформаційне суспільство як фактор розвитку зв'язків з громадськістю в органах публічного управління;
- визначити функції та принципи діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю;
- оцінити сучасний стан розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління, основні фактори та проблеми що впливають на функціонування PR-підрозділів;
- обґрунтувати стратегію розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.
- запропонувати напрями удосконалення інституційної та кадрової складової підрозділів зі зв'язків з громадськістю.

Об'єктом дослідження є розвиток зв'язків з громадськістю органів публічного управління.

Предмет дослідження – зв'язки з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

Методи дослідження. Під час виконання дисертаційного дослідження для досягнення мети та поставлених завдань дослідження використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів.

Були застосовані теоретичні методи пізнання: аналізу й синтезу (дослідження теоретичних основ зв'язків із громадськістю у сфері публічного управління,); системний (дослідження функції та принципи діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю); монографічний (вивчення вітчизняного та закордонного досвіду зв'язків з громадськістю органів публічного управління); узагальнення, комплексного і системного підходів

(вдосконалення понятійного апарату дослідження), моделювання (концептуальне обґрунтування стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства).

До спеціальних наукових методів дослідження, належать: аналітико-синтетичний (аналіз наукової літератури, співвідношення дефініцій); формально-логічний (з'ясування факторів та проблем, що впливають на діяльність підрозділів зі зв'язків з громадськістю); нормативно-правовий аналіз (порівняння нормативно-правових актів, аналіз тенденцій розвитку нормативно-правової бази зв'язків з громадськістю).

У дисертації відображено публікації вітчизняних та закордонних вчених на основі сучасних наукових матеріалів, монографіях, дисертаційних дослідженнях, матеріалах наукових семінарів, конференцій, а також статистичні матеріали Державної служби статистики України, Харківської міської ради та ін.

Нормативною основою дисертації є Конституція України, закони України, постанови Кабінету Міністрів України, укази Президента України, нормативні акти міністерств і відомств, а також інші законодавчі акти, які встановлюють правові та організаційні основи зв'язків з громадськістю в Україні.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретичні основи і концептуальні підходи до вдосконалення розвитку зв'язків із громадськістю органів публічного управління. Наукова новизна дисертаційного дослідження розкривається у таких положеннях:

вперше:

– концептуально обґрунтовано стратегію розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, яка на відміну від існуючих, чітко визначає цілі, завдання, принципи та основні напрями взаємодії з цільовими об'єктами, шляхом накопичення публіцитного капіталу органами публічного управління з метою посилення суспільної довіри, забезпечення інформаційно-комунікативного

супроводу важливих суспільно значущих ініціатив та покращення взаємодії з громадськістю;

удосконалено:

- модель розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, що ґрунтується на таких елементах, як наукове забезпечення процесів та сучасні інформаційно-комунікаційні технології, через комунікативну взаємодію між трьома сторонами: органом публічного управління, підрозділом зі зв'язків з громадськістю та різними сегментами громадськості;

- склад принципів, які визначають систему зв'язків з громадськістю органів публічного управління в демократичному суспільстві, що відрізняється введенням нових принципів: верховенства права, демократичності, соціальної відповідальності, альтернативності, громадянської злагоди, контролю за владними структурами з боку громадянського суспільства, безконфліктності та технологічності;

дістали подальшого розвитку:

- понятійний апарат публічного управління шляхом уточнення сутності поняття «зв'язки з громадськістю органів публічного управління» яке пропонується трактувати як управлінську функцію, що сприяє створенню та підтримці інформаційних і комунікаційних зв'язків між суб'єктом та різними громадськими групами, що зрештою призводить до ефективних результатів, таких як накопичення публічного капіталу, можливість здійснення дискурсу;

- процес професійної підготовки PR-фахівців, шляхом посилення уваги на формуванні та розвитку у них професійної культури, що складається з таких найважливіших елементів, як політична культура, правова культура, моральна культура та професіоналізм (технологічна складова), центральним напрямком їхньої діяльності має бути служіння не лише державі, а й суспільству.

Практичне значення одержаних результатів полягає в обґрунтуванні

рекомендацій, спрямованих на вдосконалення зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

Окремі положення та висновки дисертаційного дослідження знайшли практичне застосування. Сформульовані в дисертації положення, висновки та рекомендації мають практичне значення й адресну спрямованість, що підтверджують відповідні довідки про впровадження результатів дослідження. Вони, зокрема, використані Харківською обласною військовою адміністрацією (довідка від 01.04.2026 р. № 01-14/544), у діяльності Старосалтівської селищної ради під час здійснення комунікацій з громадськістю та при підготовці стратегії розвитку громади (довідка від 02.04.2026 р. №01-01-19), а також Берестинської районної військової адміністрації при підготовці стратегії розвитку громад району та під час здійснення комунікацій з громадськими організаціями, що займаються питаннями інклюзивності, доступності та безбар'єрного середовища (довідка від 01.04.2026 р. № 01-35/1400).

Впроваджені в навчальний процес напряму підготовки «Публічне управління та адміністрування» кафедри публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського (довідка від 01.04.2026 р. № 09/01-5-159).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження є самостійною роботою, що містить тези, положення, ідеї, розробки, висновки та пропозиції, які характеризуються науковою новизною і належать особисто автору. Про ступінь особистого внеску в наукових працях, що опубліковані у співавторстві зазначено в переліку праць дисертанта.

Апробація результатів дисертації. Основні результати дисертаційного дослідження були оприлюднені на XVIII Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку» (м. Київ; Тарту 2022 р.), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Економіка та публічне управління: нові виклики та рішення» (м. Харків, 2024 р.), Global Interdisciplinary Summit: Frontier of Science and Future Technologies. Proceedings of International Scientific and Practical Conference.

(Dubai, UAE; Prague, 2026).

Публікації. Основні положення дисертаційної роботи викладено у 7 наукових публікаціях, з них 4 – у наукових фахових виданнях з державного управління, 3 – тези доповідей на конференції. Загальний обсяг публікацій становить 4,1 обл.-вид. арк.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг дисертації – 206 сторінок, в т.ч. 5 рисунків і 5 таблиць, список використаних джерел (207 найменувань) – на 22 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

1.1. Поняття, сутність, зміст, зв'язків з громадськістю органів публічного управління

Аналіз сутності і змісту зв'язків з громадськістю органів публічного управління доцільно почати з визначення самого поняття «зв'язки з громадськістю».

На противагу принципам наукового стилю, які проти використання синонімів у термінології та наявності багатозначних термінів, у вітчизняній і зарубіжній літературі існує не менше десяти термінів, які передають майже однакові семантичні значення. Ці «терміни-близнюки» охоплюють: publicrelations, PR, ПР, піар, паблік рілейшнз, зв'язки з громадськістю, громадські зв'язки, і т. д..

Термін «зв'язки з громадськістю» не тільки найчастіше зустрічається у вітчизняній літературі для представлення відповідного поняття, часто зустрічаючись у таких узгоджених фразах, як «служби зв'язків з громадськістю» та «відділи зв'язків з громадськістю», але ми також вважаємо, що він передає найбільш прийнятне семантичне значення. У нашій подальшій роботі ми будемо використовувати термін «зв'язки з громадськістю» і, щоб уникнути непотрібної тавтології, будемо використовувати англійську аббревіатуру «PR» у тому ж контексті. З нашої точки зору, використання цієї англійської аббревіатури сьогодні є прийнятним, оскільки вона стала основним компонентом усталених виразів, у тому числі ідіоматичних на кшталт «чорний піар».

Суть поняття «зв'язки з громадськістю» викликала ще більші розбіжності щодо його визначення. За останні шістдесят років науковцями

запропоновано близько п'ятисот визначень, які характеризують суть PR, як зазначив Р. Харлоу. Проте проблема досягнення остаточного суттєвого визначення «зв'язків з громадськістю» залишається відкритою. Крім того, різноманітні визначення, які існують, ілюструють широкий спектр методологічних підходів до цього питання [196, с. 24].

Поняття «зв'язки з громадськістю» виникло насамперед із практики суспільних відносин. Внаслідок цього теоретичне осмислення його сутності продовжує залишатися однією з найбільш дискусійних тем у дослідженнях цього суспільного явища.

На сучасному етапі еволюції зв'язків з громадськістю існує величезна кількість визначень цього поняття, тому далі пропонуємо розглянути найбільш суттєві на наш погляд. Наприклад, Оксфордський словник соціології визначає зв'язки з громадськістю як теорії та методи, що використовуються для управління взаємодією між суб'єктом та його громадськістю. Ці теорії та методи охоплюють застосування соціології, соціальної психології, економіки, політології, а також унікальні навички журналістів, художників, організаторів, рекламних експертів та інших, спрямовані на вирішення конкретних проблем у цій галузі [185].

Визначення зв'язки з громадськістю сформульоване в словнику іншомовних слів, описується як організація громадської думки, спрямована на оптимізацію роботи підприємства (установи, фірми) і підвищення його репутації. Воно передбачає вміле управління взаємовідносинами між державними органами, громадськими організаціями та громадянами на благо суспільства в цілому [164, с. 159].

Наприкінці 60-х рр. XX ст. словник Вебстера характеризував PR як залучення широкої громадськості через рекламу; він описував дії корпорації, організації чи подібного суб'єкта, спрямовані на інформування громадськості про свою політику та створення позитивного суспільного сприйняття [206]. Це визначення відрізняється від попередніх тим, що в ньому чітко окреслено предмет, зміст, завдання і навіть способи діяльності. Крім того, це підкреслює

очікуваний результат цих зусиль – сприятливу громадську думку. Однак це визначення не роз'яснює природу самої діяльності, залишаючи без відповіді питання про те, чому зв'язки з громадськістю вважаються окремим видом діяльності. Крім того, є визначення, надані деякими з найповажніших теоретиків і практиків у сфері зв'язків з громадськістю, а також ідеї провідних академічних і навчальних закладів.

Серед провідних науковців Т. Хант та Дж. Грюніг також визначають зв'язки з громадськістю як управління комунікацією між організацією та громадськістю [193, р. 68].

До основоположних робіт відноситься і колективна монографія Д. Ньюсома, В. Тарка та Д. Кракберга, в якій автори також визначають зв'язки з громадськістю як функцію менеджменту, яка встановлює і підтримує взаємовигідні відносини між організацією і громадськістю, від якої залежить успіх або неуспіх [202, р. 57].

Р. Харлоу, провідний і всесвітньо визнаний авторитет у сфері зв'язків з громадськістю, має чіткі погляди на цю сферу. Він сформулював наступне визначення: PR виконує функцію управління, яка допомагає розвивати та підтримувати комунікацію, взаєморозуміння, співпрацю та відносини між організацією та громадськістю. Це охоплює вирішення різноманітних проблем, надання керівництву організації інформації про громадську думку та допомогу у формулюванні відповідних стратегій; він забезпечує відповідність управлінських дій суспільним інтересам, підтримує готовність до змін за допомогою проактивного моніторингу тенденцій і покладається на дослідження та прозору комунікацію як основні інструменти [196]. Помітна перевага цього визначення полягає в його повноті, оскільки воно окреслює сутність, предмет, об'єкт, зміст, цілі та методи діяльності паблік рилейшнз.

Е. Бернайс, видатний теоретик і практик, визнаний справжнім засновником зв'язків з громадськістю як окремої організаційно-управлінської дисципліни, а також унікального соціального інституту, стверджував, що PR виступає як практика, спрямована на сприяння взаємодії між індивідом,

групою, ідею або іншим громадським суб'єктом, на який вона спирається [186]. Завдяки своїм розумінням Е. Бернайс допомагає з'ясувати фундаментальну природу зв'язків з громадськістю в контексті органів публічного управління.

Відповідно до сучасного розуміння зв'язків з громадськістю, найбільш поширене визначення походить від визнаного експерта С. Блека, який підкреслив, що PR охоплює як науку, так і мистецтво встановлення гармонії із зовнішнім світом через взаєморозуміння, що ґрунтується на точній і вичерпній інформації [187].

Також пропонуємо до розгляду кілька відносно сучасних визначень, які, поряд із попередніми, забезпечують чітке розуміння еволюції уявлень про зв'язки з громадськістю, які продовжують існувати й сьогодні.

Велика українська енциклопедія надає наступне визначення зв'язків з громадськістю (англ. PublicRelations, PR) це: 1) функція управління, що полягає в підтриманні взаємовигідних зв'язків між організацією та громадськістю; 2) система заходів (аналіз тенденцій, передбачення їх наслідків, консультування керівництва), здійснюване в інтересах організацій та громадськості; 3) інформування громадськості про діяльність органу влади чи організації (установи), надання саме тієї інформації, яку вони бажають повідомити про себе та свою діяльність для більш сприятливих умов співпраці та взаємодії [65].

У Енциклопедичному словнику з державного управління зазначено, зв'язки з громадськістю (publicrelations, PR) – наука і мистецтво досягнення взаєморозуміння та згоди між людьми та соціальними групами на основі цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею [69, с. 257].

За даними Вільної енциклопедії «Вікіпедії» зв'язки з громадськістю (англ. publicrelations, PR) – діяльність, спрямована на досягнення взаєморозуміння та згоди між людьми, соціальними групами, класами, націями, державами на основі цілеспрямованого формування громадської

думки та управління нею [64].

На думку В. Бакуменка, Л. Штики зв'язки з громадськістю в системі державного управління – цілеспрямована взаємодія структур державного апарату (органів, організацій і установ) з громадянами і суспільними інститутами, яку можна визначити як інформаційно-комунікативну функцію публічної влади і управління, що реалізується ними і дає змогу оцінювати ставлення різних кіл громадськості до тих чи інших рішень і дій; ідентифікувати політику, що проголошується; співвідносити програми, що реалізуються, із суспільними інтересами; формувати масові уявлення з яких-небудь проблем для отримання суспільного розуміння, підтримки прийняття і виконання відповідних заходів [69, с. 257].

У своїх дослідженнях М. Бутко доводить, що зв'язки з громадськістю - це функція управління, що передбачає вивчення й аналіз настроїв громадськості, гармонізацію політики організації або особи з суспільними інтересами, сприяє реалізації програми дій, спрямованих на досягнення громадського розуміння та схвалення [33, с. 3].

З точки зору І. Ібрагімової зв'язки з громадськістю є однією з комунікаційних стратегій, стратегій взаємодії, обміну інформацією. PR передбачає рух інформації від джерела до одержувача, що в контексті органів державної влади передбачає комунікацію як усередині організації, так і зовнішню, тобто взаємодію між організацією та громадськістю [70, с. 242-243]

С. Колосок наголошує, що зв'язки з громадськістю є усталеною комунікаційно-психологічною взаємодією організаційних структур управління з населення з метою формування іміджу органів державного управління, яка виступає складовою частиною комунікативного процесу державного управління [83, с. 13-14].

А. Крупник підкреслює, що головною метою PR у системі органів публічної влади є свідомий, плановий, довготерміновий вплив на створення зовнішнього і внутрішнього соціально-політико-психологічного середовища, сприятливого для позитивного іміджу органів та їх керівників. Основні форми

PR: інформування громадськості (через сайти, ЗМІ, брифінги та ін.), вивчення громадської думки (соціологічні дослідження, аналіз звернень громадян, контент-аналіз преси), консультування (громадські слухання, громадські обговорення, фокус-групові дискусії тощо) [69, с. 257].

Дослідники І. Олійченко, М. Дітковська, Ю. Юрченко наголошують, що зв'язки з громадськістю - це спеціалізована частина державного управління, яка формує й підтримує взаємовигідні відносини громадянського суспільства з органами державної влади [111, с. 200].

Таким чином, можна зробити висновок про те, що єдиного визначення зв'язків з громадськістю не існує. Методологічною основою нашого дослідження ми будемо вважати розуміння зв'язків з громадськістю як діяльності, що здійснюється в галузі публічного управління, спрямованої на забезпечення максимально ефективної з точки зору цілей управління комунікації суб'єкта діяльності з соціальною аудиторією.

З цих позицій, основними елементами змісту зв'язків з громадськістю діяльності можна вважати наступні:

- створення, підтримка та розвиток різноманітних каналів зв'язку всередині громади;
- інформування об'єкта управління про характер рішень, які приймаються суб'єктами прав і майна, з'ясування необхідності та обґрунтування тих чи інших суспільно важливих виборів;
- моніторинг суспільно-політичних та соціально-економічних умов;
- налагодження механізмів «зворотного зв'язку» та аналіз реакції суспільства на дії влади;
- збір та узагальнення інформації з метою внесення коригувань;
- прогнозування соціальних тенденцій і потенційних результатів рішень, а також визначення ключових завдань, стратегій і методів ефективної комунікації;
- полегшення зв'язків між різними сторонами для забезпечення взаємовигідного обміну інформацією та її поширення.

Узагальнюючи наведені визначення, можливо стверджувати, що метою діяльності зі зв'язків з громадськістю є створення ефективної системи комунікацій між органами публічного управління та громадськістю. Ця система спрямована на оптимізацію соціальної взаємодії. Одночасно громадськість включає сукупність індивідів і соціальних груп, які діють у публічній сфері та мотивовані спільними інтересами, цінностями, що мають суспільну значущість.

Для того, щоб певний соціальний суб'єкт став елементом громадськості, має бути дотримано кілька умов:

- між суб'єктами має бути спільний інтерес або цінність;
- між ними повинно бути усвідомлення (або емоційний досвід) цього спільного інтересу чи цінності;
- цей спільний інтерес чи цінність має бути представлений у сучасному публічному дискурсі;
- суб'єкт має бути інтегрований у комунікативні відносини.

Предметом зв'язків з громадськістю є створення ефективного публічного дискурсу для свого основного суб'єкта (органів публічного управління) та посилення інформаційної взаємодії між цим суб'єктом та його цільовою аудиторією (громадськістю).

Інструменти зв'язків з громадськістю є сукупністю соціальних технологій, які складають зміст діяльності суб'єктів. Нижче наведені результати:

- ідеальне середовище спілкування для органів публічного управління;
- публічний дискурс і публісфіті (увага) є ефективними інструментами для органів публічного управління;
- сприятливе сприйняття громадськістю соціальної ролі та дій органів публічного управління;
- зростання публіцитного капіталу органів публічного управління.

У демократичних країнах важливо, щоб влада виконувала свій обов'язок інформувати населення про свою діяльність. Водночас існує необхідність

запровадження механізмів залучення широкої громадськості до формування стратегій і програм розвитку, вирішення особливо важливих і дискусійних питань, оцінки якості діяльності органів публічного управління тощо.

Отже, зв'язки з громадськістю стали обов'язковим елементом діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування. Наразі, коли впроваджується нова парадигма державного управління, влада зобов'язана гарантувати відкритість і прозорість в управлінні державними справами. Для активної участі у суспільному житті, виборах, процесі прийняття рішень та дискусіях навколо державної політики громадськість повинна мати доступ до необхідної інформації, яка має бути представлена у чіткій та зрозумілій формі.

Стосовно визначення публічне управління, то цей термін, вперше введений англійським автором Д.Кілінгом у 1972 р. В інтерпретації Д. Кілінга - це пошук найкращих способів використання ресурсів задля досягнення пріоритетних цілей держави: публічне управління спрямоване на реалізацію прав, свобод та законних інтересів приватних осіб і передбачає якнайповніше застосування владою принципу публічності – відкритості та прозорості діяльності її апарату, право впливу громадян на діяльність органів влади, громадський контроль за діяльністю управлінського апарату тощо. До суб'єктів публічного управління належать органи державної влади, зокрема органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, а також інші суб'єкти у разі делегування їм публічних повноважень [69, с. 605].

Також слід акцентувати увагу на дослідженнях Дж.Пріфінер та Р. Пристюс, які вважають, що публічне управління – це управління організацією та напрямком людських і матеріальних ресурсів для досягнення бажаних цілей [203, р. 65].

За даними Вільної енциклопедії «Вікіпедія», органи публічної влади виступають владними інститутами політично організованого суспільства сучасного типу. Стосовно видів органів публічної влади, то традиційно, вони розподіляються на органи державної влади та органи місцевого самоврядування [112].

У Кодексі адміністративного судочинства України, виходячи з поняття публічної служби, до органів публічної влади також відносить: політичні партії; Збройні Сили України; дипломатичні установи України [81].

Отже, осіб, залучених до публічного управління, слід розглядати як представників державних організацій та систему органів, що формують їх структуру, а також представників як уряду, так і населення, різних демографічних груп та окремих громадян. У нашій країні сформувалася структура влади, яка складається з двох рівнів: органів державної влади та місцевого самоврядування. Загальновизнаним є той факт, що органи місцевого самоврядування не є державною владою і в основному створюються безпосередньо населенням, де рівень «публічності» помітно більш очевидний порівняно з системою державного управління.

Зв'язки з громадськістю мають важливе значення для формування сприятливого сприйняття органів публічного управління. У рамках реформи державного управління PR слід розглядати як засіб впливу на громадську думку з метою спрямування очікуваної поведінки, а також визнавати як технологію, що впливає на сучасну політику.

Каналами комунікації між громадськістю та органами публічного управління можуть бути:

- співпраця з представниками громадських організацій;
- проведення прийомів виборців в окремих округах;
- особисті зустрічі з вищим керівництвом;
- письмове листування;
- виступи в ЗМІ.

Отже, можна зробити висновок, що інформаційну основу взаємодії органів публічного управління та ЗМІ складають як прямі, так і зворотні інформаційні зв'язки.

Пряма комунікація – це багатогранний обмін інформацією, спрямований на все суспільство, що охоплює діяльність органів влади, загальний стан країни, ініціативи розвитку та перспективи на майбутнє [88, С. 115]. Отже, це

гарантує діяльність органів публічного управління:

- шляхом друку та розповсюдження різноманітних матеріалів, зокрема спеціальних інформаційних бюлетенів, інформаційних збірників, оглядів, прес-релізів, експрес-інформацій тощо.
- організації інтерв'ю, прес-конференцій, «круглих столів», брифінгів із залученням представників керівництва органів державної влади в ЗМІ;
- виступи керівників влади в тематичних рубриках, програмах та інших засобах масової інформації [78].

Коли йдеться про зворотній зв'язок, то він сприймається як багатогранний потік інформації, що надходить від усієї спільноти, включаючи організації, підприємства та навіть засоби масової інформації, спрямований на владу. Йдеться про суттєві проблеми, що стосуються життя міста, регіону, нації, а також думки про обставини в різних аспектах суспільного буття, про конкретні дії влади, окремих посадових осіб, про актуальність і доцільність їх рішень.

Складовими зворотного зв'язку є:

- громадські ініціативи та звернення громадян;
- прямі радіо- і телеефіри, «гарячі лінії» та відповідні рубрики в ЗМІ;
- моніторинг та аналітичне дослідження важливої для органів публічного управління, інформації, що подається в засобах масової інформації;
- систематичне спостереження за громадською думкою [65].

Сьогодні важливо додати до даного переліку сайти, блоги, сторінки у соціальних мережах, представників органів публічного управління, що дають їм змогу активно спілкуватись з великою аудиторією.

Крім того, прямі та зворотні зв'язки взаємопов'язані та взаємозалежні, що вимагає комплексного підходу. При прийнятті управлінських рішень органи публічного управління мають враховувати суспільні настрої, точно оцінювати і прогнозувати реакцію населення на будь-які зміни в діях центральної та місцевої влади. Крім того, важливо підкреслити, що в Україні,

де населення систематично вводили в оману протягом тривалого періоду, створення надійної інформаційної основи для зміцнення відносин між владою та суспільством виявляється досить складним завданням.

Зв'язки з громадськістю відіграють вирішальну роль в удосконаленні процесів публічного управління соціально значущими галузями та діяльністю державних установ. Важливо підкреслити, що інститут зв'язків з громадськістю фактично слугує механізмом набуття та підтримки влади або, принаймні, здійснення певної міри політичного впливу.

Основні компоненти зв'язків з громадськістю в органах публічного управління включають:

- консультування, яке ґрунтується на людській поведінці;
- аналіз громадської думки разом із перспективами та очікуваннями місцевої громади;
- створення вказівок та методичних рекомендацій для виконання необхідних заходів;
- моніторинг, спрямований на виявлення факторів, що призводять до конфліктів та вирішення небажаних протиріч у житті громади;
- угоди, спрямовані на зміцнення стабільності та забезпечення соціальної справедливості, а також взаємної поваги між усіма учасниками політичної діяльності;
- артикуляція як інтересів влади, так і інтересів громадськості, прагнення досягти балансу між ними;
- сегментація на цільові групи, які можуть виграти від конкретних управлінських рішень;
- підтримка ініціатив для найбільш незахищених верств населення [59].

Зв'язки з громадськістю в органах публічного управління визначаються їх функціонуванням саме в публічній сфері (як зазначають Ю. Габермас, В. Прайс, Д. Гавр) або «публічному просторі» (як описує Х. Арендт), де спільні інтереси та цінності мають суспільне значення. Х. Арендт уявляє публіку як колектив індивідів, які спостерігають один за одним, подібно до

грецької агори [8, с. 61]. Розширюючи свої концепції, Ю. Габермас підкреслює важливість чутності серед представників громадськості, а не їх видимості один для одного, що стало можливим завдяки прогресу в друку та масовій комунікації. Вона розглядає публічну сферу як перш за все поза особистісний феномен, що характеризується спілкуванням, обміном інформацією та думками, а не діями. Ю. Габермас стверджує, що публічна сфера є десубстанційованою [194, с. 25].

Г. Тард зазначав, що різні форми комунікації пов'язані з певними типами соціальних спільнот: традиційна комунікація з вуст в уста наближається до натовпу, тоді як сучасна комунікація, що походить від газет, відповідає публіці [205]. Ю. Габермас розрізняє «сильну», інституційну громадськість і «слабку», неформальну громадськість. Перша характеризується організованістю та офіційністю, володінням повноваженнями приймати та виконувати рішення. На противагу цьому остання є неорганізованою і неформальною, репрезентуючи «публічну сферу», яка формує громадську думку. Отже, визначальними рисами «слабкої» аудиторії є відкритість, спонтанність і плюралізм. Ю. Габермас концептуалізує публічну сферу як відкриту мережу «субкультурних пабліків» із гнучкими часовими, соціальними та субстанційними межами [194, с. 32]. У межах захисту, що забезпечується конституційними правами, структури такої плюралістичної сфери мають тенденцію розвиватися більш-менш органічно. Засоби масової інформації направляють течії суспільної комунікації. Таким чином, публічна сфера, з одного боку, нездатна бути організованою, керованою чи обмеженою в закритих спільнотах, а з іншого боку, не може сформувати єдину, недиференційовану аудиторію. Натомість вона містить численні підсфери, які діють незалежно, але пов'язані між собою різними зв'язками.

Певні суспільні сфери існують завдяки географічним впливам, таким як національні, регіональні чи міські кордони. Інші виникають через спільний інтерес до конкретних тем, які можуть включати соціальну чи освітню політику, мистецтво, релігію, науку чи кіно. Масштаби публічних сфер

суттєво відрізняються, починаючи від регулярних особистих взаємодій до більш абстрактної публічної сфери, створеної засобами масової інформації. Оскільки комунікативні потоки не регулюються чітко визначеними процедурами, публічна сфера залишається адаптивною та безмежною, слугуючи ключовим ресурсом для задоволення потреб, що виникають. На думку Ю. Габермаса, публічна сфера функціонує як неформальна мережа, що сприяє обміну інформацією та перспективами [101].

Публічну сферу можна охарактеризувати як віртуальне середовище, де висвітлюються та обговорюються важливі соціальні питання, що призводить до формування громадської думки. Оскільки дана сфера не живе ні в офіційних системних структурах, ні в приватних умовах чи родинних зв'язках, вона потребує організаційної підтримки.

Публічна сфера відіграє життєво важливу роль, сприяючи взаємодії між органами публічного управління та громадськістю: 1) вона висвітлює суспільні інтереси, дозволяючи вирішувати проблеми, що викликають занепокоєння; 2) забезпечує нагляд за діями уряду з боку громадськості; 3) формує розвиток соціальних програм; 4) заохочує громадян до участі в місцевому самоврядуванні.

Ю. Габермас класифікує учасників публічної сфери на три основні типи. Перший тип складається з індивідів, які проникають «ззовні» в організоване та формально структуроване середовище, шукаючи ключовий ресурс, який пропонує публічна сфера, – вплив [195, с. 115]. У цьому випадку члени політичних партій, різні лобісти та урядовці використовують публічну сферу як інструмент. Для органів публічного управління ці «зовнішні» учасники є основною цільовою аудиторією, до якої входять населення, інвестори, державні та регіональні органи влади. Другий тип учасників виникає «зсередини», виступаючи за конкретні суспільні інтереси, інституційні реформи, нові права та захист певних колективних ідентичностей, репрезентуючи вторинну цільову аудиторію, наприклад посадовців місцевого самоврядування. Нарешті, третій тип охоплює журналістів і медіа-

професіоналів, які контролюють вибір тем, текстів і авторів, що циркулюють у публічній сфері, перетворюючи їх на третьорядну аудиторію.

Поняття «громадськість» стосується її значної ролі в публічній сфері. Унікальна природа публічної сфери полягає в її відносинах, які втілюють якість публічності. Ця публічність пов'язана з різними атрибутами будь-якого соціального явища – будь то суб'єкт, об'єкт, відносини чи дії – такими як:

- зв'язок із спільнотою, що розглядається як колектив;
- призначення, спрямоване на загальне благо та реалізацію спільних інтересів;
- загальна поінформованість і відкритість для широкого доступу [151, с. 59].

Багато дослідників ввели термін публіцитний капітал (publicitycapital), запропонований Д. Доті [192], як одне з фундаментальних тлумачень результатів зв'язків з громадськістю. Ця концепція є ключовою для здійснення діяльності у сфері публічного управління. Перш ніж ми дамо визначення суспільному капіталу, важливо дослідити ідею П. Бурдьє про культурний капітал, який, на нашу думку, нерозривно пов'язаний із соціальною природою зв'язків з громадськістю.

Культура, яка розуміється як сукупність стійких соціальних взаємодій, сформованих нормами, цінностями, стереотипами та моделями поведінки, що передаються з покоління в покоління, існує в суспільстві, керованому ринковими принципами, розподіленім так само нерівномірно, як власність. За певних обставин культура може проявлятися як капітал. П. Бурдьє виділяє три види капіталу: економічний, культурний і символічний [32, с. 158]. Якщо говорити про кількісну оцінку культурного капіталу, то особа, що володіє різноманітними культурними споживчими цінностями, такими як освіта, творчі таланти чи літературні здібності, стає власником культурного капіталу, залучаючи ці цінності до ринкового обміну. Через таку трансформацію вартості індивід зрештою отримує більше влади або капіталу в результаті обміну. Культурний капітал і символічний капітал служать категоріями, від

яких вчений, досліджуючи соціально-політичну природу зв'язків з громадськістю, може відійти, щоб запропонувати нову концепцію: капітал публічності або пабліцитний капітал.

Пабліцитний капітал – відноситься до унікальної форми капіталу, яким володіє орган публічного управління, що займається публічними комунікаціями. Цей капітал не можна спростити до інших видів; скоріше, він фундаментально походить від них. Подібно до інших форм капіталу, пабліцитний капітал втілює соціальну перспективу. Нематеріальні елементи, такі як репутація, сприятлива громадська думка, престиж і авторитет в очах громадськості, разом з ефективним і корисним публічним дискурсом і загальною позитивною рекламою, є значною споживчою цінністю. Подібно до інших типів капіталу, пабліцитний капітал має здатність самостійно створювати вартість, посилюючи владу та авторитет свого власника. Збільшення пабліцитного капіталу означає більшу суспільну довіру до його власника, зміцнення позитивного іміджу та культивування все більших суспільних настроїв, серед інших переваг.

Деякі вчені ототожнюють термін «пабліцитний капітал» із такими поняттями, як «корпоративна репутація» та «позитивний імідж».

Підвищення довіри громадян до органів публічного управління призводить до кращих умов діяльності, підвищує конкурентоспроможність територіальних громад, дає їм змогу визначати пріоритети у своїх починаннях і загалом перебудовує конкурентний ландшафт на свою користь. Крім того, інвестуючи більше у зв'язки з громадськістю, такі адміністрації збільшують свій капітал.

Використання поняття пабліцитного капіталу дозволяє отримати унікальний погляд на зв'язки з громадськістю, дозволяючи точніше визначити фокус цих зусиль. У цьому контексті зв'язків з громадськістю можливо розглядати як діяльність на ринку пабліцитних капіталів, а в якості сфери PR можливо буде розуміти сам цей ринок.

Управління пабліцитним капіталом є викликом для PR-фахівців, коли

вони стикаються з таким питанням. Тут PR-фахівець функціонує як професіонал на ринку публіцитного капіталу, контролюючи ресурси громади. Отже, зв'язки з громадськістю можливо розглядати як соціально-практичну діяльність, спрямовану на відчутне перетворення соціальної реальності та встановлення нових соціальних практик при зміні існуючих, тобто вони не можуть бути лише теоретичним чи рефлексивним процесом; без практичного змісту справжня природа суспільних відносин залишається затемненою.

Зв'язки з громадськістю, з одного боку, базуються на власній науковій основі, а також на суміжних дисциплінах, таких як теорія комунікації, соціологія, психологія та теорія управління, це забезпечує їх всіма необхідними елементами, щоб вважати їх науковим за своєю природою. Роль PR-фахівця в основному включає дослідницьку та наукову роботу, яка складається з вивчення комунікаційного ринку, аналізу факторів, що впливають на стан та еволюцію публічного дискурсу, а також розробку та перевірку гіпотез щодо динаміки керованого публіцитного капіталу, серед інших завдань. Навпаки, PR також втілює творчий аспект, який значною мірою покладається на рефлексію, досвід і перетворення реальності. Він спирається на інтуїцію та створює образи, впливаючи не лише на когнітивну, а й на емоційну сфери суспільної свідомості, які тісно переплетені з творчими починаннями. Таким чином PR-фахівець займається створенням нових подій, образів, дискурсів.

Під дискурсом (від лат. *discursus* – міркування) розуміють вид мовної комунікації, орієнтованої на обговорення та обґрунтування будь-яких значимих аспектів дій, думок та висловлювань її учасників [119, с. 36]. У теорії комунікації та соціальній семіотиці дискурс – це соціальний процес, в який включений текст. Це трактування широко використовував Ю. Габермас при обґрунтуванні своєї теорії комунікативної компетенції [194].

Представлена М. Фуко думка про те, що дискурси або постійно підпорядковані владі, або позиціонуються проти неї [179, с. 25], є досить промовистою. Розвиток поняття дискурсу деякі автори, наприклад Т. Лоусон і

Д. Геррод, пов'язують із внеском М. Фуко. М. Фуко стверджує, що будь-яке знання відображає авторитет влади, оскільки дискурси регулюють поведінку та спрямовують її в певних напрямках. Особи, які контролюють ці дискурси, мають владу диктувати позицію інших [179, с. 29].

Дискурс сприймається як можливість досягти критичного відриву від соціальної реальності, схвалення її принципів не через позитивістське прийняття поточних норм і цінностей чи диктату окремої особи, а радше через раціональний та неупереджений діалог [19, с. 67]. Він слугує результатом вдумливого обговорення різних питань, заснованого на тексті або, загалом, на будь-якому структурованому повідомленні, переданому будь-яким мовним засобом. Навіть у випадках «мовчазної» або невербальної комунікації чітко передбачається мовне вираження.

Виходячи з наданих визначень, можливоохарактеризувати дискурс як сукупність взаємопов'язаних аргументів або явищ, які формують зв'язки між різними компонентами соціальної сфери. Розуміння поняття «дискурс» має вирішальне значення для визначення природи зв'язки органів публічного управління, оскільки воно тісно пов'язане з поняттям «публічність». Термін публічність можна тлумачити трьома різними способами:

- 1) дані, що фіксують увагу громадськості до певного об'єкта (індивіда, групи, установи, території чи суб'єкта);
- 2) залучений інтерес громадськості до конкретного об'єкта;
- 3) зусилля, спрямовані на набуття та підтримку суспільного інтересу до певного об'єкта [123, с. 69].

Таким чином, розгляд фундаментальних концепцій зв'язків з громадськістю дозволяє нам запропонувати основоположне визначення для нашого дослідження.

На нашу думку, зв'язки з громадськістю органів публічного управління представляють собою управлінську функцію, яка сприяє створенню та підтримці інформаційних і комунікаційних зв'язків між суб'єктом та різними громадськими групами, що зрештою призводить до ефективних результатів,

таких як накопичення публіцитного капіталу, можливість здійснення дискурсу, публіситі. Те, що відрізняє це визначення від інших усталених тлумачень, полягає в тому, що воно включає майже всі відповідні аспекти вибраних концепцій (зв'язки з громадськістю як функцію управління та як аспект інформаційно-комунікаційних відносин), а також наголос на унікальних характеристиках державного управління (максимальна наближеність до громадськості) і нові тенденції суспільного розвитку.

1.2. Інформаційне суспільство як фактор розвитку зв'язків з громадськістю в органах публічного управління

Ступінь прозорості органів публічного управління суттєво впливає на ефективність налагодження інформаційно-комунікаційних відносин між представниками влади та громадськістю. Управління цими стосунками передбачає порівняння істотних взаємодій, які природним чином виникають під час спільних зусиль суб'єкта та об'єкта управління, а також включає розвиток різноманітних форм спілкування між цільовими об'єктами громадськості та обмін відповідною соціальною інформацією, як отриманою, так і переданою.

Розвиток інформаційного суспільства впливає на діяльність підрозділу зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, який контролює комунікацію з громадськістю та місцевий інформаційний ландшафт. Визначаючи функції зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, які зосереджуються на сприянні конструктивній взаємодії з цільовими аудиторіями, цілі встановлення ефективних інформаційних і комунікативних відносин досягаються краще.

Вплив інформаційного суспільства на еволюцію відносин між громадськістю та органами публічного управління впливає з таких питань, як зростання обсягу інформації, пов'язаного з досягненнями в інформаційних і комунікаційних технологіях. Крім того, величезна кількість наданої

інформації може призвести до проблем, якщо її не правильно інтерпретувати або не повністю передати, що ускладнює її оцінку. Інше занепокоєння викликає професійна експертиза PR-фахівців.

Теоретичні і практичні аспекти впливу інформаційного суспільства на розвиток зв'язків з громадськістю органів публічного управління розглянуто в працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Серед них слід виділити праці таких вчених, як Андрійчук Т.С. [40], Бажинова О.А. [11], Бебик В.М. [18], Белл Д. [20], Дідух А.Я. [40], Крутій О.М. [95], Куйбіда В.С. [97], Мак-Люен М. [103], Романенко Є.О. [82], Серант А.Й. [161], Чаплай І.В. [82], Шайгородський Ю.Ж. [40], Шаульська Г.М. [182] та ін. Однак, незважаючи на численні дослідження, слід зазначити, що проблематика розробки та впровадження якісно нових підходів до розвитку зв'язків із громадськістю у структурі органів публічного управління, що враховує вимоги та тенденції сучасного інформаційного суспільства, у вітчизняній науковій літературі є недостатньо висвітленою.

У публічному управлінні ми можемо спостерігати еволюцію в динаміці взаємодії з громадськістю. Спочатку, в середині 90-х рр. XX ст., як зовнішня, так і внутрішня діяльність зводилася до адміністративно-бюрократичних структур і методів. З часом керівники визнали, що певними сферами неможливо ефективно керувати за допомогою цих підходів. У результаті з кінця 90-х рр. XX ст. почали формуватися методи опосередкованого управління, орієнтовані на інформаційно-комунікативний вплив з наступною активною взаємодією з об'єктами впливу.

Отже, логічним і суттєвим прогресом у публічному управлінні є зміщення фокусу як теорії, так і практики у бік непрямих методів управління, які підкреслюють інформаційні та комунікативні взаємодії з об'єктами впливу.

В. Бебик зауважує, що раніше наше суспільство не відчувало значного попиту на науки, які б сприяли державному управлінню іншими засобами, окрім примусу. Суть демократії полягає в переході від монологу влади до діалогу з населенням [18, с. 145].

Важливо підкреслити, що остання чверть XX ст. була відзначена значними дослідженнями питань комунікації між владою та суспільством з раціоналістичної точки зору. Раціоналістичні теорії охоплюють не тільки методологічні проблеми, але й аспекти соціального прогнозування. З теорії «постіндустріального суспільства», яку сформулював американський соціолог Д. Белл [20, С. 195], виникли різні форми, такі як інформаційне суспільство та комп'ютерна футурологія. У цьому контексті інформація та соціальна комунікація все більше визнаються фундаментальними цінностями суспільства.

Револуція в науці та техніці створила безпрецедентні методи обробки та обміну інформацією, що призвело до створення комунікаційних систем, які не мають собі рівних ні з чим раніше. На думку відомого американського соціолога Д. Белла, інформація прирівнюється до влади, а доступ до неї є основою свободи. Це призводить до юридичних проблем, які виникають безпосередньо з цих питань. Юридичні стандарти щодо «чесності» та права на відповідь регулюють електронні ЗМІ, такі як телебачення, тоді як телефонний сектор регулюється виключно щодо тарифів та умов обслуговування. Навпаки, комп'ютерна індустрія потребує державного нагляду та розвивається в рамках динаміки ринку [20, с. 196].

Розвиток інформаційного суспільства як нового типу соціальної організації є природним результатом розвитку та впровадження нових інформаційних технологій, поживавлення комунікацій, інноваційних економічних секторів та регулятивних норм соціальних взаємодій. Ця трансформація породжує нові стилі життя, моделі роботи та дозвілля, що все більше переплітається з інтелектуалізацією як виробництва, так і суспільства в цілому [74, с. 46]. У сучасному світі інформація перетворилася як на засіб, так і на ціль для повноцінного життя, набувши чітких характеристик справжньої влади, які складно інтегровані в кожен аспект суспільної діяльності та різні форми влади. Отже, людство постійно просувається до нової ери розвитку, коли інформація та знання мають найважливіше значення.

В енциклопедичному словнику з державного управління зазначено, що інформаційне суспільство – це концепція постіндустріального суспільства, нова історична фаза розвитку цивілізації, у якій головними продуктами виробництва є інформація та знання. Його основними ознаками є: підвищення ролі інформації і знань у житті суспільства; зростання частки інформаційних комунікацій; створення глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей та їх доступ до світових інформаційних ресурсів [69, с. 359].

Розвиток інформаційного простору та доступність різноманітних видів інформації є сприятливими елементами демократизації суспільства, еволюції ринкових відносин і, зрештою, сталого прогресу нації. Кожна країна в усьому світі повинна визначити та використовувати ефективні ресурси та методи, які незабаром покращать показники її внутрішнього розвитку та зміцнять її геополітичну позицію [5, с. 78].

О. Дзьобань представляє достовірну точку зору на те, як поява інформаційного суспільства змусила провідні країни переглянути свої пріоритети в державній інформаційній політиці. Ця зміна призвела до створення та виконання державних програм, спрямованих на створення та розвиток інформаційного суспільства або його окремих елементів, включаючи використання мережі «Інтернет», запровадження дистанційної освіти, ініціатив електронного урядування, розвиток електронної комерції, надання послуг за допомогою різних електронних сервісів [58].

Вітчизняний дослідник В. Степанов наголошує, що для створення ідеального інформаційного суспільства необхідно зосередитися на вихованні та освіті, забезпечити рівний доступ кожної людини до інформації. Маючи такий доступ, суспільство може просуватися до своєї свідомої еволюції [170].

У науковій літературі існують численні трактування інформаційного суспільства:

1. Інформаційне суспільство являє собою нову форму спільноти, що фундаментально ґрунтується на швидкому розвитку та злитті інформаційних і

телекомунікаційних технологій [17].

2. Суспільство знань характеризує інформаційне суспільство, де фундаментальною вимогою для процвітання як окремих людей, так і націй є знання, отримані через необмежений доступ до інформації та здатність її використовувати [73, с. 35];

3. Виникне глобальне суспільство, відоме як інформаційне суспільство, яке характеризується відсутністю часових, просторових або політичних обмежень на обмін інформацією. Завдяки прогресу в обробці наукових даних і підтримці знань, рішення будуть прийматися більш продумано і виправдано, і всі вони спрямовані на підвищення якості життя в кожному аспекті [29];

4. Суспільство, яке характеризується інформацією, сприяє змішуванню культур, водночас надаючи кожній спільноті нові шляхи для самореалізації [74, с. 36].

Сучасне інформаційне суспільство в Україні є реальністю, стратегічним планом і прогнозом суспільного прогресу. За останні роки інформаційно-комунікаційні технології суттєво змінили спосіб життя українців, ставши ключовим аспектом цього суспільства. Ці технології охоплюють опору на телекомунікації в особистих і ділових взаємодіях. Як наслідок, відбулося стрімке зростання використання мережі «Інтернет», що призвело до еволюції комп'ютерних мережевих технологій у невід'ємну частину повсякденного життя [152, с. 139].

Дослідження проблем інформаційного суспільства в Україні на сучасному етапі розвитку починають активно розвиватися. Останніми роками з'явилися різноманітні чинники соціально-економічного, науково-технічного та культурного розвитку, які можна розглядати як основу для переходу України до інформаційного суспільства. Тим не менш, теоретичні та методологічні основи цих досліджень, особливо в світлі унікального контексту України, ще мають бути встановлені. Основою інформаційного суспільства в Україні є добре розвинена інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура та включає розвиток інформаційних систем і мереж [155, с.

65].

Трансформація нашої держави в інформаційне суспільство є тривалим і складним процесом, який потребує використання світового досвіду у регулюванні національних інформаційних процесів, спеціально адаптованих до реалій України, включно зі світоглядом її людей та поточними економічними умовами.

Державна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні зосереджена на кількох ключових завданнях: пріоритетність науково-технічного та інноваційного розвитку; забезпечення законодавчої підтримки для розвитку інформаційного суспільства через узгоджену правову базу, узгоджену з міжнародним правом; вдосконалення публічної інформаційної інфраструктури; забезпечення широкого доступу до телекомунікаційних та інформаційних ресурсів; розвиток загальнодоступних електронних інформаційних ресурсів; створення системи стимулів для впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ); підвищення ефективності культури і науки в інформаційному суспільстві; удосконалення законодавчої бази для захисту інформаційних ресурсів, протидії комп'ютерним злочинам, захисту персональних даних і посилення зусиль правоохоронних органів в інформаційній сфері.

Підґрунтя для вирішення таких важливих завдань, як створення єдиного інформаційного простору України та її інтеграція у світове інформаційне середовище створюється шляхом реалізації національної політики в інформаційному секторі. При цьому особливий акцент приділяється забезпеченню інформаційної безпеки людини, суспільства та держави, а також зосереджується на розвитку інформаційних послуг та зміцненні правової бази регулювання інформаційних процесів [22]. Ці фактори формують суть національних інтересів України в інформаційній сфері та підкреслюють необхідність забезпечення державою безпеки свого інформаційного простору, що охоплює такі вимоги, як захист інформаційних активів України від несанкціонованого доступу, безпека інформаційних і телекомунікаційних

систем, дотримання конституційних прав і свобод осіб щодо доступу та використання інформації, підтримка національної політики в інформаційній сфері шляхом полегшення доступу громадян до державних інформаційних ресурсів та сприяння розвитку нових інформаційно-комунікаційних технологій. Це стосується секторів інформатизації, телекомунікацій та зв'язку, які спрямовані на задоволення потреб внутрішнього ринку, а також на вихід на світовий ринок [31].

Вивчення національного законодавства щодо інформаційного суспільства показує, що його правова база проявляється в тексті Конституції України. Крім того, державне регулювання здійснюється через норми окремих законів, прийнятих Верховною Радою України, через укази Президента, постанови та накази Міністерства юстиції України, а також спеціально розроблені та затверджені програми та плани заходів. Як зазначалося, конституційні норми регулюють засади становлення та розвитку інформаційного суспільства в Україні. Наприклад, ст. 34 Конституції України гарантує право кожної людини вільно збирати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію в будь-якій формі – усно, письмово чи в інший спосіб – на власний розсуд [84], що цілком узгоджується зі ст.10 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод [86].

Вивчення різноманітних нормативно-правових документів, що регулюють суспільні відносини в інформаційній сфері, дозволило виокремити ряд законів та підзаконних актів, які окреслюють основні шляхи подальшої еволюції інформаційного суспільства України. Оскільки суспільство стає все більш інформатизованим, комунікаційні можливості усталених джерел інформації, таких як агентства новин і прес-служби, значно розширилися, а нові платформи, такі як соціальні мережі та інші інтернет-медіа, набули популярності.

Свого часу відомий канадський соціолог М. Мак-Люен підтримав думку про те, що еволюція інформаційних технологій формує не лише загальну сутність культури, а й трансформацію історичних періодів [103, с. 96].

Сучасна епоха визначається інтеграцією інформаційних технологій та аудіовізуальних інструментів, які разом створюють цілу сферу поведінкових моделей, які щодня огортають людей, впливаючи на їхні дії як у професійній, так і в особистій сферах у дедалі більшому масштабі.

М. Мак-Люен стверджує, що технологізація інформації в суспільному житті породила нове поняття демократії, яке отримало назву «комп'ютерна демократія», де влада є синонімом інформації. Громадянське суспільство втілює сферу «громадської думки», її розвиток і артикуляція служать механізмом набуття та підтримки влади. Ця концепція підтримує основне право громадськості бути поінформованою про всі питання, що стосуються її існування, і вільно висловлювати думки, що формують це існування. Отже, інформація, якою володіє суспільство, витісняє соціальну революцію [103, с. 97]. У зв'язку з цим органи публічного управління повинні вести постійний діалог із населенням і застосовувати динамічний та адаптивний підхід до двосторонньої взаємодії для ефективного впливу на громадську свідомість.

Водночас в інформаційному суспільстві зв'язки з громадськістю для органів публічного управління відіграють вирішальну роль як важлива форма соціальної взаємодії між владними структурами та різними цільовими групами. Особливо це помітно під час виборчих та передвиборчих кампаній. Крім того, зв'язки з громадськістю є життєво важливими в соціальному моніторингу, особливо при проведенні різних видів соціальних оцінок і прийнятті управлінських рішень.

В Україні управлінню інформаційними процесами сприяє створення законодавчої бази, яка регулює розвиток, створення та функціонування інформаційних систем і ресурсів.

В даний час прийнятий і реалізується ряд основоположних документів, розроблені відповідні програми, серед яких Концепція державної інформаційної політики, Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні [147], Доктрина інформаційної безпеки України [144] та ін. Правові основи формування інформаційного суспільства в Україні також закріплені на

сьогоднішній день рядом базових Законів України: «Про інформацію» [135], «Про електронні комунікації» [129], «Про доступ до публічної інформації» [127], «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» [142], «Про медіа» [136], «Про державну таємницю» [126], постанова Кабінету Міністрів України «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» від 3 листопада 2010 р. № 996 та ін.

Сучасне середовище для розвитку інформаційного суспільства, в якому здійснюються діяльність зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління, охоплює декілька ключових умов:

- 1) інтенсифікація процесів інформаційної інтеграції між територіальними громадами;
- 2) створення ринку інформації та знань в органах публічного управління, сприяння перетворенню суспільних інформаційних ресурсів у матеріальні активи для соціально-економічного зростання;
- 3) задоволення запитів суспільства на інформаційні ресурси;
- 4) підвищення освітніх стандартів державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування;
- 5) створення бази, що гарантує права громадян на доступ до інформації про діяльність органів публічного управління.

Отже, цілі, ролі та методи зв'язків з громадськістю для цих суб'єктів у контексті інформаційного суспільства відрізняються від тих, що домінували раніше. (Таблиця 1.1.).

Таблиця 1.1. – Порівняння ролі зв'язків з громадськістю органів публічного управління на різних етапах становлення суспільства.

Параметр порівняння	PR в умовах індустріального суспільства	PR в умовах інформаційного суспільства
Значимість	Мінімальна, основний акцент робиться на виборчі та передвиборчі кампанії.	Значний акцент робиться на взаємодії інформації та комунікації з громадськістю, що відбувається.

Формалізація	Відсутня	Майже повсюдно
Принцип	Вплив на громадську думку, інформаційна закритість органу управління	Інформація, яка є науково обґрунтованою, прозорою, доречною, точною, чесною та соціально значущою.
Результат	Короткостроковий	Довгострокові цілі включають сприяння змістовному громадському діалогу та комунікації, зміцнення громадської довіри та формування сприятливого сприйняття громадськості.
Цільові об'єкти	Населення ЗМІ	Представники місцевого самоврядування, громадяни, інвестори, державні органи, громадські організації, ЗМІ та ін.
Інструмент	Усні доповіді, друковані матеріали та започаткування сучасних методів комунікації в медіа-просторі	Технології зв'язків з громадськістю, розумні технології та інформаційно-комунікаційні технології.

За словами О. Бажиної, управління комунікаціями в сучасному інформаційному суспільстві ускладнюється кількома факторами. Перший фактор пов'язаний з розвитком інформаційних і комунікаційних технологій, що призвело до незрівнянного обсягу доступної інформації. Ця величезна кількість часто призводить до неправильного тлумачення та неповної передачі повідомлень. Отже, підрозділам зв'язків із громадськістю доручено діяти як посередникам, створюючи повідомлення, адаптовані до певної аудиторії, одночасно керуючи та оптимізуючи потік інформації. Зараз суспільству потрібен не приплив нової інформації, а професіонали, здатні з'ясувати цілі та стратегії організацій, окремих осіб та управлінських структур. Другий фактор – це необхідність професіоналізму в управлінні комунікаціями. Історично зв'язки з громадськістю розвинулися з класифікації та організації різних методів, форм і процедур, які організації використовували для взаємодії з громадськістю. Таким чином, PR за своєю суттю слугує практичним інструментарієм, що містить набір специфічних технік, форм і процедур для сприяння зв'язкам із суспільством [11, с. 25].

Окремі дослідники розглядають зв'язки з громадськістю як політичний інститут або як форму політичної комунікації в інформаційному суспільстві [40, с. 36]. Ця перспектива, однак, суперечить фундаментальній соціальній природі публічного управління, яке функціонує як управлінська діяльність не

тільки на державному але й на місцевому рівні, найближча до громади та функціонуюча «поза політикою». Крім того, це суперечить соціальній сутності зв'язків з громадськістю, яка виступає суб'єктом у налагодженні інформаційно-комунікаційних взаємовідносин між органами публічного управління та громадськістю.

О. Крутій стверджує, що взаємовідносини влади та громадськості покликані створити механізм використання комунікаційного потенціалу, який є найважливішим ресурсом реалізації державної політики. Вона вказує на те, що нинішня практика свідчить про значну увагу влади до того, як її діяльність відображається в ЗМІ. Інформація про роботу уряду доводиться до громадськості через прес-служби та інші інформаційні структури, але зворотній зв'язок дається рідко. Соціальний нагляд за діяльністю уряду практично відсутній, а громадська думка, яка є важливою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, аналізується нечасто [95, с. 31]. Тому існує нагальна потреба у більш витонченому рівні взаємодії влади та громадськості.

Таким рівнем, є організація та робота підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, послідовно відображаючи тенденції розвитку інформаційного суспільства. Крім того, встановлення інформаційно-комунікаційних зв'язків не має бути спрямоване на переконання громадськості щодо обґрунтованості рішень, прийнятих органами управління; скоріше він має зосереджуватися на розумінні і врахуванні потреб та інтересів громадськості під час процесу прийняття рішень.

Окреслені умови інформаційного суспільства відіграють важливу роль у функціонуванні підрозділів зв'язків з громадськістю органів публічного управління, як активними учасниками розвитку інформаційних і комунікаційних відносин. PR-підрозділи виконують важливі завдання, які сприяють їхньому розвитку:

1. Створюючи механізми зворотного зв'язку та задовольняючи інформаційні потреби громадськості, вони підвищують рівень довіри до

публічного управління. Таке встановлення зворотного зв'язку та чуйності не тільки підвищує довіру громадськості, але й забезпечує підтримку їхніх ініціатив. Основне соціальне значення цих суспільних відносин для публічного управління полягає в концепції подолання розриву між цими суб'єктами та населенням.

Крім того, органи публічного управління виступають представницькими організаціями, які забезпечують врахування інтересів населення при вирішенні питань, що безпосередньо впливають на умови життя на конкретній території, а також сприяють більш адаптованому підходу до місцевих особливостей. Виступаючи волевиявленням громадян, ці суб'єкти здійснюють владно-управлінську діяльність на місцевому рівні, тісно пов'язану з повсякденними потребами громади. Вони представляють важливий інститут демократії, який втілює свободу громадян і функціонує як засіб для здійснення ними свого права брати участь в управлінні суспільними справами. Основними споживачами послуг публічного управління є місцеві жителі. Отже, оцінка якості та ефективності функцій, які здійснюють органи публічного управління, покладається на територіальну громаду, яка може впливати на свою організаційну та кадрову стратегію, висловлюючи свою думку на виборах, беручи участь у місцевих референдумах, або відмовляючись від довіри певним посадовим особам, серед інших дій.

2. Прагнення до прозорості інформації шляхом створення ринку знань і даних в органах публічного управління разом із системою, яка гарантує права громадян на доступ до інформації.

З нашої точки зору, важливо створити в адміністрації кожної територіальної громади базу даних, яка б містила інформацію за всіма відповідними показниками. Для того, щоб ці показники відповідали «контрольним» стандартам, надзвичайно важливою є планова співпраця з різними громадськими групами. Це й залучення населення для роз'яснення та підтримки певних перетворень у територіальній громаді соціологічним шляхом, робота із засобами масової інформації для інформування та

формування позитивного сприйняття населення, співпраця з інвесторами та органами публічного управління для залучення додаткових матеріально-технічних та трудових ресурсів. та взаємодія з посадовими особами місцевого самоврядування для спільного досягнення встановлених цілей, серед інших зусиль.

3. Розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій пояснюється активізацією процесів інформаційної інтеграції та підвищенням освітніх стандартів державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування. Сюди входять такі комунікаційні та інформаційні технології, як мережа «Інтернет», системи запису як цифрових, так і текстових даних за допомогою ІКТ, сучасні носії та бази даних, створені за допомогою пакетів прикладних програм [182, с. 52].

У сучасному інформаційному суспільстві рішення та ініціативи органів публічного управління не просто нав'язуються цільовій аудиторії; навпаки, вони вміло пропагуються та поширюються за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Розглядаючи характеристики публічного управління в цьому контексті, стає очевидним, що держава не може утвердити своє лідерство та конкурентоспроможність без впровадження ефективної державної інформаційної політики та визнання інформаційних завдань, які відповідають сучасним вимогам [48, с. 3].

Як наслідок, підвищення достовірності інформації та ефективне використання інформаційних ресурсів впливає на якість управлінських рішень, що приймаються органами публічного управління. Значний вплив на розвиток системи публічного управління має інформаційний процес, адже ефективне функціонування органів державної влади зумовлює необхідність впровадження новітніх інформаційних технологій. Ця потреба вимагає інноваційних підходів до управління, які включають використання інформаційних технологій.

Поява інформаційного суспільства породжує нові очікування для органів публічного управління. Відбувається зміна в управлінні, перехід від

адміністративно-командної моделі, яка обмежує участь громадськості, до демократичного підходу, який пропонує широкі можливості для участі громадськості. Цей останній варіант, як продемонстрували розвинені та прогресивні суспільства, є більш сприятливим і сприяє ширшим можливостям у сучасному суспільстві.

Відкритість характеризує інформаційне суспільство, пропонуючи людям можливість висловлювати свої погляди та відстоювати свої інтереси, незалежно від того, вони у більшості чи меншості. У міру розвитку суспільних відносин уряд починає покладатися на інтереси населення, надаючи громадянам можливість впливати на дії уряду.

Бажання влади бути відкритою впливає з нових можливостей, які надають інформаційні технології. Цей зсув на інформаційному рівні призводить до перерозподілу влади, уможливорюючи громадський контроль за діяльністю органів публічного управління. Сприяючи прозорості своїх дій, органи влади сприяють прийняттю ефективної політики та громадському контролю з боку громадян, тим самим підвищуючи довіру до влади. Механізми, що забезпечують прозорість органів публічного управління, включають інформування громадян про їхню діяльність, залучення представників суспільства до розробки державної політики та можливість оцінювання їх діяльності.

Стан розвитку інформаційного суспільства в країні безпосередньо впливає на економічні, політичні та соціальні можливості країни, що робить його предметом серйозного державного занепокоєння. Цей прогрес тісно пов'язаний з наявними у населення інтелектуальними та інформаційними ресурсами.

Щоб досягти позитивних результатів від створення інформаційного суспільства, розробляються шляхи доступу громадян до інформації. Характеристики публічного управління під час становлення інформаційного суспільства полягають у потенціалі громадськості використовувати інформаційні та комунікаційні технології, щоб впливати на діяльність уряду,

брати участь у здійсненні влади та оцінювати ефективність урядових установ. Таким чином, ми віримо, що з розвитком інформаційних технологій публічне управління зможе повністю розкрити свою справжню природу та значною мірою виконати заплановану мету.

Дослідження теоретико-методологічних засад, пов'язаних із вивченням взаємодії органів публічного управління з громадськістю, дозволяє зробити наступні висновки: зв'язки з громадськістю в цих органах представляють собою функцію управління, яка сприяє створенню та підтримці взаємовигідних інформаційних та комунікативних відносин між організацією та різними громадськими групами, що в кінцевому підсумку допомагає досягти успішного результату. Це сприяє отриманню ефективного результату, яким є: схвальна громадська думка щодо соціального становища та діяльності суб'єкта (органу публічного управління), ефективність для суб'єкта (органу публічного управління) публічного дискурсу.

Інституціоналізація органів публічного управління тісно пов'язана з формалізацією їх діяльності зі зв'язків з громадськістю. На сьогодні на державному рівні відсутні нормативні акти, які б закріплювали та визначали структуру та функції зв'язків із громадськістю в цих органах, уточнюючи тим самим їхній статус та роль.

У інформаційному суспільстві, що розвивається, органи публічного управління беруть активну участь в інформаційних і комунікаційних відносинах, виконуючи важливі завдання, які сприяють їхньому розвитку. До них належать: а) підвищення довіри громадськості до органів публічного управління шляхом створення механізмів зворотного зв'язку та задоволення інформаційних потреб громадськості; б) досягнення прозорості шляхом розвитку ринку інформації та знань у публічному управлінні разом із системою, яка захищає права громадян на доступ до інформації; в) розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних та інтелектуальних технологій шляхом активізації процесів інформаційної інтеграції та підвищення освітньої кваліфікації PR-фахівців.

1.3. Функції та принципи діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю

У сучасному інформаційному суспільстві зв'язки з громадськістю стали важливою функцією публічного управління в усіх секторах. Зараз у центрі уваги – посилення ефективного зворотного зв'язку між представниками влади та громадськістю на всіх рівнях, де PR відіграє життєво важливу роль як ключовий компонент у рамках державно-адміністративної діяльності. Розвиваючи систему зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, стає можливим налагодити дієвий механізм вирішення багатьох питань, що виникають у взаємодії владних інституцій та громадянського суспільства, насамперед спрямованих на подолання розриву між громадськістю та владою [157, с. 10].

Розуміння того, як зв'язки з громадськістю інтегруються в структуру влади, має вирішальне значення. На базовому рівні політична влада являє собою окремий тип соціальних відносин між великими групами, що відображає фактичну здатність певного класу, соціальної групи чи особи проявляти свою волю, сформульовану через політику та правові рамки. Сутність влади складається із систематичних відносин, що включають істотні компоненти, включаючи суб'єкт влади, об'єкт влади, наказ суб'єкта влади, привілеї, надані суб'єкту влади, і конкретну організацію разом з ієрархією влади. Дії та поведінка суб'єкта влади «регулюються» суб'єктом влади різними засобами, такими як закон, переконання, примус і воля. В основі політичної влади лежить державна влада – її прояв, що дає змогу впливати на діяльність і поведінку індивідів, соціальних груп і класів за допомогою економічних, соціальних, політичних, духовних і організаційно-правових механізмів, спрямованих на забезпечення стабільного функціонування суспільства в цілому.

Влада й управління – принципово й суттєво різні поняття. Управління

включає в себе конкретні, навмисні дії організацій, які сприяють підтримці їхньої структури, одночасно прагнучи досягти своїх цілей і місій шляхом оптимізації операцій. У цьому контексті публічне управління слід розглядати як цілеспрямований вплив на соціальні системи, підтримку соціальної структури, досягнення цілей соціального розвитку та посилення загального суспільного прогресу. Існуює модель планового управління, що включає органи публічного управління, які діють як посередники між суспільством і природними силами. Ці суб'єкти управління володіють організаційною структурою та визначають цілі розвитку соціальної системи разом із пов'язаними з ними завданнями управління [12, с. 57].

Процес публічного управління охоплює кілька ключових етапів, які включають:

- моніторинг інформації щодо керованої системи;
- аналіз отриманої інформації;
- прогнозування тенденцій розвитку системи;
- формулювання завдань управлінського впливу;
- прийняття управлінських рішень;
- планування та організація діяльності системи відповідно до встановлених цілей;
- контроль за виконанням поставлених завдань;
- забезпечення стимулювання та мотивації, серед інших аспектів.

Органи публічного управління можна розглядати як систему, де комунікація відіграє вирішальну функціональну роль. Взаємодії в структурі влади, а також з іншими державними органами, громадськими організаціями та громадянами відбуваються через комунікацію та проявляються в рамках управління: внутрішні комунікації існують у системі влади, тоді як зовнішні комунікації пов'язані з іншими системами. Вирішення соціально-політичних викликів, з якими зараз стикається влада в Україні, значною мірою залежить від визнання необхідності сприяння ефективній комунікації на всіх цих рівнях. Особливо важливим є рівень комунікації між владою, громадянами та

громадськими організаціями, оскільки артикуляція та відображення інтересів громадянського суспільства є основою демократичного врядування. Сприяння цьому типу комунікації становить головну мету зусиль підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління.

Фундаментальна інформаційна модель К. Шеннона визначає п'ять основних компонентів будь-якої інформаційної системи: джерело інформації; передавач (який кодує повідомлення в сигнали, придатні для передачі); канал зв'язку (середовище, яке передає сигнал від передавача до приймача); приймач (приймає сигнали та декодує вхідне повідомлення); і адресат (індивід або об'єкт, для якого призначено повідомлення). Отже, комунікація охоплює кілька етапів: кодування повідомлення; передача повідомлення; реципієнт (аудиторія), що отримує повідомлення; розшифровка повідомлення; відповідна реакція одержувача; і наступне повідомлення [3, с. 77].

У рамках комунікативного підходу діяльність підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління характеризується суб'єкт-об'єктною динамікою. Суб'єктами формування та поширення інформації виступають органи публічного управління, а об'єктом або одержувачем цієї інформації є спільнота громадян і соціальні групи. Суть діяльності зв'язків з громадськістю зосереджена навколо інформації – подій, що відбуваються в суспільстві та уряді, а також рішень, прийнятих органами публічного управління, які інтерпретуються індивідами на різних рівнях розуміння та сприйняття. Виконуючи роль перекладача, підрозділи зв'язків з громадськістю створюють інформаційні повідомлення, а також обробляють, тиражують і поширюють їх для посилення функцій управління. ЗМІ, особиста взаємодія з аудиторією, симпозіуми, конференції та виставки слугують каналами комунікації в цьому підході. Тут можна застосувати кількісну міру якості діяльності: більша кількість переданої інформації свідчить про більшу ефективність. Тим не менш, найбільш суттєвий вплив на аудиторію досягається, коли інформація доноситься кількома каналами одночасно.

Водночас зв'язки з громадськістю становлять компонент комунікативної

підсистеми політичної системи, представляючи собою аспект більш широких соціальних відносин і взаємодії між класами, соціальними групами, націями та індивідами щодо їх участі в організації, здійсненні та просуванні політичної влади у відносинах до розробки та реалізації політики [47, с. 61]. В умовах інформаційного суспільства зв'язки з громадськістю органів публічного управління більше не проводяться як «класична» комунікація, де адміністративні суб'єкти володіють суб'єктністю, тоді як соціально-політична аудиторія залишається пасивним одержувачем комунікації.

У контексті демократичного обміну інформацією дві сторони мають рівний статус і часто міняються ролями. Динаміка суспільних відносин регулюється механізмами зворотного зв'язку: взаємодія влади та громадськості істотно формує як цілі, так і сам суб'єкт. І навпаки, громадяни отримують шанс покращити своє розуміння, змінити свою позицію щодо різних питань, змінити свою поведінку тощо. Як адміністрація, так і населення взаємно впливають одне на одного як два повноцінних суб'єкта, які взаємодіють. Отже, у демократичній політичній системі відмінність між об'єктом і суб'єктом стає розмитою і зрештою зникає.

Крім того, в умовах інформаційного суспільства діяльність підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління є не просто одностороннім суб'єкт-об'єктним спілкуванням, а спрямована як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію. Таку комунікаційну модель можна створити, коли PR-фахівці моніторять публікації та внутрішні комунікації, а «зовнішні» консультанти розробляють і підтримують онлайн-представництва влади, а також вони можуть брати участь у розповсюдженні прес-релізів та координації прес-конференцій за участю представників органів влади.

В умовах інформаційного суспільства зростає значення PR-фахівців. Формування професійної спільноти спеціалістів зі зв'язків з громадськістю ознаменувало початок демократичного переходу в Україні. Крім того, дослідники спостерігають помітну тенденцію: PR-фахівці та аналітики дедалі більше впливають на зміст спілкування, а роль клієнтів значно зменшується

[97, с. 61].

Ми дійшли розуміння того, що в інформаційному суспільстві зв'язки з громадськістю, а саме взаємодія між органами публічного управління та населенням, є складовою комунікативної підсистеми політичної системи. Ця взаємодія втілює суб'єкт-суб'єктну комунікацію, коли громадяни, соціальні та політичні інституції та органи публічного управління співпрацюють, щоб сприяти демократизації влади та покращенню політичного управління. Суспільна роль підрозділів зі зв'язків з громадськістю в публічному управлінні визначається функціями, які вони виконують, а їх ефективність оцінюється громадою. У цифровому контексті до основних функцій підрозділів зв'язків з громадськістю належать: управлінська, комунікативна, інформаційна, аналітико-прогностична, організаційно-координаційна, інтегративна та публічна (громадська) функції.

Головну роль підрозділів зв'язків з громадськістю доречно розглядати як функцію управління. Виконання цієї функції невід'ємно пов'язане із соціальною природою самого управління. Кожна підсистема в управлінській організації повинна зосереджуватися на єдиній меті: впливати на соціальну структуру для покращення її атрибутів. Крім того, у діяльності підрозділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління існує підфункція, яка передбачає легітимізацію влади, формування позитивного сприйняття адміністративного органу та сприяння покращенню суспільного ставлення до нього.

Комунікативна функція, яку здійснюють підрозділи зв'язків з громадськістю, має важливе суспільне значення. Виконуючи цю роль, ці підрозділи сприяють комунікативній взаємодії та беруть участь у суб'єкт-суб'єктному діалозі між органами публічного управління та громадськістю, які виступають партнерами у формуванні соціального майбутнього. Під час виконання своїх обов'язків підрозділи зв'язків з громадськістю стикаються з викликами різних суб'єктів, зокрема соціальних груп, політичних партій, громадських організацій та ініціативних груп громадян. Метою їх взаємодії є

досягнення консенсусу та інтеграція інтересів, формування основи для соціального партнерства, що допомагає досягати цілей управління. Партнерство, яке сприяє соціальному розвитку, виникає лише через взаєморозуміння, лояльність і довіру між залученими сторонами.

Комунікація органів публічного управління з громадськістю являє собою процедурне «повернення до первісного значення» демократії, знаменуючи відхід від представницьких, плюралістичних форм до майже давньогрецької моделі прямої демократії. Це означає відродження, ренесанс прямої демократичної практики. У цьому контексті представницька демократія, описана А. Токвілем як «тиранія більшості»[177], дозволяє керувати справами небагатьом обраним, тоді як служби зв'язків з громадськістю виконують комунікативну роль. Ця система відкриває шлях для активної участі громадян в управлінні. Громадянам надається можливість вільно, самостійно і, що важливо, безпосередньо впливати на прийняття управлінських рішень, формуючи тим самим стратегію публічного управління.

Інформативну функцію ми розглядаємо як підфункцію комунікативної. Хоча чіткий розподіл не завжди можливий, працівникам підрозділів зв'язків з громадськістю вкрай важливо визнавати інформаційний аспект у ширшому контексті комунікації для підвищення ефективності.

У соціальній системі суть комунікації полягає в інформації, представленій у різних форматах. У сучасному світі інформація є основним джерелом влади та життєво важливим ресурсом для управління. Важливо визнати, що і владу, і управління можна розглядати як форми інформаційного впливу, який чинить один соціальний суб'єкт на інший з метою зміни його поведінки[48, с. 57].

Реалізація інформаційної функції відбувається за трьома основними напрямками. У першому напрямку підрозділи зв'язків з громадськістю відповідають за створення, обробку та поширення інформації. Забезпечуючи загальний доступ до цієї інформації, управлінська діяльність стає прозорою

для перевірки та піддається критиці, що зрештою сприяє демократичному прийняттю рішень.

У другому – служби зв'язків з громадськістю, крім того, пропонують інформаційно-пропагандистську підтримку ініціатив органів публічного управління та посадових осіб. Інформація надходить від вищих органів до відповідальних, впливаючи на рішення, які приймає керівництво. Ця інформація створена та поширена таким чином, щоб гарантувати, що громадяни визнають необхідність і відчують впевненість у ефективності вибору, зробленого на кожному рівні публічного управління.

Підрозділи зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління мають на меті гарантувати, що інформація, яка надається громадськості, не є «порожньою» (позбавленою сенсу, довільною або невідповідною для процесу управління). Ключовий обов'язок цих підрозділів полягає в тому, щоб зв'язати інформацію з процесом управління. Ефективність публічного управління підвищується, коли всі фази та сектори державної діяльності отримують інформаційне забезпечення. Громадян інформують про наміри, рішення та очікувані результати цих рішень, їм надають чіткі пояснення.

Третій напрямок інформаційних ініціатив підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління – це забезпечення зворотного зв'язку, що включає збір та аналіз даних із зовнішнього середовища, таких як листи та звернення громадян, прес-релізи, інформація щодо діяльності соціальних інституцій, громадської думки, серед інших. Цей зворотний зв'язок має містити об'єктивну інформацію, яка точно відображає інтереси та потреби як громадян, так і суспільства. У механізмі «зворотного зв'язку» з громадськістю відіграє першочергову роль комунікація. Саме через зміст зворотного зв'язку громадськість має можливість сформулювати свої запити, уточнити управлінські рішення та закликати до модифікації стратегії управління.

Аналітична та прогностична функції відіграють вирішальну роль у

діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління. Для ефективного управління важливо передбачати тенденції суспільно-політичного життя. Успіх зусиль зі зв'язків з громадськістю залежить від здатності цих підрозділів отримувати вичерпну та неупереджену інформацію, створювати з неї відповідний прогноз, розробляти стратегії, тактику та вибирати технології для своїх зусиль в інформаційному просторі.

Підрозділи зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління також виконують організаційну та координаційну функцію, яка працює в парі з їхніми комунікаційними обов'язками, включаючи встановлення та зміцнення зв'язків із ЗМІ, управління корпоративними відносинами та взаємодію з іншими адміністративними структурами, серед інших завдань.

Вінформаційному суспільстві публічна функція виділяється як одна з важливих ролей у системі роботи підрозділів зв'язків з громадськістю. В урядовій структурі дані підрозділи мають певну автономію, їхні обов'язки характеризуються специфічними атрибутами, які дозволяють їм допомагати у захисті громадянських прав і свобод, у тому числі тих, які можуть бути обмежені або порушені державними службовцями. Значення PR послуг стає особливо очевидним у контексті відновлення прав і свобод громадян, коли права людини, які є невід'ємними та невідчужуваними, не мають чіткої правової форми та порушуються.

Виконання розглянутих вище функцій підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління передбачає вирішення кількох практичних завдань, серед яких:

- моніторинг суспільних настроїв;
- взаємодія зі ЗМІ та громадськими організаціями;
- організація та проведення публічних заходів, таких як прес-конференції та «круглі столи»;
- підготовка та розповсюдження інформації про державну діяльність;
- заохочення участі громадян у масових зібраннях, серед іншого.

Таким чином, функції та обов'язки підрозділів зв'язків з громадськістю

численні та різноманітні. Причини такої різноманітності та багатогранності зрозумілі: учасники соціальних відносин неймовірно різноманітні та відмінні, з інтересами, які не тільки не узгоджуються, але й можуть прямо протистояти один одному. Отже, майже неможливо встановити остаточну класифікацію або визначити єдину ієрархію функцій у всьому діапазоні PR-діяльності.

Діяльність підрозділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління регулюється декількома ключовими принципами, серед яких: верховенство права (законність), демократичність, соціальна відповідальність, альтернативність, громадянська злагода, контроль за владними структурами з боку громадянського суспільства, безконфліктність та технологічність.

Соціальні процеси не повинні розвиватися спонтанно чи автономно; скоріше, уся суспільна діяльність має ґрунтуватися на приматі права, особливо у випадку важливих зусиль, таких як зв'язки з громадськістю. Основою ефективного функціонування підрозділів зі зв'язків з громадськістю є пріоритет права та законності, що дозволяє їм ефективно виконувати покладені на них обов'язки.

У демократичному суспільстві принцип, відомий як «верховенство права», може стосуватися того, як працюють підрозділи зв'язків з громадськістю органів публічного управління. Важливо підкреслити, що визнання PR як соціального інституту є ключовим інституційним прогресом – поряд із посиленням значення представницьких органів, підвищенням статусу судової влади та запровадженням конституційного нагляду – які є ключовими компонентами у спробах вирішити проблему недооцінки невідчужуваності прав людини. Ці кроки спрямовані на демократизацію суспільства та реалізацію моделі правової держави.

Водночас комунікація органів публічного управління і суспільства за допомогою підрозділів зі зв'язків з громадськістю відповідає демократичним традиціям та принципам відкритого суспільства. Хоча активні політичні дії громадян, такі як страйки та протести, не завжди можуть бути юридично санкціоновані, комунікація між органами публічного управління та

громадськістю, якій сприяють PR, цілком відповідає правовим нормам. Таким чином, зв'язки з громадськістю є найбільш прийнятним способом спілкування громадянського суспільства та публічного управління, дотримуючись норм права, етики та усталених традицій.

Принципи демократизму і законності сприяють особливій сприйнятливості у відносинах з громадськістю. У закритих політичних системах, де відсутні демократичні структури, чиновники та органи влади рідко користуються службами зв'язків з громадськістю. Крім того, зусилля зі зв'язків з громадськістю або взагалі відсутні в рамках уряду, або мають мінімальне функціональне значення.

Правову основу суспільних відносин складають норми конституційного права. У демократичних правових державах конституції закріплюють принципи діяльності органів влади та відносин між державою та суспільством. Ці принципи проявляються в діяльності PR, водночас регулюючи їх функціонування[9]. Ключові аспекти включають принцип ідеологічного плюралізму, свободу слова та думки, доступ до інформації, гарантію відсутності цензури та інші фундаментальні принципи здійснення влади в рамках верховенства права.

Демократичність є основоположним принципом діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління. У демократичному суспільстві влада має отримувати свою легітимність із закону, бути підзвітною та здійснюватися разом із індивідуальними свободами. Лише в рамках демократії та особистої свободи виникають ефективні відносини між органами публічного управління та громадянським суспільством, сприяючи соціально-політичному прогресу через економічну, духовну та політичну взаємодію.

Таким чином, у демократичному суспільстві спілкування також має відображати демократичні принципи. Першочерговою метою має бути узгодження інтересів, культивування ідеї колективного суспільного блага, попередження соціальних конфліктів і криз.

Демократичне суспільство функціонує не лише як політична основа для

здійснення влади, а й як соціокультурне середовище, де культивується та впроваджується демократична політична свідомість та індивідуальна поведінка. Суть демократії охоплює не лише необхідність прислухатися до поглядів та інтересів громадян і довіряти населенню, а й зобов'язання враховувати та включати ці аспекти в процеси прийняття рішень. У рамках демократичних взаємодій кожен громадянин має повну можливість висловити свою думку щодо уряду, прийнятих рішень і дій посадових осіб. Цей принцип наголошує на реалізації як індивідуальної автономії, так і суверенітету народу.

Демократична держава сприяє розвитку суспільних відносин через права і свободи громадян. Закон гарантує захист цих прав і свобод, що змушує нас, відповідно до тлумачення К. Ясперса, розглядати закон як передумову свободи. Наявність політичної та економічної свободи дозволяє існувати численним конкуруючим політичним силам. Отже, як влучно зауважує Ю. Шайгородський, сучасна держава виступає і полем битви, і призом у боротьбі за владу [40, с. 27]. Крім того, можна зазначити, що демократія уможливлює відкриту боротьбу за владу, забезпечуючи свободу політичного вираження поглядів, дозволяючи створювати політичні організації та захищаючи права громадян.

Права на свободу слова та інформації захищені законодавчо, зокрема шляхом створення різноманітних альтернативних каналів зв'язку та незалежних засобів масової комунікації і джерел інформації, які діють без державного контролю. У сучасному світі ЗМІ є основним засобом поширення інформації. Коли ці медіа вільні, вони дозволяють різним конкуруючим елітам критикувати дії держави, тим самим виявляючи її недоліки громадськості. Наявність ЗМІ, які відстоюють виборчі права різних соціальних і політичних фракцій, є показником відданості держави верховенству права.

Очевидно, що для реалізації моделі двосторонньої комунікації необхідні певні умови; без них досягнення такої якості зв'язків неможливо. У демократично розвинених країнах світу основним чинником, який сприяв розвитку двосторонньої моделі, було існування громадянського суспільства,

яке могло вимагати від держави відповідальності за її соціальні обов'язки.

Уявлення про зв'язки з громадськістю як про форму суб'єкт-суб'єктної комунікації, де обидві сторони беруть участь у спільному пошуку вирішення суспільних проблем, дозволяє нам розглядати зусилля органів публічного управління зі зв'язків з громадськістю як прояв соціальної відповідальності. У цьому контексті ми визнаємо обґрунтовану точку зору Д. Груніга та Т. Ханта, які стверджують, що організація, яка не має потреби бути підзвітною суспільству, не має потреби у функції зв'язків з громадськістю [193, с. 257]. Ця точка зору має значну актуальність як у комерційному секторі, так і в секторі публічного управління. У діяльності демократичної держави принцип соціальної відповідальності є основним; таким чином, визначення суспільних відносин відповідно до цього принципу має бути однозначно чітким.

Важливо визнати, що розуміння соціальної відповідальності як ролі організації у сприянні економічному, політичному та соціальному розвитку суспільства виникло лише останнім часом. Ця концепція зазнала значної еволюції протягом багатьох років. Наприклад, у 40-х рр. XX ст. ідея корпоративного егоїзму визначала соціальну відповідальність передусім як зобов'язання бізнесу збільшувати прибутки своїх акціонерів. На відміну від цього, поширене сьогодні тлумачення соціальної відповідальності розглядається через призму теорії власного інтересу. Згідно з цією точкою зору, корпорації несуть відповідальність за отримання стабільних прибутків, щоб вони могли розподіляти частину цих прибутків на соціальні ініціативи, таким чином відіграючи значну роль у підвищенні якості життя громадян своєї країни.

Зв'язок між цими ідеями полягає в розумінні того, що соціальна відповідальність відображає прагнення покращити соціальні умови, служачи основою для легітимності організації. Крім того, соціальна відповідальність оцінюється в рамках «репутації». Зараз точна оцінка репутації може представляти значну частину загальної вартості підприємства чи корпорації.

По правді кажучи, репутація компанії залежить від її відданості етичним

стандартам і оцінюється за трьома ключовими параметрами: моральна поведінка, суспільна відповідальність і фінансовий стан. Оцінка етики організації, в тому числі й держави, ґрунтується на сприйнятті громадськістю її дій і заяв. Потім ці дії та заяви оцінюються відповідно до суспільних норм, щоб визначити, чи відповідають вони чи не відповідають. По суті, сприйняття громадськістю організації формується тим, наскільки етичною її діяльність виглядає в контексті суспільних цінностей та її узгодженості з розумінням спільноти загального блага. Етичні рамки державного органу пов'язані з такими факторами, як турбота про навколишнє середовище, справедлива оплата праці та заохочення соціальної справедливості, серед інших. Демократичний уряд має постійно повідомляти про свої соціальні обов'язки, що позиціонує зусилля органів публічного управління зі зв'язків з громадськістю як форму управління репутацією в демократичних рамках.

З цієї точки зору виникають додаткові принципи діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, які узгоджуються з принципами політичної організації в демократичному суспільстві.

Принципи функціонування підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, в тому числі принцип альтернативності, нерозривно пов'язаний з демократією. Коли створюються умови, які дозволяють громадському життю бути багатосуб'єктним і різноспрямованим, сприяючи формуванню суспільних відносин, заснованих на мінливості, виникає необхідність суттєвих перетворень у суті публічного управління. Ця еволюція має втілювати характеристики мінливості, які мають бути очевидними у постановці цілей, виборі партнерів для спільних зусиль, застосуванні методів управління тощо.

Без зв'язків між владою та громадськістю суспільні відносини жорстко контролюються представниками влади, які також зберігають повноваження вибирати стратегії та реформувати суспільство. Отже, ці стратегії можуть відображати специфічні інтереси корпорацій чи кланів.

У сучасному політичному ландшафті України принцип альтернативності

помітно відсутній. Важливою тенденцією є консолідація політичних та економічних еліт усіх рівнів у групи, які об'єднуються в корпоративні утворення, спрямовані на здійснення та підтримку державної влади. Ця співпраця між політичними корпораціями дає їм змогу монополізувати ринок влади, фактично не дозволяючи представникам більш широких верств суспільства брати участь у ньому. Існує механізм узгодження інтересів між цими корпораціями, який може бути організований на основі соціального класу, професії, родинних зв'язків та інших характеристик, але їх основою залишається узгодження інтересів. Нинішня політична структура в Україні є прикладом взаємодії цих корпорацій. В. Алексєєв зауважує, що через структурні трансформації фундаментальних інститутів держава роздробилася на приватні політичні та фінансові корпорації. За кожним кластером міністерств, регіональних структур і виробничих комплексів в Україні стоїть певний правлячий клан[4, с. 94].

Принцип альтернативності має важливе значення не лише з точки зору врахування інтересів окремих осіб у соціальних відносинах, а також для культивування суспільства, яке приймає майбутнє. Відкрите суспільство, що адаптується, може ефективно реагувати на життєві обставини, що постійно змінюються. У такому суспільстві взаємодія між учасниками соціальних відносин породжує додаткові сили та потенціал розвитку, а також шляхи для майбутнього просування, що іноді може призводити до трансформацій всередині економічної чи політичної систем.

Фундамент громадянської злагоди лежить в основі функцій підрозділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління. Громадянський консенсус є життєво важливою ланкою між сутністю суспільних відносин і демократією. Оскільки протиріччя, ескалація та конфлікти зростають, для підрозділів зі зв'язків з громадськістю важливо точно представляти поточну ситуацію, передбачати тенденції розвитку та структурувати свої зусилля навколо припущення консенсусу, спрямованого на інтеграцію різних інтересів. У демократичному суспільстві принципи зв'язків

з громадськістю суперечать інформаційному тиску та маніпуляціям.

Принцип підконтрольності органів публічного управління громадянському суспільству перетинається з демократичним принципом. К. Поппер зауважував, що будь-яка форма влади має тенденцію до зміцнення своїх здобутків і сприйнятлива до корупції. Зрештою, тільки традиції вільного суспільства – включаючи традицію ревної пильності громадян, – можуть скласти протизвагу державній владі, тримати її під контролем. Ця основа є необхідною для будь-якої свободи [120, с. 257].

У демократичному суспільстві діяльність, пов'язана зі зв'язками з громадськістю, відіграє життєво важливу роль у забезпеченні громадянами можливості здійснювати контроль над органами публічного управління. Ці заходи мають сприяти відкритості до критики та дозволяти громадянам вносити коригувальний внесок.

Роль служб зв'язків з громадськістю має сприяти формуванню аспектів громадської обізнаності, які є символом демократичної політичної культури, таких як громадянська відповідальність і громадянство. Через взаємодію з органами публічного управління громадяни значно посилюють почуття відповідальності за події в суспільстві. К. Поппер підкреслив, що кожен громадянин повинен балансувати між лояльністю та рівнем пильності та навіть скепсису щодо уряду та його чиновників. Це їхній обов'язок – забезпечити, щоб держава залишалася в межах її законних кордонів, оскільки державні інституції володіють значною владою, і там, де влада існує, завжди існує потенціал для її неправомірного використання та загрози свободі [120, с. 257]. Суспільна свідомість у демократичному суспільстві характеризується відходом від патерналізму, інфантилізму та етатизму, оскільки старанно, критично та ретельно досліджує всі дії та рішення влади.

У демократичному середовищі громадянська відповідальність має бути невід'ємним аспектом політичної свідомості в суспільстві, формуючи сутність усіх інших елементів. Оскільки громадяни беруть участь у процесі управління, вони повинні поступово відходити від державницького, патерналістського та

споживацького ставлення до тих, хто займає керівні посади. Водночас, органи публічного управління повинні продемонструвати насамперед відповідальний підхід, визнаючи важливість комунікації, яка здійснюється через механізм зв'язків з громадськістю.

Ключовим принципом діяльності підрозділів зв'язків з громадськістю є принцип технологічності. Суть зв'язків з громадськістю полягає в його практичній спрямованості, а не в теоретичних рамках. Ця сфера історично виникла в результаті організації різних форм, методів і процедур, пов'язаних з комерційним маркетингом. З часом цей набір конкретних технологій розширювався, впливаючи як на цілі, так і на суб'єктів зв'язків з громадськістю. Зі збільшенням різноманітності технологій розширюється сфера спілкування, створюючи більше можливостей для постановки цілей.

Отже, значні сподівання можна покладати на департаменти, відділи та підрозділи зв'язків з громадськістю в органах публічного управління як на інструменти демократизації суспільства. Для створення гнучкої адміністративної системи, яка швидко реагує, важливо встановити та підтримувати канали обміну інформацією між громадянами та владою, які діють у діалоговому режимі, суб'єкт-суб'єкт.

З наведеної вище інформації можна зробити кілька висновків. Зв'язки з громадськістю становлять сегмент комунікативної підсистеми в політичному контексті, являючи собою компонент більш широкого спектру соціальних відносин і взаємодій. Ці взаємодії відбуваються між класами, соціальними групами, націями та індивідами щодо їх участі в організації та здійсненні політичної влади, а також у формулюванні та виконанні політики. Виступаючи як продукт і механізм демократизації, зв'язки з громадськістю відіграють вирішальну роль.

У демократичних політичних умовах діяльність урядових органів у сфері зв'язків з громадськістю не слідує «класичним» комунікаційним моделям, оскільки у взаємодії між елітою та громадянами зменшується традиційне домінування об'єкта та суб'єкта управління. Демократія вимагає,

щоб зусилля зі зв'язків з громадськістю дотримувалися принципу зворотного зв'язку, за яким взаємодія з громадськістю суттєво впливає на цілі та дії влади, тим самим підвищуючи соціальну ефективність управління, що, у свою чергу, наголошує на рівності учасників комунікації та діалогу як механізму взаємодія.

У демократичних умовах до основних функцій відділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління належать управлінська, комунікативна, інформаційна, аналітико-прогностична, організаційно-координаційна, інтегративна, публічна функції. Для виконання цих ролей необхідно вирішити декілька завдань: передбачення, аналіз і прогнозування тенденцій громадської думки, інтерпретація даних досліджень громадської думки, взаємодія зі ЗМІ, створення та розповсюдження інформації через численні канали, адаптовані до різноманітних цільових аудиторій, організація та виконання різноманітних заходів таких як прес-конференції та круглі столи, а також сприяння активній участі громадян у заходах, організованих органами публічного управління, серед інших обов'язків.

Принципи функціонування служб зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління в демократичному суспільстві взаємопов'язані з принципами громадянського суспільства. До цих принципів належать: соціальна відповідальність, демократизм, принцип альтернативності, пильність, пріоритет права (законності), технології.

Висновки до розділу 1

1. Визначено, що метою діяльності зі зв'язків з громадськістю є створення ефективної системи комунікацій між органами публічного управління та громадськістю. Ця система спрямована на оптимізацію соціальної взаємодії. Одночасно громадськість включає сукупність індивідів і соціальних груп, які діють у публічній сфері та мотивовані спільними інтересами, цінностями, що мають суспільну значущість.

Предметом зв'язків з громадськістю є створення ефективного публічного дискурсу для свого основного суб'єкта (органів публічного управління) та посилення інформаційної взаємодії між цим суб'єктом та його цільовою аудиторією (громадськістю).

Інструменти зв'язків з громадськістю є сукупністю соціальних технологій, які складають зміст діяльності суб'єктів, результатами якої є: ідеальне середовище спілкування для органів публічного управління; публічний дискурс і публісфіті (увага) є ефективними інструментами для органів публічного управління; сприятливе сприйняття громадськістю соціальної ролі та дій органів публічного управління; зростання публіцитного капіталу органів публічного управління.

2. З'ясовано, що публічну сферу можна охарактеризувати як віртуальне середовище, де висвітлюються та обговорюються важливі соціальні питання, що призводить до формування громадської думки. Оскільки дана сфера не живе ні в офіційних системних структурах, ні в приватних умовах чи родинних зв'язках, вона потребує організаційної підтримки.

Публічна сфера відіграє життєво важливу роль, сприяючи взаємодії між органами публічного управління та громадськістю: 1) вона висвітлює суспільні інтереси, дозволяючи вирішувати проблеми, що викликають занепокоєння; 2) забезпечує нагляд за діями уряду з боку громадськості; 3) формує розвиток соціальних програм; 4) заохочує громадян до участі в місцевому самоврядуванні.

Пабліцитний капітал – відноситься до унікальної форми капіталу, яким володіє орган публічного управління, що займається публічними комунікаціями. Цей капітал не можна спростити до інших видів; скоріше, він фундаментально походить від них. Подібно до інших форм капіталу, пабліцитний капітал втілює соціальну перспективу. Нематеріальні елементи, такі як репутація, сприятлива громадська думка, престиж і авторитет в очах громадськості, разом з ефективним і корисним публічним дискурсом і загальною позитивною рекламою, є значною споживчою цінністю. Також,

пабліцитний капітал має здатність самостійно створювати вартість, посилюючи владу та авторитет свого власника. Збільшення публіцитного капіталу означає більшу суспільну довіру до його власника, зміцнення позитивного іміджу та культивування все більших суспільних настроїв, серед інших переваг.

3. Дослідження теоретико-методологічних засад, пов'язаних із вивченням взаємодії органів публічного управління з громадськістю, дозволяє зробити наступні висновки: зв'язки з громадськістю в цих органах представляють собою функцію управління, яка сприяє створенню та підтримці взаємовигідних інформаційних та комунікативних відносин між організацією та різними громадськими групами, що в кінцевому підсумку допомагає досягти успішного результату. Це сприяє отриманню ефективного результату, яким є: схвальна громадська думка щодо соціального становища та діяльності суб'єкта (органу публічного управління), ефективність для суб'єкта (органу публічного управління) публічного дискурсу.

Інституціоналізація органів публічного управління тісно пов'язана з формалізацією їх діяльності зі зв'язків з громадськістю. На сьогодні на державному рівні відсутні нормативні акти, які б закріплювали та визначали структуру та функції зв'язків із громадськістю в цих органах, уточнюючи тим самим їхній статус та роль.

4. В інформаційному суспільстві, що розвивається, органи публічного управління беруть активну участь в інформаційних і комунікаційних відносинах, виконуючи важливі завдання, які сприяють їхньому розвитку. До них належать: а) підвищення довіри громадськості до органів публічного управління шляхом створення механізмів зворотного зв'язку та задоволення інформаційних потреб громадськості; б) досягнення прозорості шляхом розвитку ринку інформації та знань у публічному управлінні разом із системою, яка захищає права громадян на доступ до інформації; в) розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних та інтелектуальних технологій шляхом активізації процесів інформаційної інтеграції та підвищення освітньої

кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування.

У сфері управління зв'язками з громадськістю значний наголос приділяється перспективним джерелам інформації, таким як мережа «Інтернет», медійні інтернет-платформи, веб-технології, соціальні мережі (Facebook, Instagram, Tiktok, Telegram та ін.). В даний час численні інформаційні служби та громадські організації пов'язані з глобальними комп'ютерними мережами, дозволяючи користувачам публікувати повідомлення та спостерігати за реакцією в режимі реального часу в «он-лайн» форматі.

5. Головну роль підрозділів зв'язків з громадськістю доречно розглядати як функцію управління. Виконання цієї функції невід'ємно пов'язане із соціальною природою самого управління.

Комунікативна функція, яку здійснюють підрозділи зв'язків з громадськістю, має важливе суспільне значення. Виконуючи цю роль, ці підрозділи сприяють комунікативній взаємодії та беруть участь у суб'єкт-суб'єктному діалозі між органами публічного управління та громадськістю, які виступають партнерами у формуванні соціального майбутнього.

Реалізація інформаційної функції відбувається за трьома основними напрямками. У першому напрямку підрозділи зв'язків з громадськістю відповідають за створення, обробку та поширення інформації. У другому – пропонують інформаційно-пропагандистську підтримку ініціатив органів публічного управління та посадових осіб. Третій – це забезпечення зворотного зв'язку, що включає збір та аналіз даних із зовнішнього середовища, таких як листи та звернення громадян, прес-релізи, інформація щодо діяльності соціальних інституцій, громадської думки, серед інших.

Аналітична та прогностична функції відіграють вирішальну роль у діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління. Для ефективного управління важливо передбачати тенденції суспільно-політичного життя.

В інформаційному суспільстві публічна функція виділяється як одна з

важливих ролей у системі роботи підрозділів зв'язків з громадськістю. Таким чином, функції та обов'язки підрозділів зв'язків з громадськістю численні та різноманітні.

Принципи функціонування служб зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління в демократичному суспільстві взаємопов'язані з принципами громадянського суспільства. До цих принципів належать: соціальна відповідальність, демократизм, принцип альтернативності, пильність, пріоритет права (законності), технології.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

2.1. Фактори, що впливають на діяльність підрозділів зі зв'язків з громадськістю

Встановлення та функціонування зв'язків з громадськістю в Україні відбуваються в складних обставинах відбудови незалежності держави, поряд зі значними соціальними змінами, пов'язаними з появою нових соціальних груп, політичних партій і рухів, а також суттєвими зрушеннями в суспільно-державній структурі, яка спрямована на подолання наслідків радянської епохи. Цей контекст формує унікальні характеристики розвитку PR в політичному ландшафті України та впливає на те, як ці умови виявляються в реальній політичній динаміці.

Перед тим, як заглибитися в передумови, періодизацію та перспективи розвитку цієї сфери в Україні, доцільно вивчити досвід визнаних лідерів у сфері зв'язків з громадськістю, зокрема США. Витоки PR сягають корінням у самий початок людського суспільства. Сучасний науковий ландшафт відрізняє поширення ідей, пов'язаних з індустріалізацією, прискоренням темпу життя та впровадженням нових методів комунікації. На думку С. Блека, ці чинники створили необхідність встановлення зв'язків із громадськістю, а мас-медіа стали вирішальним інструментом цієї практики [187].

Важливо визнати, що зв'язки з громадськістю, як форма практичної діяльності, розвинулась з пропаганди та агітації, в першу чергу за участю урядів і політичних діячів, спрямованих на залучення громадської підтримки. Поширена думка, що термін «publicrelations» виник у США, вперше введений Т. Джефферсоном, третім президентом, в його сьомому зверненні до Конгресу в 1807 р. [64], підкреслюючи спроби політичних організацій виховувати

почуття довіри на національному рівні. До 1830 р. «PR» став синонімом поняття «стосунки для загального блага». Значний розвиток друкованих ЗМІ на початку XIX ст. США призвів до появи нової професії: прес-агентів, які зосереджувалися на управлінні взаємодією зі ЗМІ. Цих людей можна вважати попередниками сучасних PR-фахівців. Незважаючи на це, Айві Лі вважається справжнім «батьком» зв'язків з громадськістю, оскільки він почав свій значний внесок у цю сферу в 1903 р. у виборчому штабі Демократичної партії. Згодом він заснував власне «бюро», яке займалося консультуванням у сфері комунікацій. Він також видав інавгураційну декларацію про професійну поведінку, наголошуючи на важливості врахування суспільних інтересів на основі фактичної інформації. [198].

США визнані лідером у інноваціях і використанні технологій зв'язків з громадськістю на політичній арені. Професія PR-фахівця виникла тут у середині 30-х рр. XX ст., ознаменувавшись створенням першої в Каліфорнії фірми політичного піару журналістом К. Вітакером і консультантом зі зв'язків з громадськістю Л. Бакстером [175, с. 65]. Науковці зі зв'язків з громадськістю та політичного консультування в США вважають цей початок важливим.

А. Зінченко зазначає, що на початку 30-х рр. XX ст. організаційна та ідеологічна слабкість американських політичних партій ставала все більш очевидною, оскільки вони почали втрачати свій вплив. Ця тенденція була особливо яскраво виражена в Каліфорнії, зумовлена активною реалізацією соціальних програм уряду штату та значним міграційним потоком під час Великої депресії. Переміщення іммігрантів у центральні райони в поєднанні з відтоком демобілізованого електорату до приміських регіонів зменшили традиційні фактори електоральної поведінки, такі як партійна та групова приналежність, водночас підвищивши ефективність нових комунікаційних технологій [66, с. 25].

Ми вважаємо, що, поряд із зазначеними раніше причинами, виникнення зв'язків із громадськістю в Каліфорнії протягом 30-х рр. XX ст. також можна пояснити наступними факторами:

1) розробники кампанії та політики стикаються з дедалі складнішими завданнями через зростаючу маргіналізацію виборців у великих містах;

2) відбулося бурхливе розширення каналів публічної комунікації, включаючи друковані засоби масової інформації, рекламний сектор, а також поживавлення діяльності профспілок;

3) рівень професійної компетентності людей, які раніше вели політичні кампанії, не є достатнім у суспільно-політичній ситуації, що розвивається, до цього часу були залучені родичі та друзі кандидатів на виборах, адвокати політиків, журналісти та просто впливові та шановані в місцевих громадах люди. У більшості випадків вони поєднували це з основною роботою на безоплатній основі.

Необхідність посилення впливу держави не лише в економіці, а й у політиці виникла через концентрацію капіталу та монополізацію ринку. За цих обставин і держава, і нові корпорації, а також різні групи інтересів визнали важливим залучити експертів зі зв'язків з громадськістю для сприяння відносинам через взаємовигідний діалог.

Крім того, ми вважаємо, що розвитку зв'язків з громадськістю в США суттєво сприяли політичні традиції країни, зокрема той факт, що суспільство не піддавалося тиску авторитарних і тоталітарних режимів і не відчувало такого ж рівня гендерного поділу, як це спостерігалось в Україні та частково у Європі.

У 1934 р. кампанія Вітакер і Бакстер на виборах у губернатори Каліфорнії стала відомою не лише ефективним просуванням свого кандидата, але й енергійними й досить успішними спробами створити «антиімідж» головного опонента. Протягом усієї передвиборчої кампанії Вітакер і Бакстер успішно перенаправляли увагу громадськості з передвиборчої програми конкурента на його особисті якості та політичні уподобання. Швидко розповсюдження листівок із карикатурами на опонента разом із цитатами щодо комунізму, власності, шлюбу та релігії відіграло вирішальну роль у формуванні думки виборців. Цей підхід пізніше буде названо «підривною

риторикою» [175, с. 95].

До 50-х рр. XX ст. багато політиків у США використовували досвід професіоналів у сфері політичних комунікацій, особливо під час виборчих кампаній, коли попит на такі послуги різко зріс. Про ефективність і поширеність прийомів PR можна судити із зауваження демократа Е. Стівенсона, який програв президентські вибори 1952 р. Д. Ейзенхауеру. Він припустив, що ставлення до кандидата як до вівсяної каші на сніданок і залучення виборців до спеціалізованих інформаційних пасток відображає значний рівень нечесності в рамках демократичного процесу [204]. У цю епоху вплив професійних політичних консультантів у виборчих кампаніях став настільки виразним, що в Конгресі було відзначено, що вибори перетворюються на змагання не між кандидатами, а між рекламними фірмами [197]. Хоча це твердження є певним чином правдивим, важливо визнати, що воно впливає не лише з характерних особливостей політичного ландшафту США того часу, а радше з успішної PR-кампанії, спрямованої на популяризацію самих зв'язків з громадськістю.

Оскільки ринкова ніша не була повністю насичена, а попит на послуги PR-фахівців продовжував зростати разом із їхніми гонорарами, вони успішно прищепили переконання серед потенційних клієнтів, що жодна політична кампанія не може бути успішною без підтримки професійних зв'язків з громадськістю. Тим не менш, як і будь-який інший ринковий продукт, пропозиції PR-фахівців мають чіткий життєвий цикл, який вказує на те, що коли попит досягає критичної точки насичення, він або стабілізується, або починає падати. Отже, після піку попиту в 60-х рр. XX ст. американський ринок зв'язків з громадськістю вирівнявся, і на початку 70-х рр. XX ст. PR-технології вже не вважалися необхідними для успіху кожної кампанії. Однак ця зміна не означала, що політики припинили використовувати ці стратегії; скоріше, методи зв'язків з громадськістю залишалися такими ж поширеними, як і раніше, але уявлення як політиків, так і користувачів змінилися. Ця зміна у сприйнятті була зумовлена двома цілком об'єктивними факторами:

ефективність технологій зв'язків з громадськістю знизилася через їх широке використання, оскільки почалася «конкуренція технологій і технологів», крім того, збільшився відсоток невдалих кампаній із залученням авторитетних PR-фахівців і фірм.

За цей час зв'язки з громадськістю в США перетворилися на значну галузь, що охоплює різні сектори як економіки, так і політики. Зараз тисячі спеціалізованих фірм співпрацюють з громадськістю та державними органами на всіх рівнях, від муніципального та регіонального до федерального. Американське бюро статистики повідомляє, що понад двісті вищих навчальних закладів у США пропонують програми, адаптовані до цієї спеціальності, і випускають випускників у цій галузі. Засноване в 1948 р. Американське товариство зв'язків з громадськістю зараз може похвалитися приблизно сотнею відділень. Крім того, близько десяти тисяч PR-фахівців працюють у різних структурах уряду США, зосереджуючись на досягненні PR-цілей різних організацій.

Після Другої світової війни в Європі з'явилися служби зв'язків з громадськістю, що стало каталізатором швидкого розвитку PR як в Англії, так і у Франції. С. Блек зазначає, що підготовці значної кількості кваліфікованих фахівців у сфері зв'язків з громадськістю у Великій Британії сприяли зусилля Міністерства військової інформації та різних армійських служб. Спочатку підрозділи зв'язків з громадськістю створювалися в муніципальних організаціях і складалися переважно з колишніх військових пропагандистів [187].

Кілька ключових факторів сформували еволюцію суспільних відносин у політичному та адміністративному контексті від наслідків Другої світової війни до сьогодення: помітні впливи включають підйом і дозрівання концепції «філософії компанії» в 50-70-ті рр. XX ст.; розширення ринку, яке створило попит на багатонаціональну політику і більш широку зацікавлену громадськість між 70-90-ті рр. XX ст.; а також значні технологічні досягнення в ЗМІ по всьому світу в 90-ті рр. XX ст.; крім того, вирішальну роль відіграли

інтернаціоналізація систем масової комунікації, поява нових центрів політичного впливу та зміни ідеологічних стереотипів на межі ХХІ ст.

Зараз світовий ринок PR має власні монополії та транснаціональні агентства, а провідні університети готують PR-фахівців. Оскільки ця галузь визнана однією з найбільш шанованих і прибуткових професій у всьому світі, це підкреслює значний розвиток зв'язків з громадськістю як життєво важливого компонента сучасного ринкового ландшафту.

Сучасні дослідники виділяють кілька фундаментальних національних моделей суспільних відносин, розробка їх класифікації за різними критеріями. Є Кияниця, наприклад, виділяє особливу «американську модель», яку він визначає за кількома ключовими рисами: проведення широких соціологічних і маркетингових досліджень перед початком активної кампанії, персоналізація політичних змагань, опора на ЗМІ як основний канал комунікації, а також зауваження, що управління кампанією переважно в руках менеджерів і консультантів, а не самих кандидатів [79, с. 24].

Е. Тихомирова виділяє «французьку модель», яку вона визначає за ключовими характеристиками: значний вплив партійно-політичного супроводу кампаній, який працює в тандемі з технологічною підтримкою, поряд із життєво необхідною функцією незалежних дослідницьких організацій громадської думки. Ці організації досліджують різні аспекти, пов'язані з кандидатами, такі як їхній імідж, ділову хватку, чуйність на вимоги виборців, виборчі наміри електорату, який чітко класифікується за соціально-класовими та конфесійними рисами, а також ціннісними орієнтаціями громадян та їхні погляди на важливі політичні та економічні питання [175, с. 64]. У цьому контексті важливо підкреслити, що високий статус служб дослідження громадської думки – властивість, яка спостерігається не лише у Франції, але й актуальна для сучасної політики – викликає сумніви щодо достовірності соціологічних досліджень, особливо в періоди політичної мобілізації, які типові для багатьох виборчих кампаній. Ми вважаємо, що соціологічні служби не повинні повноцінно залучатися як активні учасники політичного процесу,

це також стосується PR-фахівців та консультантів.

Повертаючись до теми фундаментальних моделей зв'язків з громадськістю, варто розглянути типологію, яку представив американський дослідник В. Королько, який виділив три «ідеальні моделі». Перша – це американська модель, яка відзначається помітною залученістю спеціалізованих агентств до організації політичних кампаній. У такому контексті ці агентства не лише надають консультації політикам, але й беруть на себе безпосереднє керівництво кампаніями. Друга німецька, що сприяє об'єднанню PR-фахівців до структур політичних партій і, за потреби, залученню спеціалістів у конкретних сферах політичної комунікації. Третя французька (змішана). Такий підхід сприяє залученню до організації та проведення кампанії як членів партійних структур, так і спеціалістів, залучених із зовні на комерційній основі [89, с. 24].

Розгляд цих моделей у контексті вітчизняних реалій можливий лише за умови визнання унікальних особливостей внутрішньополітичного процесу, а також культурних, соціальних та економічних традицій і пріоритетів. Цілеспрямовані зусилля щодо розробки моделей, технологій та інновацій «середнього рівня» мають на меті інтегрувати, з одного боку, політичні рамки та технології, а з іншого – характерні стилі, символи та поведінкові ритуали, притаманні українським традиціям, усім які сформовані історичними та соціокультурними факторами.

На зростання та становлення зв'язків з громадськістю як професійної та наукової дисципліни в Україні впливають ті самі об'єктивні фактори, які сформували цю галузь у демократично розвинутих країнах: еволюція суспільних відносин; становлення інститутів громадянського суспільства та розвиток суспільних відносин, економічні ринкові механізми. Проте, хоча США культивували певні традиції в науці та практиці PR протягом тривалого періоду часу, український шлях у цій сфері є відносно недавнім. Більшість вітчизняних науковців стверджує, що основи зв'язків з громадськістю почали формуватися в Україні наприкінці 80-х-початку 90-х рр. XX ст.

До проблем функціонування та розвитку будь-якого соціального інституту можна підходити двома принципово різними шляхами. Перший передбачає розгляд системи, організації або служби суворо в межах самої інституційної структури. У цьому випадку «проблеми» розвитку системи розглядаються як специфічні для закритої внутрішньої інституційної проблеми. З нашої точки зору (і з точки зору підходу, який ми підтримуємо), будь-який соціально-політичний інститут знаходиться в соціально-політичному просторі як з синхронічної, так і з діахронічної точки зору. Тому її проблеми необхідно аналізувати, виходячи з факторів, які є складовими «зовнішнього середовища» її функціонування.

У межах «проблемного поля», яке формує та впливає на створення та функціонування підрозділів зв'язків з громадськістю, слід враховувати кілька факторів. До них належать:

1. Наслідки системної соціально-економічної кризи, що виникла в Україні в період здобуття державного суверенітету, демократизації суспільних взаємодій, лібералізації економіки та перебудови соціально-економічних відносин.

Тривалий період часу найбільш складним і багатогранним управлінським викликом в Україні залишались наслідки політичної дезінтеграції радянської держави та планової адміністративної системи економіки, яку суспільство пережило зі значними втратами. Зокрема, політичний ландшафт ще не можна вважати повністю сформованим чи стабілізованим; незважаючи на завершений процес партійного формування та відновлення адміністративної ієрархії державної влади в різних регіонах, Україна все ще стикається зі значними перешкодами. В економічному плані країна ще має оговтатися від наслідків широкомасштабної системної соціальної кризи, яка призвела до значного падіння виробництва, зниження рівня життя населення, зростання безробіття та рівня злочинності, посилення соціального розшарування, розмивання «середнього класу» та інших негативних наслідків соціально-економічних реформ.

Атомізація суспільства спричинена цими обставинами, які стратифікують його за різними характеристиками, такими як соціальний статус, власність, етнічна приналежність та релігія. Ця обставина перешкоджає процесу управління та ускладнює встановлення цілей розвитку, спільних для всіх громадян. Така ситуація впливає на публічне управління набагато більше, ніж на управління державне, оскільки цілі державного управління можуть бути широкими та абстрактними, тоді як цілі публічного управління мають бути конкретними та досяжними. Через соціальне розшарування цілі різних демографічних груп часто розходяться або навіть конфліктують, що ускладнює формулювання, відображення та реалізацію «управлінських цілей» у зв'язках з громадськістю.

2. Поява в колективній свідомості різноманітних специфічних стереотипів, якостей і характеристик, перехідного періоду.

Упродовж десятиліть радянського тоталітарного режиму в народі масово культивувався ряд специфічних особистісних рис: спрощеність внутрішнього духовного світу, відсутність чітких особистих інтересів, звужений духовний рівень, патерналістське ставлення до політичної влади, а також взаємна нетерпимість і недоброзичливість. Крім того, існувала тенденція дотримуватись ідеологічних переконань, нав'язаних урядом. Поряд із цими рисами соціальні трансформації призвели до соціальної апатії, зневіри, песимізму та ціннісного нігілізму, що посилюється кризою ідентичності. Але крім того, у перехідний період підвалини національної самосвідомості в українському суспільстві не були демонтовані та витіснені проімперськими та проросійськими національними упередженнями, що сьогодні позитивно впливає на міжетнічні відносини.

У радянський та пострадянський період масова свідомість відображає функціонування «маси», де, як зазначив Ортега-і-Гассет, індивідуальність зникає, а колективний голос переважає, що призводить до розчинення особистості на тлі натовпу [114]. Все ж таки, особливості масової свідомості, що виникли в ці періоди, перешкоджають громадянській єдності та злагоді;

натомість вони значною мірою сприяють фрагментації громадянського суспільства, ізоляції окремих людей та відриву їх від спільного життя, а також сприяють небажанню брати участь у соціальних взаємодіях.

Таким чином, важливою проміжною метою для підрозділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління є, з одного боку, звернення до масовізації свідомості та культивування осіб, які втілюють соціально відповідальну громадянську позицію, встановлюючи з ними продуктивний соціальний діалог. З іншого боку, необхідно боротися з суспільною атомізацією (роз'єднаністю) і сприяти розвитку громадянської солідарності. Вирішення цієї проблеми є життєво важливим для соціальної інтеграції та відіграє значну роль у ефективності будь-яких управлінських зусиль, спрямованих на сприяння загальному благу.

Наявність суттєвих і невирішених протиріч у громадській свідомості закономірно призводить до нерозвиненості механізму вирішення важливих проблем сучасного українського суспільства. Цей механізм ще знаходиться в стадії становлення, передусім через судження зацікавлених верств населення з використанням інституту громадської думки. По суті, момент для стабільної та злагодженої роботи громадської думки як соціального інституту ще не настав. Слід зазначити, що протягом цього перехідного періоду сформувалося декілька специфічних характеристик громадської думки: 1) безпосередність у відображенні існуючих умов; 2) переважання емоційних реакцій над раціональною думкою в змісті громадської думки; 3) відсутність системності та концептуальної чіткості; 4) зв'язок з морально-етичними рамками, а також з різними нормативними, організаційними, культурними, інформаційними та комунікативними підсистемами суспільства, що зумовлює парадоксальність громадської думки.

По-перше, безпосередність відображення умов існування. Громадська думка насамперед відображає проблеми, які стосуються населення. Під впливом інтересів і цінностей соціального суб'єкта вона вибірково висвітлює аспекти як духовних, так і природних реалій, які вважаються корисними,

значущими та необхідними для задоволення його потреб, незалежно від того, чи йдеться про підтримку стабільності та благополуччя чи боротьбу з безробіттям і неадекватністю соціального забезпечення. Значимість різних питань сильно відрізняється для різних соціальних груп. Громадська думка як оціночне мірило передає реакцію колективної свідомості на сучасні явища, події, процеси, тенденції, конфлікти, постаті – по суті, все те, що складає живу тканину сучасної історії в її самобутніх проявах [121, с. 25].

По-друге, заслуговує на увагу переважання чуттєвого аспекту над раціональним у суспільній думці. До недавнього часу численні дослідники визначали первинну характеристику як інтеграцію раціонального та чуттєвого елементів, причому раціональний аспект оцінювався на основі ступеня ідеологічного та наукового проникнення в колективну свідомість [183]. Проте, розглядаючи сучасний соціально-політичний ландшафт, можна спостерігати зменшення значення ідеологічного чинника в суспільній думці. Така ситуація підсилює помітність чуттєвого елементу в суспільних настроях, водночас роблячи його більш непередбачуваним.

Схильність до деідеологізації та дераціоналізації суспільства можна розглядати як шкідливу з кількох вагомих причин, оскільки вона посилює потенціал для маніпулювання суспільними настроями, зокрема в PR-комунікації. І навпаки, якщо мета PR-комунікації полягає в тому, щоб сприяти діалогічній суб'єкт-суб'єктній взаємодії, яка служить інтересам публічного управління, така комунікація переходить від раціональної структури до домінування деструктивних емоцій, що робить її менш ефективною для досягнення цілей управління.

По-третє, концептуальна неформальність і відсутність системності. Відсутність системності та неофіційності понять проявляються і в чуттєвому аспекті суспільної думки. Як правило, громадська думка виступає як раціонально-емоційна оцінка фактів і соціальних подій. Однак оціночні судження, які становлять громадську думку, впливають більше з повсякденної свідомості, ніж з аналітичних міркувань, відображаючи емоційні

та ситуаційні точки зору індивідів щодо нових проблем. За самою своєю природою ситуаційна перспектива не може бути повністю концептуалізована. Тому ми вважаємо, що спроби відобразити громадську думку як єдиний світогляд будь-якої соціальної групи, якими користуються PR-фахівці, не мають методологічного підґрунтя і, відповідно, неефективні з точки зору цілей публічного управління.

По-четверте, взаємозв'язок із морально-етичною структурою, а також нормативною, організаційною, культурною, інформаційною та комунікативною підсистемами суспільства призводить до парадоксу громадської думки.

Незалежно від того, який аспект життя суспільства ми розглядаємо – духовний, ідеологічний, політичний, соціально-економічний, культурний тощо, – громадська думка суттєво впливає на характер їх існування. Тим не менш, було помічено, що нинішній стан суспільства позначений кризою національної та культурної ідентичності, неформальною правовою базою, надзвичайною екологічною ситуацією та релігійним запалом. Ці фактори сприяють парадоксальності громадської думки щодо правових, організаційних, екологічних та національних питань. Крім того, сучасна аксіологічна криза виникає через застарілість системи цінностей, що функціонувала в радянському суспільстві, яка виявилася неадекватною в нових умовах життя. Відсутність визначеної етичної моделі чи навіть її основоположних елементів сприяє аксіологічному парадоксу громадської думки.

Отже, залученню підрозділів зв'язків з громадськістю, яке здійснюється органами публічного управління та спрямоване на вивчення та формування громадської думки, значною мірою перешкоджає сучасний стан масової свідомості та громадської думки. Вони сформувалися під час переломного етапу суспільно-політичної еволюції нашої країни, що характеризується різноманітними «проблемними» стереотипами, рисами та атрибутами, характерними для перехідного періоду.

3. Практична нестача (або нерозвиненість) середнього класу, який виступає фундаментальною складовою громадянського суспільства та «ядром» уваги публічного управління.

Різні форми недержавних підприємств, такі як акціонерні товариства, приватні підприємства, банки та громадські організації, становлять основні структурні компоненти громадянського суспільства та публічного управління. Ці недержавні економічні взаємодії породжують середній клас, який охоплює власників малих і мікропідприємств, менеджерів середньої ланки та висококваліфікованих робітників. Крім того, до середнього класу входять також державні службовці, чиї доходи можна порівняти із заробітками малих підприємців.

Одним із першочергових викликів суспільного розвитку сьогодні є нерозвиненість малого та середнього підприємництва, яке є «громадянською» основою як економіки, так і політики. Цікаво, що Україна демонструє психологічний феномен щодо середнього класу: хоча йому бракує економічної присутності, це не очевидно в соціально-психологічному контексті. Згідно з соціологічними дослідженнями, інтелігенція, кваліфіковані спеціалісти, державні службовці, працівники охорони здоров'я та освіта ідентифікують себе як частину «середнього» класу, не обов'язково пов'язаного з економічним «форматом», а скоріше під впливом їх усвідомленої соціальної ролі та почуття соціального статусу, яке залишилося з радянських часів. Хоча пострадянський середній клас, можливо, не дуже компенсований, він представляє найбільш активну та здібну частину суспільства. Цей клас, який розглядається як «середній» з точки зору соціальної психології, відіграє значну роль у підтримці публічного управління.

Рушійною силою середнього класу та його бажання брати участь у публічному управлінні є соціальне невдоволення, яке може проявлятися як у позитивних формах – таких як конструктивність, вдумливість, евристичність і творчість – так і в негативних формах, що характеризуються нігілізмом, пошуком ворогів і повної недовіри. В Україні середній клас більше схильний

до певних форм незадоволення. Ця схильність до деструктивного невдоволення перешкоджає соціальній активності серед середнього класу, що призводить до загострення соціальної напруги та конфлікту в громадянському суспільстві.

Отже, одним із елементів, що ускладнює роботу органів публічного управління та їх зв'язки з громадськістю, є рівень соціального невдоволення середнього класу.

4. Ще одним фактором, який перешкоджає діяльності в суспільно-політичній сфері, зокрема комунікаційній, є «прискорення» історичного часу. Це явище проявляється у підвищеній частоті істотних об'єктивних змін, що впливають на життя окремих людей, місцевих громад і суспільства в цілому.

Як уже зазначалося, пострадянський період позначений глибокими суспільними трансформаціями, які набули універсального характеру. Ці зміни вплинули на різні сфери, включаючи економіку, політику, право, культуру, освіту та релігію, тобто не було жодного аспекту чи елемента соціальної реальності, якого ці зміни не торкнулися. Отже, ці системні зміни призвели до якісного переходу всіх суспільних систем у новий стан.

Водночас ті зрушення, що відбулися, прискорюються процеси глобалізації, інформатизації та інші – об'єктивно в усьому світі існує висока соціальна напруга. Тому в такому стрімкому темпі цих змін люди часто не можуть водночас адекватно оцінити та сформулювати своє виважене ставлення до процесів трансформації, що відбуваються. І ось яким виявляється ставлення індивідів до себе, до інших людей, до життєвих принципів та ідеалів і взагалі до соціальної дійсності: несформованим, хитким. Така ситуація ускладнює будь-які комунікації: між різними поколіннями; між різними соціальними прошарками в суспільстві; між субкультурними групами і субетносами. Відповідно, суттєво ускладнюється комунікативна діяльність PR-служб органів публічного управління, однією з функцій яких є інтеграція суспільства.

Тенденція «прискорення історичного часу» не лише зберігається

сьогодні, але й загострюється відповідно, ця проблема пронизує всі верстви суспільно-політичного буття. «Божевільна» швидкість розвитку порушує навіть найбільш усталені соціальні зв'язки. Вплив прискореного історичного часу виявляється особливо дестабілізуючим, особливо на фундаментальних рівнях комунікації – наприклад, у сім'ях, на робочих місцях і в місцевому врядуванні. Отже, ерозія соціальних зв'язків на тлі цього прискорення є серйозною проблемою для служб зв'язків з громадськістю. Хоча відновлення цих зв'язків має важливе значення для ефективності зусиль з PR, воно водночас є одним із найскладніших завдань у цій галузі на сьогодні.

5. Процес інформатизації суспільства. Одним із факторів, що визначає «проблемне» поле функціонування підрозділів зв'язків з громадськістю в публічному управлінні, є інформатизація суспільства разом із формуванням єдиного «інформаційного поля», що охоплює суспільно-політичні процеси та діяльність. З одного боку, інформатизація підвищує швидкість спілкування. Велика кількість і доступність різноманітних каналів зв'язку робить вміст доступним для одержувачів і полегшує процес спілкування для тих, хто займається зв'язками з громадськістю. Цей зсув в інформатизації безпосередньо впливає на процеси публічного управління, докорінно змінюючи його природу. Саме завдяки інформатизації стає можливим відродження прямої демократії. Оскільки тепер інформація може переміщатися незалежно від фізичних обмежень, місцева соціальна динаміка втратила свою незалежність, що дозволяє географічно розділеним особам брати участь у колективних процесах і навіть керувати ними. Усунувши відстань, інформаційні технології створили «ефект призми», коли численні інформаційні потоки з різних місць сходяться в одній точці, об'єднуючись у єдиний процес прийняття рішень, який згодом впливає на кілька локальних динамік.

Навпаки, процес інформатизації ускладнює роботу підрозділів зв'язків з громадськістю в багатьох сферах. По-перше, інтеграції суспільства в інформаційну сферу заважає поява хаотичних інформаційних потоків, які

витісняють усталену систему обміну ідеями, часто без механізмів зворотного зв'язку. Отже, інструменти масової комунікації беруть на себе більш значну роль у формуванні знань і сприйняття широкої аудиторії, тоді як роль одержувача стає дедалі пасивнішою. Таким чином, як це не парадоксально, комп'ютеризація ускладнює діалог, у тому числі взаємодію між підрозділами зв'язків з громадськістю органів публічного управління, перетворюючи його на форму одностороннього спілкування.

Потенціал маніпулятивного впливу на індивідів значно збільшується завдяки розвитку нових технологій, які покращують застосування інструментальних знань. На ступінь цього ризику впливає соціально-політичний і культурний контекст суспільства. У світлі того факту, що політична культура в сучасному суспільстві та громадянська активність місцевих громадян все ще недостатньо розвинені, багатьом громадянам бракує належної політичної свідомості, соціальних навичок і почуття соціальної відповідальності, а також інколи обмежене бажання брати участь у прийнятті рішень. Отже, маніпулятивні можливості такої аудиторії залишаються помітно високими. Ця вразливість часто використовується організаціями, чиї цілі не збігаються з соціальними ідеалами місцевої громади.

У ситуаціях, коли доступ до каналів зв'язку є нерівним, розбіжність в інтелектуальних здібностях загострює соціальний розрив. Це створює ризик того, що один сегмент суспільства, який володіє цими навичками та доступом до спілкування, здійснює тотальний контроль над іншим, який залишається підпорядкованим.

Підсумовуючи, можна зробити наступні висновки: фактори, які складають «проблемне поле» щодо створення та діяльності служб зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, включають:

- наслідки системної соціально-економічної кризи, що виникла в Україні під час встановлення державного суверенітету, демократизації суспільного життя, лібералізація економіки, перебудови соціально-економічних відносин;
- поява в масовій свідомості специфічних стереотипів, рис,

характеристик, характерних для перехідного періоду;

- відсутність (або нерозвиненість) середнього класу як найважливішої складової громадянського суспільства та публічного управління, а також негативний вплив соціального невдоволення середнього класу;

- «прискорення» історичного часу, що позначається збільшенням частоти істотних об'єктивних змін, що стосуються окремих людей, місцевих спільнот і суспільства в цілому;

- процес інформатизації суспільства, що триває.

2.2. Основні проблеми функціонування підрозділів по зв'язкам з громадськістю

Перш ніж заглибитися в аналіз проблем формування та діяльності підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління в Україні, необхідно визнати один ключовий момент. По-перше, виклики, які розглядатимуться, впливають із самої природи PR-діяльності, що робить її об'єктивною за характером. І навпаки, ці виклики також виникають як природний результат відносно короткої історії зв'язків з громадськістю в сучасній Україні порівняно з іншими країнами, що вказує на те, що ці проблеми є як функціональними, так і тимчасовими. Крім того, у зв'язку з нашою темою дослідження важливо визнати, що певні проблеми є невід'ємними для еволюції зв'язків з громадськістю в публічному управлінні та суттєво впливають на унікальність їх діяльності.

Ключовою проблемою, яка суттєво ускладнює PR-діяльність органів публічного управління, є відсутність стратегічної мети публічного управління загалом і PR-діяльності зокрема. Враховуючи складність соціальної реальності та велику кількість проблем, які існують на рівні місцевої громади і потребують негайного вирішення, діяльність органів публічного управління в Україні часто базується на стратегії вирішення виникаючих проблем, тобто тимчасове їх вирішення без глибокого аналізу та усунення причин. У зв'язку з

цим підрозділи зв'язків з громадськістю також не мають стратегічної спрямованості: відсутні середньострокові і, тим більше, довгострокові цілі. Зміст діяльності зводиться до здійснення комунікацій з питань, що стосуються конкретних поточних завдань щодо інформування населення про поточні заходи та події.

Відсутність стратегії розвитку зв'язків з громадськістю не дозволяє PR-підрозділам повною мірою виконувати будь-які соціальні ролі, пов'язані з їх сферою діяльності. Крім того, відсутність всебічного бачення розвитку громади обмежує прогрес лише переходом крізь історичний час. Ми вважаємо, що підрозділи зв'язків з громадськістю можуть виконувати визначені нами соціальні функції лише за умови, що всі учасники PR-діяльності визнають соціальну важливість цих зусиль та стратегічні цілі, пов'язані із впровадженням прямої демократії. Лише через розуміння соціальної актуальності самого діалогу в його рамках можна сконструювати модель майбутнього – таку, яка не лише вирішує всі соціально-політичні виклики, але й реалізує ідеали громадянської активності, єдності та злагоди, які по суті являють собою ідеал публічного управління.

Актуальним є питання правового забезпечення діяльності підрозділів зв'язків з громадськістю органів публічного управління. При дослідженні правового статусу та основоположних правових принципів, які регулюють ці служби в Україні, стає очевидним, що правова база PR-діяльності розвивалася одночасно зі створенням та інституціоналізацією самих PR-підрозділів. Як наслідок, наразі бракує узгоджених правових стратегій щодо здійснення PR-діяльності та розвитку PR-підрозділів в органах публічного управління України. Існуюча правова база суспільних відносин виявляє неузгодженості та недоліки, оскільки діяльність регулюється різними нормами різних правових інститутів.

Деякі дослідники вважають, що впровадження єдиного закону могло б вирішити цю проблему шляхом визначення створення, організації, діяльності та фінансування відповідних підрозділів. Тим не менш, ідея прийняття такого

законодавства виглядає дещо непрактичною. Закони ефективно діють у стабільному суспільстві, що не властиво сучасному українському суспільству. Крім того, навіть у сценаріях, коли існує соціальна стабільність, інституційні та інші юридичні особи не можуть просто «пристосувати» соціальну реальність до правових стандартів.

Крім того, створення єдиного закону, що регулює діяльність підрозділів зв'язків з громадськістю, можна вважати політично та юридично абсурдним, оскільки публічне управління за своєю природою та специфікою виникає з енергії самоорганізації суспільства. Це означає, що публічне управління є більш органічним за своєю метою (як і послуги зі зв'язків з громадськістю, що надаються органами публічного управління), коли воно вже запущене в дію самими місцевими громадами. Така позиція спирається на те, що громадська ініціатива та інтерес повинні створювати всередині себе суб'єктів, які діють як представники (для захисту цих інтересів) у відносинах з іншими суб'єктами відповідно до закону. Водночас юридично регулювати такі відносини можна лише в тому випадку, якщо вони впливають з державної влади, що також виступає їх джерелом і предметом, але не завжди їх безпосереднім ініціатором. Отже, поняття законодавчого регулювання функцій підрозділів зв'язків з громадськістю у публічному управлінні виявляє суперечливу методологічну позицію: від держави очікують створення ефективних законів, які дозволять громадянському суспільству займатися самоорганізацією.

Ми вважаємо, що цей метод є політичним і правовим абсурдом. Проте широке застосування цього підходу призвело до того, що місцеве самоврядування та всі його функції сьогодні стали еклектичним утворенням. Хоча місцеве самоврядування втілює такі якості, як незалежність, самодостатність і свобода, фактичні політичні та правові обставини роблять його самоврядну природу швидше передбачуваною, ніж справжньою. Зрозуміло, що регулювання територіальних громад «зверху» відбувається за певною логікою: органи державної влади створюють місцеве самоврядування для делегування частини своїх управлінських повноважень, зокрема тих, що

стосуються вирішення найгостріших проблем територіальної громади. Однак ця форма самоврядування, створена «зверху», перестає бути інститутом громадянського суспільства поряд з державними суб'єктами, а натомість інтегрується в ієрархію державної влади.

На нашу думку, вирішення цих протиріч не можна повністю обмежувати сферою права. Враховуючи те, що питання визначення майбутніх методів формування публічного управління в Україні є складним і різноманітним, його не слід спрощувати лише до проблем правового забезпечення, радше, його слід розглядати в контексті як політико-правового, так і етично-правового вимірів.

Функціонування підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління має здійснюватися в правовому полі, яке охоплює регулювання, захист і гарантії від порушень державою прав на самоврядування. Отже, важливо окреслити юридичні повноваження та обов'язки, пов'язані з дотриманням прав громадян на самоврядування, повинні бути покладені на державу, а ті, що стосуються окремих елементів соціальних функцій, які здійснюються PR-підрозділами, повинні належати до юрисдикції місцевої громади. Враховуючи унікальні цілі та ролі діяльності зі зв'язків з громадськістю, використовувані регуляторні інструменти часто можуть складатися не лише формальних законодавчих актів, але й з неправових норм, таких як кодекси поведінки та хартії.

У цьому контексті регулювання PR-підрозділів переплітається як з політичними та правовими рамками, так і з культурними нормами. Отже, вирішення питань регулювання діяльності зі зв'язків з громадськістю збігається з питанням професіоналізму: PR-фахівець, який працює в органі публічного управління, має не лише дотримуватися правових стандартів, але й узгоджувати свої дії з етичними та моральними рамками, а також неписаними культурними нормами громадянського суспільства. Таким чином, розвиток громадянської культури PR-фахівців не тільки зменшує актуальність правового регулювання PR-діяльності, якщо не повністю її вирішує, але й

виступає вирішальним фактором для успішного виконання соціальних функцій, які виконують підрозділи зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління.

Наступна проблема полягає в необхідності створення принципово нової моделі PR-комунікації, яка акцентує увагу на суб'єкт-суб'єктній взаємодії між органами публічного управління та громадськістю. На ранніх етапах розвитку підрозділів зі зв'язків з громадськістю в публічному управлінні України домінуючим підходом була модель односторонньої переконливої комунікації в поєднанні з моделлю односторонньої інформаційної комунікації. Зокрема, функції підрозділів зв'язків з громадськістю, були зосереджені насамперед на формуванні сприятливого іміджу органів влади.

Парадигма односторонньої комунікації тепер перейшла до моделі, що характеризується двосторонньою асиметричною комунікацією. Тим не менш, створення відкритого суспільства та демократичної правової держави разом із посиленням публічного управління вимагає розвитку зусиль у зв'язках з громадськістю, заснованих на принципах комунікації симетричного діалогу.

Діалогічні (симетричні) інформаційні потоки мають кілька ключових рис, які відрізняють їх від монологічних комунікацій:

- симетричність (цінність, яку приписує повідомленню джерело, в ідеалі має збігатися зі сприйнятою реципієнтом цінністю, тобто симетричність передбачає правильне декодування повідомлення);

- акцент на вступі в діалог з реципієнтом;
- схильність до об'єктивності у викладеній інформації;
- наявність зазначеного джерела.

У ширшому масштабі помітна зміна моделей соціально-політичної комунікації; перехід від монологу до діалогу між владою та населенням передбачає взаємний обмін точною, повною та перевіреною інформацією щодо політичних явищ і процесів, які стосуються основних культурних цінностей суспільства, а також основних прав і свобод фізичних осіб. Здатність вільно висловлювати свою думку, а також свобода шукати,

отримувати та ділитися всіма формами інформації та ідей – за умови, що вони відповідають гуманістичним принципам – мають важливе значення. Діалог є основою комунікації, завдяки чому PR-комунікація за своєю природою відповідає соціальній сутності громадянського суспільства та демократичної держави.

Суб'єкт-суб'єктна парадигма діалогу є революційною моделлю побудови PR-комунікації як теоретично, так і практично. Нині вона все більше визнається в науковій літературі та залучає все більше прихильників серед науковців [118, с. 167]. Отже, сучасна теорія політичної комунікації розвивається саме в цьому напрямку, виступаючи як наукою, так і мистецтвом, спрямованим на сприяння гармонії та узгодження інтересів суспільства, його груп та індивідів через взаєморозуміння, що ґрунтується на повазі та всебічній обізнаності.

У контексті суб'єкт-суб'єктної парадигми взаємодія суспільних відносин між органами публічного управління та громадськістю розглядається як діалог, заснований на рівності, взаємній повазі та спільних інтересах. Ця концепція стверджує, що при розробці системи зв'язків з громадськістю органу публічного управління масова аудиторія має рівні права з представниками адміністрації. Тому в межах суб'єкт-суб'єктної методологічної парадигми PR-комунікація відбувається за активного залучення самого суспільства.

Немає сумніву, що діалогічні методи спілкування пропонують значну перевагу, оскільки вони вкорінені в базовому демократичному принципі суспільної самоорганізації, об'єднуючи громадян через процес спілкування. Цей підхід дозволяє уникнути спрощення колективних цілей публічного управління до простих угод між суперечливими приватними інтересами. Реципієнти діалогічної PR-комунікації відіграють активну роль, аналізуючи представлену інформацію, перш ніж прийняти чи відхилити її, також їх заохочують висловити власні погляди з різних питань. У публічних дискусіях це проявляється як думка громадської групи, яка узгоджується з її інтересами.

Діалогічне спілкування виходить за рамки простого інформування, переконання чи формування громадської думки, його сфера більш широка, всеосяжна та універсальна. У першу чергу діалог виступає не просто як інструмент управління, а радше як фундаментальна мета прогресу. Зміцнюючи довіру, діалог сприяє створенню відкритих і взаємопов'язаних соціальних структур. У цих рамках трансформується громадська думка, набуваючи нових якісних рис, вона переходить від просто способу вираження до способу існування соціальної групи. По-друге, діалог, який є невід'ємною та життєво важливою характеристикою свідомості, генерує свіжі ідеї та значення, закладаючи основу для зростання як для окремих учасників, так і для колективної спільноти громадян.

Модель двосторонньої симетричної PR-комунікації органів публічного управління та громадськості має явні переваги та недоліки. Одним із помітних недоліків для України є те, що ця діалогічна модель спілкування має тенденцію бути дещо ідеалістичною, функціонуючи ефективніше у зрілому громадянському суспільстві, ніж у перехідний період. Очевидно, що в суспільстві, яке перебуває на стадії перехідного періоду, наголос слід робити на діалогових підходах до комунікації, що дозволяє не лише органам публічного управління як носіям думки, а й громадянам, які займаються самоврядуванням, брати участь у формуванні точного розуміння дійсності та в прийнятті справжніх управлінських рішень.

Важливим елементом, який часто розглядають як обмеження моделі симетричної діалогічної комунікації, є необхідність для PR-фахівців культивувати специфічні навички та компетенції, необхідні для встановлення стосунків із громадськістю на основі принципу симетричної комунікації. Ці навички не були потрібні в епоху монологічного спілкування радянського періоду, що характеризувався підходом «зверху вниз». Наразі можна спостерігати явний дефіцит цих навичок, що створює виклик для розвитку та ефективності підрозділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління України. Далі ми розглянемо це питання стосовно професіоналізму

спеціалістів, які займаються зв'язками з громадськістю у публічному управлінні.

Важливо висвітлити проблему інституціоналізації зусиль зі зв'язків з громадськістю. Це питання тісно пов'язане з реальністю, що до 90-х рр. XX ст. представники державного управління не мали достатньої мотивації підтримувати спілкування з населенням. Лише з розбудовою незалежності нашої держави, появою нової соціально-політичної динаміки в суспільстві, на державному рівні у владних структурах, були створені відділи, які, серед інших функцій, сприяли спілкуванню з громадянами, оцінювали громадську думку та оцінювали настрої громади.

За рівнем залученості в процес управління можна виділити різні види підрозділів зв'язків з громадськістю, які нині функціонують в органах публічного управління в Україні:

1. Автономні структурні підрозділи в обласних державних адміністраціях, вони мають значний набір повноважень і функцій. Крім того, ці PR-підрозділи мають можливість розробляти власні стратегії зв'язків з громадськістю, саме вони відіграють вирішальну роль у забезпеченні стабільності в регіонах, досягненні цілей і завдань публічного управління та сприянні спілкуванню з громадянами, серед інших обов'язків. Важливо підкреслити, що ці PR-підрозділи мають справжню можливість модифікувати управлінські стратегії влади та змінювати траєкторію суспільного розвитку, тим самим повноцінно та ефективно виконуючи основну функцію управління зв'язками з громадськістю.

2. Структурні PR-підрозділи, які діють самостійно і об'єднують діяльність, спрямовану на розвиток зв'язків з громадськістю при взаємодії із ЗМІ.

3. Мінімальні PR-підрозділи, що зазвичай складаються з однієї особи, яка функціонує під керівництвом вищих посадових осіб або їхніх заступників. Ролі та обов'язки працівників таких служб загалом збігаються з функціями прес-секретаря. Важливо підкреслити, що ключовою відмінністю між прес-

секретарем та PR-фахівцем є відсутність у першого управлінських обов'язків. Незважаючи на те, що прес-секретар займається управлінням інформацією, аналізом і спілкуванням громадянами, ЗМІ, вони не впливають на прийняття управлінських рішень. Згідно з посадовим реєстром, роль прес-секретаря (віднесеного до групи «Б») полягає у супроводі виконання своїх обов'язків іншою посадовою особою (працівником групи «А»). Тобто, прес-секретар не впливає на зміст управління, а отже, не виконує ширших соціальних функцій, пов'язаних зі PR-діяльністю в органах публічного управління [50, С. 40].

4. Інформаційно-аналітичні служби в органах місцевого самоврядування складаються зі структурних підрозділів. Такі підрозділи, які зазвичай належать до департаментів, які виконують певні функції, не пов'язані з діяльністю зі зв'язків з громадськістю в строгому сенсі. Діючи при місцевих органах влади, у них не чітко визначені цілі та обов'язки служб зв'язків з громадськістю або делеговані завдання іншим структурним підрозділам.

Таким чином, хоча розвиток підрозділів зі зв'язків з громадськістю у публічному управлінні був певною мірою спонтанним, тепер можна стверджувати, що більшість державних установ керують PR-підрозділами вже доволі довго. На сьогодні PR-підрозділи вже мають визначені цілі, функції та поточні завдання. Крім того, їх діяльність здійснюється в рамках чітко визначеної інституційної структури, а персонал складається з професіоналів, чия кваліфікація відповідає функціям, які вони виконують.

Інституціоналізація діяльності зі зв'язків з громадськістю на місцевому рівні залишається далекою від ідеальної реалізації. Хоча деякі етапи цього процесу вже досягнуто на державному рівні, але місцевий рівень все ще перебуває на початковій стадії. В органах публічного управління підрозділи зв'язків з громадськістю діють під різними назвами і складаються з різної кількості спеціалістів. Проте органи місцевого самоврядування часто не визнають ці послуги неодмінною складовою управління. Отже, зусилля фахівців, які часто не мають відповідної професійної підготовки, не мають чітко визначених цілей, є неефективними у виконанні покладених на PR-

підрозділ функцій.

Проблему професіоналізму PR-фахівців для публічного управління, можна розглядати з багатьох взаємопов'язаних позицій. Насамперед, якщо розглядати через кількісну призму, поверхневий аспект проблеми професіоналізму виявляє значну нестачу належно підготовленого та кваліфікованого персоналу, який готовий, здатний і прагне виконувати завдання зі зв'язків з громадськістю та виконувати соціальні функції, що відповідають вимогам сучасних суспільних реалій.

Інший вимір проблеми професіоналізму стосується якості персоналу. Зокрема, при розгляді якісного змісту проблема полягає в тому, що професіоналізм, який очікується від PR-фахівця, часто вимагає включення суперечливих якостей.

По-перше, потреба в таких контрастних рисах PR-фахівця впливає з притаманних особливостей діяльності з управління зв'язками з громадськістю. З одного боку, ті, хто займає керівні посади, прагнуть вести діалог і надавати інформацію тим, кого вони контролюють; з іншого боку, вони володіють достатніми силовими ресурсами, щоб зменшити всі форми спілкування.

По друге якісне протиріччя виникає в необхідності поєднання атрибутів, які очікуються від PR-фахівця, включаючи креативне та нестандартне мислення (Е. Бернейз) разом із яскравим, допитливим інтелектом (С. Блек), з дотриманням протоколів ієрархічної комунікації, встановлених на всіх рівнях влади. Отже, творчі риси PR-фахівця вступають у конфлікт із звичною практикою виконання завдань «як завжди», потенційно призводячи до зіткнення з владною волею керівника. Один із способів вирішення цієї суперечності полягає в основних якостях, визнаних у всьому світі як ознаки професіоналізму PR-фахівця: сильний характер, чесність і прямота. Хоча сфера публічного управління може бути не найбільш сприятливою для вираження цих рис, наслідки їх відсутності у PR-фахівців є значно більш шкідливими для суспільства, ніж їх відсутність серед бізнес-професіоналів, враховуючи унікальні принципи та цілі, що керують PR-діяльністю органів

публічного управління.

Атрибути сильного характеру, чесності та прямоти суттєво впливають на ступінь відповідальності, яку бере на себе PR-фахівець щодо створення та розподілу смислів у соціальній реальності. Коли зв'язки з громадськістю розглядаються як комунікативний захід, за допомогою якого встановлюються соціальні цінності та значення, вирішуються соціальні проблеми та здійснюються ефективні управлінські рішення, це визначає те, як органи публічного управління інтерпретують PR як практику, що ґрунтується на соціальній відповідальності. Соціальна відповідальність організації передбачає визнання її ролі в економічному, політичному та соціальному розвитку суспільства, до якого вона належить.

Концепція соціальної відповідальності відіграє вирішальну роль у функціонуванні управлінських структур у державі загального добробуту. Коли ми розглядаємо систему публічного управління як основну структуру, створену для служіння громаді, соціальна відповідальність такої організації полягає в ефективному виконанні прозорості та узгодженої стратегії управління, спрямованої на досягнення загального блага. Таким чином, згідно з етичними принципами Ю. Габермаса, PR-фахівці у публічному управлінні повинні служити захисниками суспільних інтересів [43, с. 69]. Навпаки, PR-фахівці в бізнес-секторі представляють приватні інтереси організації, ведуть діалог зі своєю цільовою аудиторією, переслідуючи прагматичні цілі.

Важливою ознакою такого компонента свідомості, як соціальна відповідальність, є здатність ставити мету і прогнозувати результат діяльності. У публічному управлінні суспільство несе значні витрати, коли воно або «переоцінює мету» по відношенню до досяжних результатів – що призводить до надмірного соціального оптимізму – або недооцінює потенціал соціального суб'єкта. Враховуючи ці фактори, здатність формулювати соціально прийнятні цілі та розробляти стратегічний план діяльності, який враховує ці встановлені цілі, стає життєво важливим елементом соціальної відповідальності.

Тому соціальна відповідальність PR-фахівця має проявлятися у його усвідомленні того, що він діє на благо всього громадянства, керуючись цим принципом у своїх діях. Це почуття соціальної відповідальності передбачає, що PR-фахівець займає активну громадянську та професійну позицію, яка забороняє йому ухилятися від відповідальності, обманювати інших або перекладати свої зобов'язання на уряд, начальство, колег чи співгромадян. Крім того, соціальна відповідальність має ґрунтуватися на відповідних переконаннях і нормах поведінки професіонала зі зв'язків з громадськістю.

Значущість соціальної відповідальності підвищує роль PR-фахівця в управлінському та ширшому соціальному контексті, що вимагає набору знань і навичок, які дозволяють йому свідомо та рефлексивно виконувати свої професійні права та обов'язки, а не діяти підсвідомо чи емоційно. Отже, навіть найменші ознаки патерналістського, споживацького чи інфантильного ставлення вважаються неприйнятними для професіоналів у сфері зв'язків з громадськістю. З цієї точки зору, проблема щодо професіоналізму PR-фахівців полягає в соціальному середовищі, яке формує розвиток людини як громадянина, яке часто характеризується рисами, що применшують соціальну відповідальність, такими як індивідуалізм, інфантилізм та соціальна лінь. Ці риси культивувалися та зміцнювалися під час ключових моментів розвитку нашої країни. Тим не менш, хоча ці характеристики сприяють виникненню споживчого мислення, вони не сприяють соціальній відповідальності, яка очікується від PR-фахівців.

Значущість аспекту «соціальна відповідальність» у понятті «професіоналізм» для PR-фахівців зменшилася через комерціалізацію вищої освіти, яка мала згубний вплив. Основний негативний результат такої комерціалізації очевидний у навчальному процесі, де основна увага зосереджена на забезпеченні індивідів необхідними знаннями, уміннями та навичками для їх майбутнього професійного успіху. У цьому контексті практично ігнорується громадянський вимір, ігнорується важливість формування світогляду та громадянської ідентичності особи як частини її

політичної соціалізації. Отже, громадянські елементи світогляду людини не розвиваються в першу чергу шляхом цілеспрямованих виховних зусиль, спрямованих на сприяння політичної соціалізації; скоріше вони впливають із незапланованих впливів об'єктивної реальності та ЗМІ.

Тим не менш, цей практичний і суто економічний погляд на освіту не може належним чином вирішити іншу сучасну проблему – необхідність культивування громадянської відповідальності, яка має важливе значення не тільки в зусиллях зі зв'язків з громадськістю, але й дуже актуальна в сучасному світі. Це твердження ґрунтується на вірі в те, що в ширшому контексті лише громадянська єдність, яка опирається на усвідомлення відповідальності перед майбутніми поколіннями, надасть громадянам можливість вирішувати величезні виклики, такі як створення відкритого демократичного суспільства та вирішення нагальних глобальних проблем нашої епохи.

Проблема професіоналізму PR-спеціалістів є складною і не може бути вирішена лише підвищенням кваліфікації. Ключовими елементами вирішення цього завдання є виховання в процесі підготовки персоналу специфічних професійних якостей, які дозволяють PR-фахівцям ефективно виконувати соціальні функції. Серед цих неодмінних якостей – соціальна відповідальність, чесність, прямота, принциповість та ін.

Підсумовуючи, важливо окреслити наступні моменти:

- першочерговими проблемами, які постають перед створенням та функціонуванням підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління України, є питання цілепокладання, необхідність суб'єкт-суб'єктної моделі PR-комунікації між органами публічного управління та громадянами, інституціоналізація діяльності із залучення громадськості, професіоналізм PR-спеціалістів та законодавча база, що забезпечує їх роботу;
- проблема цілепокладання виникає через відсутність цілісної PR-стратегії, що заважає відділам зв'язків з громадськістю ефективно виконувати свої соціальні обов'язки;

- потреба у новій суб'єкт-суб'єктній моделі PR-комунікації підкреслює, що така структура є більш теоретичною та застосовною в розвиненому громадянському суспільстві, а не на перехідному етапі;

- проблема інституціоналізації зв'язків з громадськістю вказує на те, що цей процес на місцевому рівні все ще перебуває на початковій стадії. Суб'єкти публічного управління мають різні назви підрозділів зв'язків з громадськістю, в яких працює різна кількість спеціалістів. Ці послуги часто не визнаються зацікавленими сторонами публічного управління як важливий компонент управлінської діяльності. Отже, робота PR-фахівців, які часто мають недостатню професійну підготовку, не мають чітко визначених цілей, є неефективною у виконанні покладених на неї функцій підрозділу зв'язків з громадськістю.

Проблема професіоналізму PR-фахівця є складною, і ключовим елементом її вирішення є виховання під час навчання професійних якостей, які дозволяють PR-фахівцю ефективно виконувати соціальні функції. Серед цих неодмінних якостей – соціальна відповідальність, чесність, прямота, принциповість та ін.

Питання правового забезпечення діяльності суб'єктів публічного управління у сфері зв'язків з громадськістю розглядається не лише через юридичну призму, а й через політичну, правову та етично-культурну перспективи. У той час як держава має нести відповідальність за певні повноваження щодо забезпечення прав громадян на самоврядування, регулювання окремих аспектів, пов'язаних із соціальними функціями підрозділів зв'язків з громадськістю, має належати до компетенції місцевих громад. Враховуючи унікальні цілі та ролі діяльності зі зв'язків з громадськістю, інструменти регулювання можуть включати не лише нормативні акти, а й неправові норми, такі як кодекси честі, хартії тощо.

Таким чином, ключові підходи до вирішення цих питань можна окреслити наступним чином: встановлення цілей і стратегій для підрозділів зі зв'язків з громадськістю в публічному управлінні, наголос на розробці

суб'єкт-суб'єктної моделі взаємодії з громадськістю, проектування інституційної основи зв'язків з громадськістю. послуги в публічному управлінні, підвищення професійних навичок PR-фахівців, розмежування політичних і правових повноважень між державою та місцевими громадами, нагляд за регулюванням і забезпеченням діяльності зі зв'язків з громадськістю в публічному управлінні в Україні.

2.3.Взаємодія цільових об'єктів і підрозділів зі зв'язків з громадськістю

Явище або процес, на який спрямована практична діяльність, називається об'єктом. У цьому дослідженні під цільовим об'єктом розуміється аудиторія, на яку зосереджені зусилля підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління. Так як органи місцевого самоврядування є частиною системи публічного управління, то далі ми пропонуємо розглянути результати соціологічного дослідження, проведеного автором в кінці 2021 початку 2022 року в декількох департаментах Харківської міської ради.

Відповідно до точки зору О. Корнійчука, ми стверджуємо, що в обов'язки працівників підрозділу зі зв'язків з громадськістю має входити налагодження «внутрішнього PR», який передбачає навчання посадових осіб місцевого самоврядування питанням зв'язків з громадськістю, виховання корпоративного духу в колективі тощо [88, с. 48]. Це й створення серії заходів, спрямованих на формування позитивної репутації територіальної громади, орієнтованих на зовнішню аудиторію – населення, органи влади, громадські організації.

Отже, до цільових об'єктів зв'язків з громадськістю у місцевому самоврядуванні належать посадові особи місцевого самоврядування, а до вторинних – громадяни, різні органи управління, громадські організації та ін. ЗМІ виступають посередниками в поширенні та наданні інформації органам державного управління.

В умовах розвитку інформаційного суспільства посадові особи місцевого самоврядування постають як першочергові цільові суб'єкти, які виступають активними учасниками налагодження інформаційно-комунікаційних зв'язків. Соціальний характер організації органів місцевого самоврядування та їх взаємодії з громадськістю приводить нас до висновку, що посадові особи місцевого самоврядування втілюють згуртовану форму соціального спілкування в сучасному інформаційному суспільстві. Незалежно від того, сприймають вони, розуміють чи відкидають і неправильно розуміють умови, що оточують розвиток інформаційного суспільства, вони суттєво впливають на якість суспільних комунікацій, сприяють суспільному капіталу та формують громадську думку, що є важливим для соціально-економічного прогресу суспільства. Кожна посадова особа займається певною діяльністю, пов'язаною з управлінням зв'язками з громадськістю.

Зрозуміло, що всі посадові особи місцевого самоврядування різною мірою беруть участь у зв'язках з громадськістю, залежно від характеру їхніх ролей. Як наслідок, вони є основною цільовою групою для PR-фахівців, які працюють у сфері публічного управління.

Взаємодія з місцевими урядовцями дає кілька переваг. Перш за все, розуміння соціальних рис цієї групи дає можливість PR-фахівцю оцінити готовність всього публічного управління до діалогу з громадою, а також визначити ключові сфери взаємодії з внутрішньою громадськістю.

Крім того, посадові особи місцевого самоврядування, як експерти у своїй галузі, мають тенденцію володіти вищим рівнем компетенції щодо різноманітних питань розвитку територіальної громади. Крім того, ці посадовці не лише роблять безпосередній внесок у формування громадської думки та зміцнення суспільної довіри до своєї адміністрації, але вони також відіграють життєво важливу роль у розвитку інформаційного суспільства.

С. Блек виділяє декілька факторів, які можуть спонукати представників місцевого самоврядування протидіяти інтеграції зв'язків з громадськістю у свою діяльність: 1) серед представників місцевої влади історично склався

скептицизм щодо нових концепцій, особливо коли вони передбачають фінансові витрати; 2) деякі особи побоюються, що зв'язки з громадськістю можуть посилити суспільну підтримку політики правлячої більшості; 3) численні лідери органів місцевого самоврядування розглядають зв'язки з громадськістю як своє виключне право [187]. Ці фактори проявляються і у вітчизняній практиці зв'язків з громадськістю в органах місцевого самоврядування.

В умовах інформаційного суспільства характер, завдання та роль зв'язків з громадськістю для органів місцевого самоврядування зазнають суттєвої трансформації. Те, що колись було інструментом встановлення владних відносин між суб'єктом (місцевим самоврядуванням) та об'єктом (населенням), сьогодні перетворюється на активного учасника ефективної інформаційно-комунікативної взаємодії між органом місцевого самоврядування та його цільовою аудиторією, до якої входять посадові особи місцевого самоврядування, населення, громадські організації, засоби масової інформації та ін.

Основним методом, використаним для збору важливої інформації у цьому дослідженні, було соціологічне опитування у формі анкети. Для аналізу соціальних характеристик посадових осіб місцевого самоврядування в анкету було включено широкий спектр запитань, спеціально підібраних таким чином, щоб охопити різноманітні судження, які адекватно репрезентують цю групу та містять протилежні точки зору. Ці запитання містили суперечливі показники, такі як довіра чи недовіра до місцевої влади, а також сприйняття покращення чи занепаду системи місцевого самоврядування завдяки реалізації Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Крім того, в ході опитування досліджувалися думки щодо необхідності чи відсутності підвищення престижу територіальної громади та авторитету місцевої влади, ефективності чи неефективності міських адміністрацій, чи є потреба у підвищенні професіоналізму посадових осіб місцевого самоврядування або якщо така потреба відсутня. Також йшлося про

потребу в інноваційних методах у системі місцевого самоврядування чи відсутність такої необхідності, важливість чи незначущість специфічних соціальних характеристик для посадових осіб місцевого самоврядування, наявність чи відсутність корпоративної культури та етичних стандартів. Крім того, було оцінено як позитивне, так і негативне сприйняття діяльності окремих підрозділів, адміністрації та системи місцевого самоврядування в цілому, а також рівень задоволення чи незадоволення своєю професійною діяльністю.

За даними опитування можна скласти широкий «соціальний портрет» посадової особи місцевого самоврядування м. Харкова. Цей портрет переважно зображує жінку чи чоловіка в працездатному віці від 35 до 50 років, які мають вищу професійну освіту, як правило, одружені та які самооцінюють свою кваліфікацію як високу (60,3%) або середню (39,7%). Ті, хто працює PR-фахівцями в органах місцевого самоврядування, по суті, самі є чиновниками, втілюючи корпоративний дух і місію організації. Навпаки, PR-фахівці виявляють високу мобільність через постійну взаємодію із зовнішнім середовищем. Саме вони здатні надати ефективні пропозиції щодо залучення громадськості, враховуючи зміни у зовнішньому середовищі. Для цього необхідно визнати особливості посадових осіб місцевого самоврядування як соціальної групи та їх бажання брати участь у діалозі з громадськістю.

У передвоєнний період органи місцевого самоврядування зазнали значних реформ: активно йшла реалізація Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні[145], поглиблення розвитку інститутів громадянства та інформаційного суспільства. Відтак усе більшої актуальності набувало питання невідповідності існуючих практик управління, особливо щодо взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю, домінуючим тенденціям суспільного розвитку.

Значні 81% посадових осіб місцевого самоврядування позитивно відповіли на запитання про необхідність зосередитися на розвитку нових

способів взаємодії з населенням. І навпаки, лише 13% опитаних вважають, що подібні події, хоча й можливі, не є суттєвими, а існуючих методів взаємодії з громадськістю достатньо. Новими напрямками взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю можуть стати різні форми безпосереднього самоврядування населення. Ці напрями можуть охоплювати організацію місцевих референдумів, голосування з питань місцевого значення, організацію зборів громадян, сприяння законотворчій ініціативі громадян, підтримку створення об'єднаних територіальних громад, проведення громадських слухань, конференцій громадян, опитувань серед громадськості, управління прийняттям, розглядом та реагуванням на звернення громадян до органів місцевого самоврядування та ін.

Примітно, що 34% посадових осіб місцевого самоврядування зазначають, що після запровадження Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні діяльність органів місцевого самоврядування м. Харкова змінилася лише поверхово, тоді як фактично методи та практика місцевих адміністрацій залишаються незмінними. Водночас 35% респондентів визнають позитивні зрушення, і лише 8% чиновників вважають, що змін взагалі не передбачається. З одного боку, практика місцевого самоврядування свідчить про те, що зазначені форми активно впроваджуються громадою. З іншого боку, залученість населення до цих форм відносно низька. В епоху, яка характеризується розвитком інформаційного суспільства, люди виявляються переповненими величезною кількістю інформації та культурою, яка надає перевагу споживацтву та багатству, залишаючи їх неготовими приймати рішення щодо соціальних питань.

Оцінка довіри громадян до органів місцевого самоврядування, отримана з відповідей місцевих чиновників, показує, що ця довіра існує на середньому рівні. Крім того, цікаво зрозуміти, чи вважають посадові особи місцевого самоврядування зв'язок між довірою громадян до місцевої влади та авторитетом цієї влади в громаді, а також репутацією самої територіальної

громади. Дослідження показує, що значна більшість респондентів (81% і 73% відповідно) визнають прямий зв'язок між цими характеристиками. І навпаки, 12% учасників стверджують, що зв'язок між довірою громадян до місцевої влади та авторитетом цієї влади лише опосередкований, а 19% вбачають опосередкований зв'язок між авторитетом влади та репутацією територіальної громади.

Можна зробити висновок, що посадові особи місцевого самоврядування усвідомлюють важливість довіри громадян у своїй діяльності. Тому ми вважаємо, що вони готові до публічної комунікації з громадою, зокрема з населенням.

Органи місцевого самоврядування мають повноваження вирішувати питання місцевого значення, зокрема ті, що стосуються добробуту громади. Як наслідок, посадові особи місцевого самоврядування повинні враховувати потреби населення, вирішувати їхні виклики та активно з ними взаємодіяти. Однак соціологічне опитування показує, що лише 51% респондентів визнають важливість взаємодії з жителями територіальної громади.

Стосовно необхідності підвищення престижу м. Харкова думки представників місцевого самоврядування розділилися:

1. Так, це головний обов'язок місцевої влади – 33,6%.
2. Дійсно, це може статися, але це має відбуватися разом із виконанням інших важливих обов'язків – 51,8%
3. Так, але тільки після вирішення більш нагальних питань – 12,8%
4. Відповідно підвищується престиж міста – 1,3%.

Зупинимось тепер на поглядах посадових осіб місцевого самоврядування щодо впливу різних структурних підрозділів на репутацію м. Харкова. Результати, наведені в таблиці 2.1, дають підстави зробити висновок, що найбільш ефективних наслідків управління можна досягти лише спільними зусиллями всіх структурних підрозділів органів місцевого самоврядування.

Крім того, слід зазначити, що вплив органів публічного управління не є таким значним, що свідчить про те, що місцеве самоврядування діє з певним

ступенем автономії та є менш централізованим, ніж прийнято вважати. Цікаво, що першочергові проблеми як громадян, так і представників місцевого самоврядування майже однакові (див. табл. 2.2.).

Таблиця 2.1 – Залежність престижу м. Харкова від роботи структурних підрозділів органів місцевого самоврядування

Залежність престижу міста від:	Дуже залежить	Не дуже залежить	Не залежить
1. Діяльності Харківської міської ради	84,2	14,9	0,4
2. Діяльності адміністрації кожного району міста	67,4	28,9	2,5
3. Ефективної роботи комунальних служб	82,1	16,9	1
4. Тільки від діяльності обласної державної адміністрації	18,8	67,1	13
5. Злагодженої роботи всіх перерахованих вище підрозділів	92,7	7,4	0,8

Проблеми ЖКГ є пріоритетними як для представників місцевого самоврядування, так і для громади. Отже, важливо забезпечити населення інформацією з цього питання з урахуванням його конкретних потреб.

Примітно, що представники місцевого самоврядування ставлять безпеку громадян другим за важливістю питанням – це зазначили 78,6% респондентів, а серед населення – лише четверте – 20,8%. Друге місце за важливістю для населення займають питання охорони здоров'я та економіки та будівництва – по 34,4% відповідей. Третє місце посідає ефективність управління комунальним господарством та сферами культури, науки та освіти, де побоювання визнають 26% опитаних.

Крім того, важливо підкреслити, що громадяни не вважають надання інформації чи встановлення повноважень для органів міського та місцевого самоврядування суттєвою проблемою, про що свідчить лише 10,4% відповідей; ці питання, однак, мають більше значення для влади.

Аналіз результатів таблиці 2.2 призводить до привернення уваги до результатів, представлених у таблиці 2.3.

Основною причиною частої неефективності чиновників місцевого самоврядування м. Харкова називають недостатнє фінансування 68,4%

респондентів, крім того, вони зазначають, що ефективності органам місцевого самоврядування заважає неузгодженість у діях місцевих відділів та підрозділів 30,9%. Хоча слабе технічне забезпечення та недостатнє знання сучасних управлінських технологій також впливають на роботу представників місцевого самоврядування, їхній вплив є порівняно незначним.

Таблиця 2.2. На які проблеми, на вашу думку, Харківська міська рада повинна звертати найбільшу увагу?

	Найбільша увага %	В середньому ступені %	Найменша увага %
1.Забезпечення безпеки громадян (діяльність правоохоронних органів)	77,9	8,8	0,3
2.Охорона здоров'я	77,1	9	2,2
3.Ефективність управління в комунальних службах	52,1	34,7	0,3
4.Культура, наука, освіта	55,8	28,8	34,1
5.Економіка, будівництво	68,8	15,8	0,8
6.Громадські об'єднання, партії	13	36,4	35,7
7.Релігія	11,9	33,9	33,6
8. Етноси, національні відносини	14	45,1	20,9
9.Проблеми громадян (побутові, ЖКГ)	78,9	8,1	-
10.Формування престижу, авторитету міста та місцевої влади	45,9	36	3,8
11.Інформаційне забезпечення громадян	38,7	39,1	5,5

Висновки, наведені в таблиці 2.3, неминуче викликають певні побоювання, враховуючи різкі розбіжності в думках посадових осіб місцевого самоврядування щодо глибинних причин адміністративної неефективності. Єдиний фактор, з яким погоджуються всі респонденти, це важливість недостатнього фінансування. Можна впевнено стверджувати, що чиновники місцевої влади, оцінюючи це питання, не керувалися турботою про соціальні ініціативи чи виклики міської інфраструктури.

Останнім часом помітна тенденція до професіоналізації систем управління, де набуває значення формальна освіта та спеціальна кваліфікація. Поняття компетентності вийшло за межі «простого здорового глузду».

Професійне зростання посадових осіб місцевого самоврядування має важливе значення для сприяння позитивним зрушенням в інформаційному суспільстві.

Таблиця 2.3 – Залежність часто неефективної роботи підрозділів адміністрацій від різних причин (дані у відсотках)

Причина	1 (залежність слабка)	2	3	4	5 (залежність сильна)
Проблема оптимального розміру штату адміністрації	18,9	21,9	27,6	15,7	12,9
Недостатнє фінансування	3,9	4,8	7,8	13,2	67,4
Слабка взаємодія з населенням	18,9	15,4	22,1	18,8	22,9
Недолік мотивації у співробітників	19,1	12,1	31,9	22,3	14,1
Слабке технічне забезпечення	11,4	10,4	25,4	24,8	23,7
Низька кваліфікація кадрів	16,3	14,9	24,2	16,9	28,7
Брак знань в області сучасних управлінських технологій	11,3	15,9	32,0	25	16,1
Нечітке розмежування функціональних обов'язків	17,1	19,3	24,7	22,1	18,3
Неузгодженість дій відділів і підрозділів місцевого самоврядування	8,5	15,6	23,2	22,3	31,0
Немає єдиної корпоративної культури і духу	22,1	22,1	25,0	18,8	12,4

Опитувані чиновники стверджують, що підвищення професіоналізму працівників органів місцевого самоврядування, зокрема в новітніх інформаційних технологіях, є необхідним, на що вказали 90% респондентів. Ключовим аспектом, який об'єднує всі методи впливу, є необхідність ретельної підготовки в управлінських взаємодіях. Це передбачає визначення цілей корпоративного діалогу, аналіз унікальних рис працівника, включаючи його інтелектуальні, культурні та моральні якості, розробку стратегії поведінки та розгляд характеристик доступної інформації разом з іншими значущими та другорядними факторами, які можуть вплинути на призначене спілкування.

Корпоративна культура всередині організації займає значну роль у формуванні внутрішнього середовища, впливаючи на ціннісні орієнтації посадових осіб місцевого самоврядування та їх творчі здібності. Важливо

підкреслити, що під час кадрових змін, які призводять до змін статусних відносин і перерозподілу ролей і ресурсів, корпоративна культура відіграє вирішальну роль у підтримці цілісності команди, забезпеченні безперервності в управлінні та, що найважливіше, підтримання темпів розвитку територіальної громади.

Соціологічне опитування, проведене серед посадових осіб місцевого самоврядування, показало, що 47% учасників повністю визнають необхідність створення єдиної корпоративної культури для підвищення іміджу місцевої влади, тоді як 39% не зовсім згодні з цією точкою зору.

У загальному вигляді то, чим керуються посадові особи місцевого самоврядування усвоїй діяльності, за результатами опитування, представлено на рисунку 2.1.

За даними соціологічного дослідження, система місцевого самоврядування в місті Харкові свідчить про те, що інноваційні методи перепідготовки кадрів або не впроваджуються (50%), або залишаються невідомими працівникам (29%). Зазначені методи включають інтерактивне навчання, курси з навчання використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та програмного забезпечення для їх діяльності, практики сусідніх регіонів, технології співпраці.

Взаємодія з представниками місцевої влади може дати значні результати. На користь цього свідчить переконання чиновників місцевого самоврядування, що професійний і трудовий внесок кожного працівника впливає на загальну діяльність організації (95,1%). Крім того, важливо, щоб кожен працівник усвідомлював свою особисту відповідальність щодо колективного результату спільних зусиль організації (94,5%). Крім того, у своїй поведінці працівник має керуватися громадською думкою організації (54,5%), а його професійна праця має втілювати творчість (58,9%). Нарешті, діяльність співробітників повинна бути цінною з точки зору їх самореалізації (62,8%).

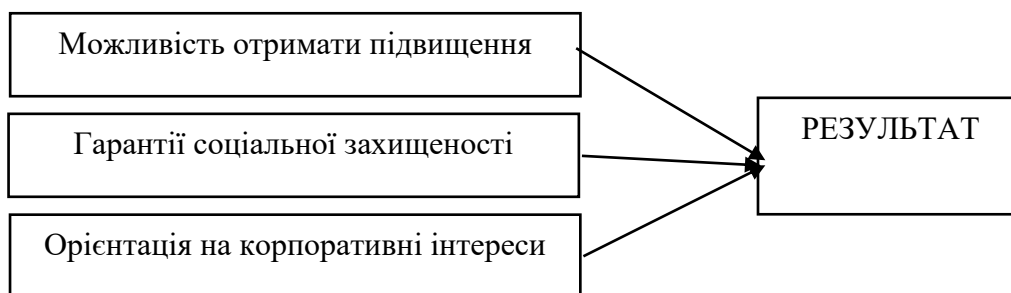


Рис. 2.1. Чим керуються працівники посадові особи місцевого самоврядування при виконанні ними своїх посадових обов'язків.

Далі ми дослідимо рівень задоволеності посадових осіб місцевого самоврядування своєю професійною роллю та функціонуванням органів місцевого самоврядування в цілому. 51,5% респондентів зазначили, що вони загалом задоволені своїм досвідом роботи в системі місцевого самоврядування. І навпаки, 46,3% висловили повне незадоволення. Хоча зрозуміло, що половина респондентів позитивно оцінюють діяльність органу місцевого самоврядування, все ще існують проблеми в організації, які потребують вирішення. Про це свідчить той факт, що половина респондентів оцінили таку діяльність лише як задовільну.

Наприкінці аналізу видно, що значна частина посадових осіб місцевого самоврядування в м. Харкові вважають свою професійну діяльність успішною, при цьому 62,6% висловлюють таку думку, тоді як 24,2% респондентів сприймають суміш «зростання». і падіння». Результати опитування щодо готовності посадових осіб місцевого самоврядування м. Харкова займатися публічними комунікаціями в умовах сучасного інформаційного суспільства дали можливість сформулювати наступні висновки:

1. Представники місцевого самоврядування оцінюють рівень довіри населення як середній, що свідчить про необхідність нових підходів до взаємодії з громадою. Крім того, на думку респондентів, довіра громадян до місцевої влади тісно пов'язана з авторитетністю органів місцевого самоврядування, яка безпосередньо впливає на репутацію територіальної

громади.

2. У поєднанні з вирішенням важливих для територіальної громади завдань посадовці стверджують, що важливим завданням є підвищення престижу міста. Успішне досягнення цієї мети залежить від спільних зусиль мерії, адміністрацій районів міста та роботи комунальних служб.

3. Загалом посадові особи місцевого самоврядування м. Харкова оцінюють свою професійну діяльність як успішну та вважають свою діяльність у місцевому самоврядуванні задовільною.

І навпаки, виходячи з дослідження соціальної групи посадових осіб місцевого самоврядування м. Харкова, можна з упевненістю стверджувати, що кваліфікований фахівець зі зв'язків з громадськістю, прийшовши в органи місцевого самоврядування, швидше за все, зустрінє опір апаратників, які звикли до існуючих методів і ресурсів, незважаючи на явне бажання представників місцевого самоврядування займатися публічними комунікаціями. Однак стабільність первинних соціальних рис посадових осіб місцевого самоврядування свідчить про те, що за умови забезпечення їх недоторканності підрозділ зі зв'язків з громадськістю може сприяти ефективній комунікації з внутрішньою аудиторією, тим самим підвищуючи інформаційну прозорість як для інтересів підрозділу, так і для громадськості.

На нашу думку, застосування інноваційних методик підвищує як професійні, так і інтелектуальні здібності посадових осіб місцевого самоврядування, розвиваючи їх творчі здібності. Як наслідок, це підвищує загальну ефективність системи публічного управління та покращує взаємодію з громадою. Як наслідок, відбувається зростання суспільного капіталу та підвищення мотивації до розвитку інформаційного суспільства.

Вторинними цільовими об'єктами є населення, громадські організації, інвестори тощо. У контексті інформаційного суспільства, що розвивається, основною метою органів місцевого самоврядування в їх взаємодії з цією цільовою групою є підвищення рівня довіри. Підвищення довіри суспільства до державних інституцій не тільки підвищує авторитет органів місцевого

самоврядування, але й сприяє успішному виконанню різноманітних державних та місцевих ініціатив, таких як стратегії розвитку інформаційного суспільства.

Отже, хоча багато теоретиків і практиків наголошують на важливості підвищення довіри населення до органів місцевого самоврядування, рівень довіри залишається низьким. Це свідчить про відсутність цілеспрямованої, довгострокової ініціативи, спрямованої на залучення місцевого населення, що впливає не лише на всю громаду, а й на всі адміністративні структури.

У цьому контексті обставини, що оточують розвиток інформаційного суспільства, можуть слугувати основою для взаємодії з громадськістю. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології функціонуватимуть не лише як складові зворотного зв'язку, а й як життєво важливий інструмент для здійснення управлінської діяльності щодо громадськості.

Для ефективного підвищення довіри громадян до органів місцевого самоврядування PR-фахівцям необхідно добре знати реальні особливості соціально-економічного розвитку територіальної громади. Роль зв'язків з громадськістю для місцевих органів влади виходить за межі простого ініціювання конструктивного діалогу з інвестиційними компаніями; а також зробити територіальну громаду інвестиційно привабливою та створити сприятливий імідж.

Взаємодія з громадськими організаціями міста є важливою для служби зв'язків з громадськістю з двох основних причин. По-перше, ці організації відіграють вирішальну роль у формуванні та реалізації перспективних ініціатив у міській системі. По-друге, вони взаємодіють з різними демографічними групами, часто виступаючи посередником у вирішенні конфліктів. Традиційні канали взаємодії з громадськістю включають засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, газети, журнали, електронні медійні ресурси та соціальні мережі. Аудиторія цих ЗМІ – потенційні споживачі «комунальних послуг». Для PR-фахівців в органах місцевого самоврядування важливими стають практичні заходи – як ефективно залучити

цю аудиторію, переваги різних каналів комунікації, як вміло подавати соціальні проекти чи інформацію щодо діяльності керівництва та служб місцевого самоврядування. через ЗМІ.

Дослідження, проведене фондом «Демократичні ініціативи» Ілька Кучеріва, показало, що 49% учасників довіряють ЗМІ, а 39% висловлюють їм недовіру [93]. У світлі інформаційного суспільства, що розвивається, мережа «Інтернет» стала значним ресурсом для роботи з громадськістю органів місцевого самоврядування. Крім того, спостерігається постійне зростання залучення населення до інтернету.

В. Бурдаєв стверджує, що без освоєння «оновлених» технологій, які спочатку виникають у провідних економічно розвинених країнах, а згодом дублюються в інших, масова свідомість суспільств почне вислизати від державного контролю [169, с. 64]. Таким чином, мережа «Інтернет» виступає в якості найважливішого інструменту зв'язків з громадськістю. Цей ресурс інформаційного суспільства дозволяє взаємодіяти з усіма без винятку групами суспільства.

Дослідження та опис основних цільових суб'єктів зв'язків з громадськістю в м. Харкові дозволяють зробити наступні висновки:

1. У контексті інформаційного суспільства посадові особи місцевого самоврядування є основним центром зусиль підрозділів у зв'язках з громадськістю органів місцевого самоврядування. Ефективне функціонування цієї соціальної групи є вкрай важливим для розвитку всієї територіальної громади, вирішення численних адміністративних завдань, реалізації різноманітних державних і місцевих ініціатив та проектів. Визнаючи здібності посадових осіб місцевого самоврядування, PR-фахівець цих органів формує стратегію їх діяльності, встановлюючи цілі, завдання та відповідальність підрозділу.

2. Вторинну цільову аудиторію в контексті розвитку інформаційного суспільства становлять населення, громадські організації, інвестори.

Основним завданням підрозділу зі зв'язків з громадськістю органів

місцевого самоврядування є підвищення довіри до органу влади.

Взаємодія з громадськими організаціями дозволить органам місцевого самоврядування визнати так званих лідерів думок, які можуть сприяти та підтримувати просування перспективних ініціатив у системі міста.

У міру розвитку інформаційного суспільства залучення інвестицій у сферу інформаційно-комунікаційних технологій стає все більш вигідним особливо на місцевому рівні.

3. Співпраця із ЗМІ необхідна не лише для інформування громадськості про діяльність органів місцевого самоврядування, а й для формування їх позитивного іміджу.

Водночас ключовою вимогою комплексної взаємодії підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування та їх цільовими аудиторіями є прозорість владних структур. Однак зараз важливо вирішити кілька проблем:

- цілеспрямоване удосконалення функцій, прийомів, технологій та критеріїв оцінки ефективності роботи поточних підрозділів зв'язків з громадськістю; усунення зайвих функцій, які не сприяють практиці управління;

- мінімізація відомчої конфіденційності та вирішення всіх запитів громадськості;

- навчання посадовців місцевих органів влади практичним навичкам, які підходять для інформаційного суспільства та сприяють прозорості органу влади;

- розширення тристоронньої комунікації між органами місцевого самоврядування, відділами зв'язків з громадськістю та цільовими аудиторіями.

Висновки до розділу 2

1. Доведено, що фактори, які складають «проблемне поле» щодо створення та діяльності служб зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, включають: наслідки системної соціально-економічної кризи, що

виникла в Україні під час встановлення державного суверенітету, демократизації суспільного життя, лібералізація економіки, перебудови соціально-економічних відносин; поява в масовій свідомості специфічних стереотипів, рис, характеристик, характерних для перехідного періоду; відсутність (або нерозвиненість) середнього класу як найважливішої складової громадянського суспільства та публічного управління, а також негативний вплив соціального невдоволення середнього класу; «прискорення» історичного часу, що позначається збільшенням частоти істотних об'єктивних змін, що стосуються окремих людей, місцевих спільнот і суспільства в цілому; процес інформатизації суспільства, що триває.

2. З'ясовано, основні проблеми функціонування підрозділів по зв'язкам з громадськістю серед них:

- першочерговими проблемами, які постають перед створенням та функціонуванням підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління України, є питання цілепокладання, необхідність суб'єкт-суб'єктної моделі PR-комунікації між органами публічного управління та громадянами, інституціоналізація діяльності із залучення громадськості, професіоналізм PR-спеціалістів та законодавча база, що забезпечує їх роботу;

- проблема цілепокладання виникає через відсутність цілісної PR-стратегії, що заважає відділам зв'язків з громадськістю ефективно виконувати свої соціальні обов'язки;

- потреба у новій суб'єкт-суб'єктній моделі PR-комунікації підкреслює, що така структура є більш теоретичною та застосовною в розвиненому громадянському суспільстві, а не на перехідному етапі;

- проблема інституціоналізації зв'язків з громадськістю вказує на те, що цей процес на місцевому рівні все ще перебуває на початковій стадії. Суб'єкти публічного управління мають різні назви підрозділів зв'язків з громадськістю, в яких працює різна кількість спеціалістів. Ці послуги часто не визнаються зацікавленими сторонами публічного управління як важливий компонент управлінської діяльності. Отже, робота PR-фахівців, які часто мають

недостатню професійну підготовку, не мають чітко визначених цілей, є неефективною у виконанні покладених на неї функцій підрозділу зв'язків з громадськістю;

- проблема професіоналізму PR-фахівця є складною, і ключовим елементом її вирішення є виховання під час навчання професійних якостей, які дозволяють PR-фахівцю ефективно виконувати соціальні функції. Серед цих неодмінних якостей – соціальна відповідальність, чесність, прямота, принциповість та ін.

3. Питання правового забезпечення діяльності суб'єктів публічного управління у сфері зв'язків з громадськістю розглядається не лише через юридичну призму, а й через політичну, правову та етично-культурну перспективи. У той час як держава має нести відповідальність за певні повноваження щодо забезпечення прав громадян на самоврядування, регулювання окремих аспектів, пов'язаних із соціальними функціями підрозділів зв'язків з громадськістю, має належати до компетенції місцевих громад. Враховуючи унікальні цілі та ролі діяльності зі зв'язків з громадськістю, інструменти регулювання можуть включати не лише нормативні акти, а й неправові норми, такі як кодекси честі, хартії тощо.

Таким чином, ключові підходи до вирішення цих питань можна окреслити наступним чином: встановлення цілей і стратегій для підрозділів зі зв'язків з громадськістю в публічному управлінні, наголос на розробці суб'єкт-суб'єктної моделі взаємодії з громадськістю, проектування інституційної основи зв'язків з громадськістю. послуги в публічному управлінні, підвищення професійних навичок PR-фахівців, розмежування політичних і правових повноважень між державою та місцевими громадами, нагляд за регулюванням і забезпеченням діяльності зі зв'язків з громадськістю в публічному управлінні в Україні.

4. Дослідження та опис основних цільових суб'єктів зв'язків з громадськістю в м. Харкові дозволяють зробити наступні висновки, що у контексті інформаційного суспільства посадові особи місцевого

самоврядування є основним центром зусиль підрозділів у зв'язках з громадськістю органів місцевого самоврядування. Ефективне функціонування цієї соціальної групи є вкрай важливим для розвитку всієї територіальної громади, вирішення численних адміністративних завдань, реалізації різноманітних державних і місцевих ініціатив та проектів. Визнаючи здібності посадових осіб місцевого самоврядування, PR-фахівець цих органів формує стратегію їх діяльності, встановлюючи цілі, завдання та відповідальність підрозділу.

Вторинну цільову аудиторію в контексті розвитку інформаційного суспільства становлять населення, громадські організації, інвестори. Основним завданням підрозділу зі зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування є підвищення довіри до органу влади. Взаємодія з громадськими організаціями дозволить органам місцевого самоврядування визнати так званих лідерів думок, які можуть сприяти та підтримувати просування перспективних ініціатив у системі міста. У міру розвитку інформаційного суспільства залучення інвестицій у сферу інформаційно-комунікаційних технологій стає все більш вигідним особливо на місцевому рівні.

Співпраця із ЗМІ необхідна не лише для інформування громадськості про діяльність органів місцевого самоврядування, а й для формування їх позитивного іміджу.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

3.1. Стратегічні напрямки розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства

Для з'ясування напрямів розвитку зв'язків з громадськістю в органах публічного управління в умовах розвитку інформаційного суспільства необхідно спочатку визначити подальші перспективи управлінської діяльності у сфері PR в цих органах. Після цього можна побудувати стратегічну модель, порівнюючи результати з обставинами, що оточують розвиток інформаційного суспільства. Дана проблема є досить важливою, оскільки діяльність зі зв'язків з громадськістю в системі публічного управління поєднує усі управлінські функції та сприяє ефективному процесу.

Використовуючи аналіз ієрархій, наша мета полягає в тому, щоб визначити «сценарій», який, швидше за все, сприятиме ефективним відносинам між громадськістю та органами публічного управління. На досягнення цієї мети впливає декілька факторів, зокрема система публічного управління, громадська думка, якість і кількість публічного капіталу, а також статус і соціально-економічний розвиток територіальної громади. Ці фактори формують різні суб'єкти, зокрема державні службовці, посадові особи місцевого самоврядування, спеціалісти зі зв'язків з громадськістю, населення в цілому, ЗМІ, громадські організації та ін. (по суті, цільові об'єкти зв'язків з громадськістю). Між цими силами та залученими акторами існує чіткий зворотній зв'язок. Таким чином, отримуємо ієрархію, представлену на рис. 3.1.

Після встановлення ієрархії ми переходимо до наступного етапу – оцінювання пріоритетів елементів на різних рівнях ієрархії. Ключове питання:

якою мірою актори впливають на верхні рівні ієрархії? Нерівність їх впливу зумовлює необхідність оцінки його інтенсивності (пріоритетів, факторів).

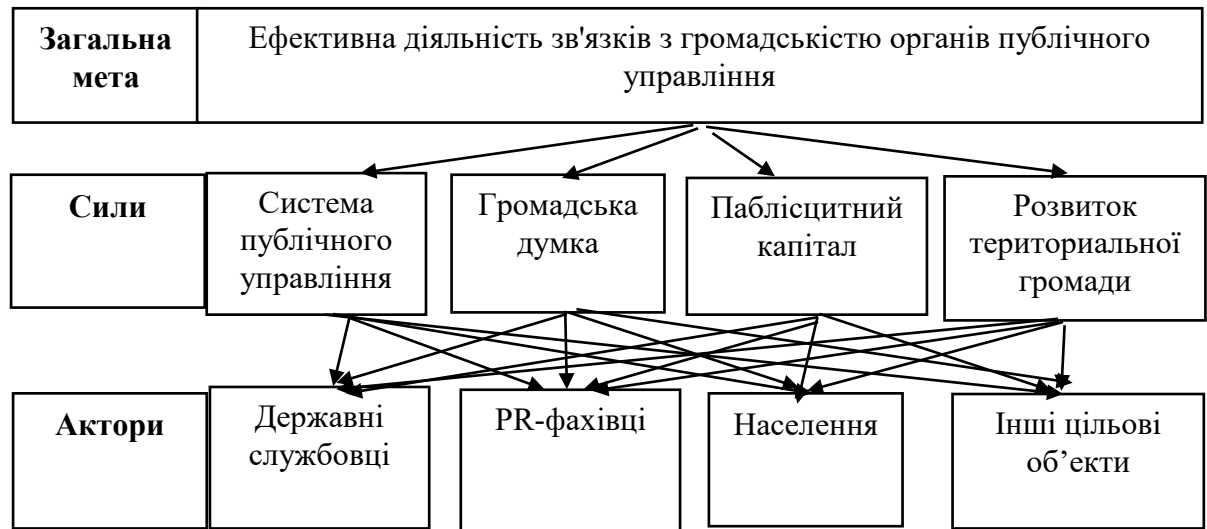


Рисунок 3.1 – Ієрархічна структура елементів ефективної діяльності зі зв'язків з громадськістю

Визначено спільну мету: підвищити ефективність діяльності зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління. Представники місцевого самоврядування оцінили рівень довіри громадян до своєї діяльності як середній, а більшість експертів – як низький. Основними факторами неефективного функціонування органів публічного управління, на думку цих експертів, є слабка взаємодія з громадою та неналежна кваліфікація персоналу. Додатково було відзначено неузгодженість дій різних відділів та підрозділів, недостатнє знання сучасних технологій управління, відсутність мотивації у персоналу, відсутність цілісної корпоративної культури та духу. На відміну від думок представників органів влади, експерти стверджують, що недостатнє фінансування не є головною причиною неефективності органів публічного управління.

Науковцями визначено кілька потенційних напрямків для розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління:

1. Прогрес буде поступовим і набуватиме певних форм у наступних

напрямах: посилюватимуться пропагандистські зусилля через ЗМІ; основним режимом роботи залишаться прес-служби; зростатиме значення бюрократії, підзвітності та контролю в громадських ініціативах.

2. На еволюцію зв'язків з громадськістю в органах публічного управління сильно впливатиме загальна політична та соціальна динаміка в країні. Враховуючи поточні тенденції, хоча очікується підвищення кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування, це зростання відбуватиметься поступовим темпом, а їхні ролі залишатимуться переважно технічними протягом тривалого періоду.

3. Протягом наступних 3-4 років очікується помірне покращення.

4. Розвиток інституту зв'язків з громадськістю в органах публічного управління є вирішальним за умови, що він надає пріоритет справжнім питанням на благо людей і місцевих громад, а не задоволенню особистих інтересів окремих осіб.

5. Хоча PR-діяльність лише зароджується, вона має великий потенціал з кількох причин. По-перше, відбувається зміна політичного ландшафту країни. По-друге, зростають вимоги населення до більш високих стандартів обслуговування з боку організацій. Нарешті, органи влади прагнуть керувати своїми зв'язками з громадськістю та ЗМІ.

6. Розвиток PR досить поступовим, оскільки залишається недостатнє усвідомлення необхідності таких зусиль, а також відсутність кваліфікованих фахівців і сучасних технологій, необхідних для ефективної роботи.

7. У сфері публічного управління швидко й масштабно виникатимуть відповідні структури, а також швидкий розвиток нових видів і технологій діяльності. Це відбуватиметься попри обмежені бюджети, чому сприятиме «прямий діалог» із цільовими групами.

Отже, експертні думки можна поділити на дві окремі групи: одні надають оптимістичний прогноз щодо розвитку зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, тоді як інші визнають прогрес у цій сфері, хоча й дуже повільними темпами. За результатами експертного опитування

можна зробити такі висновки:

- за оцінками експертів, довіра населення до органів влади знаходиться на низькому рівні;
- сприятливі перспективи розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління експерти пов'язують із підвищенням професіоналізму PR-фахівців та подоланням недовіри.
- для досягнення цих цілей експерти стверджують, що першочерговою вимогою є виховання взаєморозуміння та довіри серед громадськості, а потім ефективна взаємодія зі ЗМІ.

Результати соціологічних досліджень дозволяють визначити основні шляхи розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в контексті інформаційного суспільства, що розвивається. Ця основа дозволяє побудувати стратегічну модель залучення громадськості. Ключовим напрямком у зміцненні цих відносин є їх інституціоналізація, яка охоплює як нормативні, так і організаційні рамки. Зараз активно ведуться роботи по розробці та реалізації стратегій управління зв'язками з громадськістю в публічному управлінні. Цей процес передбачає встановлення концептуальної основи зв'язків з громадськістю, розробку моделей ефективної комунікації з громадськістю, організацію спеціальних підрозділів зі зв'язків з громадськістю та сприяння прийняттю та виконанню стратегій, що стосуються інформаційного суспільства. Крім того, це включає створення інформаційних і комунікаційних мереж, розвиток інструментальних та технологічних компонентів, необхідних для взаємодії з громадськістю.

База законодавчих та інших правових актів формує нормативно-правову основу діяльності органів публічного управління у сфері зв'язків з громадськістю. Крім того, ця діяльність ґрунтується на галузевих законодавчих положеннях, які стосуються інформаційних відносин, діяльності ЗМІ, прес-центрів та відділів зв'язків з громадськістю.

Нині у багатьох територіальних громадах створено спеціалізовані підрозділи, які виконують функції зв'язків з громадськістю. Ці підрозділи

діють згідно з чітко визначеним набором правил щодо залучення громадськості, а їхня організація чітко структурована. Дослідження офіційних інтернет-сторінок адміністрацій різних територіальних громад дозволяє виявити переважаючий тип організаційної структури підрозділів зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління. Ця конкретна структура дозволяє виконувати значний спектр функцій з мінімальною кількістю персоналу, що робить її особливо актуальною на місцевому рівні.

На розмір підрозділу зв'язків з громадськістю в органах публічного управління впливають кілька факторів: масштаб адміністрації, розміри територіальної громади та цілі її розвитку, необхідність ефективних зв'язків з громадськістю та значення, яке їм надає керівництво органу влади, а також специфічні критерії, які керівництво встановлює для PR-фахівців. Коли головна мета керівництва полягає в проектах, спрямованих на підвищення статусу цих органів публічного управління тоді PR-підрозділу може знадобитися більша структура для сприяння довгостроковій цілеспрямованій взаємодії з усіма сегментами громадськості.

Досліджуючи триваючу інституціоналізацію зв'язків з громадськістю органів публічного управління, можна визначити кілька проблем. Вирішення цих проблем може дати новий поштовх для покращення відносин із громадськістю в контексті інформаційного суспільства, що розвивається:

1. PR-підрозділи працюють під різними назвами та включають різну кількість персоналу, але їхні ролі не повністю задіяні в процесі публічного управління.
2. На державному рівні відсутні нормативні акти, які регулюють функції служб зв'язків з громадськістю в органах публічного управління, які визначають їхній статус і роль.
3. Відсутність належного наукового підґрунтя для підрозділів зі зв'язків з громадськістю, організаційних та кадрових питань, а також неадекватний розподіл ресурсів для організації та реалізації комплексних PR-ініціатив.
4. Недостатнє залучення сучасних інформаційно-комунікативних

технологій та інтелектуальних ресурсів.

Характеристики PR як функції управління разом із сутністю інформаційного суспільства, що визначається інформацією, знаннями та інтелектом, свідчать про те, що ці два соціальні явища приречені часто перетинатися. Більш поглиблений розгляд напрямів удосконалення кадрової складової зв'язків з громадськістю органів публічного управління наведено в підрозділі 3.2.

Наступний напрямок покращення зв'язків з громадськістю органів публічного управління, зокрема в умовах інформаційного суспільства, передбачає розширення інформаційно-комунікаційних ресурсів, що використовуються для залучення громадськості, за допомогою сучасних технічних засобів та соціальних технологій [162, С. 413]. Цей процес охоплює різноманітні канали та методи інформаційно-комунікаційної взаємодії, які включають як традиційні медіа-ресурси, такі як телебачення, газети, журнали та радіо, так і інноваційні платформи діючі в мережі «Інтернет», інформаційно-комунікаційні технології та інтерактивне спілкування.

Виставки, конференції, семінари, «круглі столи», фестивалі, соціальні та культурні заходи, спортивні змагання тощо є ефективними інструментами комунікації, коли громада пов'язана з певним середовищем, заохочуючи більшу участь громадян у місцевому житті. При здійсненні інформаційно-комунікаційних взаємодій важливо враховувати громадську думку.

Досвід свідчить, що системна багатоканальна інформаційно-роз'яснювальна робота з громадськістю є високоефективною на рівні органів публічного управління та сприяє налагодженню комунікації між цими представниками та громадою. Проблеми тут виходять за межі простої пасивності населення та обмежених ресурсів підрозділів зі зв'язків з громадськістю; вони також охоплюють низький рівень життя населення, що призводить до неадекватних інформаційних каналів та засобів масової комунікації, які могли б посилити та диверсифікувати взаємодію між органами публічного управління та громадськістю.

У світлі сучасних тенденцій суспільного розвитку та можливостей, які відкриває інформаційне суспільство, важливо застосовувати комплексний підхід із забезпеченням чіткості та конкретності у зв'язках з громадськістю. Органи публічного управління вимагають цілеспрямованих PR-ініціатив, спрямованих на вирішення конкретних проблем місцевої громади, таких як житло, охорона здоров'я, екологічні проблеми та благоустрій міст. Крім того, взаємодія між органами публічного управління та громадськістю має бути сегментованою та диференційованою, оскільки ці комунікації виконують різні функції та обслуговують конкретні цільові аудиторії.

Зв'язки з громадськістю – це професія та спеціальність, яка вимагає креативності, організованості, динамізму, ініціативи та, що найважливіше, підзвітності від тих, хто нею займається, що є основною діяльністю для розвитку будь-якої державної чи приватної організації. Створення PR-команди в публічному управлінні представляє значні проблеми, оскільки для цього потрібні експерти з різних дисциплін. В інших країнах для таких цілей часто використовують спеціалізовані агентства, з командами, які поєднують креативність, професіоналізм і великий досвід для досягнення комунікаційних цілей та досягнення високоякісних результатів.

В Україні існують проблеми щодо підготовки кадрів для зв'язків з громадськістю, не тільки для сфери публічного управління. Це питання виникає через те, що на цих посадах працюють різні фахівці, багато з яких лише побіжно познайомилися з дисципліною «Зв'язки з громадськістю» або взагалі не зустрічали її в своїх навчальних програмах. Відсутність освітнього стандарту професійної підготовки майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю в українських університетах призвела до неузгодженості освітніх програм, спрямованих на цю сферу, що суттєво вплинуло і продовжує впливати на якість системи PR-освіти в Україні [78, с. 44]. Як зазначає А. Гудманян, С. Ягодзінський, ця скрута впливає з конфліктної позиції між декларативними гаслами на державному рівні щодо необхідності ефективного встановлення та подальшого розвитку соціальних комунікацій у суспільстві та

їх одночасним виключенням зі сфери знання науки [168, с. 57].

На початку розвитку цієї галузі, у 90-ті рр. ХХ ст., такий рівень підготовки був виправданим, оскільки зв'язок із громадськістю налагоджувався через практичний досвід. Тим не менш, зараз є очевидна необхідність структурувати підготовку нових спеціалістів. Крім того, оцінюючи ефективність запроваджених заходів, не можна стверджувати, що ситуація суттєво змінилася [94, С. 99].

І. Рябець рекомендує створити спеціалізацію «Зв'язки з громадськістю» в межах галузі знань «Журналістика»; розробити та застосувати освітні стандарти для фахівців зі зв'язків з громадськістю з використанням міжнародної практики; впровадити інноваційні методи навчання, такі як сендвіч-навчання; використання різноманітних технологій навчання, включаючи онлайн-платформи, а також створення програми подвійного диплому у співпраці з європейськими вищими навчальними закладами з різних країн [158, с. 46]. Хоча ці рекомендації, безумовно, заслуговують на увагу, пріоритет слід надати розробці освітніх стандартів і впровадженню сучасних технологій навчання. Враховуючи триваючі цифрові перетворення в Україні, підготовка PR-спеціалістів у державному управлінні має бути зосереджена на цифровому PR, який охоплює нові методи комунікації, які урядовці можуть використовувати для взаємодії зі своєю аудиторією.

Розвиток мережі «Інтернет» та електронної пошти не лише дозволив бізнес-комп'ютерним системам впливати на офісну діяльність, але також сприяв розвитку відносин між державними установами та громадянським суспільством [6, с. 11]. Цифровий PR переслідує ті самі цілі, що й традиційний зв'язки з громадськістю, але виграє від інноваційних тактик та інструментів, які посилюють цифрову присутність урядової установи шляхом взаємодії з іншими важливими зацікавленими сторонами в секторі, такими як блоги, веб-каталоги, веб-сайти новин, соціальні мережі, і форуми.

Еволюція сучасних інформаційних технологій трансформує культуру спілкування та змінює робочі процеси професіоналів зі зв'язків з

громадськістю. З появою мережі «Інтернет» з'явилися нові підходи до побудови відносин між громадянами та державними структурами, а також до самопрезентації цих суб'єктів.

Важливу роль в успішному просуванні нових технологій відіграє підвищення освітнього рівня посадових осіб місцевого самоврядування, в тому числі й у сфері зв'язків з громадськістю. Щоб реалізувати стратегію ефективної комунікації між владою та суспільством, необхідно вивчити внутрішні інтелектуальні ресурси, які можуть сприяти такому підходу. Фахівці зі зв'язків з громадськістю можуть виступати в якості таких цінних внутрішніх ресурсів.

Важливим аспектом розвитку взаємовідносин органів публічного управління та громадськості в умовах інформаційного суспільства є налагодження інформаційно-аналітичного забезпечення цих взаємодій. Ця підтримка є основою для аналітичної діяльності, яку здійснюють органи публічного управління.

Суть такої інформаційно-аналітичної діяльності полягає в дослідженні інформації, яка є актуальною для суспільства. Таким чином можливо визначити інформаційно-аналітичне забезпечення зв'язків органів публічного управління з громадськістю як процес збирання та обробки інформації про конкретні цільові об'єкти, необхідний для прийняття оптимальних управлінських рішень, спрямованих на досягнення гармонійного взаємозв'язку шляхом використання організаційних, кадрових, фінансових, правових, інформаційних, програмних, технічних, та технологічних ресурсів. Основним завданням інформаційного забезпечення в органах публічного управління є швидка доставка достовірного обсягу необхідної інформації кінцевому користувачеві, сприяючи прийняттю найбільш ефективних рішень. Для цього використовуються різні методи збору аналітично цінної інформації.

Н. Борисова класифікує інформаційні технології на кілька типів: звичайні засоби, комп'ютери, методи комунікації, особисте спілкування, групові дискусії, конференції, телекомунікації, друк, акустична передача,

аудіовізуальне обладнання та електронна пошта [75, с. 42]. Ці інформаційні технології можуть бути ефективно використані у підрозділах зв'язків з громадськістю органів публічного управління. Інформаційні технології охоплюють створення системи записів (як цифрових, так і текстових) за допомогою комп'ютерних технологій; використання цифрових носіїв інформації; створення баз даних; та реалізація пакетів прикладних програм [72, с. 12].

Сьогодні органи публічного управління активно використовують різноманітні методи роботи зі зв'язками з громадськістю, зокрема аналіз документів, опитування, моніторинг, методи експертної оцінки [152, с. 121].

Для ефективного формування аналітичного підходу до роботи зі зв'язків з громадськістю в органах публічного управління необхідно проводити щоденний моніторинг інформації в мережі «Інтернет», друкованих ЗМІ та на телебаченні. Обов'язковими компонентами є контент-аналіз газет, поточний розгляд звернень та запитів громадян під час «прямої лінії», звіти цілодобової «гарячої лінії» мерії та електронні листи, отримані від голови та керівників виконавчого комітету міської ради. Крім того, реалізація програми соціологічного моніторингу громадської думки може дати значну кількість аналітичних даних.

Серед сучасних технологій, що використовуються органами публічного управління, до основних засобів, відносяться ІКТ, бази даних, інформаційно-довідкові системи, а також механізми автоматизації документообігу та обробки [151, с. 41]. Також сьогодні широко використовуються веб-технології, такі як створення окремої сторінки органу влади у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Tiktok, Telegram), що забезпечують постійну доступність повної офіційної інформації, а також можливість зворотного зв'язку із запитаннями, критикою, схваленням чи повідомленнями. Тим не менш, широке впровадження інтерактивних комунікаційних технологій стримується недостатньою технічною та технологічною підтримкою, доступною для значної частини населення.

Через дефіцит спеціалістів, які мають досвід застосування аналітичних та прогнозних методологій у публічному управлінні, а також недостатні ресурси та фінансове забезпечення, аналітичні зусилля, пов'язані зі зв'язками з громадськістю в цих органах, недостатньо розвинені. Органи публічного управління вважають особливо складними найбільш спеціалізовані технології для інформаційної та аналітичної діяльності, включаючи управління взаємовідносинами з населенням (CRM, CustomerRelationshipManagement), геоінформаційні технології, інформаційні технології, технології аналітичної обробки інформації, спільну роботу, розробку та підтримку інформаційних сховищ, ситуаційних центрів.

Крім їх застосування в публічному управлінні, необхідним є активне впровадження державних маркетингових технологій, виборчих стратегій, залучення цільових аудиторій. Аналізуючи досвід підрозділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління – через контент-аналіз, різноманітні соціологічні дослідження та теоретичні досягнення – ми можемо запропонувати прогностичну модель розвитку зв'язків з громадськістю в цих органах влади (див. рис. 3.2).

Запропонована модель ґрунтуватиметься на таких елементах, як наукове забезпечення процесів зв'язків з громадськістю, що використовуються органами публічного управління, та сучасні інформаційно-комунікаційні технології. Діяльність, що пов'язана з управлінням зв'язками з громадськістю, відбуватиметься через комунікативну взаємодію між трьома сторонами: органом публічного управління, підрозділом зі зв'язків з громадськістю та різними сегментами громадськості.

Наразі певні органи публічного управління перебувають на першому чи другому етапі, окресленому цією моделлю, щодо їхніх відносин із громадськістю. Формуючи стратегію зв'язків з громадськістю, яка відповідає цілям і тенденціям побудови інформаційного суспільства, представники публічного управління втілюють цю модель на практиці.

Теоретичні та практичні дослідження цієї роботи дозволяють

запропонувати концептуальне обґрунтування стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства (див. Додаток Б). У розділі «Загальні положення» Стратегії викладено фундаментальне визначення зв'язків з громадськістю органів публічного управління, яке впливає з теоретичних засад, на яких ми наголошували у початковому розділі дослідження.



Рис. 3.2. – Модель розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

Управлінська діяльність, яку представляють зв'язки з громадськістю органів публічного управління, має вирішальне значення для створення та підтримки взаємовигідних інформаційно-комунікаційних зв'язків між суб'єктом та різними громадськими групами, що сприяє досягненню ефективних результатів. Це визначення охоплює основні елементи всіх визнаних теоретичних основ (таких як комунікація з громадськістю, управлінська діяльність, організація громадської думки та суспільно значуща інформація), враховуючи при цьому соціальну природу публічного управління, яке включає як суб'єкт-об'єкт, так і суб'єкт-суб'єктні відносини, а також обставини розвитку інформаційного суспільства.

У Стратегії підкреслюється, що накопичення публічного капіталу органами публічного управління разом із його здатністю сприяти ефективній публічній дискусії та комунікації відіграє вирішальну роль у формуванні позитивної громадської думки сьогодні. Значною мірою це зумовлено інтелектуальними зусиллями та підвищеним професіоналізмом державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, а також інтеграцією сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій в органи управління. Тенденції показників соціально-економічного розвитку, розвиток інформаційної інфраструктури, зростання довіри до органів публічного управління свідчать про те, що без налагодження зв'язків з громадськістю органів публічного управління неможливо передбачити суттєвих змін.

Викладена Стратегія, визначає цілі, завдання, принципи та основні шляхи взаємодії з цільовими об'єктами зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. В Україні метою зміцнення відносин між органами публічного управління та громадськістю в цьому інформаційному контексті є посилення суспільної довіри, забезпечення інформаційно-комунікативного супроводу важливих суспільно значущих ініціатив та покращення взаємодії з громадськістю шляхом використання сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій.

Завдання зв'язків з громадськістю, окреслені в Стратегії, обираються шляхом аналізу ідеологічної та інформаційної ролі PR-підрозділів у різних територіальних громадах, а також стратегії розвитку інформаційного суспільства. Важливо підкреслити, що ця Стратегія подана в узагальненому вигляді, тобто не враховує конкретних умов розвитку окремої територіальної громади. У Стратегії викладаються орієнтири, які мають однакове значення для всіх видів органів публічного управління.

Основним елементом Стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, є залучення цільової аудиторії. Ця аудиторія поділяється на внутрішні групи, які включають державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування як первинну аудиторію, та зовнішні групи, що включають населення, громадські організації, інвесторів та ЗМІ як вторинну та третинну аудиторію. Виконуючи ключові напрями та дії, зазначені в Стратегії вдосконалення зв'язків з громадськістю в умовах інформаційного суспільства, можна досягти наступних результатів:

1. Активізується створення постійно діючого підрозділу зі зв'язків з громадськістю в структурі органів публічного управління. Нині ці підрозділи діють під різними назвами, можуть входити до складу інших департаментів, або їх функції можуть виконувати заступник голови адміністрації чи прес-служба.

2. Неперервність суспільних функцій, цілей і обов'язків у зв'язку з функціями, цілями і завданнями, пов'язаними з просуванням територіальної громади.

3. В управлінській діяльності органів публічного управління у сфері зв'язків з громадськістю все ширше використовуються сучасні інформаційно-комунікаційні технології. Наш контент-аналіз показав, що серед 35 досліджених територіальних громад 33 адміністрації мають офіційні сайти. Однак лише на 12 з цих сайтів ми змогли знайти необхідну інформацію щодо організації та діяльності відділів зв'язків з громадськістю. Водночас мережа

«Інтернет» стає ключовим інструментом у зв'язках з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

4. Органи публічного управління користуються довірою понад 80%. Наразі 46% населення висловлюють недовіру керівництву територіальної громади, а 31% не довіряють самій адміністрації. Рівень довіри є ключовим показником ефективності представників публічного управління.

5. Для підвищення рівня інвестицій у соціально-економічний сектор та сприяння використанню інформаційно-телекомунікаційних технологій для розвитку необхідно культивувати сприятливе сприйняття органів публічного управління.

6. Прозорість органів публічного управління для широких верств населення.

7. Зрозумілі та цілеспрямовані комунікаційні відносини та інформація з усіма цільовими суб'єктами органів публічного управління.

8. Створення банку даних щодо функцій органів публічного управління та зміцнення територіальної громади призводить до накопичення публіцитного капіталу.

Створення та реалізація даної стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління дозволить використати потенціал, притаманний діяльності з управління зв'язками з громадськістю, зокрема, враховуючи динаміку інформаційного суспільства. Такий підхід спрямований на підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної взаємодії органів публічного управління з громадськістю. Зрештою, створення та діяльність підрозділів зв'язків з громадськістю в рамках публічного управління в інформаційному суспільстві спрямовані на підвищення якості життя населення та сприяння соціальній привабливості територіальної громади.

3.2. Удосконалення інституційно-організаційного забезпечення підрозділів зв'язків з громадськістю

Система управління – це, перш за все, держава як визначальний і загальний суб'єкт управління. Систему управління можна розглядати двояко: у широкому розумінні – це управління всім суспільством, здійснення державної влади (горизонтальної державної влади) усіма гілками влади; у вузькому розумінні – це управління державними справами, здійснення державної адміністративної (виконавчої) влади від центру до органів місцевого самоврядування (державна адміністративна вертикаль). Отже, система управління складається з соціальних систем, які є відносно самостійними як підсистеми: а – система управління справами суспільства в цілому, б – система управління державними адміністративними питаннями.

Як уже зазначалося вище, найважливішим системоутворюючим фактором систем є взаємодія з навколишнім середовищем. Основною специфікою системи публічного управління є мета в системі управління, яка забезпечує параметри належного стану та розвитку керованої системи – суспільства, задоволення його потреб, інтересів та очікувань. Досягнення цієї основної мети неможливо без взаємодії (зворотного зв'язку) керуючої системи з керованою. Тобто потрібен постійний і безперервний діалог між цими двома системами.

Діалог був би неможливим без визнання критичного аспекту відкритості системи управління, яка працює на основі «вхід-вихід», де кожен сигнал, отриманий на вході системи, генерує належну вихідну відповідь. Цю відкритість у системі управління слід розглядати як важливу для ефективного публічного управління, слугуючи засобом його посилення та представляючи єдиний шлях для реалізації основної мети управлінського впливу.

Тому в системі управління повинні існувати структури та інституції, які разом формують механізм взаємодії, який часто називають «приводним ремнем», що зв'язує державу з суспільством. Основним завданням цих суб'єктів державного апарату є сприяння розвитку партнерських відносин між державою та суспільством шляхом діалогу та взаємодії. Підрозділи зв'язків з громадськістю значною мірою сприяють розвитку партнерства між

громадянським суспільством та органами влади, вони виступають як складова системи управління, так і важливий елемент у системі взаємодії органів публічного управління і суспільства.

Історично склалося, що PR досі іноді сприймається через призму застарілих «агітаційних» концепцій, де він виступає не як інструмент узгодження інтересів, а як засіб однобічного впливу на цільову аудиторію. Важливо визнати, що цей підхід має коріння за межами простої суб'єктивності. Органи публічного управління мають явну перевагу у взаємодії з громадськістю, вони оснащені значно більшими ресурсами впливу, широкими повноваженнями та значною владою. Такий стан речей формує природу публічного діалогу, що часто призводить до нерівних стосунків між двома сторонами. Це є причиною того, що створення підрозділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління формується двома протилежними силами: одна породжує пропагандистську, а часом і маніпулятивну форму зв'язків з громадськістю, а інша зосереджується на сприянні ретельному узгодженню інтересів і створення збалансованих принципів управління, залучення громадян до процесу управління. Необхідність такого типу взаємодії між владою і населенням разом із метою започаткування діалогу між ними вимагає перевизначення ролей і функцій підрозділів зі зв'язків з громадськістю.

Публічне управління здійснюється на двох первинних рівнях: державному та місцевому, тому відділи зв'язків з громадськістю присутні на обох. Кожен із цих рівнів має різні організаційні структури, ролі та назви підрозділів зі зв'язків із громадськістю, такі як відділи, комітети, інформаційні служби, прес-центри, аналітичні відділи тощо.

Важливо визнати прямий зв'язок між рівнями управління та характеристиками підрозділів зв'язків з громадськістю. В органах місцевого самоврядування комунікативна функція виконується максимально послідовно, забезпечуючи організованість і постійність спілкування з громадянами. І навпаки, державні органи надають перевагу взаємодії зі ЗМІ, зосереджуючись

більше на аналітичних та прогнозних завданнях. Крім того, PR-технології суттєво відрізняються за рівнем менеджменту. На місцевому рівні спілкування з населенням є найбільш прямим і зрозумілим. Однак це не означає повної відсутності таких зв'язків в державних органах, скоріше, ці зв'язки певною мірою адаптуються й упорядковуються, набуваючи більш узагальнених і лаконічних форм.

Важливо визнати, що, незважаючи на те, що деталі функцій відділів зі зв'язків з громадськістю відрізняються залежно від рівня влади – державної чи місцевої – та унікальних характеристик конкретного органу влади, який вони обслуговують, для всіх підрозділів зі зв'язків з громадськістю важливо розробити їхні стратегії та діяти відповідно до єдиного загального підходу, гарантуючи, що ці плани взаємопов'язані. Це особливо актуально для діяльності відділів зі зв'язків з громадськістю, які належать до однієї гілки влади.

Якщо розглядати інституційний аспект підрозділів зі зв'язків з громадськістю, то можна запропонувати наступну базову схему (див рис. 3.3).

Керівний склад складається з директора та двох заступників. Хоча компетенція директора обмежена сферою діяльності підрозділу, її важливість підкреслюється прямим наглядом з боку керівника органу публічного управління. Цей аспект підкреслює унікальний статус цієї послуги. Причина прямого підпорядкування директора підрозділу зв'язків з громадськістю керівнику полягає в необхідності постійного інформування його про всі організаційні події. Для директора важливо отримати всі документи порядку денного та протоколи зустрічі, щоб завчасно запропонувати відповідні питання для обговорення. Бути в курсі рішень до їх затвердження є вирішальним для ефективності PR-підрозділу, а не просто виконувати директиви постфактум. Таке проактивне залучення дає змогу підрозділам зі зв'язків з громадськістю брати участь у процесі цілепокладання органу публічного управління, пропонуючи альтернативні рішення, одночасно відстоюючи та захищаючи суспільні інтереси.

Щоб ефективно пояснити політику органу публічного управління з глибоким розумінням контексту, працівникам підрозділу зв'язків з громадськістю потрібна можливість зрозуміти не лише саму політику, а й обґрунтування конкретних рішень. Отже, директор контролює всі функції підрозділу та є повноправним представником керівника органу публічного управління під час взаємодії з громадянами та інститутами громадянського суспільства, такими як політичні партії, громадські об'єднання та релігійні групи.

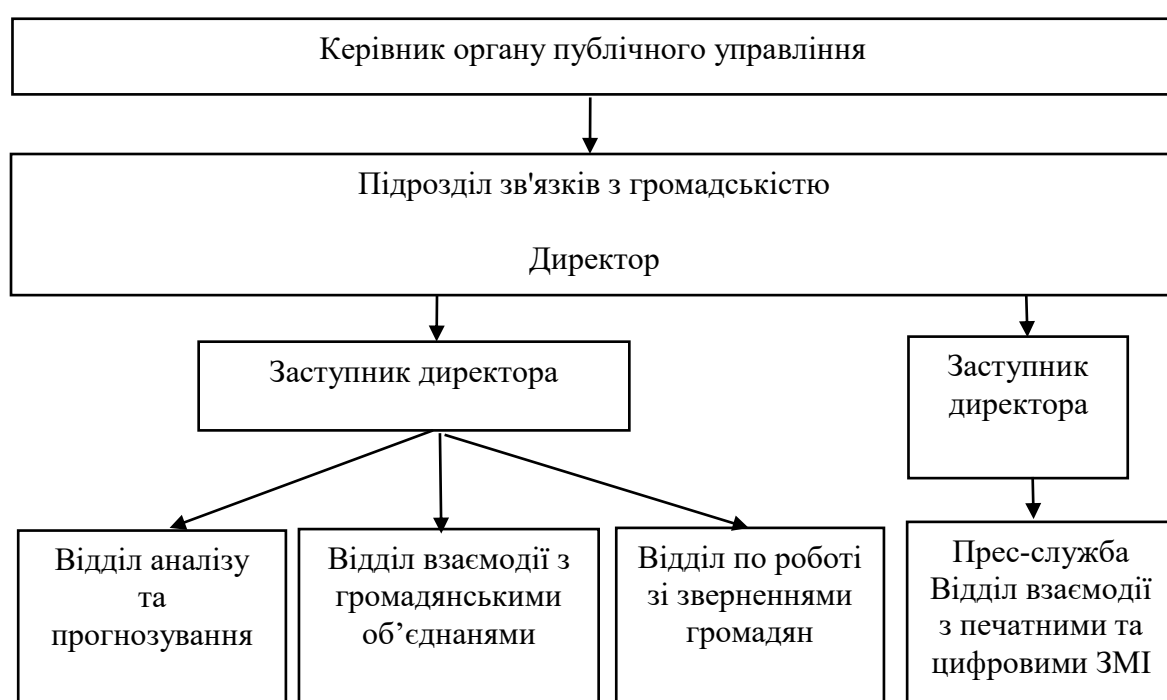


Рис. 3.3. – Базова схема організаційної структури підрозділу зв'язків з громадськістю органів публічного управління

Перший заступник директора координує діяльність двох відділів: соціально-політичних досліджень та взаємодії з громадськими об'єднаннями. Ця роль також передбачає організацію наукової оцінки документів, програм і дослідницьких ініціатив, визначення пріоритетів для створення банку даних і збереження накопичених соціологічних даних.

Ще один заступник відповідає за роботу прес-служби, до складу якої

входить відділ друкованих та електронних ЗМІ. Тепер давайте детальніше розглянемо функції всіх чотирьох відділів.

1. Відділ прес-служби. Виняткова роль роботи цього відділу зумовлена значущою позицією, яку займають ЗМІ в системі державного та суспільного життя. Ефективне функціонування органів публічного управління залежить від взаємодії з пресою, радіо, телебаченням, соціальними мережами. Засоби масової інформації відіграють вирішальну роль у генеруванні та поширенні інформації – знань, норм і цінностей, – які необхідні для інформованої та змістовної участі в справах як держави, так і суспільства.

Взаємодія між органами публічного управління ЗМІ є значною через включення різноманітних економічних, політичних та культурних питань до сфери інтересів обох суб'єктів. ЗМІ відіграють вирішальну роль у підготовці та поширенні прийнятих рішень, сприяючи громадському контролю за діяльністю публічного управління. Більше того, ЗМІ створюють окремий інформаційний ландшафт, який позначається конвергенцією двох типів інформації: одна, що надходить «згори» складається з державних та адміністративних рішень, які передаються безпосередньо, та інша, яка надходить «знизу», відображаючи сприйняття та потреби людей. У цій ролі ЗМІ природно інтегруються в структуру публічного управління, отримавши назву «четвертої влади» поряд із законодавчою, виконавчою та судовою гілками влади.

Явища та події, що характеризують сьогоденне суспільно-політичне життя, різноманітні та численні. У цьому контексті посилюється інформаційна діяльність різноманітних соціально-економічних і політичних систем – невід'ємних складових сучасної дійсності. Однак ця діяльність буде марною, якщо вона не досягне публічного представлення через ЗМІ. І навпаки, ЗМІ також покладаються на систему зв'язків з громадськістю як на вирішальний виробник і постачальник інформації.

Взаємовідносини зі ЗМІ можна описати двома способами: з одного боку, ЗМІ фундаментально служать компонентом системи зв'язків з громадськістю,

тоді як, навпаки, зв'язки з громадськістю також можна розглядати як частину структури ЗМІ. Ця обоюдна взаємодія підвищує якість вироблених інформаційних матеріалів і відкриває широкі можливості для творчості. Це дає можливість ширшого спектру форматів роботи, таких як заяви для преси, прес-конференції, прес-релізи, тематичний підбір матеріалів, поширення інформації про конкретні події та ін.

Взаємодія органів публічного управління та ЗМІ зумовлює необхідність організації та інституціоналізації взаємовідносин між журналістами та державними службовцями. Цю роль виконує прес-служба.

Основним завданням прес-служби є широке інформування громадськості про діяльність органів публічного управління та сприяння діалогу та відносинам співпраці між владою та ЗМІ. Отже, основними обов'язками прес-служби можна виділити:

- відповіді на запитання журналістів;
- надання офіційних документів ЗМІ;
- створення розкладу інтерв'ю між журналістами та представниками публічної адміністрації;
- розповсюдження прес-релізів;
- оголошення графіку публічних виступів посадових осіб;
- оповіщення журналістів про майбутні масові заходи;
- організація прес-конференцій, фотосесій та інших офіційних зустрічей.

Серед додаткових обов'язків – підготовка виступів для публічних діячів, формування прес-стратегії, надання інформаційних консультацій для чиновників, публікація документів та інформаційних бюлетенів.

Взаємодія зі ЗМІ передбачає взаємодію з пресою, радіо, телебаченням а також з електронними медійними засобами. Значною перевагою цих видань і програм є доступ до вичерпної інформації про діяльність органів влади та суть їхньої політики безпосередньо з першоджерела. Однак недоліком їхньої роботи є те, що вона в першу чергу відображає офіційну точку зору на політичні та соціальні питання, часто висвітлюючи лише сприятливі аспекти

функцій влади без критики. Як наслідок, суспільство відчуває зменшення можливостей контролю за діями органів публічного управління.

Основна мета відносин між органами публічного управління та ЗМІ виходить за межі простого інформування громадськості про діяльність влади, вона також передбачає створення позитивного іміджу цих установ. Останнім часом у суспільстві зростає значення інформаційно-комунікаційних технологій, особливо мережі «Інтернет».

Створення окремої сторінки органу публічного управління у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Tiktok, Telegram) відіграє значну роль у підвищенні впізнаваності його діяльності, роз'ясненні засад, цілей, завдань та методів діяльності. Ключовою перевагою є можливість доступу до інформації «з перших рук», яку можна швидко оновлювати та змінювати, а також перевага негайного отримання зворотного зв'язку. Крім того, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для взаємодії з громадськістю дозволяє проводити опитування громадської думки щодо нагальних питань, своєчасно отримувати інформацію щодо настроїв громадськості щодо прийнятих рішень та ефективно створювати цикл зворотного зв'язку з суспільством. Крім того, є можливість проводити дистанційні круглі столи, консультації та прес-конференції на різні теми із залученням різноманітних громадських організацій, представників влади та ЗМІ.

Важливо підкреслити, що значну частину аудиторії, переважно молоді, можна залучити за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Враховуючи, що ця демографічна група відіграє вирішальну роль у їх участі у політичному процесі, потрібно сприяти їхньому громадянському вихованню та інтересу до державного управління. Отже, ключовим обов'язком прес-служби є використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для сприяння взаємодії з громадськістю.

Отже, одним із головних напрямків зусиль влади є цивілізована взаємодія зі ЗМІ. Як основне джерело інформації про діяльність влади, ЗМІ

формують громадську думку та впливають на ставлення суспільства до органів публічного управління та їх політики. Таким чином, ефективна робота прес-центру в структурі підрозділу зі зв'язків з громадськістю є ключовим чинником у зміцненні авторитету влади, розвитку діалогу між суспільством і державою, забезпеченні громади можливістю контролю за діями влади.

2. Відділ аналізу та прогнозування. Основна увага підрозділів зв'язків з громадськістю полягає в дослідженні громадської думки, аналізі ставлення суспільства до державної політики та розробці прогнозів і рекомендацій на основі цих знань. Цю відповідальність несе відділ аналізу та прогнозування.

Обов'язки цього відділу включають збір достовірних і впорядкованих даних щодо стану та тенденцій громадської думки, а також настроїв різних соціальних груп, їхньої динаміки та діяльності, стосунків і соціального становища, а також еволюції політичних партій і соціальних рухів. Лише маючи доступ до такого типу інформації, керівники державних установ можуть приймати обґрунтовані рішення, які враховують очікувані результати та реакцію громадськості.

Первинний рівень аналізу – політико-державний, який охоплює зв'язки між громадянами та основним політичним вектором розвитку країни, суб'єктами публічного управління, політичним режимом, структурами власності, державним устроєм України, ключовими політичними силами (такими як партії, блоки та рухи), політичними лідерами, а також серед інших аспектів діяльність відповідного органу публічного управління.

Майже всі підходи, що використовуються в науковому середовищі, застосовуються для вивчення політичних процесів, включаючи юридичні, соціологічні, історичні та математичні методи. Особлива увага приділяється науковим методам, таким як аналіз і синтез, індукція та дедукція, аналогія та порівняння. Процес аналізу є невід'ємною частиною будь-якого наукового дослідження, представляючи собою попередню фазу, на якій дослідник переходить від широкого огляду предмета дослідження до визначення його складу, властивостей і характеристик.

Аналіз можна класифікувати на основі сфер, у яких він застосований, і рівнів дослідження. Крім того, він може бути різним за охопленням – бути комплексним, вибіркоvim або факторним – і з точки зору часу, він може бути перспективним, оперативним або ситуаційним. Крім того, за методами проведення аналіз поділяють на статистичний, соціологічний, математичний, порівняльний, системний та інші види.

Важливо підкреслити, що технологічні прийоми та аналітичні методи, які використовує відділ аналізу та прогнозування, не зосереджені на розробці теорій або генеруванні знань, які організовують концепції щодо подібності та відмінностей політичних явищ. Натомість вони спрямовані на практичне застосування наявних науково-теоретичних ресурсів для вирішення конкретних реальних завдань. У роботі цього відділу політичний аналіз займає важливе місце, детально описуючи методології та процеси дослідження окремих політичних питань. У широкому сенсі політичний аналіз охоплює всі наукові дослідження політики, тоді як у більш спеціалізованому контексті він розглядається як прикладна галузь, яка встановлює основні критерії для усунення суб'єктивності та довільності в дослідженні конкретних проблем, визначення найбільш прийнятних рішень і необхідних технологічних рішень. засоби та методи для досягнення цього.

Важливо підкреслити, що політичний аналіз, як форма прикладного знання, зосереджується на дослідженні та описі конкретних проблем, з якими стикається суб'єкт. Цей тип аналізу виводить свої концепції з практичних потреб суб'єкта, які обмежені конкретними завданнями. Крім того, не всі соціальні конфлікти та протиріччя, що впливають на ролі та функції індивідів у сфері влади, можна кваліфікувати як проблеми для політичного аналізу; розглядаються лише ті, які мають значне значення для суспільства та впливають на інтереси широких верств населення, а також на суспільні переконання та цінності. Ці питання мають прямо чи опосередковано впливати на діяльність органів управління, тобто мають публічний характер і певну важливість.

Методи політичного аналізу мають міждисциплінарний характер, часто посилені включенням психологічних, соціологічних, антропологічних, культурних та інших аналітичних методів для оцінки поведінки суб'єкта, розробки та реалізації позицій і розуміння фундаментальних взаємодій. Загалом, методи політичного аналізу можна розділити на загальні та специфічні. Загальні методи встановлюють орієнтацію, перспективу та методологічну основу для всіх етапів політичного аналізу. До них належать аналіз подій, який зображує політичний процес як послідовність подій, керованих окремими акторами з власними інтересами, ситуаційний аналіз тощо. Конкретні методи складаються зі стандартних методів, адаптованих зі статистики, соціології, економіки та різних інших галузей. Використання цих методів сприяє міждисциплінарному характеру політичного аналізу. Ця категорія охоплює такі методи, як вибірка, експертна оцінка, кореляційний і факторний аналіз, математичне моделювання та аналіз витрат і вигод тощо. Вибір цих методів у різноманітних комбінаціях на різних етапах політичного аналізу ґрунтується на практичному підході, характері проблеми, перспективі дослідження, доступності даних та забезпеченні організаційними та іншими ресурсами.

Контент-аналіз є одним із найпоширеніших методів збору та аналізу інформації. Такий підхід пов'язаний з необхідністю встановлення як прямих, так і зворотних зв'язків між державними установами та ЗМІ. Окрім простого інформування ЗМІ про діяльність органів публічного управління, надзвичайно важливо також враховувати відгуки та погляди громадськості щодо політики, яку здійснюють ці державні установи.

Основний принцип контент-аналізу передбачає перетворення вербальної інформації в більш об'єктивний, невербальний формат. Контент-аналіз, який часто називають методом об'єктивної кількісної оцінки змісту комунікації, слугує технікою для отримання висновків шляхом систематичного та об'єктивного визначення характеристик повідомлень.

В основі методу лежить ідентифікація суттєвих понять або інших

семантичних одиниць у тексті, що супроводжується оцінкою частоти, з якою ці одиниці використовуються, порівняльних співвідношень різних елементів тексту та загального обсягу інформації. Експертиза контенту ЗМІ використовує структуровані кількісні методи, які гарантують отримання фактично точного та об'єктивного результату.

Контент-аналіз в основному використовується при роботі з великими обсягами тексту, тоді як експрес-аналіз медіа використовується для менших обсягів. Цей підхід ґрунтується на кількісному методі підрахунку елементів змісту в тексті разом з оцінкою якісних атрибутів публікацій, таких як релевантність мети, інформативність, доречність, доказова підтримка та конструктивність. Подібно до контент-аналізу, цим текстовим характеристикам присвоюються коди, позначаються певними цифрами, які згодом відзначаються дослідником під час процесу читання.

Хоча експрес-аналізу може бракувати точності контент-аналізу, він вирізняється певністю, що дозволяє широко застосовувати його в діяльності державного управління як засіб отримання важливої управлінської інформації. У поєднанні всі перераховані аналітичні методи сприяють як оперативному, так і довгостроковому прогнозу розвитку ситуації. Крім того, отриманий досвід допомагає не лише аналізувати та прогнозувати події, а й моделювати бажані сценарії.

3. Відділ по роботі із заявами та зверненнями громадян. Залучення відомств, які розглядають заяви та звернення громадян, вважається найважливішим способом зворотного зв'язку та є важливим джерелом інформації для органів влади. Крім того, діяльність цих відділів сприяє виконанню Конституції України, яка закріплює право громадян на звернення до органів публічної влади.

Заяви та звернення громадян служать цінними ресурсами для статистичного аналізу та досліджень, створюють підстави для втручання в конфліктні ситуації та пропонують розуміння нових тенденцій у суспільному житті, серед іншого. Важливо підкреслити, що розгляд цих заяв і звернень має

давню історію. В Україні ще за радянських часів існували відділи, які займалися зверненнями громадян.

У демократичному суспільстві, де першочерговою метою є гарантування задовільної якості життя для громадян, відділ, відповідальний за розгляд заяв і апеляцій, займає вирішальну позицію. Цей відділ безпосередньо взаємодіє з громадою, оскільки взаємодія зазвичай відбувається віч-на-віч, а не через непрямі засоби.

Вважаємо, що ключовими елементами створення добре функціонуючої приймальні в органах публічного управління є:

- чітко визначений час і місце прийому громадян з окремих питань;
- поширення через ЗМІ контактних телефонів та адрес для звернення громадян до державних органів. Важливо, щоб кожен громадянин знав, куди звертатися і з якими питаннями можна звернутись;

-на всі заяви та звернення важлива оперативна відповідь, відділ по роботі зі зверненнями громадян або безпосередньо адресує листа (в межах своєї компетенції), або передає звернення відповідній посадовій особі. Крім того, вкрай важливо розглядати кожне звернення не просто як точку даних для статистичного аналізу, а відповідати на кожен окремий запит. Такий підхід запевняє громадян, що державна влада служить їхнім інтересам, а не ставиться до них як до «гвинтиків» бюрократичної машини; це залучає кваліфікований персонал, який може дати точні та авторитетні відповіді на всі виникаючі питання. Нерідко ефективність прийому громадян позначається на органі влади цілому, відповідно їх зразкова робота підвищує репутацію відповідного органу, зміцнюючи тим самим довіру до нього.

Отже, відділ, відповідальний за розгляд звернень громадян, відіграє важливу роль у формуванні сприйняття влади як прозорої системи, яка оперативно реагує на потреби суспільства, що допомагає органам публічного управління у відстоюванні прав та захисті прав людини.

4. Відділ взаємодії з громадськими об'єднаннями. Головним обов'язком служб зв'язків з громадськістю у публічному управлінні є сприяння взаємодії з

інститутами громадянського суспільства, надання їм відчутної підтримки у виконанні їхніх законних функцій. Ці інститути громадянського суспільства, такі як політичні партії та групи інтересів, відіграють вирішальну роль у об'єднанні та вираженні інтересів і потреб спільноти, слугуючи життєво важливим каналом впливу суспільства на державний апарат.

Основними державними структурами, залученими у взаємодію, є низка партійних і позапартійних організацій, рухів, спілок, професійних асоціацій та громадських формувань, таких як групи ветеранів та інвалідів, а також жіночі ради та релігійні організації. Основними формами та напрямками взаємодії між органами публічного управління та цими об'єднаннями громадян можна назвати такі:

- створення спільних погоджувальних комісій для вирішення найбільш гострих соціальних питань;
- залучення представників об'єднань до складу та функціонування колегіальних органів (комісій, комітетів), а також участь у семінарах та нарадах, присвячених суспільним проблемам;
- доведення до громадських об'єднань результатів діяльності державного органу;
- організація різноманітних заходів соціального значення;
- створення сприятливих умов для діяльності громадських об'єднань.

Для підвищення ефективності відділ, який відповідає за зв'язки з громадськими об'єднаннями, має вести повну базу даних усіх громадських об'єднань, діяльність яких перетинається з діяльністю державного органу, включаючи інформацію про сфери діяльності, статuti, можливості та ресурси тощо. Також він грає важливу роль у координації діяльності громадських організацій та підтримці тісного зв'язку з ними

Таке залучення полегшує їхню участь у формулюванні важливих соціальних рішень, тим самим підвищуючи прозорість органів публічного управління та забезпечуючи суспільний контроль, що значною мірою сприяє стабілізації соціально-політичної ситуації. Дослідження сучасної практики в

підрозділах зі зв'язків з громадськістю державного управління показує, що хоча ці підрозділи ефективно інформують суспільство про діяльність уряду, вони значною мірою нехтують своїми аналітичними функціями та функціями зворотного зв'язку. Отже, вони не досягають своєї основної мети: сприяння діалогу між органами публічного управління та суспільством. Наразі в Україні відносини між державою та громадянським суспільством ще мають перерости в систему, яка характеризується постійною партнерською взаємодією. Натомість вони продовжують відображати вплив зверху вниз, що нагадує радянські часи.

У результаті можна визначити ключові напрями розвитку та реформування підрозділів зі зв'язків з громадськістю, які є важливими для створення цієї системи партнерства:

- Розвиток комунікативних функцій передбачає не тільки безпосереднє спілкування, а й зворотній зв'язок. У першу чергу важливо усунути випадкову та безцільну інформацію, гарантуючи, що всі інформаційні потоки узгоджуються з управлінськими рішеннями. Що стосується зворотного зв'язку, то важливо розширити використовувані методи та застосовувати нові джерела для збору інформації про громадську думку, до яких можуть входити ЗМІ, листи та звернення громадян, а також місцеві організації.

- Поліпшення освітніх функцій та посилення взаємодії з населенням.

- Зростання відділів, орієнтованих на аналіз і прогнозування. Важливо базувати практику на теоретичних основах, широко використовуючи як теоретичні, так і емпіричні аналітичні методи, а також міждисциплінарні підходи, які можуть максимізувати ефективність. Крім того, емпіричні дані, зібрані в публічному управлінні, зокрема бази даних про політичні партії та лідерів, разом із налагодженим моніторингом суспільно-політичної громадської думки створюють основу для переходу від простого опису ситуацій та прогнозування розвитку до їхнього «конструювання». Це передбачає створення технологій, які ефективно вирішують практичні виклики і таким чином підтримують схвалення конкретних сценаріїв розвитку

подій.

Основні ресурси – кадрові, матеріальні, фінансові, технологічні та інформаційні – мають вирішальне значення для наукового забезпечення діяльності зі зв'язків з громадськістю. Тому від служб зв'язків з громадськістю вимагається вийти за межі звичайних правових і функціональних ролей прес-центрів і рекламних агентств, взявши на себе повний набір функцій, пов'язаних із комунікаційним механізмом державного апарату у його взаємодії з громадянами.

Важливо визнати, що успіх підрозділу зі зв'язків з громадськістю вимірюється не лише його професійним виконанням конкретних завдань зі зв'язків з громадськістю. Не менш важливою є безперебійна та кваліфікована координація цієї діяльності з іншими підрозділами органу влади.

Важливим обов'язком відділу зв'язків з громадськістю в органах публічного управління є створення умов, що сприяють прийняттю оптимальних управлінських рішень. Цей відділ може ефективно «брати» на себе превентивну програму, спрямовану на вирішення конфліктних ситуацій і часто впливає на виконання прийнятих рішень, отже він відіграє невід'ємну роль у формуванні, ухваленні та застосуванні управлінських рішень. Його вплив є значним не лише на зовнішнє середовище організації, а й на самі органи публічного управління, впливаючи на характер рішень, що приймаються, та на стиль діяльності. Тому вкрай необхідно координувати зусилля підрозділу зі зв'язків з громадськістю з іншими відомствами та державними структурами.

Координації можна досягти, по-перше, шляхом встановлення чіткого розподілу обов'язків між різними структурами влади, а по-друге, шляхом застосування принципу «взаємності»: підрозділ зі зв'язків з громадськістю бере участь в ініціативах, які не перетинаються з зусиллями колег з інших відділів. По-третє, координація забезпечується ефективним плануванням і контролем. Якість діяльності відділів зв'язків з громадськістю суттєво впливає на ефективність і демократичність публічного управління. Отже, розбудова

надійної системи зв'язків з громадськістю в органах публічного управління має вирішальне значення для демократизації управління в Україні. Його основною метою має бути залучення суспільства до процесу прийняття адміністративних рішень, діяти на всіх рівнях управління – від національного до місцевого – маючи чітко визначені цілі та завдання, а також відповідні ресурси для виконання своїх функцій.

3.3. Шляхи удосконалення кадрової складової підрозділів зі зв'язків з громадськістю

Система публічного управління функціонує завдяки інтелектуальним і практичним зусиллям осіб, які професійно зайняті в державному управлінні та органах місцевого самоврядування. Отже, якість та ефективність будь-якого органу публічного управління тісно пов'язані із суб'єктивним елементом – професійною культурою державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування (далі – державні службовці). Ця культура охоплює їх здатність належним чином реагувати на зміни в економічному, соціальному та культурному ландшафті, одночасно зберігаючи стабільність в управлінні та забезпечуючи певну форму безперервності в управлінні. Професійна культура втілює в собі поєднання інтелекту та дії, слугуючи «матеріалізацією» обізнаності та відображаючи зрілість системи державного управління. Від рівня професійної культури державних службовців значною мірою залежить авторитет відповідного державного органу, ефективність його політики та якість діяльності.

Якщо говорити про підрозділ зв'язків з громадськістю, то на продуктивність його співробітників впливають як загальні стандарти професійної культури державних службовців, які є основою, так і особливі характеристики, знання та навички, необхідні для ефективної роботи фахівців зі зв'язків з громадськістю. Отже, основоположні принципи, які застосовуються до державних службовців, однаково актуальні для PR-фахівців

в органах публічного управління. Розглянемо детальніше ці основні положення.

Словосполучення «професійна культура» не має чіткого запису в термінологічних словниках і пов'язане з різними поняттями, зокрема культурою управління, професійною та моральною культурою праці, професійною етикою та професіоналізмом тощо. Три основні рівні складають систему професійної культури:

- Державна служба діє на загальнонаціональному рівні як публічна юридична особа та втілює окрему корпоративну культуру.

- На рівні державної установи стиль роботи формується сукупністю усталених, прийнятих стандартів адміністративної етики, соціально-політичних цінностей, правових норм, накопичених традицій, історичного досвіду та сучасних орієнтацій.

- Індивідуальний рівень державного службовця охоплює певний набір професійних якостей, атрибутів, переконань, знань, навичок, а також визначений набір технологій управління [96, с. 21].

Професійна культура публічного управління складається з таких найважливіших елементів, як політична культура, правова культура, моральна культура та професіоналізм (технологічна складова). Розглянемо ці компоненти професійної культури ближче.

Політична культура охоплює сукупність і характеристики політичних знань, моделей поведінки, норм, цінностей і традицій, які формують відмінні риси політичної системи суспільства та його інститутів. Вона структурована на кілька компонентів: культура політичної свідомості, яка включає політичні переконання, знання, цінності, звичаї та норми; культура політичної поведінки, що відображає політичну участь і діяльність; культура діяльності політичних інститутів, що охоплює виборчий процес, формулювання та виконання політичних рішень, а також вирішення соціальних конфліктів.

Правова культура виступає як вагомим чинником, так і сукупним показником глибоких знань і розуміння права, що відображає свідому і

внутрішню потребу в його застосуванні. Правова культура суб'єктів державного управління визначається сукупністю знань, умінь і навичок, які дають змогу правильно і своєчасно вирішувати питання, що виникають під час роботи, а також здатністю оцінювати конкретні факти відповідно до правових норм.

Правова культура державних службовців пов'язана із законністю діяльності відповідних органів. Громадяни оцінюють правову культуру як конкретного працівника, так і державного закладу в цілому залежно від того, законно чи незаконно поведуться чиновники в кожному конкретному випадку.

Правосвідомість, як ключовий елемент правової культури, охоплює сукупність правових знань і оціночних ставлень до права, які орієнтують поведінку людини в юридично значущих ситуаціях. Вона перетворюється на грань законслухняності та правової культури лише тоді, коли вкорінена у вірі в необхідність дотримання правових норм. Інтерналізація правових стандартів відбувається протягом життя людини і тісно пов'язана з поняттям моралі. В еволюції морально-правової свідомості можна виділити три рівні:

1. Визнання законів збігається з розумінням того, що моральні принципи людини узгоджуються з цими законами.
2. Застосування закону відбувається тоді, коли людина розуміє, що закони створюють суспільний порядок, а недотримання цих законів призводить до неминучих наслідків.
3. Досягнення особистістю більш високого рівня правової свідомості визначається насамперед її залученістю до правотворчості, оскільки це сприяє усвідомленню необхідності законів для захисту прав і сприяння суспільній згоді. Різниця між універсальною людською етикою та окремими законами, узгодженими з принципами справедливості, стає зрозумілою. З точки зору внутрішніх моральних цінностей індивіди прагнуть встановити правові норми.

На розвиток і зміцнення правових норм, а також на їх дію в суспільстві впливає правосвідомість державних службовців. Психологи запропонували методику та критерії оцінки рівня правової обізнаності цих посадових осіб.

Державний службовець може володіти знаннями законів, незважаючи на обмежене розуміння правових принципів, часто не дотримуючись їх. І навпаки, державний службовець із високим ступенем правової обізнаності демонструє це через не лише розуміння конституційних засад правової бази та її різних галузей, але й використання закону як засобу соціального управління. Ця особа активно бореться з будь-якими порушеннями правових норм, незалежно від обставин.

Ключовим елементом професійної культури є етичні основи державного службовця.

Моральну культуру можна розглядати як сукупність етичних цінностей, пріоритетів і стандартів, що регулюють відносини, висвітлюючи загальні та унікальні характеристики, а також методи корпоративної діяльності професійних менеджерів. Це поняття тісно пов'язане з адміністративною етикою, яка досліджує вплив моралі на функціонування публічного управління та визначає, що є належною чи неналежною поведінкою державних службовців, також воно розглядає необхідні кроки для культивування міцних моральних принципів і керує діями під час випадків «морального вибору», з якими державні службовці стикаються у своїх професійних ролях. Поведінка державних службовців головним чином регулюється як зовнішніми засобами контролю, такими як правила, кодекси та закони, так і внутрішніми засобами контролю, які охоплюють переконання, цінності та норми.

При прийнятті рішень державні службовці мають керуватися трьома фундаментальними принципами:

- пріоритетом найбільшого соціального результату та задоволенням інтересів більшості;
- повагою права, свободи та гідності людини;
- забезпечення справедливого розподілу благ і втрат між різними групами і верствами суспільства.

Важливим документом, який слугує основою для прийняття рішень під час ціннісних конфліктів – наприклад, розбіжностей щодо таких понять, як

свобода та справедливість – у моральних дилемах, є Кодекс честі державних службовців. Як правило, такі кодекси містять декларацію про прагнення до ідеальної держави, вказівки щодо дій для досягнення цієї мети та обмеження поведінки державних службовців. Основні принципи цих кодексів честі можна визначити таким чином: відстоювати суспільні інтереси; поважати Конституцію і Закон; виявляти особисті високі моральні стандарти; забезпечувати дотримання етичних норм в організації; прагнути до професійної досконалості; демонструвати чесність, лояльність, нейтралітет і відповідальність.

Для PR-фахівців публічного управління ключовим елементом є Кодекс професійної поведінки та етики у зв'язках з громадськістю [189]. Існує багато таких кодексів, один із найперших був створений Міжнародною асоціацією зі зв'язків з громадськістю в 1961 р. Ключовим принципом цього Кодексу для PR-фахівців, які працюють в державних установах, є те, що вони повинні:

- виконувати свої професійні обов'язки відповідно до суспільних інтересів, повністю поважаючи особисту гідність;
- завжди надавати точну та повну інформацію, уникаючи навмисного поширення неправдивого або оманливого контенту;
- працювати над створенням морального та культурного середовища, яке дає можливість людям повністю реалізувати свій потенціал і користуватися всіма незаперечними правами, викладеними у «Загальній декларації прав людини»;
- створювати методи та канали комунікації, які сприяють вільному обміну важливою інформацією, дозволяючи кожному члену громади відчувати себе добре поінформованим і впевненим у своїй участі та обов'язках, а також сприяють солідарності з іншими;
- заохочувати розвиток етичних, психологічних та інтелектуальних умов, які підтримують справжній діалог, визнаючи право всіх залучених сторін відстоювати свої позиції та ділитися своїми поглядами;
- послідовно діяти таким чином, щоб не ставити під загрозу інтереси

всіх зацікавлених сторін, організації, яку вони представляють, або суспільне благо.

Тому PR-фахівець публічного управління повинен керуватися Кодексом честі державного службовця, а також Кодексом професійної поведінки PR-фахівця у виконанні своїх обов'язків. Ці кодекси встановлюють зразковий стандарт, до якого люди повинні прагнути, щоб досягти найвищої продуктивності на роботі разом із особистим і професійним зростанням.

Виділяючи ключові риси професійної культури у публічному управлінні, можна виділити три найважливіші показники:

1. Являє собою явище, яке виникає в результаті людських дій і водночас є процесом, що постійно розвивається;
2. Визначає якість публічного управління.
3. Це складна система, яка самоорганізована і перебуває під впливом як зовнішніх (культура, дії суспільства), так і внутрішніх факторів (зокрема власними моделями розвитку системи).

Важливо підкреслити, що не існує загальновизнаної категоризації норм, що стосуються професійної культури в публічному управлінні. Кожна професійна група має чіткі стереотипи поведінки, а необхідні для ефективного виконання службових обов'язків компетенції розглядаються як професійно значущі риси. Багато експертів сходяться на думці, що ключовим фактором успішного виконання управлінських функцій на будь-якому рівні є те, як громадська думка сприймає управлінський персонал позитивно. Вивчаючи громадську думку, можна оцінити відповідність ідеальної моделі реальним обставинам.

Ознайомимося з результатами дослідження, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва у липні 2021 року., в якому акцентовано увагу на понятті «чиновники» [117]. Початкове запитання в опитуванні мало на меті виявити образи та асоціації, які виникають, коли люди чують слово «чиновник». Позитивне сприйняття іміджу посадовця серед респондентів помітно рідше. У тих рідкісних випадках чиновники

зображувалися як особи, які щиро дбають про інтереси держави та її громадян, характеризувались як освічені, ввічливі та працелюбні. І навпаки, більшість відповідей зображували чиновників як бездушну складову бюрократичної машини, що переслідує цілі, які здаються непрозорими для «простої людини», часто супроводжуючись такими рисами, якими це описується: зарозумілістю, відстороненістю від людських турбот, байдужістю і навіть хамством. Справжні якості, які приписують чиновникам, включають відсталість, апатію, некомпетентність, безвідповідальність, недотримання основних норм поведінки та відсутність поваги до людей.

Можна зробити висновок про те, що професійна культура у нинішніх чиновників відсутня, а всі її елементи – культура політична, культура правова, культура моральна, професійний аспект – сприймаються неохоче. Така неповага громадян до чиновників неминуче позначається на ефективності реалізації ними державної політики.

Такі показники не тільки неприпустимі, але й принципово суперечать роботі PR-фахівців. Зважаючи на те, що одним із їхніх головних обов'язків є підвищення довіри до органів публічного управління в суспільному сприйнятті, їхній власний згубний приклад посилює ерозію іміджу державної влади.

Непрозорість законів і правил, що керують офіційними установами, іноді розглядається як форма безграмотності чи неорганізованості, а часом розглядається як цілеспрямоване приховування цінної інформації від громадськості. Така ситуація підкреслює великий обсяг роботи для PR-фахівців, ще раз підтверджуючи необхідність таких послуг в органах публічного управління. Їхня головна роль має полягати у сприянні прозорості державної влади та зміцненні її справжнього зв'язку з суспільством.

У аналогічному ключі розглядалася «ідеальна модель» чиновника. Респонденти зазначили, що для ефективного виконання своїх обов'язків посадовець повинен мати професіоналізм та освіту. Однак простого професіоналізму не вистачає. Щоб бути радником чи консультантом і без

розчарування відповідати на численні «безглузді» питання, учасники опитування вважають, що чиновник має втілювати в собі доброту, терпіння, толерантність і готовність допомагати іншим.

Основними рисами «ідеального» чиновника респонденти часто називають чесність і законослухняність. Крім того, учасників запитали про ролі, які, на їхню думку, повинні виконувати чиновники, і відповіді можна розділити на дві основні групи. Перша група відображає традиційну авторитарно-патріархальну роль: очікується, що посадовець буде наглядати та керувати окремими особами, водночас надаючи допомогу та турботу «звичайним громадянам». Друга група, яку можна охарактеризувати як патерналістсько-демократичну, ставить пересічного громадянина над чиновником. З цієї точки зору, обов'язки чиновника виходять за межі служіння державі, вони також повинні захищати інтереси людей, діяти як міст між законом і вищою владою та забезпечувати злагоджений порядок у суспільстві, сприяючи розумінню та виконанню законів і волі держави.

Ключовий аспект дослідження зосереджувався на поглядах респондентів на те, які зміни та дії потрібні чиновникам в Україні, щоб покращити свою роботу та отримати більше переваг. Відповіді можна розділити на дві основні групи. Перша група відображає стереотипи радянських часів, пропагуючи такі заходи, як покарання, посилення контролю, організаційні чистки та «вербування чиновників» із робочої сили. Цікаво, що багато пропозицій щодо посилення нагляду спрямовані на державу, тобто вирішувати ці питання покликані ті самі чиновники. По суті, від бюрократичної системи очікується, що вона «сама підтягнеться». Однак така ситуація інколи спантеличує респондентів, змушуючи їх пропонувати створити недержавні комісії, що нагадують партійні структури минулого.

Відповіді другої групи ґрунтуються на складнішій логіці, яку можна умовно назвати «сучасною». У цьому контексті респонденти визнають складність проблеми та іноді пропонують комплексні програми, спрямовані на підвищення ефективності роботи чиновників:

1. Спеціальні навчальні заклади для підвищення кваліфікації державних службовців.
2. Відбір кандидатів шляхом конкурсного тестування для подальшого зарахування до порівнянних вищих навчальних закладів.
3. Прозора декларація доходів від діючих чиновників.
4. Відбір кандидатів на будь-яку державну посаду на конкурсній основі.
5. Стимулювання матеріальними засобами.
6. Закони, які прямо регулюють цей вид діяльності.
7. Суворий нагляд за державними установами, з боку громадських організацій.

Кваліфікації нинішніх чиновників, на думку опитаних, суттєво бракує, крім того, є помітний недолік у компетентності. Компетентність у широкому сенсі означає знання та обізнаність у певній сфері, а також повноваження та розуміння, необхідні для прийняття рішень, суджень та вжиття дій. Говорячи про компетентність державного службовця, можна виділити три основні рівні: цивільний, професійний і політичний.

Базовий рівень громадянської компетентності є важливим. Будь-яка дія громадянина регулюється Конституцією, законами, існуючою суспільною мораллю. Державні службовці стикаються з різними стандартами цивільної компетентності, оскільки вони представляють і державу, і суспільство. Від них очікується не лише дотримання правових та етичних норм, але й підтримка та захист конституційних рамок, одночасно культивуючи сприятливе сприйняття держави та відповідне ставлення серед її громадян.

Специфіка діяльності визначає професійний рівень компетентності. Коли професія описується як чітке поєднання знань, навичок, умінь і якостей, пов'язаних з певним типом роботи, професіоналізм можна розуміти як підвищений ступінь професійної майстерності. Цей високий рівень знань досягається завдяки досвіду та тривалому ототожненню людини з обраною професією. З цими аспектами невід'ємно пов'язаний рівень політичної компетентності, що визначає політичну культуру державного службовця як

цілісну систему знань, переконань і дій, вона дозволяє отримати єдине уявлення про політичну свідомість і діяльність. Політичний характер дій державних службовців очевидний у їхньому зв'язку з динамікою влади, а також у їхній здатності налаштовувати інтереси та потреби різних суспільних груп і приймати рішення, прийнятні для всіх залучених сторін.

Багато країн створили моделі для оцінки компетенції чиновників. Наприклад, у Нідерландах використовується модель «профілю управління», яка охоплює сім сфер компетенції, кожна з яких містить декілька характеристик, що відображають управлінську поведінку (загалом є 28 характеристик, деякі з яких можна кількісно оцінити, підвищуючи об'єктивність оцінки ефективності). Подібну модель можна знайти в таких країнах, як Австралія, Нова Зеландія, США та скандинавські країни. Загалом ці моделі узгоджуються з державною політикою, спрямованою на трансформацію адміністративних цінностей шляхом пріоритетності відкритості, прозорості та орієнтованого на споживача підходу до публічних послуг. Розглянемо ці моделі глибше.

Такі моделі можуть виступати в якості орієнтирів для оцінки здібностей державних службовців під час найму (де визначаються ключові якості для певної посади та вибираються кандидати на основі цих критеріїв), а також як орієнтир для професійного розвитку державних службовців. Узагальнюючи та пристосовуючи ці моделі до місцевих умов, можна виділити три основні категорії:

- знання, якими повинен володіти спеціаліст;
- навички, які має бути здатний продемонструвати спеціаліст;
- здібності та особисті якості, якими повинен володіти спеціаліст.

Окреслимо ключові моменти кожної категорії. Спеціаліст повинен знати:

- Конституцію України та статут органу публічного управління, що стосуються його професійної діяльності;
- законодавство, що стосується конкретної сфери суспільного життя,

пов'язаної з їх роботою;

- основні аспекти правової системи та законодавства, у тому числі механізми державно-правового регулювання процесів і відносин у суспільстві, а також забезпечення прав, законності та громадського порядку;

- першоджерела, теорії та академічні школи в галузі гуманітарних, економічних, соціальних і політичних знань;

- теорія та ключові поняття, пов'язані з управлінням суспільством і територіальним розвитком;

- принципи розвитку особистості, її свободи та обов'язки перед суспільством і державою;

- історія держави, включаючи ретроспективу та світовий досвід управління суспільними процесами та відносинами;

- загальновизнані моральні, етичні, правові та політичні норми, які керують взаємодією та стосунками, а також механізми їх дотримання та захисту;

- характер і структуру державної влади, в тому числі місцевого самоврядування;

- психологічні основи особистості, елементи політичної психології, вступні поняття теорії конфлікту та теорії переговорів.

Спеціаліст повинен володіти вмінням:

- враховувати конституційні та законодавчі норми та положення при вирішенні питань теорії та практики публічного управління;

- ґрунтувати свою роботу на моральних, етичних і правових стандартах;

- засновувати свою діяльність на наукових принципах, використовуючи сучасні методи збору, зберігання та обробки інформації, що стосується професійної діяльності.

- оволодіти науково-інноваційними пізнавальними методами, в обсязі, необхідному для вирішення управлінських завдань і виконання професійних обов'язків.

- розуміти сутність та суспільну важливість професії, а також основні

питання в рамках наукових дисциплін у їх системному контексті, який визначає конкретну сферу його адміністративно-управлінської діяльності.

Спеціаліст повинен володіти такими навичками:

- використання комп'ютера разом з іншими сучасними технологічними засобами;
- розуміння ділового спілкування та етикету;
- складання документів з використанням письмової та усної ділової мови;
- участь у діалозі, логічні міркування та переконання, посередництво та вирішення конфліктів;
- отримання нових ідей, передових технологій і стратегій управління;
- співпраця з різними групами та установами всередині уряду та суспільства;
- постановка цілей і завдань, що стосуються виконання професійних обов'язків;
- проведення комплексного аналізу управлінських ситуацій;
- формування соціальних планів і програм.

Спеціаліст повинен володіти певними особистісними властивостями:

- ініціативність, надійність, коректність, порядність, загальна культура, об'єктивність, лояльність;
- аналітичні здібності та об'єктивність;
- комунікабельність та уважність до оточуючих;
- знання політичних та соціальних питань;
- цивільна та службова відповідальність;
- професійна адаптованість;
- креативність і відкритість до нових ідей;
- дискретність у прийнятті рішень та здійсненні реформ;
- амбіції та прагнення піднятися по професійній ієрархії, одночасно сприяючи добробуту суспільства;
- бажання та здатність підвищувати свою кваліфікацію.

Якщо говорити про PR-спеціалістів, усі вищезазначені риси, атрибути, і навички однаково актуальні. Однак, окрім базової освіти, яка очікується від державного службовця, вони також повинні мати спеціалізацію у зв'язках з громадськістю. Враховуючи те, що PR перетинається з різними дисциплінами, PR-фахівець повинен добре знати науки, пов'язані з комунікаційним циклом, включаючи теорію комунікації, семіотику, маркетинг, рекламу та риторику. Крім того, сильні комунікативні навички є важливими для PR-фахівця, що дозволяє їм ефективно взаємодіяти з іншими, вести переговори, сперечатися та переконувати.

Ключовою проблемою щодо підготовки PR-фахівців для роботи у підрозділах зв'язків з громадськістю є тема спеціалізації та її практичності у вищій освіті. Ця дискусія триває протягом довгого часу в багатьох країнах.

У Великій Британії вся структура найму, навчання та просування по службі побудована таким чином, щоб виховати особливий тип професійного менеджера, відомого як загальний адміністратор. А. Романюк, стверджує, що особи, віднесені до категорії «спеціалісти», погано підходять для адміністративних ролей у країні. Він приходить до такого висновку, ґрунтуючись на переважаючому погляді на державне управління як на скоординований процес прийняття рішень, який балансує між «спеціальними інтересами», які відображені в експертних оцінках різних міністерств, і «зовнішніми інтересами», які артикулюються групами тиску [156, с. 25].

Ефективний управлінець повинен зберігати нейтралітет щодо конкретних питань, однак їхні знання та досвід вимагають від них досягнення балансу між різними інтересами. Такі професійні менеджери, яких за британською термінологією називають «джеренералістами» або «багатопрофільними спеціалістами», високо цінуються політичними керівниками міністерств. Загальновідомо, що лише обмежена кількість міністрів має спеціалізований управлінський досвід у відповідних сферах, що створює попит на консультантів – посадових осіб, здатних перетворювати експертні думки на пропозиції та проекти, зрозумілі міністру [49, С. 8].

Ще один важливий момент, який підтверджує роль «багатопрофільних спеціалістів» у державному апараті, це твердження, що наймання управлінців з різноманітним досвідом спрощує координацію загальних зусиль управління. Крім того, «вузькопрофільним спеціалістам» не вистачає спроможності оцінювати нові виклики в ширших рамках загальних обов'язків управління. «Багатопрофільні спеціалісти» здатні синтезувати досвід усього державного механізму лише тоді, коли вони перестають виконувати роль експерта в окремих сферах діяльності.

Водночас, останніми роками зростає кількість прихильників посилення впливу «вузькопрофільних спеціалістів» у державному управлінні, вони стверджують, що сучасна система публічного управління стала настільки заплутаною, що «багатопрофільні спеціалісти» не в змозі керувати підвищеним обсягом обов'язків, в результаті чого значна частина часу експертів приділяється формулюванню питань у зрозумілій для них формі.

Прихильники навчання випускників вищих навчальних закладів як «вузьких спеціалістів» також зауважують, що надмірна увага до вдосконалення загальної системи управління може завдати шкоди окремим сферам і конкретним завданням. А отже, це призводить до зниження ефективності всієї системи державного управління, утворюючи замкнутий цикл.

На даний час у Великій Британії приблизно 25% державних службовців є експертами в певних галузях, таких як право, економіка, наука та технології. Значення цих спеціалістів неухильно зростає; нині вони складають близько 60% керівників відомств державного апарату. Наприклад, з 1963 по 1980 рр. кількість професійних економістів в уряді зросла в десять разів, з 19 до 400 осіб. Концепція «інтегральної ієрархії» часто використовується, що дозволяє спеціалістам і адміністраторам тісно співпрацювати під єдиним керівництвом вищих посадових осіб. Тим не менш, «багатопрофільні спеціалісти» все ще переважають, вони становлять 75% від загальної кількості чиновників у країні.

Дослідження за різними спеціалізаціями у вищій освіті проводяться з

моменту створення спеціальності «Державне управління». За наявності в практиці управління поділу праці – субординаційного, функціонального, функціонально-технологічного, кваліфікаційного – стає доцільним окреслити методи вибору спеціалізацій.

Завдяки вертикальному поділу можливі наступні спеціалізації: державне управління та місцеве самоврядування. Цей метод враховує унікальні аспекти державних і місцевих послуг, а також відмінності у функціональних обов'язках державних службовців, та посадових осіб місцевого самоврядування які відносяться до обсягу і характеру їх функцій.

Горизонтальний поділ дозволяє ідентифікувати спеціалізації, пов'язані з окремими сферами основних функцій суспільства та змістовним характером функціональної діяльності. Це включає в себе управління соціально-політичними процесами та відносинами, що охоплює взаємодію між органами влади, державними установами та населенням, а також координаційні та комунікаційні процеси і відносини. Крім того, вона охоплює кадрову політику та адміністрування кадрів державної служби, регулювання соціально-економічних процесів і відносин, управління соціальною сферою, нагляд за міським господарством тощо.

Поряд із появою спеціалізацій в університетах державні службовці можуть здобувати освіту у сфері «зв'язків з громадськістю» на курсах підвищення кваліфікації. Наразі в органах публічного управління спостерігається дефіцит PR-фахівців. Проблема виникає через вимогу, щоб вони не лише володіли кваліфікацією у сфері зв'язків з громадськістю, але й мали вчений ступінь у галузі публічного управління та адміністрування. Ця необхідність зумовлена помітною відмінністю між «комерційним PR» і «державним PR», а також різними психологічними підходами цих фахівців: тоді як «комерційний PR» зосереджується на отриманні прибутку, головна мета PR-фахівців у публічному управлінні полягає в тому, щоб служити як державі, так і суспільству, зміцнюючи зв'язки між ними, забезпечуючи участь громадськості в процесі прийняття рішень, підвищення репутації органів

публічного управління в суспільстві. Крім того, без спеціалізованої підготовки з публічного управління PR-фахівцям буде важко аналізувати та вирішувати виклики, з якими вони стикаються, у всебічний спосіб, зокрема стосовно інших питань, якими керує відповідний орган.

Отже, запровадження спеціалізації «Управління суспільно-політичними процесами і відносинами» у вищих навчальних закладах і на факультетах спеціальності «Публічне управління та адміністрування» є дуже вигідним. Ця програма дозволить студентам глибше вивчити комунікаційний цикл, а також запропонує курси підвищення кваліфікації для державних службовців, які спеціалізуються на зв'язках з громадськістю. Підсумовуючи, важливо підкреслити, що ефективність діяльності органів публічного управління сьогодні тісно пов'язана з новими стандартами та змістом державної служби як професійного інституту управління.

Ключовим елементом впливу публічного управління на розвиток системи взаємодії держави та суспільства є рівень професійної підготовки PR-фахівців. У демократичному суспільстві важливо встановити нові принципи взаємодії з громадськістю: це прозорість, відкритість, соціальна доступність, прихильність до загальнолюдських цінностей, дотримання законів і суспільний нагляд. Значну роль у встановленні цих принципів відіграють підрозділи зі зв'язків з громадськістю в органах державного управління. Проте для ефективного функціонування цих підрозділів вкрай важливо підвищувати професійну культуру посадовців та підвищувати їх компетентність. Центральним напрямком їхньої діяльності має бути служіння не лише державі, а й суспільству.

Суть усіх цих перетворень можна втілити в одній ідеї: гуманізації державної служби. Відповідно до словника іншомовних слів, гуманізм визначається як система вірувань, принципів і моделей поведінки, яка визнає цінність людини разом з її правами на свободу, щастя, особистісний розвиток і прояв своїх здібностей [164]. Такий гуманістичний підхід у державній службі спрямовує державні управлінські ініціативи, проекти та діяльність на

суспільно значущі цілі, при цьому людина розглядається як найвища цінність у державі.

Тому втілення гуманізму в діях державних службовців, зокрема у відділах зв'язків з громадськістю, спрямованих на сприяння діалогу між державою та суспільством, буде важливим для підвищення довіри до органів публічного управління та підвищення їх загальної ефективності.

Висновки до розділу 3

1. За допомогою аналізу ієрархій, визначено «сценарій», який, швидше за все, сприятиме ефективним відносинам між громадськістю та органами публічного управління. На досягнення цієї мети впливає декілька факторів, зокрема система публічного управління, громадська думка, якість і кількість публічного капіталу, а також статус і соціально-економічний розвиток територіальної громади. Ці фактори формують різні суб'єкти, зокрема державні службовці, посадові особи місцевого самоврядування, спеціалісти зі зв'язків з громадськістю, населення в цілому, ЗМІ, громадські організації та ін. (по суті, цільові об'єкти зв'язків з громадськістю). Між цими силами та залученими акторами існує чіткий зворотній зв'язок.

2. Результати соціологічних досліджень дозволяють визначити основні шляхи розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в контексті інформаційного суспільства, що розвивається. Ця основа дозволяє побудувати стратегічну модель залучення громадськості. Ключовим напрямком у зміцненні цих відносин є їх інституціоналізація, яка охоплює як нормативні, так і організаційні рамки. Зараз активно ведуться роботи по розробці та реалізації стратегій управління зв'язками з громадськістю в публічному управлінні. Цей процес передбачає встановлення концептуальної основи зв'язків з громадськістю, розробку моделей ефективної комунікації з громадськістю, організацію спеціальних підрозділів зі зв'язків з громадськістю та сприяння прийняттю та виконанню стратегій, що стосуються

інформаційного суспільства. Крім того, це включає створення інформаційних і комунікаційних мереж, розвиток інструментальних та технологічних компонентів, необхідних для взаємодії з громадськістю.

3. Наступний напрямок покращення зв'язків з громадськістю органів публічного управління, зокрема в умовах інформаційного суспільства, передбачає розширення інформаційно-комунікаційних ресурсів, що використовуються для залучення громадськості, за допомогою сучасних технічних засобів та соціальних технологій. Цей процес охоплює різноманітні канали та методи інформаційно-комунікаційної взаємодії, які включають як традиційні медіа-ресурси, такі як телебачення, газети, журнали та радіо, так і інноваційні платформи діючі в мережі «Інтернет», інформаційно-комунікаційні технології та інтерактивне спілкування. Виставки, конференції, семінари, «круглі столи», фестивалі, соціальні та культурні заходи, спортивні змагання тощо є ефективними інструментами комунікації, коли громада пов'язана з певним середовищем, заохочуючи більшу участь громадян у місцевому житті. При здійсненні інформаційно-комунікаційних взаємодій важливо враховувати громадську думку.

4. Запропонована модель розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства ґрунтується на таких елементах, як наукове забезпечення процесів зв'язків з громадськістю, що використовуються органами публічного управління, та сучасні інформаційно-комунікаційні технології. Діяльність, що пов'язана з управлінням зв'язками з громадськістю, відбуватиметься через комунікативну взаємодію між трьома сторонами: органом публічного управління, підрозділом зі зв'язків з громадськістю та різними сегментами громадськості.

5. Запропоновано концептуальне обґрунтування стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

У Стратегії підкреслюється, що накопичення публічного капіталу органами публічного управління разом із його здатністю сприяти ефективній

публічній дискусії та комунікації відіграє вирішальну роль у формуванні позитивної громадської думки сьогодні.

Викладена Стратегія, визначає цілі, завдання, принципи та основні шляхи взаємодії з цільовими об'єктами зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. В Україні метою зміцнення відносин між органами публічного управління та громадськістю в цьому інформаційному контексті є посилення суспільної довіри, забезпечення інформаційно-комунікативного супроводу важливих суспільно значущих ініціатив та покращення взаємодії з громадськістю шляхом використання сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій.

Завдання зв'язків з громадськістю, окреслені в Стратегії, обираються шляхом аналізу ідеологічної та інформаційної ролі PR-підрозділів у різних територіальних громадах, а також стратегії розвитку інформаційного суспільства. Важливо підкреслити, що ця Стратегія подана в узагальненому вигляді, тобто не враховує конкретних умов розвитку окремої територіальної громади. У Стратегії викладаються орієнтири, які мають однакове значення для всіх видів органів публічного управління.

Основним елементом Стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, є залучення цільової аудиторії.

6. Доведено, що для забезпечення якісної роботи підрозділів зі зв'язків з громадськістю необхідно постійно вдосконалювати їхню інституційно-організаційну структуру. Основними напрямки удосконалення є: чітке визначення ролі та функцій; оптимізація структури; створення ефективної системи управління; ресурсне забезпечення: Удосконалення інституційно-організаційного забезпечення підрозділів зі зв'язків з громадськістю є складним і багатогранним процесом, який вимагає системного підходу та залучення широкого кола фахівців. Результатом такої роботи має стати створення ефективної системи комунікації, яка дозволить органам державної влади більш ефективно взаємодіяти з громадськістю та підвищити рівень

довіри до державних інституцій.

Запропоновано удосконалення інституційно-організаційного забезпечення підрозділів зв'язків з громадськістю, шляхом застосування нової схеми організаційної структури даного підрозділу. На нашу думку керівний склад складається з директора та двох заступників. Перший заступник директора координує діяльність двох відділів: соціально-політичних досліджень та взаємодії з громадськими об'єднаннями. Ця роль також передбачає організацію наукової оцінки документів, програм і дослідницьких ініціатив, визначення пріоритетів для створення банку даних і збереження накопичених соціологічних даних. Ще один заступник відповідає за роботу прес-служби, до складу якої входить відділ друкованих та електронних ЗМІ.

7. Розвиток підрозділів зі зв'язків з громадськістю є одним з ключових факторів успішної комунікації органів державної влади з громадянами. Для забезпечення ефективної роботи таких підрозділів необхідно постійно вдосконалювати їхню кадрову складову. Визначено основні напрямки удосконалення: підвищення кваліфікації; формування команди професіоналів; мотивація та заохочення; створення сприятливих умов праці; впровадження нових технологій: використання систем управління знаннями, застосування аналітичних інструментів; розробка мобільних додатків та чат-ботів. Постійне вдосконалення кадрової складової підрозділів зі зв'язків з громадськістю є необхідною умовою для забезпечення ефективної комунікації органів державної влади з громадянами. Інвестування в розвиток людського капіталу дозволить підвищити професійний рівень співробітників, створити сприятливі умови для їхньої роботи та досягти високих результатів у комунікаційній діяльності.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі по-новому вирішено актуальне наукове та практичне завдання щодо розробки теоретичних засад та практичних рекомендацій вдосконалення розвитку зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, що дозволило сформулювати наступні теоретичні положення висновки і пропозиції:

1. Узагальнення теоретичних основ зв'язків із громадськістю у сфері публічного управління дало змогу систематизувати концептуальні підходи до визначення зв'язків з громадськістю, що поглиблюють і розширюють уявлення про інституційні особливості зв'язків з громадськістю з урахуванням специфіки публічного управління, відповідних аспектів вибраних концепцій (зв'язки з громадськістю, як функцію управління та як аспект інформаційно-комунікаційних відносин), а також наголос на унікальних характеристиках публічного управління (максимальна наближеність до громадськості) і нові тенденції суспільного розвитку.

Визначено мету діяльності зі зв'язків з громадськістю, що полягає у створенні ефективної системи комунікацій між органами публічного управління та громадськістю, яка спрямована на оптимізацію соціальної взаємодії. З'ясовано, що предметом зв'язків з громадськістю є створення ефективного публічного дискурсу та посилення інформаційної взаємодії між суб'єктом та його цільовою аудиторією. Доведено, що інструменти зв'язків з громадськістю є сукупністю соціальних технологій, які складають зміст діяльності суб'єктів.

2. Досліджено інформаційне суспільство як фактор розвитку зв'язків з громадськістю в органах публічного управління. Виявлено, що розвиток сучасного інформаційного суспільства сприяє формуванню нової системи інформаційно-комунікативних відносин в органах публічного управління за допомогою підрозділів по зв'язках з громадськістю. З'ясовано основні

завдання, PR-підрозділів: підвищення довіри громадськості до органів публічного управління шляхом створення механізмів зворотного зв'язку та задоволення інформаційних потреб громадськості; досягнення прозорості шляхом розвитку ринку інформації та знань у публічному управлінні разом із системою, яка захищає права громадян на доступ до інформації; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних та інтелектуальних технологій шляхом активізації процесів інформаційної інтеграції та підвищення освітньої кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування.

3. Визначено, що до основних функцій відділів зв'язків з громадськістю в органах публічного управління належать управлінська, комунікативна, інформаційна, аналітико-прогностична, організаційно-координаційна, інтегративна, публічна функції. Для виконання цих функцій необхідно вирішити декілька завдань: передбачення, аналіз і прогнозування тенденцій громадської думки, інтерпретація даних досліджень громадської думки, взаємодія зі ЗМІ, створення та розповсюдження інформації через численні канали, адаптовані до різноманітних цільових аудиторій, організація та виконання різноманітних заходів таких як прес-конференції та круглі столи, а також сприяння активній участі громадян у заходах, організованих органами публічного управління, серед інших обов'язків.

Принципи функціонування служб зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства взаємопов'язані з принципами громадянського суспільства. До цих принципів належать: соціальна відповідальність, демократизм, принцип альтернативності, пильність, пріоритет права (законності), технології.

4. Проаналізовано сучасний стан розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління, з'ясовано, що іони набувають все більшої важливості в умовах розвитку інформаційного суспільства та зростання вимог громадян до прозорості та відкритості влади. Сучасні технології та зміна соціальних очікувань спричиняють необхідність постійного вдосконалення комунікаційних стратегій органів влади. Ключовими тенденціями розвитку

PR-діяльності є: цифрова трансформація; особистісний підхід; проактивна комунікація; транспрозореність; орієнтація на результати; кризисна комунікація; партиципативна демократія.

Проаналізовано основні фактори та проблеми що впливають на функціонування PR-підрозділів. Серед факторів визначені наступні: наслідки системної соціально-економічної кризи, що виникла в Україні під час встановлення державного суверенітету, демократизації суспільного життя, лібералізація економіки, перебудови соціально-економічних відносин; поява в масовій свідомості специфічних стереотипів, рис, характеристик, характерних для перехідного періоду; відсутність (або нерозвиненість) середнього класу як найважливішої складової громадянського суспільства та публічного управління, а також негативний вплив соціального невдоволення середнього класу; «прискорення» історичного часу, що позначається збільшенням частоти істотних об'єктивних змін, що стосуються окремих людей, місцевих спільнот і суспільства в цілому; процес інформатизації суспільства, що триває.

До основних проблем віднесено: цілепокладання через відсутність цілісної PR-стратегії, необхідність формування суб'єкт-суб'єктної моделі PR-комунікації між органами публічного управління та громадянами; інституціоналізації зв'язків з громадськістю; рівень професіоналізму PR-фахівців та законодавча база, що забезпечує їх роботу.

5. Обґрунтовано стратегію розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. Стратегія, визначає цілі, завдання, принципи та основні шляхи взаємодії з цільовими об'єктами зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. В Україні метою зміцнення відносин між органами публічного управління та громадськістю в цьому інформаційному контексті є посилення суспільної довіри, забезпечення інформаційно-комунікативного супроводу важливих суспільно значущих ініціатив та покращення взаємодії з громадськістю шляхом використання сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій. У Стратегії підкреслюється, що

накопичення публіцитного капіталу органами публічного управління разом із його здатністю сприяти ефективній публічній дискусії та комунікації відіграє вирішальну роль у формуванні позитивної громадської думки сьогодні. Залучення цільової аудиторії є основним елементом Стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

6. Запропоновано напрями удосконалення інституційної та кадрової складової підрозділів зі зв'язків з громадськістю. Запропоновано удосконалення інституційно-організаційного забезпечення підрозділів зв'язків з громадськістю, шляхом застосування нової схеми організаційної структури даного підрозділу. На нашу думку керівний склад складається з директора та двох заступників. Перший заступник директора координує діяльність двох відділів: соціально-політичних досліджень та взаємодії з громадськими об'єднаннями. Ця роль також передбачає організацію наукової оцінки документів, програм і дослідницьких ініціатив, визначення пріоритетів для створення банку даних і збереження накопичених соціологічних даних. Ще один заступник відповідає за роботу прес-служби, до складу якої входить відділ друкованих та електронних ЗМІ. Тепер давайте детальніше розглянемо функції всіх чотирьох відділів.

Доведено, що ключовим елементом впливу публічного управління на розвиток системи взаємодії держави та суспільства є рівень професійної підготовки PR-фахівців. Проте для ефективного функціонування цих підрозділів вкрай важливо підвищувати професійну культуру посадовців та підвищувати їх компетентність. Центральним напрямком їхньої діяльності має бути служіння не лише державі, а й суспільству.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авер'янов В.Б., Пухтецька А.А. Адміністративно-правові засади подолання кризових явищ в сфері державного управління. *Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Право.* 2011. Вип. 1. С. 159-176.
2. Агафонова Н. О. Сутність зв'язків з громадськістю в системі публічного управління. *Публічне управління та регіональний розвиток.* 2018. № 1. С. 10–31.
3. Айзексон В. Інноватори: Як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію. Київ: Наш Формат, 2017. с. 488.
4. Алексєєв В. М. Взаємовідносини держави та суспільства в Україні: монографія. Чернівці: Технодрук, 2010. 524 с.
5. Акайомова А. Інформаційно-комунікативні процеси. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса,* 2012. Вип. 2. С. 77–84.
6. Антонова Л.В., Антонов А.В., Івашова Л.М. Інформаційно-комунікаційні інструменти забезпечення ефективного врядування в Україні на державному та регіональному рівнях. *Публічне управління та митне адміністрування.* 2023. № 1 (36). С. 10-17.
7. Антонова Л., Мохова Ю. Удосконалення механізмів електронного урядування в Україні в умовах цифрових перетворень. *Публічне управління та регіональний розвиток.* Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили. 2022. №15. С. 10–29.
8. АрендтХ. Між минулим і майбутнім. Київ: Дух і літера, 2002. 321 с.
9. Архипова Є.О., Дмитренко Н.О. Ефективна комунікація між органами державної влади та громадськістю як умова розвитку демократичного суспільства. *Інвестиції: практика та досвід.* 2016. №1. С. 92-

96.

10. Афонін Е.А., Гонюкова Л.В. Громадська участь у творенні та здійсненні державної політики. Київ: ПАДУ, 2006. 126 с.

11. Бажинова О.А. Взаємодія органів публічної влади з громадськістю як чинник демократизації державного управління. *Державне будівництво*. 2011. №2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2011_2_54 (дата звернення: 17.06.2024).

12. Бакуменко В.Д. Формування державно-управлінських рішень: проблеми теорії методології, практики: монограф. Київ: Вид-во УАДУ, 2000. 328 с.

13. Бакуменко В.Д., Надолішній П.І. Теоретичні та організаційні засади державного управління: навч. посіб. Київ: Міленіум, 2003. 256 с.

14. Балабанова Л. В., Савельєва К. В. Паблік рилейшинз: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2008. 528 с.

15. Барікова А.А. Електронна держава: нова ефективність урядування: монографія. Київ: Юрінком Інтер, 2016. 224 с.

16. Башук А.І. Зв'язки з громадськістю: підходи до розуміння терміна. *Наукові записки Інституту журналістики*. К., 2009. Т. 35. С. 153-158.

17. Бачило І.Л., Соснін О.В. Інноваційний розвиток нації і становлення засад інформаційного і громадянського суспільства. *Вісник НТУУ "КПІ" Політологія. Соціологія. Право*. 2011. №4(12). URL: <http://visnyk-psp.kpi.ua/article/view/123467>. (дата звернення: 17.06.2024).

18. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшинз: монографія. Київ: МАУП, 2005. 440 с.

19. Безугла, Л. Р. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / Л. Р. Безугла, Є. В. Бондаренко, П. М. Донець, А. П. Мартинюк, О. І. Морозова, І. С. Шевченко; Під заг. ред. І. С. Шевченко; В.о. Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків: Константа, 2005. 355 с.

20. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства. Сучасна

зарубіжна соціальна філософія. Хрестоматія / Упоряд. В. Лях. Київ: Либідь, 1996. с. 194-250.

21. Бережний В.О. Сучасні концепції публічного управління. *Актуальні проблеми державного управління*. 2013. № 2. С. 31-38.

22. Берназюк О. Роль та місце цифрових технологій у сфері публічного управління. *Інформаційне право*. 2017. №10. URL: <http://pgpr-journal.kiev.ua/archive/2017/10/35.pdf>. (дата звернення: 17.06.2024).

23. Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Нац. юрид. акад. України ім. Я. Мудрого, Акад. прав. наук України. Харків: Право, 2005. 303 с.

24. Білюк А.В. Управлінські засади формування професійної культури державних службовців. *Публічне управління та адміністрування в Україні*. 2023. Вип. 33. С. 151-155.

25. Блінцова В.О. Процес медіатизації політики та функції мас-медіа у сучасному суспільстві. *Актуальні проблеми політики: зб. наук. пр.* Одеса, 2013. Вип. 49. С. 126–131.

26. Бобко Л.О., Мучичко К.Ю. Участь громадськості у процесах оптимізації публічного управління в Україні. *Молодий вчений*. 2020. №4. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/4/80.pdf>. (дата звернення: 17.06.2024).

27. Богомолова М.Н. Роль коммуникации в современном гражданском обществе. *Гуманитарные научные исследования*. 2012. № 9. URL: <http://human.snauka.ru/2012/09/1654>. (дата звернення: 17.06.2024).

28. Боднарчук О.В. Взаємозв'язок влади та мас-медіа. *Гілея: наук. вісн.* 2014. Вип. 85. С. 330–334. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2014_85_86. (дата звернення: 17.06.2024).

29. Бодріяр Ж. Симулякри та симуляція. Київ: Основи, 2004. 230 с.

30. Бойченко М.І. Подолання неймовірності соціального досвіду. *Альманах. Філософські проблеми гуманітарних наук*. 2014. № 24. С. 18–24.

31. Бондаренко А. Інформаційні технології як механізм взаємодії органів влади з громадськістю. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2009. Вип. 1 (1). URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2009/2009-01\(1\)/Bondarenko.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2009/2009-01(1)/Bondarenko.pdf). (дата звернення: 12.06.2024).
32. Бурдє П. Практичний глузд. Київ: Український Центр духовної культури, 2003. 503 с.
33. Бутко М.П., Дітковська М.Ю. Формування інформаційного забезпечення в системі державного управління: монографія. Ніжин: Аспект-Поліграф, 2010. 244 с.
34. Ванюшина О. Ф. Волонтерський рух в Україні: еволюція, сучасний стан та статус. *Вісник Національного університету оборони України*. 2015. Вип. 1. С. 275-281.
35. Василенко В. С., Матов О. Я. Теорія інформації та кодування. Київ: ІПРІНАН України, 2014. 439 с.
36. Васильковський О.Т. Основні складові концептуальної моделі взаємодії органів публічного управління з громадськістю. Електронне наукове видання "Публічне адміністрування та національна безпека". 2022. №5. URL:<https://doi.org/10.25313/2617-572X-2022-5-8275>.(дата звернення 25.03.2024).
37. Васильковський О.Т. Фактори, що детермінують взаємодію органів публічного управління з громадськістю у цифровій реальності. *Наукові перспективи*. 2022. №9(27). С.46-57.
38. Висоцька О.Є. Віртуальна реальність та постраціональна комунікація в контексті становлення суспільства постмодерну. *Гуманітарний часопис*. 2007. № 4. С. 5–11.
39. Взаємодія держави і суспільства в процесах публічної політики: наук. розробка / авт. кол. : С. О. Телешун, І. В. Рейтерович, С. В. Ситник та ін. Київ: НАДУ, 2013. 44 с.
40. Влада і суспільство: діалог через громадські ради: монографія / Шайгородський Ю.Ж., Андрійчук Т.С., Дідух А.Я. та ін.; за заг. ред. Ю.Ж.

Шайгородського. Київ: Паливода А. В., 2011. 148 с.

41. Воробйова О.П. Сучасні управлінські моделі NewPublicManagement і GoodGovernance та їх запровадження в Україні. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 42. С. 230-234

42. В Україні кількість інтернет-користувачів зросла до 23 мільйонів. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2797152-v-ukraini-kilkist-internetkoristuvaciv-zrosla-do-23-miljoniv.html>. (дата звернення: 17.04.2024).

43. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство / Пер. з нім. Онишко А. Львів: Літопис, 2000. 319 с.

44. Гаєва Н. П. Загальні засади взаємодії органів державної влади і об'єднань громадян. *Органи державної влади України*: монографія / за ред. В. Ф. Погорілка. Київ : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2002. С. 471-483.

45. Гаєва Н. П. Форми взаємодії органів державної влади і об'єднань громадян. *Органи державної влади України*: монографія / за ред. В. Ф. Погорілка. Київ : Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2002. С. 483-505.

46. Гонюкова Л. Політичні партії як інститут державної політики та управління: теоретико-методологічний аналіз : монографія. Київ: НАДУ, 2009. 392 с.

47. Горбань Ю.О. Новітні комунікативні можливості у взаємодії ЗМІ, органів державної влади та громадських організацій. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2013. № 4. С. 38–46.

48. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс: монограф. / наук. ред. Л. А. Дубровіна; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ: [б.в.], 2010. 360 с.

49. Гриб В.І., Лапшин С.А, Мельник Е.А. Публічна служба:

європейський досвід. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2020. Вип. 16. С. 7-14.

50. Грузинська І. В. Розвиток комунікативних здібностей державних службовців – запорука ефективного управління. *Демократичне врядування: наука, освіта, практика*. 2009. Т. 3. С. 39–41.

51. Дегтяр А.О. Управлінські рішення в органах державної влади: монограф. / за ред. А.О. Дегтяра. Харків: Вид-во “С.А.М.”, 2010. 276 с.

52. Державне та регіональне управління в соціальній сфері: монограф. / за заг. ред. д-ра наук з держ. упр., проф. А.О. Дегтяра. Харків: С.А.М., 2015. 551 с.

53. Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади: навч. посіб. / За заг. ред. Н.Р. Нижник, В.М. Олуйка. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2002. 352 с.

54. Державне управління в Україні: організаційно-правові засади: навч. посіб. / за заг. ред. Н.Р. Нижник. Київ: УАДУ, 2002. 164 с.

55. Державне управління в Україні: централізація і децентралізація: монограф. / за ред. проф. Н.Р. Нижник. Київ: УАДУ, 1997. 448 с.

56. Державне управління: теорія і практика: навч. посіб. / за ред. В. Авер'янова. Київ: Юрінком-Інтер, 1998. 431 с.

57. Державне управління: Словн.-довід. / уклад. В.Д. Бакуменко та ін. Київ: УАДУ, 2002. 228 с.

58. Дзьобань О. П. Філософія інформаційних комунікацій: монографія. Харків : Майдан, 2012. 224 с.

59. Детермінанти розвитку публічного управління та адміністрування в Україні: колективна монографія / за заг. ред. Н.С. Орлової. Харків: ВД «Право», 2020. 262 с.

60. Драчов Є. В. Сутність та функції комунікації в системі державного управління. *Науковий вісник Академії муніципального управління*. 2014. № 3. С. 159–167.

61. Дрешпак В.М. Комунікації в публічному управлінні: навч. посіб.

Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с.

62. Жарлінська Р. Свіргун О. Категорії «паблік рилейшнз» та «зв'язки з громадськістю» : теоретичний аспект. URL: <http://intkonf.org/k-e-n-zharlinska-rg-svirgun-o-kategoriyi-pablik-rileyshnz-ta-zvyazki-z-gromadskisty-teoretichniy-aspekt/> (дата звернення: 17.06.2024).

63. Жовнірчик Я., Тимофієв С. Корупція як одна з перешкод у формуванні професійної культури публічних службовців. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2022. № 16. С. 466-496.

64. Зв'язки з громадськістю. Стаття Вільної енциклопедії «Вікіпедії». URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%Зв'язки_з_громадськістю (дата звернення 15.05.2024).

65. Зв'язки з громадськістю. Стаття Електронної версії «Великої української енциклопедії». URL: https://vue.gov.ua/Зв'язки_з_громадськістю (дата звернення 15.05.2024).

66. Зінченко А.Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. *Українській соціум*. 2005. № 5-6. С. 164-169.

67. Електронне врядування в Україні: аналіз та рекомендації. Результати дослідження / О.А. Баранов, І.Б. Жиляєв, М.С. Демкова, І.Г. Малюкова; за ред. І.Г. Малюкової. Київ: Поліграф-Плюс, 2007. 254 с.

68. Електронне урядування : підручник / авт. кол. : В. П. Горбулін, Н.В. Грицяк, А. І. Семенченко, О. В. Карпенко та ін.; за заг. ред. проф. Ю.В. Ковбасюка ; наук. ред. проф. Н. В. Грицяк, проф. А. І. Семенченка. Київ: НАДУ, 2014. 352 с.

69. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін.; за ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трощинського, Ю.П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.

70. Ібрагімова І. Паблік рилейшнз і державне управління. *Вісник УАДУ*. 2002. № 4. С. 242-247.

71. Івашова Л. М., Івашов М.Ф. Особливості використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для запобігання та протидії корупції

в системі публічного управління. *Модернізація публічного управління в умовах глобальних змін світового простору: колективна монографія*. 2021. Львів-Торунь: Ліга -Прес, 2021. С. 29–54.

72. Інформаційний вплив: теорія і практика прогнозування: монограф. / за ред. П.Д. Фролова; Національна акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. Київ: Міленіум, 2011. 304 с.

73. Інформаційне суспільство: сучасні трансформації: монографія / За ред. У. Лешко; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця: ФОП Корзун Д.Ю. 2020. 401 с.

74. Інформаційно-комунікативна діяльність органів публічної влади: монографія / В.С. Куйбіда та ін.; за заг. ред. В.С. Куйбіди, О.В. Карпенка; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ: Компринт, 2018. 363 с.

75. Інформаційні технології та автоматизація: монографія / З.В. Бондаренко, Н.В. Борисова, О.В. Бурдейна та ін. ; за заг. ред. С.В. Котлика; Одес. нац. акад. харч. технологій. Одеса: Астропринт, 2020. 248 с.

76. Кабанець, О.С., Слюсаренко С.В. Феномен культури через призму державного управління. *Вісник Національної Академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 3. С. 59-62.

77. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови / 3-тє вид., опрацьоване і доповн. Львів: БаК, 2008. 512 с.

78. Киричок А. П. Теорія та практика створення сучасної моделі освіти у галузі PR: монографія. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2017. 236 с.

79. Кияниця Є. О. Основні моделі зв'язків з громадськістю в соціально-культурній сфері. *Інтегровані комунікації*. 2016. Вип. 1. С. 36-42.

80. Коврига О. С. Взаємодія органів державної влади з громадськістю в системі державного управління України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2020. № 2. Т. 31 (70). С. 109–114.

81. Кодекс адміністративного судочинства України: Кодекс України від 06.07.2005 № 2747-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747->

15/ed20170803#Text. (дата звернення: 09.08.2024 р.)

82. Козаков В.М., Рашковська О.В., Ребкало В.А., Романенко Є.О., Чаплай І.В. Державно-громадянська комунікація: шлях від кризи до взаємодії: монографія. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2017. 288 с.

83. Колосок С. В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління: авто-реферат дис. ... канд. наукздерж. управл.: 25.00.01. Київ, 2003. 20 с.

84. Конституція України. від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 17.03.2024).

85. Концепція інформаційної безпеки України: проект. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/0/2/175056.pdf> (дата звернення: 09.01.2024).

86. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (з протоколами) (Європейська конвенція з прав людини). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/995_004. (дата звернення: 09.01.2024).

87. Корнієнко В.О. Правові основи громадянського суспільства сучасної України. Одеса, 2007. 206с.

88. Корнійчук О. Зв'язки з громадськістю як інструмент державної політики в Україні. *Ефективність державного управління*: зб.наук. пр. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2006. Вип. 10. С. 114-121.

89. Королько В.К. Моделі зв'язків політичного режиму з громадськістю. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2012. Вип. 6. С. 7-29.

90. Королько В.Г., Некрасова О.В. Інституціоналізація системи зв'язків з громадськістю (PR) в Україні: аналіз моделей. *Проблеми розвитку соціологічної теорії. Трансформація соціальних інститутів та інституціональної структури суспільства*. Київ: САУ, ІС НАНУ, 2003. С. 43.

91. Корольов І.Р. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія. *STUDIA LINGUISTICA*, 2012. №6\2. URL:

<https://studia-linguistica.knu.ua/ponjattja-diskursu-v-suchasnomu-movoznavstvi-viznachennja-struktura-tipologija/> (Дата звернення 18.05.2024).

92. Кохан А.І. Державна комунікативна політика – механізм ефективної діяльності інституту публічної влади в Україні. Держвне управління: теорія та практика. 2011. № 1. С. 2–8.

93. Критерії належності до журналістики та ставлення до єдиної прескарти. Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. URL: <https://dif.org.ua/article/kriterii-nalezhnosti-do-zhurnalistiki-ta-stavlennya-do-edinoi-preskarti>. (дата звернення 25.03.2024).

94. Киричок А. П. Дослідження PR-освіти: міжнародна та вітчизняна парадигма. *Технологія і техніка друкарства*. 2016. №3(53). С. 98–109.

95. Крутій О.М. Діалогова взаємодія органів державної влади та громадськості: монографія. Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2008. 302 с.

96. Куйбіда В.С., Шпекторенко І.В. Професійна мобільність та проблеми професіоналізації персоналу публічного управління: монографія. Київ: НАДУ, 2018. 256 с.

97. Куйбіда В.С. PR як умова успішного функціонування органів місцевого самоврядування. *PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: монографія* / О.В. Бабкіна, В.В. Басалюков, В. М. Бебик та ін. Симферополь: МАУП, 2003, С. 153-168.

98. Лазор О.Д., Лазор О.Я., Лазар І.Г. Основи державного управління та місцевого самоврядування : навч. посіб. Київ: Дакор, 2007. 312 с.

99. Литвин А. В. Завдання медіаосвіти в контексті підвищення якості професійної підготовки. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2009. № 4. С. 9–21.

100. Лопушинський І.П. «Цифровізація» як основа державного управління на шляху трансформації та реформування українського суспільства. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2018. № 2. URL: <http://www.srbss-nbuiv.ua/> (дата звернення

25.03.2024).

101. Людино центрична система державного управління в Україні: утопія чи шанс: монограф / за заг. ред. Г.А. Дмитренко. Київ: ДКС-Центр, 2014. 240 с.

102. Мазур В. Г. Комунікації як механізм взаємодії державних органів влади та громадськості на регіональному рівні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2011. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=313> (дата звернення: 09.07.2024).

103. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги. пер. з англ. А.А. Галушки, В.І. Постнікова. Київ: Ніка-Центр, 2015. 388 с.

104. Малаш С. М. Аналіз взаємодії з громадськістю органів виконавчої влади. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 19. С. 87–89.

105. Малиновський В.Я. Державне управління: навч. посіб. Київ: Атака, 2003. 576 с.

106. Мартинов Д. Ю., Обушна Н. І. Феномен корупції в системі публічного управління: теоретичні аспекти наукового дискурсу. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 8. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1720>. (Дата звернення 15.07.2024).

107. Мельниченко Б. Сучасна парадигма публічного управління: практичний вимір для України. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія: “Юридичні науки”*. № 1 (29), 2021. С. 104-409.

108. Місцеве самоврядування в Україні: сучасний стан та основні напрями модернізації : наук. доп. / [ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк, К. О. Ващенко, В. В. Толкованов та ін.] ; за заг. ред. д-ра наук з держ. упр., проф. Ю. В. Ковбасюка. – К. : НАДУ, 2014. – 128 с.

109. Нікітін В.В. Ресурсний потенціал становлення громадянського суспільства в Україні: монографія. Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2006. 248 с.

110. Нижник Н.Р., Пашко Л.А., Олуйко В.М., Кіндзерський С.А. Ділове спілкування у сфері державного управління. Хмельницький: ТОВ «Поліграфіст», 2005. 195с.
111. Олійченко І. М., Дітковська М. Ю., Юрченко Ю. Д. Зв'язки з громадськістю в системі державного управління як фактор публічності влади. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 1 (1). С.198-204.
112. Органи публічної влади. Стаття Вільної енциклопедії «Вікіпедії». URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%Населення_України (Дата звернення 15.05.2024).
113. Орлова Н., Мохова Ю. Європейські орієнтири цифрових трансформацій у електронному урядуванні. *Наукові перспективи*. 2021. №7 (13). С. 97–106.
114. Ортега-і-Гассет, Х. Бунт мас. Ортега-і-Гассет Х. «Вибрані твори». Київ: Основи, 1994. С. 15-139.
115. Пеліванова Н.І. Правове регулювання публічних консультацій: міжнародні стандарти та завдання для України. *StrategicPriorities*. 2019. № 1(49). С. 73-79.
116. Пісоцький В. Комунікативна активність територіальної громади в процесі здійснення місцевого самоврядування в Україні. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2013. Вип. 4 (19). С. 240-251.
117. Політичні партії очима виборців: як створити передумови ефективного представництва. Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. URL: <https://dif.org.ua/article/politichni-partii-ochima-vibortsiv-yak-stvoriti-peredumovi-efektivnogo-predstavnitstva>. (дата звернення 25.03.2024).
118. Попов С. М. Наукова парадигма суб'єкт-суб'єктного управління в умовах сучасного континууму. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2010. Вип. 43. С. 166-175.
119. Пономарів О. Культура слова: мовностилістичні поради. Київ: Либідь. 2011. 240 с.
120. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Т. І. У полоні

Платонових чарів / Пер. з англ. О. Коваленко. Київ: «Основи», 1994. 444 с.

121. Поступна О.В. Публічне управління регіональними освітніми системами в Україні: монографія. Харків: ТОВ «Оберіг», 2021. 400 с.

122. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Знання, КОО, 2000. 506 с.

123. Практичні аспекти публічного управління в контексті сталого розвитку: монографія / [В. М. Бабаєв, М. М. Новікова, С. І. Чернов та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : Друкарня Мадрид, 2019. 238 с.

124. Про вдосконалення державного управління в інформаційній сфері: Указ Президента України від 26 вересня 2005р. №1338/2005. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1033/98#Text>. (дата звернення: 17.05.2024).

125. Про громадські об'єднання: Закон України від 22.03.2012 р. № 4572-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>. (дата звернення: 17.10.2024).

126. Про державну таємницю: Закон України від 21.01.1994 р. № 3855-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3855-12#Text> (дата звернення: 17.10.2024).

127. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>. (дата звернення: 07.05.2024).

128. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003р. № 851-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>. (дата звернення: 07.07.2024).

129. Про електронні комунікації: Закон України від 16.12.2020 р. № 1089-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>. (дата звернення: 07.08.2024).

130. Про електронний цифровий підпис Закон України від 22.05.2003р. № № 852-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15#Text>. (дата звернення: 07.07.2024).

131. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики: Постанова Кабінету Міністрів України від 03.11.2010 р. № 996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF#Text>. (дата звернення: 17.09.2024).

132. Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних: Постанова Кабінету Міністрів України від 21.10.2015 № 835. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/835-2015-п>. (дата звернення: 27.05.2024)

133. Про затвердження Порядку ведення Реєстру громадських об'єднань: Постанова Кабінету Міністрів України від 19.12.2012 р. № 1212. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1212-2012-%D0%BF#Text>. (дата звернення: 27.05.2024).

134. Про звернення громадян: Закон України від 02.10.1996 р. № 393/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення: 02.09.2024).

135. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>. (дата звернення: 02.08.2024).

136. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 р. № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>. (дата звернення: 07.05.2024).

137. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення: 07.07.2024).

138. Про національну програму інформатизації: Закон України від 04.02.1998. № 74/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення: 07.04.2024).

139. Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021–2026 роки: Указ Президента України від 7 вересня 2021 року № 487/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2021#Text> (дата звернення 25.03.2024).

140. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Закон України від 09.01.2007. № 537-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text>. (дата звернення: 05.05.2024).

141. Про підготовку пропозицій щодо забезпечення гласності та відкритості діяльності органів державної влади: Указ Президента України від 17.05.2001. № 325/2001. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/325/2001#Text>. (дата звернення: 09.05.2024).

142. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації: Закон України від 23.09.1997р. № 539/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення: 27.03.2024).

143. Про порядок оприлюднення у мережі «Інтернет» інформації про діяльність органів виконавчої влади : Постанова Кабінету Міністрів України від 04 січ. 2002 р. № 3. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF#Text>. (дата звернення: 07.02.2024).

144. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» : Указ Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text> (дата звернення 25.03.2024).

145. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04. 2014 р. № 333-р. (дата звернення 25.03.2024).

146. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20. 09. 2017 р. № 649-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250287124>. (дата звернення: 08.05.2024).

147. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 р. № 386-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/246420577>. (дата звернення: 07.09.2024).

148. Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021-2026 роки: Указ Президента України; Стратегія від 27.09.2021 р. № № 487/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/212/2012>. (дата звернення: 07.06.2024).

149. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України; Стратегія від 12.01.2015 р. № 5/2015. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>. (дата звернення: 17.05.2024).

150. Про телекомунікації: Закон України від 18.11.2003. № 1280-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15#Text>. (дата звернення: 07.05.2024).

151. Публічна сфера міста: суб'єкти, практики, механізми (пере)форматування: монографія / О.З. Гудзенко, А.В. Демичева, О.І. Зубарева та ін.; за заг. ред. В.В. Кривошеїна, О.В. Ходус. Дніпро: Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+», 2021. 264 с.

152. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід: монограф. / За заг. ред. С. Чернова, В. Воронкової, В. Банаха, О. Сосніна, П. Жукаускаса, Й. Ввайнхардт, Р. Андрюкайтене; Запоріз. держ. інж. акад. Запоріжжя: ЗДІА, 2016. 606 с.

153. Публічне управління: термінол. слов. / уклад.: В. С. Куйбіда, М. М. Білинська, О. М. Петрос та ін.; за заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білинської, О. М. Петрос. Київ: НАДУ, 2018. 224 с.

154. Рачинська О. А. Сучасні підходи в організації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2019. № 2. – URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1384> (дата звернення: 30.08.2024).

155. Романенко Є. О. Становлення та розвиток комунікативної політики держави: дис. ... д-ра держ. упр.: 25.00.01. Київ, 2015. 453 с.

156. Романюк А. Порівняльний аналіз політичних інститутів країн Західної Європи. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2007. 391 с.

157. РуїсМендісабаль Л. М. Зв'язки з громадськістю як комунікативний аспект державного управління: автореферат дис.канд. наук з держ. управл.: 25.00.01. Київ, 2001. 16 с.

158. Рябець І. В. Професійна підготовка майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у ВНЗ України: етапи становлення. *Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота*. 2014. Т. 162. С. 21-25.

159. Самойленко Т. Г. Механізми реалізації зв'язків із громадськістю в публічному управлінні. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2019. № 14. С. 67-71.

160. Саппа М.М. До питання про становлення і розвиток паблік рилейшнз в Україні. *Український соціум*. 2006. № 6 (17). С. 55–61.

161. Серант А.Й. Зв'язки з громадськістю у системі місцевих органів влади: монографія. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2008. 198 с.

162. Сивак Т., Сердюк О., ТабацькийМ. Інформаційно-комунікаційні інструменти забезпечення ефективної комунікаційної діяльності в публічному управлінні в Україні. *Успіхи і досягнення у науці*. Том 1. 2024. № 3(3). С. 406-416.

163. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління. Київ : МАУП, 2001. 104 с.

164. Словник іншомовних слів за ред. О.С. Мельничука. 2-е видання, випр. і доп. Київ: Головна редакція «Українська радянська енциклопедія» (УРЕ), 1985. 966 с.

165. Словник української мови. URL: <http://www.sum.in.ua/s/mekhanizm>. (дата звернення: 15.05.2024).

166. Соляник К. М. Зв'язки з громадськістю в контексті реалізації державної політики України. *Державне будівництво*. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_15. (дата звернення: 17.06.2024).

167. Сопіна О. А. Зв'язки з громадськістю як чинник удосконалення комунікаційного механізму державного управління. *Право та державне управління*. 2021. № 2. С. 172–177.

168. Соціальні комунікації інформаційного суспільства: теоретичні та прикладні аспекти: монографія / під заг. ред. А.Г. Гудманяна, С.М. Ягодзінського. Київ: Талком, 2020. 260 с.

169. Сучасні інформаційні технології і системи: монографія / В. П. Бурдаєв, Н. Г. Аксак, М. В. Кушнар'єв та ін.; за заг. ред. В. С. Пономаренка. Харків: Вид. «Стиль-іздат», 2021. 182 с.

170. Степанов В. Ю. Проблеми та перспективи інформаційного суспільства. Державне будівництво. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_4 (дата звернення: 17.06.2024).

171. Стратегія кібербезпеки України (2021–2025 роки) безпечний кіберпростір – запорука успішного розвитку країни: Проект. URL: https://www.rnbo.gov.ua/files/2021/strategiya%20kyberbezpeki/proekt%20strategii_kyberbezpeki_Ukr.pdf (дата звернення: 09.01.2024).

172. Терещенко Д.А. Організаційно-правове забезпечення комунікативної діяльності місцевих органів влади: дис. ... канд. наук з державного управління : 25.00.02. Харків, 2009. 207 с.

173. Тимофєєв С. П., Кириленко О. В. Зв'язки органів публічного управління з громадськістю як важливий елемент розбудови громадянського суспільства. *Наукові праці. Серія: Державне управління*. 2017. Т. 305. № 293. С. 61–66.

174. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ: НМЦВО, 2014. 96 с.

175. Тихомирова Є.Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: монографія. Київ: Наша культура і наука, 2004. 489 с.

176. Ткач Л. М., Прокоф'єва К. А., Ходаковська А. Ю. Зв'язки з громадськістю як феномен управління інформаційними процесами. *Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*. 2016. № 6 (219). С. 62–68.

177. Токвіль А. Про демократію в Америці. Пер. з франц. Г. Філіпчука та М. Москаленка. Перед. А. Жардена. Київ: Видавничий дім «Всесвіт», 1999.

590 с.

178. Хома Н.М. Моделі соціальної держави: світовий та український досвід: монограф. Київ: Юридична думка, 2012. 592 с.

179. Фуко М. Правила промови. Київ: Дух і літера, 1993. 61 с.

180. Цветков В.В. Державне управління: основні фактори ефективності (політико-правовий аспект). Харків: Вид-во «Право», 1997. 164 с.

181. Чальцева О.М., Швець К.А. Досвід впровадження публічних е-консультацій у європейських країнах. *Політичне життя*. 2021. № 3. С. 62-68.

182. Шаульська Г.М. Механізми взаємодії громадськості з органами публічної влади в Україні: монографія / за заг. ред. Т.В. Мотренка. Київ: Інститут законодавства Верховної Ради України, 2018. 200 с.

183. Шевченко О.М. Особливості комунікацій з громадськістю у публічному управлінні. *Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток*. 2016. №2. С. 61-68. 39.

184. Юридична енциклопедія / ред. Ю. С. Шемшученко [та ін.]; НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. Київ: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, Т. 2 : Д - Й. 1999. 741 с.

185. A dictionary of sociology by Marshall, Gordon. Oxford: Oxford University Press. 1998. 825 p.

186. Bernays E. L. Public Relations. Boston, Mass.: Bellman. 1945. 97 p.

187. Black S. Introduction to Public Relations. London: Midino Press. 1990. 240 p.

188. Boiry P.A. Les relations publiques ou la stratégie de la confiance. Eyrolles, 1989. 125 p.

189. Consolidated “IPRA Code of Conduct”. URL: https://www.ipra.org/static/media/uploads/code_of_conduct/ukrainian.pdf. (дата звернення: 02.09.2024).

190. Deibert R. J. Parchment, Printing, and Hypermedia: Communications in World Order Transformation. N.Y, 1997. 125 p.

191. Deuttsch K. The Nerves of Government:

ModelsofPoliticalCommunicationandControl. N.Y., 1966. 147 p.

192. Doty D. PublicityandPublicRelations. N.Y.: BarronsEducationalSeriesInc. 1990. 229 p.

193. Grunig J. E., Hunt T. ManagingPublicRelations. Holt: RinehartandWinston, 1 січ. 1984 . 550 p.

194. Habermas J. BetweenFactsandNorms: Contributionsto a DiscourseTheoryofLawandDemocracy. Massachusetts, 1996. 631 p.

195. Habermas J. StrukturwandelderOffentlichkeit: Unters. ZueinerKategoriederbiirgerlichenGes.: miteinemVorw. zurNeuauff. Frankfurt: Suhrkamp, 1996. 391 p.

196. Harlow R. F. Building a publicrelationsdefinition. *PublicRelationsReview*. 1976. Volume 2, Issue 4. Pp. 34-42.

197. Harrison S. PublicRelations: AnIntroduction. Routledge, 1995. 189 p.

198. HiebertR. E. IvyLee: "FatherofModernPublicRelations". *ThePrincetonUniversityLibraryChronicle*, 1966. Vol. 27, № 2. Pp. 113-120.

199. Jefkins F. Publicrelations. 5th ed / revisedandeditedbyDanielYadin. FinancialTimesPitmanPublishing. 1998. 293 p.

200. Grunig J.E. Two-waysymmetricalpublicrelations: past, presentandfuture. / inHandbookofpublicrelations. R.L. Heath (ed.). ThausandOaks, CA: Sage, 2001. Pp. 11–30.

201. Lasswell H., Kaplan A. PowerandSociety: a FrameworkforPoliticalInquiry. NewHaven, 1950. P.75.

202. Newsom D.Turk J. V., &Kruckeberg D. Thisis PR: Therealitiesofpublicrelations (8th ed.). Belmont, CA: ThomsonWadworth. 2004. 102 p.

203. Pfifner J. Presthus R. PublicAdministration. NewYork: TheRonaldPressCo. 1960. 567 p.

204. Stevenson A. ThePapersofAdlai E. Stevenson, *GebundeneAusgabe* 1. Januar 1972. P. 25-34.

205. TardeG. L’opinionetlafoule. Paris: FelixAlcan, editeur, 1901. 226 p.

206. Webster'sNewWorldDictionaryforYoungAdults /Simon&Sinister. NewYork,

1994. P.712.

207. Wilcox D. L., Ault, P. H., Agee, W.K., Cameron, G.T. Essentials of Public Relations. Publisher: Allyn&Bacon, 2000. 496 p.

ДОДАТКИ

ДОВІДКИ ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ



УКРАЇНА
СТАРОСАЛТІВСЬКА СЕЛИЩНА
ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ
ЧУГУЇВСЬКОГО РАЙОНУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

вул. Перемоги, 14, смт Старий Салтів, Чугуївський район, Харківська область, 62560

e-mail : stsaltiv@stsaltiv.gov.ua
 Код ЄДРПОУ 44918448

№ _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи Тесаловського Олексія Борисовича на тему «Розвиток зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства»

Довідка засвідчує, що наукові висновки і рекомендації, сформульовані у дисертації, зокрема щодо удосконалення наукових принципів, які визначають систему зв'язків з громадськістю органів публічного управління в демократичному суспільстві, що відрізняється введенням нових принципів: верховенства права, демократичності, соціальної відповідальності, альтернативності, громадянської злагоди, контролю за владними структурами з боку громадянського суспільства, безконфліктності та технологічності, були використані під час здійснення комунікацій з громадськими організаціями, що займаються питаннями інклюзивності, доступності та безбар'єрного середовища.

Результат дисертації, щодо запропонованої стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, яка на відміну від існуючих, чітко визначає цілі, завдання, принципи та основні напрями взаємодії з цільовими об'єктами, шляхом накопичення публічного капіталу органами публічного управління з метою посилення суспільної довіри, забезпечення інформаційно-комунікативного супроводу важливих суспільно значущих ініціатив та покращення взаємодії з громадськістю, було враховано при підготовці стратегії розвитку громади.

Начальник

Старосалтівської селищної
 військової адміністрації



Антон ПАЛСІЙ



Вихідний №01-01-19/639 від 02.04.2025



ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ

ДЕПАРТАМЕНТ КАПІТАЛЬНОГО БУДІВНИЦТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ (ВІЙСЬКОВОЇ) АДМІНІСТРАЦІЇ

майдан Свободи, 5, 4 під'їзд, 3 поверх, к. 20, Держпром, місто Харків, 61022

тел./факс: (057) 700-32-27

E-mail: dkapbud@kharkivoda.gov.ua, код ЄДРПОУ 04014080

01.04.2026

№ 01-14/544

на №

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи Тесаловського Олексія Борисовича на тему «Розвиток зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства»

Видана Тесаловському Олексію Борисовичу, аспіранту Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, про те, що результати його дисертації на тему «Розвиток зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства» використано при формуванні плану підвищення кваліфікації та здійснення навчання персоналу обласної державної адміністрації, а саме: в частині запропонованого процесу професійної підготовки PR-фахівців шляхом посилення уваги на формуванні та розвитку у них професійної культури, що складається з таких найважливіших елементів, як політична культура, правова культура, моральна культура та професіоналізм (технологічна складова), центральним напрямком їхньої діяльності має бути служіння не лише державі, а й суспільству.

В.о. директора Департаменту

Анатолій БОРИСЕНКО

Оксана Тараненко 0931066609



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО
V. I. VERNADSKY TAURIDA NATIONAL UNIVERSITY

вул. Дж. Маккейна, 33, м. Київ, 01135, тел. (044) 529 05-16
e-mail: crimea.tnu@gmail.com код ЄДРПОУ 02070967

01.04.2026 № 19/01-5-159

на № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження у навчальний процес
результатів дисертаційного дослідження
Тесаловського Олексія Борисовича
за темою «Розвиток зв'язків із громадськістю органів публічного
управління в умовах інформаційного суспільства»

Результати дисертаційного дослідження Тесаловського Олексія Борисовича за темою «Розвиток зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства» враховано та частково використано при формуванні змісту дисципліни «Публічні комунікації і ділова мова в публічному управлінні» освітнього рівня магістра за спеціальністю D4 «Публічне управління та адміністрування». Для розвитку знань та управлінських навичок студентів використано теоретичні положення дисертаційного дослідження та пропозиції Тесаловського Олексія Борисовича щодо удосконаленої моделі розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, що ґрунтується на таких елементах, як наукове забезпечення процесів та сучасні інформаційно-комунікаційні технології, через комунікативну взаємодію між трьома сторонами.

Проректор
з навчальної роботи

Володимир КУЧЕРЯВИЙ

Директор Навчально-наукового
інституту управління, економіки
та природокористування

Володимир ГОРНИК





**БЕРЕСТИНСЬКА РАЙОННА ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

вул. Соборна, 58-а, м. Берестин, Харківська область 63304, тел. (05744) 720 13
E-mail: krasnograd.rda@kharkivoda.gov.ua, <http://krasnogradrda.gov.ua>, код ЄДРПОУ 04059549

01.04.2016

№ 01-35/1460

на №

від

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи Тесаловського Олексія Борисовича на тему «Розвиток зв'язків із громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства»

Довідка засвідчує, що наукові висновки і рекомендації, сформульовані у дисертації, зокрема щодо удосконалених наукових принципів, які визначають систему зв'язків з громадськістю органів публічного управління в демократичному суспільстві, що відрізняється введенням нових принципів: верховенства права, демократичності, соціальної відповідальності, альтернативності, громадянської злагоди, контролю за владними структурами з боку громадянського суспільства, безконфліктності та технологічності, були використані під час здійснення комунікацій з громадськими організаціями, що займаються питаннями інклюзивності, доступності та безбар'єрного середовища.

Результат дисертації, щодо запропонованої стратегії розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, яка на відміну від існуючих, чітко визначає цілі, завдання, принципи та основні напрями взаємодії з цільовими об'єктами, шляхом накопичення публічного капіталу органами публічного управління з метою посилення суспільної довіри, забезпечення інформаційно-комунікативного супроводу важливих суспільно значущих ініціатив та покращення взаємодії з громадськістю, було враховано при підготовці стратегії розвитку громад району.

Начальник районної
військової адміністрації

Володимир ПТИШНИК

Стратегія розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства

1. Загальні положення

Управлінська діяльність органів публічного управління передбачає заохочення та підтримку корисних інформаційно-комунікаційних зв'язків з різними громадськими групами, що сприяє досягненню ефективних результатів. Ці інформаційно-комунікаційні відносини складаються з постійних соціальних взаємодій між органами публічного управління та їх цільовими аудиторіями (такими як державні службовці, посадові особи місцевого самоврядування, широке населення та громадські організації). Це досягається завдяки зусиллям підрозділів зі зв'язків з громадськістю, спрямованим на взаємний обмін суспільно значущою, актуальною, точною та правдивою інформацією, що передається різними каналами, включаючи сучасні інформаційні та телекомунікаційні технології.

Посилення публіцитного капіталу адміністративними органами разом із їх ефективним публічним дискурсом та охопленням значною мірою сприяє формуванню сьогодні сприятливої громадської думки, яка обумовлена інтелектуальним залученням, підвищеним професіоналізмом та поширенням сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій. Одним із першочергових обов'язків держави, а отже й місцевої громади, є забезпечення необмеженого доступу громадян до інформації.

Показники, які відображають соціально-економічний розвиток територіальних громад, розвиток інформаційної інфраструктури, підвищення довіри до органів місцевого самоврядування свідчать про те, що суттєвих змін не можна очікувати без налагодження конструктивного діалогу між органами публічного управління, підрозділами зв'язків з громадськістю і суспільством.

Ця Стратегія окреслює цілі, завдання, принципи та основні шляхи взаємодії з цільовими суб'єктами зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

2. Обґрунтування та політико-правове підґрунтя цієї Стратегії.

Саме в цій Стратегії закладено основу для підготовки та уточнення різноманітних документів – концептуальних, програмних та інших, що окреслюють цілі та напрями діяльності органів публічного управління у сфері зв'язків з громадськістю. Вона також охоплює принципи та механізми взаємодії з цільовими державними структурами в умовах інформаційного суспільства.

3. Цілі, завдання та керівні принципи розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства.

Метою розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства є посилення суспільної довіри, інформаційно-комунікаційна підтримка ключових соціально значущих проектів, покращення зв'язків з громадськістю шляхом застосування інформаційно-комунікаційних технологій. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити кілька основних завдань:

1. Створити сучасну інформаційно-комунікаційну інфраструктуру в територіальній громаді, яка має на меті гарантувати громадськості легкий доступ до інформації про діяльність органів публічного управління, а також виклики та майбутні можливості для їх розвитку.

2. Формальна інтеграція підрозділів зі зв'язків з громадськістю органів публічного управління як інститутів соціального управління.

3. Залучення громади, а також освітніх, наукових установ, громадських організацій шляхом використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

4. Важливість розвитку науки, технології та техніки, що підкреслюється підготовкою кваліфікованих професіоналів у сфері зв'язків з громадськістю (PR-фахівців).

5. Поширення культурних цінностей, моральних переконань і патріотичних принципів у широкій громадськості.

Встановлення зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства, ґрунтується на кількох ключових принципах:

- сприяння інформаційному та комунікативному діалогу між органами публічного управління, їх підрозділами зі зв'язків з громадськістю та широким громадськістю;
- надання точної, актуальної, вичерпної та соціально актуальної інформації;
- гарантування інформаційної прозорості діяльності органу публічного управління;
- сприяння розвитку інформаційно-комунікаційних технологій;
- залучення наукової підтримки та інтелектуальних ресурсів.

4. Основні шляхи реалізації цієї Стратегії.

1) Під час залучення внутрішньої аудиторії органами публічного управління, зокрема посадових осіб місцевого самоврядування, необхідно здійснити такі дії:

- Ретельне вивчення сприйняття працівниками діяльності місцевої влади (включаючи опитування, анкетування, семінари, особисті співбесіди та інноваційні методики);
- збір індивідуальних характеристик;
- процеси, за допомогою яких співробітники пропонують пропозиції щодо навчання та професійного зростання (зокрема, в сучасні інформаційно-комунікаційні технології та методи взаємодії із зовнішньою громадськістю);
- участь співробітників у плануванні та виконанні піар-ініціатив;
- оцінка командної динаміки.

2) Щодо взаємодії із зовнішньою громадськістю:

- підвищення довіри населення до органів публічного управління;
- забезпечення доступу населення до інформаційних ресурсів;

- розвиток інформаційної політики органів публічного управління та розширення каналів передачі інформації;
- організація, формування, моніторинг та оцінка громадської думки щодо істотної діяльності органів публічного управління;
- створення сприятливого іміджу територіальної громади для залучення інвестицій, спрямованих на розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій;
- посилення комунікації з освітніми та науковими установами, а також громадськими та політичними організаціями для виявлення інтелектуальних, соціально-економічних, кадрових, інформаційно-комунікативних та управлінських можливостей.
- сприяння обміну інформацією та зворотного зв'язку з громадськістю;
- консолідація комунікаційних та інформаційних ресурсів;
- створення банку даних у підрозділах зі зв'язків з громадськістю;
- інформаційно-комунікаційна підтримка при реалізації соціально значущих проектів і програм;
- Сприяння своєчасному інформуванню про діяльність через ЗМІ.

5. Очікувані результати.

Реалізація основних напрямів і заходів, викладених у Стратегії розвитку зв'язків з громадськістю в органах публічного управління в умовах інформаційного суспільства, може дати кілька результатів, зокрема:

- створення спеціального підрозділу зі зв'язків з громадськістю в структурах публічного управління на постійній основі;
- узгодженість функцій, цілей і завдань зі зв'язків з громадськістю цілям розвитку територіальної громади;
- інтеграція сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в зв'язки з громадськістю органів публічного управління;
- підвищення суспільної довіри до органів публічного управління;
- формування позитивного іміджу публічного управління для збільшення інвестицій у соціально-економічний сектор та активізації

використання інформаційно-телекомунікаційних технологій для розвитку громади;

- прозорість органів публічного управління для широких верств населення;

- чітко визначені, цільові комунікаційні та інформаційні канали з усіма відповідними зацікавленими сторонами публічного управління;

- нарощування громадського капіталу через створення баз даних, пов'язаних з діяльністю публічного управління та розвитку територіальної громади;

- залучення управлінських, інтелектуальних, кадрових, інформаційних та комунікаційних ресурсів у зв'язки з громадськістю органів публічного управління.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Дегтяр А. О., Тесаловський О. Б. Особливості зв'язків з громадськістю в органах місцевого самоврядування. *Електронне наукове видання "Публічне адміністрування та національна безпека"*. 2022. №1. <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2022-1-7848>.

2. Тесаловський О. Б. Інформаційне суспільство як фактор розвитку зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. *Наукові перспективи*. 2024. № 7(49). С. 575-587. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-7\(49\)-575-586](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-7(49)-575-586)

3. Тесаловський О. Б. Закордонний досвід формування зв'язків з громадськістю у публічному управлінні. *Суспільство та національні інтереси*. 2024 №4(4). С. 1343-1354. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-4\(4\)-1341-1353](https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-4(4)-1341-1353)

4. Тесаловський О. Б. Стратегічні напрями розвитку зв'язків з громадськістю органів публічного управління в умовах інформаційного суспільства. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2025. Вип. 50. С. 135-140. DOI <https://doi.org/10.32782/pma2663-5240-2025.50.22>

Матеріали конференцій:

1. Дегтяр А.О., Тесаловський О.Б. Суб'єктно-об'єктні прояви зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку: матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ; Тарту, 07 лютого 2022 р. / за ред. Є.О. Романенка, І.В. Жукової. Київ; Тарту: ГО «ВАДНД», 2022. С. 66-71.

2. Дегтяр А.О., Тесаловський О.Б. Обставини та напрями розвитку зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. *Економіка та публічне управління: нові виклики та рішення: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.*, Харків, 18-19 січня 2024 р. / Редкол.: В. В. Лебедченко та ін. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2024. С. 156-159.

3. Тесаловський Олексій. Професійна культура публічних службовців як важливий елемент ефективності публічного управління. *Global Interdisciplinary Summit: Frontier of Science and Future Technologies. Proceedings of International Scientific and Practical Conference. April 3, 2026 in Khalifa University Campus, Dubai, UAE. Prague: Publishing house Education and Science s.r.o., 2026. С. 49-54.*