

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА
КАФЕДРА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Публічні комунікації як інструмент професійної
компетентності в державному управлінні»**

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
освітньо-професійної програми Управління інформаційно-комунікаційною діяльністю

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

_____ Микола ЗАДОРЖНИЙ

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ДЗДМ-61 Микола ЗАДОРЖНИЙ
Керівник: Світлана ЯРЕМЕНКО,
к.філол.н., доцент
Рецензент: Вероніка ДАРЧУК,
к.е.н., доцент

Київ 2025

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

Освітньо-професійна програма Управління інформаційно-комунікаційною діяльністю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри документознавства та інформаційної діяльності

_____ Тетяна СИДОРЕНКО

«_____» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Задорожнього Миколи Миколайовича

1. Тема кваліфікаційної роботи: Публічні комунікації як інструмент професійної компетентності в державному управлінні.
2. керівник кваліфікаційної роботи Світлана ЯРЕМЕНКО, к.філол.н.

затверджені наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від «15» жовтня 2024 р. № 320

3. Строк подання кваліфікаційної роботи «15» грудня 2024 р.

4. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи:

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів й висвітлення новітніх підходів до механізмів публічних комунікацій та визначення їх ролі в процесах державного управління. Об'єкт дослідження – публічні комунікації як основа політичної культури та канал взаємодії органів державної влади й громадськості.

Предмет дослідження – використання інструментаріїв публічних комунікацій у процесах державного управління на прикладі публічних виступів Президентів України.

5. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Історіографія та джерельна база дослідження.
2. Форми реалізації публічних комунікацій в державному управлінні: теоретичний аспект.
3. Публічні комунікативні канали та наративи.

6. Перелік ілюстративного матеріалу: *презентація*

7. Дата видачі завдання «07» вересня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення тематики, вибір наукового керівника, уточнення теми	09.09.2024	виконано
2	Розроблення та складання плану кваліфікаційної магістерської роботи	17.09.2024	виконано
3	Підготовка 1 розділу	08.10.2024	виконано
4	Підготовка 2 розділу	29.10.2024	виконано
5	Підготовка 3 розділу	22.11.2024	виконано
6	Висновки	29.11.2024	виконано
7	Підготовка остаточного варіанта роботи	12.12.2024	виконано
8	Написання відгуку науковим керівником	13.12.2024	виконано
9	Оформлення та представлення роботи на кафедрі та перевірка на плагіат	16.12.2024	виконано
10	Підготовка доповіді, презентації та ілюстративного матеріалу, рецензія	18.12.2024	виконано
11	Попередній захист роботи	20.12.2024	виконано
12	Основний захист кваліфікаційної магістерської роботи	22.01.2025	виконано

Здобувач вищої освіти _____

Микола ЗАДОРЖНИЙ

Керівник кваліфікаційної роботи _____

Світлана ЯРЕМЕНКО

РЕФЕРАТ

Текстова частина кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня магістра: 70 стор., 56 джерел.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів й висвітлення новітніх підходів до механізмів публічних комунікацій та визначення їх ролі в процесах державного управління.

Об'єктом дослідження в роботі є публічні комунікації як основа політичної культури та канал взаємодії органів державної влади й громадськості.

Предметом дослідження є використання інструментаріїв публічних комунікацій у процесах державного управління на прикладі публічних виступів Президентів України.

Короткий зміст роботи: У роботі проаналізовано та обґрунтовано історіографію та джерельну базу дослідження, визначено сутність теоретичних понять «комунікації», «публічні комунікації», «державне управління»; схарактеризовано публічні комунікації як складову системи державного управління, розкрито роль публічних комунікації в політичних процесах держави; окреслено комунікативний процес як основу взаємодії органів державної влади та громадськості, визначено інструментарії відносин та взаємодії в публічних комунікаціях, канали комунікації органів державної влади та громадськості; наведено приклади публічних наративів Президентів України

Ключові слова: комунікації, публічні комунікації, інструментарії, канали, громадськість, президент, державне управління.

ABSTRACT

The text part of the qualification work for obtaining the master's degree: 70 pages, 56 sources.

The purpose of the qualification work is to study the theoretical and practical aspects and highlight the latest approaches to the mechanisms of public communications and determine their role in the processes of public administration.

The object of research in the work is public communications as the basis of political culture and a channel of interaction between state authorities and the public.

The subject of the research is the use of public communication tools in the processes of state administration, using the example of public speeches of the Presidents of Ukraine.

Summary of the work: The work analyzes and substantiates the historiography and source base of the research, defines the essence of the theoretical concepts "communications", "public communications", "state administration"; characterized public communications as a component of the state administration system, revealed the role of public communications in the political processes of the state; the communication process is outlined as the basis of interaction between state authorities and the public, tools for relations and interaction in public communications, communication channels between state authorities and the public are defined; examples of public narratives of the Presidents of Ukraine are given

Keywords: communications, public communications, tools, channels, public, public administration.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	5
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИОГРАФІЯ ТА ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ.....	10
1.1. Теоретичне окреслення поняття «комунікації».....	10
1.2. Публічні комунікації як складова системи державного управління	17
1.3. Роль публічних комунікації в політичних процесах держави.....	23
РОЗДІЛ 2. ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	30
2.1. Комунікативний процес як основа взаємодії органів державної влади та громадськості.....	30
2.2. Публічна сфера, її роль та функції в комунікативному процесі	37
2.3. Інструментарій відносин та взаємодії в публічних комунікаціях.....	41
РОЗДІЛ 3. ПУБЛІЧНІ КОМУНІКАТИВНІ КАНАЛИ ТА НАРАТИВИ	48
3.1. Канали комунікації органів державної влади та громадськості.....	48
3.2. Роль засобів масової інформації в організації процесів комунікації Президента та громадськості України.....	54
3.3. Публічні наративи Президентів України.....	58
ВИСНОВКИ.....	66
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	71

ВСТУП

Процес комунікації в сучасних умовах визначає сутність і перспективи перебігу суспільно-політичного життя в Україні. В умовах децентралізації владних, фінансових, матеріальних, культурних, освітніх та інших повноважень якість комунікаційних взаємодій між органами державної влади й громадськістю стала ключовим детермінантом інституціоналізації політичної системи, розвитку демократичного громадянського суспільства, вироблення нових цінностей політичної культури. Означене вище свідчить про **актуальність дослідження**.

Публічні комунікації в системі державного управління є своєрідним засобом транслявання певної стратегічної ідеї, яка забезпечує реалізацію ефективних каналів взаємодії між органами державної влади та громадськістю. Специфіка реалізації публічної комунікації в системі державного управління проявляється через системно-стратегічний характер її поширення, що включає як прямі, так і опосередковані канали комунікації, які дають змогу донести інформацію в різних аспектах, із різних контекстів та з різним рівнем ефективності.

Публічні комунікації як засіб прозорості державного управління передбачає запровадження й непрямих каналів комунікації, хоча їх ефективність є достатньо обмеженою. В системі державного управління кожної держави формується цілісний комплекс інструментаріїв публічної комунікації, які забезпечують запровадження відповідної стратегії з розбудови держави. Крім того, саме такі заходи також визначають успішність запровадження відповідних соціально-економічних та політичних змін, які з необхідністю передбачають запровадження нових стратегій управління.

Аналіз останніх досліджень. Значний внесок дослідженню розуміння окресленої тематики зробили відомі світові й вітчизняні науковці. У широкому контексті публічні комунікації як систему взаємодії з метою спілкування та передачі інформації досліджували Кулі Ч., Лазарсфельд П., Ласуел Г., Мак-

Люен М., Ноель-Нойман Є., Парк Р., Хабермас Ю. та ін. Теоретичні аспекти використання системи публічних комунікацій розглядали Бакулєв Г., Василик М., Дзялошинський І., Землянова Л., Науменко Т., Соколов А. Розгляду концептуальних засад теорій публічних комунікацій в управлінні присвячено праці відомих вітчизняних науковців: Бебик В., Валевський В., Грицяк Н., Гудима Н., Королько В., Куйбіда В., Логунова М., Макаренко Л., Неліпа Д., Пантелейчук І., Почепцов Г., Ребкало В., Рейтерович І., Різун В., Романенко Є. та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів й висвітлення новітніх підходів до механізмів публічних комунікацій та визначення їх ролі в процесах державного управління.

Для досягнення окресленої мети передбачається вирішення **завдань дослідження:**

- окреслити історіографію та джерельну базу дослідження;
- дослідити сутність теоретичних понять «комунікації», «публічні комунікації», «державне управління»;
- розкрити форми реалізації публічних комунікацій в державному управлінні;
- проаналізувати комунікативний процес як основу взаємодії органів державної влади та громадськості;
- визначити канали публічної комунікації органів державної влади;
- дослідити публічні наративи Президентів України.

Об'єкт дослідження – публічні комунікації як основа політичної культури та канал взаємодії органів державної влади й громадськості.

Предмет дослідження – використання інструментаріїв публічних комунікацій у процесах державного управління на прикладі публічних виступів Президентів України.

Для досягнення поставленої мети в роботі використовуються різні провідні **методи дослідження**. *Бібліографічний* метод застосовуємо під час опрацювання літератури з теми дослідження. Метод *аналізу* використовуємо

на початковому етапі визначаючи за допомогою нього структуру роботи. Застосування методу *синтезу* дозволяє об'єднати окремі частини роботи у єдине ціле. Метод *термінологічного аналізу* застосовуємо для визначення сутності теоретичних понять «комунікації», «публічні комунікації», «державне управління». Метод *дедукції* використовуємо під час аналізу видів і форми реалізації публічних комунікацій в державному управлінні, а метод *індукції* – під час розгляду історіографії та джерельної бази дослідження.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що у науковій практиці більш детально й систематизовано проаналізовано сучасний стан та механізми публічних комунікацій в державному управлінні, зокрема на прикладі публічних наративів Президентів України.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що результати наукового дослідження можуть використовуватися для написання навчальних посібників, статей, наукових публікацій, рефератів та інших матеріалів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, де відображена актуальність теми, сформульовано об'єкт, предмет, мету і завдання дослідження, трьох розділів, в яких досліджуються поставлені завдання, висновків і списку використаних джерел та літератури.

РОЗДІЛ 1. ІСТОРИОГРАФІЯ ТА ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Теоретичне окреслення поняття «комунікації»

У сучасних умовах найважливішою складовою процесу підготовки та прийняття управлінських рішень є використання системи публічних комунікацій у державному управлінні. Розвиток демократичної України є неможливим без формування й функціонування ефективної системи взаємодії органів державного управління, місцевого самоврядування й суб'єктів громадянського суспільства. Тому, саме явище формування публічної комунікації стає визначальним, оскільки без неї налагодження *інформаційних зв'язків між інститутами влади й населенням*, громадянським суспільством стає неможливим.

Сам термін "комунікація" представляє собою складне й багатогранне явище. В перекладі з англійської цей термін використовується з давніх часів та позначає процес повідомлення, передачі інформації. З часом його зміст розширюється. Наприклад, у *Великому тлумачному словнику сучасної української мови* поняття *комунікація* має два значення:

- 1) шлях повідомлення, зв'язок одного місця з іншим;
- 2) спілкування, передача інформації від людини до людини, що здійснюється головним чином за допомогою мови. У перекладі з латинської термін "комунікації" має такі значення: повідомлення, звістка, взаємодія, обмін та поширення інформації, передача, єдність, з'єднання й використовується для позначення зв'язку між різними суб'єктами суспільства [10].

Вся людська життєдіяльність відбувається в рамках певної взаємодії. Сам процес цієї взаємодії між суб'єктами - індивідами, організаціями, інститутами влади й суспільства - вся комунікація відбувається з метою передачі й обміну інформації для забезпечення можливості формування

зв'язків між суб'єктами, управління їх життєдіяльністю й регулювання певних окремих її областей.

Вся історія формування наукового пошуку й розгляду терміну "комунікація" розгортається з давніх часів. Й дотепер термін "комунікація" не має загальноприйнятого наукового визначення. Результати аналізу праць американських дослідників К. Ларсона та Ф. Денса свідчать про те, що сьогодні існує більше 130 дефініцій терміна "комунікації".

Основоположник американської соціології Ч. Кулі вперше науково обґрунтував термін "комунікації", під яким розумів *комплексний механізм, який здатний системно забезпечувати усі можливі способи передачі в просторі й збереження в часі символів розуму*. "Механізм, за допомогою якого стає можливим існування й розвиток людських відносин — усі символи розуму разом зі способами їх передачі в просторі й збереження в часі. Вона містить у собі міміку, спілкування, жести, тон голосу, слова, письменність, друк, залізниця, телеграф, телефон і самі останні досягнення по завоюванню простору й часу. Чіткої границі між засобами комунікації й іншим зовнішнім світом не існує. Разом з народженням зовнішнього світу з'являється система стандартних символів, призначена тільки для передачі думок, з неї починається традиційний розвиток комунікації" [21, с.45].

Слід також виокремити науковий внесок у розвиток терміну "комунікації" англійського філософа й економіста А. Сміта з його наукової гіпотезою про "поділ праці". На його думку, "необхідною передумовою всякого поділу праці є комунікація, що дозволяє організувати колективну працю й, тим самим, структурувати економічну активність. Таким чином, лібералізація потоків товарів і праці вимагає створення й підтримки засобів комунікації, до яких стали відносити, крім традиційних шляхів сполучення, і нові, зокрема газети й телеграф" [12, с.78]. Отже, вже в ті часи суспільство розглядалось як єдине ціле, живий організм, органи якого взаємопов'язані та виконують визначені функції, використовуючи комунікативні інструменти повідомлення й спілкування.

У теорії Дж. Стюарта Мілля розглядається комунікативна й інформаційна характеристика грошей, як загальновизнаного засобу комунікації [12]. Згодом ця ідея була розвинута в наукових працях соціологів Г. Зіммелем у роботі "Філософія грошей" і Т. Парсонсом [11, с.56].

У соціологічних теоріях комунікації розглядаються як необхідна умова існування й розвитку суспільства. Так, Герберт Спенсер вважав, що "суспільство виникає органічно і являє собою організм, тобто сукупність зв'язаних між собою спеціалізованих частин. При цьому засоби комунікації — дороги, канали, залізниці, телеграф є еквівалентом нервової системи суспільства, що робить можливим взаємодію різних його елементів, насамперед центру й периферії та ін." [13, с.36].

Дослідники питань масової комунікації Габриель Тард, Гюстав Лебон та Сігеле Сципіон [13, с.34] науково описали й охарактеризували феномен "юрби" як "елементарної", первинної форми соціальної маси зі своїми особливими законами й механізмами комунікації.

Отже, термін "комунікація" використовується багатьма суспільними, біологічними, технічними науками. Але, попри багатогранні характеристики в різних сферах науки й дотепер не існує понятійної кореляції з розуміння терміну "комунікація". Крім того, об'єктивно сутнісна характеристика терміну "комунікації" постійно збагачуються новими ознаками та суттєвими рисами.

Вітчизняний дослідник Д. Кіслов розмежовує поняття "комунікація" й "комунікації" в контексті родового й видового аспектів. "Комунікація — це природно-соціальний феномен, явище глобально-космічного виміру, що є загальним відображенням симбіозу складних, багаторівневих процесів пересування будь-чого та будь-кого у часі й просторі, у тому числі, кодів і символів штучно-природного походження всіх форм буття, які містять у собі інформацію.

Комунікації — це природно-штучна сукупність конкретних систем, що своїми специфічними засобами реалізує всі відомі функції: переміщення, пересування, транспортування матеріальних об'єктів; передача інформаційних

потоків; здійснення спілкування людей і живих організмів; зв'язок в локальному, планетарному і космічному вимірах"[5, с.98].

Розмежовують ці означені вище терміни й автори "*Словника іншомовних слів*". У словнику зазначено: "Комунікації (від лат. *communico* — роблю загальним, поєдную) — шляхи сполучення і транспорту; лінії зв'язку, мережі підземного міського господарства". "Комунікація" походить від лат. *communica* — спілкуюсь з кимось, що означає: спілкування, передачу інформації, вища форма зв'язку між людьми [23].

Зазначимо, що існує велика кількість підходів до трактування визначуваного поняття, ще більше самих дефініцій, які охоплюють різні *аспекти комунікації*, її найістотніші ознаки. Виокремимо магістральні лінії розробки проблеми. У цьому нам допоможуть, передусім, результати досліджень, що викладені у праці «Основи теорії комунікації» за редакцією доктора філософських наук, професора М. О. Василика [21, с.90]. Вважаємо їх необхідною і достатньою умовою нашого дослідження – вони дозволяють рухатись уперед, до певної мети, не заглиблюючись у деталі напрямків, що можуть бути об'єктами окремих наукових розвідок. До того ж у цій праці викладена думка, яка видається найбільш прийнятною.

Вчені розглядають три підходи до розуміння поняття «комунікація», які, водночас, об'єднані одним завданням установити логічне відношення між поняттями «комунікація» і «спілкування».

Перший підхід полягає в ототожненні цих понять («інформаційний обмін у суспільстві») [21, с. 25].

Другий підхід пов'язаний з розділенням понять «комунікація» і «спілкування». У межах цього підходу існують різні гіпотези з неоднаковим наповненням обох категорій.

Перша гіпотеза: комунікація є вузьчим поняттям, ніж спілкування.

Деякі автори розглядають комунікацію як один із аспектів - інформаційний - спілкування, яке має ще «...і практичний, матеріальний, і духовний, ...і практично-духовний характер». До того ж спілкування як таке є

діалогічним, це «двонаправлений» процес, «...суб'єкт-суб'єктний зв'язок, де "немає відправника й одержувача повідомлень – є співрозмовники, співучасники спільної справи"», рівноактивні партнери, між якими циркулює інформація. Тобто, мета спілкування – не так обмін інформацією, як пошук спільної позиції, творення спільності людей, згуртованих спільною справою, залучення суб'єктів до взаємодії.

Комунікація монологічна - це однонаправлений інформаційний зв'язок суб'єкта з об'єктом – людиною, твариною, технічним пристроєм, однонаправлений процес передачі повідомлень: інформації лише в один бік, від відправника до пасивного одержувача, який повинен інформацію «...прийняти, зрозуміти (правильно декодувати), добре засвоїти і відповідно до цього вчиняти» [21, с. 25–26].

Інші автори вважають, що спілкування має триєдину структуру, в якій комунікація є однією зі сторін. Ця комунікативна сторона являє собою обмін інформацією між індивідами, які спілкуються. Інтерактивна сторона спілкування полягає в організації взаємодії між індивідами, тобто в обміні не тільки знаннями, ідеями, але й діями. А перцептивна – це процес сприйняття і пізнання партнерами по спілкуванню один одного та встановлення на цій основі взаєморозуміння [2, с. 26].

Друга гіпотеза: комунікація є поняттям більш широким, ніж спілкування.

Комунікація залежно від цільових установок комунікаторів має три форми:

- 1) суб'єктно-суб'єктне відношення у вигляді діалогу рівноправних партнерів і є спілкування;
- 2) суб'єктно-об'єктне відношення, яке властиве комунікаційній діяльності у формі управління, коли комунікатор розглядає реципієнта як об'єкт комунікативного впливу, засіб досягнення своїх цілей;
- 3) об'єктно-суб'єктне відношення, яке властиве комунікаційній діяльності у формі наслідування, коли реципієнт цілеспрямовано вибирає

комунікатора як зразок для наслідування, а останній при цьому може навіть не усвідомлювати своєї участі у комунікаційному акті». Якщо комунікативне спілкування – це діалог співрозмовників, то «...управління і наслідування – монолог в усному, письмовому або пантомімічному (поведінковому) виді». Отже, тут спілкування розглядається як одна з форм комунікаційної діяльності [21, с. 26–27].

Третій підхід до проблеми співвідношення понять «комунікація» і «спілкування» базується на понятті *інформаційного обміну*. На думку прибічників цього підходу, спілкування не вичерпує всі інформаційні процеси у суспільстві, які охоплюють увесь соціальний організм, пронизують усі соціальні підсистеми, присутні в усіх фрагментах суспільного життя. Повідомлення у вербальному вигляді складають лише незначну частину інформаційного обміну у суспільстві, у решті випадків обмін інформацією здійснюється у немовних формах, а її носіями є не тільки невербальні сигнали (міміка, жести, інтонація тощо), але й речі, предмети, матеріальні носії культури. Саме тому поняття «спілкування» позначає лише ті процеси обміну інформацією, які являють собою специфічно людську діяльність, направлену на встановлення і підтримання взаємозв'язку і взаємодії між людьми, та здійснюються, передусім, вербально, за допомогою мови. Усі інформаційні процеси у суспільстві можна позначити терміном «соціальна комунікація».

Отже, найзагальнішим поняттям стає «комунікація» (інформаційний обмін), менш широким – «соціальна комунікація» (інформаційний обмін у суспільстві) і найвужчим, що позначає особливий різновид «соціальної комунікації», який здійснюється переважно на вербальному рівні обміну інформацією у суспільстві, – «спілкування» [21, с. 28–29].

Для підсилення висловлюваної думки варто навести твердження деяких науковців про особливості комунікації як інформаційного обміну, двостороннього процесу. Так, на думку професора Г. Г. Почепцова, видатного українського теоретика і практика комунікацій: це «суть взаємовплив, взаємодія суб'єктів; комунікація є двонаправленим зв'язком, здійснюваним в

режимі діалогу». І саме на цій особливості комунікації наголошує: «Якщо реакція відсутня, або "відповідь" реципієнта на повідомлення не почута, не врахована, подальша комунікація втрачає сенс...» [32, с. 427].

Ось інше висловлювання Г. Г. Почепцова про комунікативну взаємодію: «Під комунікацією ми будемо розуміти процеси перекодування вербальної у невербальну і невербальної у вербальну сфери. Історично комунікацією було саме це: примушування іншого до виконання тієї чи іншої дії. Тобто для комунікації суттєвим є перехід від говоріння Одного до дій Іншого. Саме заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини» [32, с. 15]. На переконання Л. П. Макаренка, це «досить реалістична дефініція, в якій щоправда надто акцентується увага на слові "примушування", але в будь-якому випадку, йдеться про те, що комунікація має слугувати досягненню бажаного результату бажаних соціальних реакцій» [37, с. 427].

Цілком очевидно, що комунікація (в її соціальному звучанні), яка розуміється як процес обміну інформацією між двома або більше особами за допомогою вербальних і невербальних засобів, виникає й існує тільки у людському середовищі, в її основі лежить уміння людини розмовляти, спілкуватися один з одним. І, власне кажучи, суспільство як цілісний соціальний організм, єдина система не може існувати без комунікативних зв'язків між людьми. Комунікація є тим процесом, який виникає у суспільстві й, водночас, забезпечує його утворення; разом вони існують і розвиваються.

1.2. Публічні комунікації як складова системи державного управління

У міру того, як відбувалась демократизація соціального життя, що сприяло активізації політичної ролі державних діячів і особливо формування

постіндустріального, інформаційного суспільства, зростала роль комунікації у політичній сфері. ХХІ ст. ознаменувалось бурхливим розвитком передових технологій та формуванням супермасового інформаційного середовища, зростанням ролі комунікації у відкритому глобалізованому просторі, становленням багатовекторної системи політичних гравців та їхніх активних комунікацій. «Світ навколо стає все менш визначеним, його структури все менш довговічними. На місце визначеної і цілком матеріальної основи інформаційного суспільства – капіталу та праці, приходять безмежні інформація та знання; на місце вертикальних схем організації та управління приходять розмиті схеми мереж, кордони держав і спільнот зникають при можливостях усеохоплюючих комунікацій, непорушні істини стають усе більш сумнівними, влада сили і грошей переходить до влади інформації; "класи" з їхніми жорсткими соціальними кордонами замінюються розмитими "інформаційними спільнотами", що постійно перебудовуються» [17].

У цьому контексті сам факт формування публічної комунікації став визначальним для всіх інших процесів і цілей, оскільки без неї неможливо ні налагодити *інформаційні зв'язки між державними інститутами та населенням*, громадянським суспільством, між державними та недержавними акторами у політичному просторі, ні легітимізувати владні рішення, а без цього неможливе порозуміння у демократичному суспільстві.

У межах різних дослідницьких підходів учені, визначаючи поняття «публічна комунікація», акцентують увагу передусім на її функціональній спрямованості. Йдеться про направленість під час передачі інформації на реалізацію суспільного інтересу із одночасним наданням інформації публічного статусу.

Публічна комунікація в системі державного управління є своєрідним засобом транслявання певної стратегічної ідеї, яка забезпечує реалізацію ефективних *каналів взаємодії між органами державної влади та громадськістю*. Специфіка реалізації публічної комунікації в системі державного управління проявляється через системно-стратегічний характер її

поширення, що включає як прямі, так і опосередковані канали комунікації, які дають змогу донести інформацію в різних аспектах, із різних контекстів та різним рівнем ефективності.

Публічна комунікація як засіб державного управління передбачає запровадження прямих та непрямих каналів комунікації, хоча їх ефективність є достатньо обмеженою. Так, зокрема, інформація про діяльність органів державної влади з означеного питання може перебувати у відкритому користуванні, однак це не забезпечує повної її публікації (правильного, тотожного розуміння).

Саме тому надзвичайно важливо для органів державної влади сформувати ефективну практику забезпечення інформаційної активності громадськості у формі регулярних нагадувань по електронній пошті, форумів в Інтернеті, розсилки відповідної аналітики щодо успішності чи неуспішності в реалізації певної стратегії. Завдяки цьому в системі державного управління формується цілісний комплекс *заходів публічної комунікації*, які забезпечують запровадження відповідної стратегії з розбудови держави. Більше того, саме такі заходи також визначають успішність запровадження відповідних соціально-економічних та політичних змін, які з необхідністю передбачають запровадження нової стратегії.

У межах різних дослідницьких підходів під публічною комунікацією розуміються комунікації, які характеризуються високим рівнем відкритості і спрямовані на реалізацію інтересів громадськості. Переважно йдеться про функціональну направленість під час передачі інформації, яка слугує реалізації загальносуспільних інтересів. У межах сучасного суспільства в умовах розвитку масмедіа, громадянського суспільства спостерігається розширення сфери функціонування публічних комунікацій. Саме тому під публічними комунікаціями необхідно розуміти складний процес *взаємодії органів державної влади через масмедіа шляхом формування відповідних поглядів, уявлень та інтересів різних прошарків суспільства*.

На думку дослідника італійської школи публічної комунікативістики, яка має найбільші напрацювання в означеній сфері, П.Мачіні, під ними варто розуміти "просторово-символічну діяльність суспільства, в межах якої внаслідок соціальної диференціації взаємодіють та вступають у конкуренцію різні системи з метою утвердити свою точку зору з питань, які загалом стосуються суспільного інтересу" [31].

У цьому контексті йдеться про те, що публічна комунікація передбачає формування певного публічного (суспільного) простору, в межах якого відбувається певний суспільний дискурс між суб'єктами публічної сфери, який забезпечує чітку артикуляцію громадської думки з відповідного питання. Виходячи з цього П.Мачіні класифікує основні функції публічної комунікації, серед яких:

1. інституціональне інформування органами державної влади громадськості про свою діяльність;
2. представлення різних точок зору політичних та суспільних інститутів на ті чи інші проблеми загальносуспільного характеру;
3. концентрація уваги суспільства на загальностратегічних проблемах його розвитку з метою розроблення програми комунікативного супроводу їх розв'язання[31].

За визначенням представника італійської дослідницької школи Ф.Фаччоліні, публічні комунікації слід розглядати як "контекст та інструмент, який дає змогу різним суб'єктам публічної сфери вступати у взаємовідносини між собою, зіставляти точки зору та цінності, щоб досягнути спільної мети щодо реалізації суспільного інтересу" [42]. При цьому йдеться про стратегічну спрямованість публічних комунікацій, які мають індикативно слугувати максимальній реалізації суспільних потреб та інтересів, що й ставить питання про її системний характер.

Дослідник С.Роландо ідентифікував основні елементи системи публічних комунікацій, до яких він відніс:

- 1) політичні комунікації, які здійснюються партіями та політичними діями з метою розширення впливу у сфері політики;
- 2) комунікації "соціальної солідарності", спрямовані на просування ідей та ініціатив соціального характеру;
- 3) інституціональні комунікації, які здійснюються органами державної влади для інформування громадськості, а також для просування іміджу інституціональних суб'єктів публічної сфери [23].

Під публічною комунікацією в системі державного управління доцільно розуміти вид усного спілкування органів державної влади, за допомогою якого відбувається передача офіційної інформації громадськості. На думку Г.П.Бакулева, для публічної комунікації характерна "передача інформації, яка становить суспільний інтерес і водночас містить відповідний публічний статус" [4, с. 116]. Під публічним статусом учений розуміє повідомлення інформації особою, яка володіє відповідним статусом в ієрархії системи державного управління, а також перебуває в офіційній обстановці, яка передбачає своєчасне інформування аудиторії за темою, що чітко підпорядковується певному регламенту.

У загальнометодологічному відношенні під публічною комунікацією необхідно розуміти "такі системи комунікацій, основною адресною аудиторією яких є громадськість, а головним стратегічним завданням – вплив відповідно до поставлених цілей на ментальні структури громадськості, до яких належать стиль мислення, картина світу, ціннісні орієнтації, форми та способи ідентифікації, думки, символічні та знакові світи" [15, с. 74].

Публічну комунікацію як засіб прозорості державного управління також варто розглядати через розуміння змісту публічної сфери, в межах якої вона здійснюється. За визначенням Ю.Хабермаса, "публічна сфера – це та сфера соціального життя, де формується громадська думка, це арена, форум публічного дискурсу з приводу соціально-політичних проблем життя та розвитку суспільства" [16]. Відтак публічна сфера "стосується комунікативних інтересів, властивих будь-якому суспільству в цілому, які трансформуються в

конкретні практичні дії, спрямовані на реалізацію цілей, які поділяються всіма його членами" [16].

Такий підхід до розуміння публічної сфери розкриває зміст та специфіку реалізації публічної комунікації, яка є "суспільним форумом колективного пошуку громадянами спільних цілей та засобів їх досягнення, а також сферою їх практичного втілення в систему реальних суспільних відносин та інститутів" [47, с. 174].

Публічна комунікація є важливим атрибутом формування інфраструктури публічного управління, базованої на максимальному представництві інтересів громадськості. Завдяки цьому відбувається розширення участі громадськості в процесах формування та реалізації державної політики, що є важливим інструментом стимулювання пошуку рішень, які б стали оптимальним поєднанням державних та громадських інтересів.

Виходячи з того, що публічна комунікація посідає важливе місце в процесах формування державної політики та реалізації публічного управління, варто чітко розмежовувати стратегічний характер публічної комунікації, який стосується системної діяльності інститутів державної влади в напрямі їх взаємодії з громадянським суспільством, та локально-індивідуальний, який стосується комунікативних здібностей (комунікативних компетентностей) суб'єктів реалізації державно-владних повноважень, які є активними учасниками публічної комунікації.

На думку Ю.А.Красіна, "чим вище статус учасника публічної комунікації, тим вище вимоги, які висуваються до його мовної поведінки, і тим ширше коло мовних жанрів публічної комунікації, якими він повинен володіти" [18].

Український вчений Є. Романенко виокремлює основні різновиди публічної комунікації, які спрямовані на забезпечення *відкритості державного управління*:

1. просвітницька комунікація;

2. публічні виступи та дебати;
3. публічні акції;
4. ПР-компанії та реклама;
5. політичні ток-шоу[31].

Усі ці різновиди публічної комунікації спрямовані на встановлення діалогічних відносин між органами державної влади та громадськістю на принципах досягнення взаємної довіри й управління громадською думкою.

Публічна комунікація має свою функціональну спрямованість. На цій характеристиці акцентують свою увагу відомі вітчизняні дослідники.

Так, Є. Романенко акцентує увагу на тому, що "у межах сучасного суспільства в умовах розвитку масмедіа, громадянського суспільства спостерігається розширення сфери функціонування публічних комунікацій. Саме тому під публічними комунікаціями необхідно розуміти складний процес взаємодії органів державної влади через масмедіа шляхом формування відповідних поглядів, уявлень та інтересів різних прошарків суспільства" [24]. Досліджуючи публічну комунікацію як засіб транспарентності державного управління, автор висновує: "Під публічною комунікацією в системі державного управління доцільно розуміти вид усного спілкування органів державної влади, за допомогою якого відбувається *передача офіційної інформації громадськості*" [24].

Основними формами громадської участі у процесах прийняття державних рішень, які можуть гарантувати налагодження конструктивних взаємовідносин між органами державної влади та громадськістю, Є. Романенко вважає:

1. інформування (відкритий доступ до надання об'єктивної та своєчасної інформації);
2. консультації в режимі реального часу для ідентифікації громадської думки та розроблення відповідних пропозицій;

3. діалог шляхом проведення слухань, громадських форумів та інших публічних форм із зацікавленими учасниками державно-громадської взаємодії;
4. партнерство, яке реалізується через спеціально створені групи експертів, які надають консультації з відповідних питань, що становлять суспільний інтерес [4].

Отже, погляди різних наукових шкіл на окреслене поняття неоднозначні. Зокрема, представник сучасної італійської школи теорії комунікацій П. Мачіні визначає публічні комунікації як простір символічної діяльності суспільства, в якому, внаслідок процесів соціальної диференціації, взаємодіють та вступають у конкуренцію різні системи з метою утвердити свою точку зору з питань суспільного інтересу. Інший представник сучасної італійської школи теорії комунікацій Ф. Фаччоліні визначає публічні комунікації як контекст та інструмент, який дозволяє різним суб'єктам публічної сфери вступати у взаємовідносини між собою, зіставляти точки зору та цінності, щоб досягнути спільної мети, що полягає у здійсненні завдань суспільного інтересу.

1.3. Роль публічних комунікацій в політичних процесах держави

Публічна політика України з моменту набуття незалежності до теперішнього часу розвивалася за застарілими радянськими принципами. Взаємодія органів державної влади з громадянами велося у форматі інформування про вже прийняті рішення без зворотного зв'язку. Суспільні перетворення, результатом яких став розвиток демократичних цінностей в суспільстві на принципах прозорості й відкритості стали індикатором перетворень у системі налагодження публічних комунікацій між інститутами влади й українським суспільством. Задекларований владою курс на сповідування європейських цінностей визначає трансформаційні зміни в сфері публічних комунікацій між органами державної влади, місцевого

самоврядування й суспільства на основі публічного діалогу, партнерських відносин та зворотнім зв'язком.

У публічній сфері сучасного українського суспільства є очевидними проблеми комунікації різних учасників публічної політики, як усередині самої системи державного управління, так і зовні, із суспільством. Проявами, водночас таки і причинами, наслідками (все це взаємообумовлені явища) проблем постають, зокрема:

1. високий ступінь недовіри громадян до влади;
2. розбіжність між очікуваннями виборців та невиконаними обіцянками переможців;
3. порушення балансу доцентрових і відцентрових тенденцій у системі територіальної організації влади;
4. недостатній рівень координації та узгодженості дій органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій;
5. відсутність ефективного компромісу між гілками влади;
6. компетенційні протиріччя між органами влади;
7. незадовільний фаховий рівень працівників комунікативних підрозділів владно-управлінських структур;
8. низька якість політичної еліти; неможливість створення ефективно діючої парламентської коаліції;
9. відсутність формалізації парламентської опозиції тощо.

Усе це свідчить про те, що сучасні процеси публічної політики в Україні характеризуються низьким рівнем взаємодії держави і суспільства, головно інститутів влади і громадянського суспільства, – відсутністю раціонального «міжсекторального» діалогу між державою, бізнесом, громадськими (недержавними, некомерційними) організаціями у процесі прийняття політичних рішень.

Формування раціональної публічної комунікації має визначальну роль для всіх політичних процесів і цілей, оскільки без неї неможливо ні налагодити

інформаційні зв'язки між державними та недержавними акторами у політичному просторі, ні легітимізувати владні рішення, а без цього неможливе порозуміння у демократичному суспільстві.

Виникнення терміна "політична комунікація" безпосередньо пов'язано з виникненням та поширенням нових інформаційних технологій в світі й демократизацією політичних процесів.

Так, німецький політолог й соціолог К. Дойч визначає політичну комунікацію як "нервову систему державного управління". А політичні повідомлення він вважав "чинником, що обумовлюють політичну поведінку" [44].

Французький політолог Ж.-М. Коттре зіставляє роль комунікації у політичному житті суспільства із "роллю кровообігу для організму людини. Її можна назвати "джерелом життєвої сили" чи "материнським молоком політики", оскільки політична комунікація є тією необхідною субстанцією, сполучною ланкою, яка поєднує різні частини політичної системи суспільства і дає можливість їм функціонувати як єдине ціле [21].

Засновник теорії кібернетики Н. Вінер у своїх дослідженнях висунув гіпотезу про те, що абсолютно всі явища, які відбуваються в суспільстві можна пояснити використовуючи інформаційний комунікативний обмін. На його думку, "політична комунікація — це процес створення, відправлення, отримання і обробки повідомлень, які істотно впливають на політику. Цей вплив може бути як прямим, так і опосередкованим, його результати можуть виявлятися як негайно, так і через певний час.

Про прямий (або безпосередній) вплив можна говорити стосовно таких видів політичної діяльності, як заклик до участі у виборах, звернення за підтримкою того або іншого політичного курсу, пропозиція схвалити й прийняти або, навпаки, вимога відхилити конкретний законопроект. Опосередкований (або непрямий) вплив повідомлень виявляється у тому, що вони можуть використовуватись для створення якихось "ідеальних моделей", "образів" дійсності та стереотипів, що впливають на політичну свідомість і

поведінку політичних еліт та громадськості. Творцями і відправниками повідомлень можуть бути політики, журналісти, представники груп інтересів або окремі індивіди. Принципово важливим для автора є те, що повідомлення має політичний результат, впливаючи на свідомість, переконання і поведінку індивідів, спільнот, інститутів, а також на середовище, в якому вони існують [21].

Серед сучасних підходів до тлумачення політичної комунікації можна виділити визначення відомого французького політолога Р.-Ж. Шварценберга: "Процес передачі політичної інформації, завдяки якому вона циркулює від однієї частини політичної системи до іншої та між політичною системою та соціальною системою". Таким чином, стверджує автор, "іде безперервний процес обміну інформацією між індивідами і групами на всіх рівнях" [5, с.32].

Українська дослідниця Л. Макаренко наголошує, що обмін інформацією є необхідним у процесі боротьби за владу. "З'ясування потреб і інтересів суспільства першочергове завдання для тих, хто змагається за владні позиції. Нехтувати інформаційними посланнями соціуму може хіба що той, хто не відчуває конкуренції, але в такому випадку не може йти мова про демократію" [42].

Автори праці "Публічна політика" зауважують, що "під політичними комунікаціями в теоретичному плані часто розуміють різноманітні соціальні контакти, які виникають як у публічній сфері, так і у зв'язку з впливом політичних акторів на політичні події" [36].

Українська дослідниця Л. П. Макаренко звертає увагу на акцент, зроблений на тому, що обмін інформацією є необхідним у процесі боротьби за владу. Авторка висновує: «З'ясування потреб і інтересів суспільства першочергове завдання для тих, хто змагається за владні позиції. Нехтувати інформаційними посланнями соціуму може хіба що той, хто не відчуває конкуренції, але в такому випадку не може йти мова про демократію» [2, с. 427]. Очевидно, що той, хто бореться за владу, її утримання та здійснення,

приречений на контакти з іншими політичними акторами, на політичне спілкування зі своїми громадянами.

Окремо підкреслимо, що істотною ознакою політичної комунікації як політико-комунікативного процесу обміну інформацією у ході конкретної діяльності політичних діячів є те, що мова йде не про «політичну інформацію взагалі», а про інформацію, яка є семантично значущою у політичному контексті у певній ситуації. Тут виникає необхідність уточнення, що слід розуміти під «політичною інформацією» та «політично значущою інформацією».

Поняття «політична інформація» охоплює всю сукупність відомостей про факти (події, явища, процеси, об'єкти, особи, організації), що стосуються політичної сфери суспільства. При цьому інформація про будь-яку суспільну проблему може стати політичною інформацією, якщо її пов'язують з питаннями влади, владних відносин.

Поняття «політично значуща інформація» охоплює «зміст усієї сукупності повідомлень, які змінюють стан політичних акторів у процесі їхньої суспільно-практичної діяльності, що спрямована на завоювання, утримання чи використання влади» [4, с. 83].

Залежно від конкретної ситуації не всяка політична інформація стає політично значущою для конкретного актора. Водночас складовою політично значущої інформації може стати зміст повідомлення про події в інших сферах суспільного життя, якщо воно стосується інтересів якогось політичного діяча. Так, це можуть бути відомості про факти з області економіки (наприклад, інформація про покращання чи погіршення економічної ситуації у регіоні або країні у цілому, що поширюється у період виборчої кампанії), культури (наприклад, інформація про наукові, мистецькі досягнення того чи іншого кандидата) і навіть інформація суто технічного характеру (наприклад, характеристики національної системи протиракетної оборони, що розробляються у певній країні, як аргумент на користь наступальних або оборонних стратегій кандидата у президенти країни-суперника).

Аналіз ідей, інтерпретацій і визначень політичної комунікації, які викладені у працях українських та зарубіжних науковців, дозволяє зробити висновок, що автори найчастіше розглядають політичну комунікацію в основному через триєдиний підхід як процес передачі, обробки і обміну політичними повідомленнями, зміст яких становить інформація, що пов'язана з питаннями влади і владних відносин.

Акцентуючи увагу на цьому «смысловому аспекті» взаємодії суб'єктів політики, дослідники вважають принципово важливим те, що «головним чинником, який визначає сутність і особливість терміна "політична комунікація", уявляється функціональне призначення інформації, що розповсюджується. Це інформація, що обслуговує політичні структури та має вплив на прийняття політичних рішень» [4, с. 81]. Не менш значною є та обставина, що ця інформація є політичною не взагалі, а політично значущою у конкретній ситуації.

Останнім часом політичну комунікацію розглядають не тільки як процес, як конкретну суспільно-практичну діяльність політичних акторів у формі обміну політично значущою інформацією з метою впливу на свідомість та дії інших акторів. Політичну комунікацію характеризують як одну із функцій політичної системи суспільства, яка забезпечує зв'язок між її компонентами.

Підсумовуючи розгляд питання щодо тлумачення політичної комунікації, можна сформулювати таке визначення: політична комунікація, як різновид соціальної комунікації, представляє собою особливу форму інформаційного обміну – обміну політично значущою інформацією, систему взаємодій політичних акторів з приводу влади, владних відносин, результатом яких є цілеспрямований вплив акторів один на одного та соціальну структуру (суспільство) у цілому.

Як окрема форма соціоінформаційної взаємодії, політична комунікація передбачає наявність як основних складових цього процесу, так і характерних властивостей тих контактів, які виникають у політичній сфері суспільного

життя. Так, у публічній політиці поняття «політична комунікація» збагачується участю неpolітичних акторів, формально організованих та неформальних (громадян, груп інтересів), які долучаються до політичного процесу для спільного розв'язання суспільних (загальних) проблем.

РОЗДІЛ 2. ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

2.1. Комуникативний процес як основа взаємодії органів державної влади та громадськості

Управлінські функції здійснюються засобами взаємодії між індивідами, соціальними групами, тобто за допомогою комунікації та обміну інформацією. При цьому слід зазначити, що «інформація» та «комунікація» є взаємопов'язаними термінами. Поняття «комунікація» в аспекті соціальної взаємодії, являє собою обмін думками, ідеями, відомостями, що передаються від одного носія до іншого за допомогою знаків, зафіксованих на матеріальних носіях.

Цікавою є думка дослідниці Коротич О., яка визначає комунікацію, як обмін ідеями, думками та інформацією, яка має бути значуща для учасників комунікації, в усному та письмовому вигляді за допомогою символів з метою домогтися від сторони, що робить, точного розуміння відправленого повідомлення [44, с. 83]. В свою чергу, дослідниця Литвинова Л. вважає, що комунікація – це обмін інформацією, відповідно до якого керівник приймає управлінські рішення та доводить їх до співробітників організації [34, с. 121].

Термін «комунікація» можна розуміти двояко, з одного боку, у ньому фіксується статика взаємодії. Зокрема це можна простежити на прикладі будь-якого письмового документа, який несе в собі ту чи іншу інформацію, виконує інформативну, емотивну (спонукає емоції; мотивацію взаємодії) та управлінську функцію і встановлює та підтримує фактичні контакти. З іншого боку, комунікації фіксують динаміку, безпосередньо процес взаємодії. Комунікації у системі державного управління є офіційним, юридично цілеспрямованим регламентованим рухом індивідуальних суб'єктів управління до соціальної спільності із збереженням за цими суб'єктами певної автономності, самостійності, самодіяльності, індивідуальності.

Структура комунікативного процесу - це зазвичай набір чотирьох базових елементів, до яких відносяться:

- відправник – особа, яка генерує ідею, або збирає та передає інформацію;
- власне інформація, безпосередньо повідомлення, яке має бути закодовано за допомогою символів;
- канали передачі інформації та засоби передачі інформації;
- одержувач – особа чи група осіб, для яких призначається інформація та яка інтерпретує її.

Будь-який орган державної влади являє собою соціальну організацію, яку з позиції теорії соціальної взаємодії потрібно визначати, як форму взаємодії людей, яка націлена на виконання певної суспільно значущої функції. Така взаємодія забезпечується та виражається за такими засобами:

- система офіційних відносин, які регламентуються юридичними розпорядженнями;
- розподіл функцій, що у сукупності утворює горизонтальну спеціалізацію;
- субординації посад, що є вертикальною спеціалізацією;
- система комунікацій, що включає засоби і канали передачі інформації, яка рухається зверху вниз, знизу вгору і по горизонталі.

Доцільно наголосити, що комунікативний процес відіграє важливу роль у державному управлінні незалежно від того, про яку форму комунікації йдеться. Керівники органів державного управління потребують інформацію, необхідну для прийняття рішення.

Зовнішня і внутрішня комунікація в державному управлінні.

Необхідно розрізняти поняття зовнішньої та внутрішньої комунікації. Поки зовнішня комунікація в державному управлінні націлена на справляння впливу на громадянське суспільство або отримання рекомендацій чи узгодження позицій із представниками суспільства, внутрішня комунікація

пронизує всю систему управління зсередини і є основною рушійною силою у сфері прийняття управлінських рішень.

За словами американського вченого Г. Саймона, відомого своєю теорією управлінської поведінки, «без комунікації не може бути порядку». Для нього уявлення про те, що комунікація в управлінні є подвійним процесом. Вона охоплює як транслявання інформації і наказів від центру прийняття рішень, так і рух інформаційних потоків до цього центру. Ці потоки можуть мати різний характер, наприклад поради щодо прийняття рішення або зворотний зв'язок від виконавців[35, с. 80].

Організація створює комунікаційні канали, через які отримується інформація у процесі прийняття управлінських рішень і куди передається інформація після ухвалення рішення. Ці канали можуть бути офіційними та не офіційними. Офіційні канали в основному засновані на організації формальної влади (системи управління), а не офіційні канали належать до розгалуженої соціальної системи зв'язків в організації. Щоб бути результативною, комунікація повинна не тільки наказувати, а й спонукати, пояснювати, переконувати.

Комунікація існує на всіх рівнях системи публічного управління. Комунікативні функції організації – це винятковий навик, який можливо здобути, вдосконалити й розвинути. Комунікація є результативною, якщо інформаційне повідомлення може бути декодоване і зрозуміле для одержувача.

Дослідник В.Дрешпак виділяє такі види (зовнішньої) комунікації:

- з метою інформаційного спілкування;
- для залучення публічних послуг;
- з метою обговорення попередніх ідей, які неможливо досягти без

народної участі[14, с. 81].

Необхідно звернути увагу на те, що зовнішня комунікація державних установ із громадськістю в рекламних цілях відбувається в односторонньому порядку – від державного управління до зовнішнього середовища. Метою

такого спілкування є надання інформації про власні послуги та інформації про певні цінності, а також створення свого позитивного іміджу в очах громадянського суспільства.

Комунікаційний процес у державному управлінні включає такі елементи:

1. установи державного управління та громадяни,
2. повідомлення,
3. канали комунікації,
4. інформаційні бар'єри,
5. зворотний зв'язок.

Далі слід більш детально розглянути кожен елемент.

Установи державного управління – муніципалітети, інші місцеві та регіональні органи влади, а також центральні органи влади знаходяться в спілкуванні з громадянами і є відправниками та одержувачами управлінської комунікації. Функції відправника і одержувача не є чітко визначеними. Залежно від характеру спілкування відправником у комунікаційному процесі можуть бути як органи державної влади, так і громадянське суспільство.

Варто відмітити, що кожне повідомлення є основою комунікаційних відносин. Воно має меті – інформувати, мотивувати, пропонувати, переконувати, сповіщати тощо. Канали державної комунікації визначають форму спілкування. Головною передумовою того, що повідомлення буде мати вплив на громадськість, є вибір такого каналу спілкування, який в даному випадку є доступний і зручний для всіх учасників процесу спілкування, тобто повідомлення має бути зрозумілим і доступним для цільової аудиторії.

Інформаційні бар'єри часто впливають на передачу інформаційного повідомлення через канал зв'язку. Однак зазвичай інформативні перешкоди і бар'єри безпосередньо заважають одержувачу, знижуючи його увагу до змісту повідомлення. Незалежно від форми спілкування, інформаційні бар'єри негативно впливають на якість та ефективність спілкування між відправником і одержувачем.

Наступний елемент, який необхідно розглянути це зворотній зв'язок, який являє собою повідомлення, яке рухається в протилежному напрямку, тобто до відправника початкового повідомлення. В організаційному сенсі зворотній зв'язок – це інформація, яку одержує організація у відповідь на її поведінку і може бути використана для коригування її майбутньої поведінки для досягнення належного результату діяльності. Відповідальний керівник повинен звертати особливу увагу на зворотний зв'язок і мати можливість отримати оцінку якості та переваги своєї діяльності у зв'язках з громадянським суспільством.

Отже, можна констатувати, що комунікація в державному управлінні – це обмін інформацією між двома суб'єктами комунікативної взаємодії. Для органів державного управління надзвичайно важливою складовою комунікативної діяльності є зворотний зв'язок та перехід від одностороннього інформування громадян про дії влади до двосторонньої комунікації “громадянське суспільство – державного орган – громадянське суспільство”.

Функції та види комунікації в системі державного управління.

У системі управління комунікації виконують специфічні функції, які різні дослідники характеризують по-різному. Так, найбільш популярним є поділ функцій комунікацій на великі групи: інформаційно-комунікативна функція і регулятивно-керуюча функція.

Варто підкреслити, що особливістю інформаційно-комунікативної функції комунікацій є те, що інформація не просто передається – приймається, а й формується, що є важливим моментом для творчого продуктивного спілкування. Завдяки інформаційно-комунікативній функції здійснюється вирівнювання відмінностей у вихідній інформованості партнерів. Регулятивно-керуюча функція виявляється у цьому, що з цієї функції можна регулювати, власну поведінку та поведінку інших людей.

Проаналізувавши наукову літературу з даного питання можна дійти висновку, що комунікації повинні:

- забезпечувати ефективний обмін інформацією між суб'єктами та об'єктами управління;
- удосконалювати відносини між суб'єктами комунікації різних рівнів у процесі обміну інформацією;
- створювати інформаційні канали для обміну інформацією між окремими співробітниками та групами;
- налагоджувати та раціоналізувати інформаційні потоки.

Слід відмітити, що цікавою є думка дослідниці Топольницька Т., яка виділяє такі функції комунікацій як:

- консервативна функція, спрямована на збереження статус-кво державної системи та яка сприяє стабільному існуванню соціального організму;
- координуюча функція, яка націлена на забезпечення координації владних впливів суб'єкта управління відповідно до параметрів об'єкта управління, та їх можливих змін;
- інтегруюча функція, яка пов'язана із втіленням такої державної політики, яка б могла врахувати інтереси всіх елементів суспільної системи, та яка б сприяла виробленню та прийняттю погоджених управлінських рішень;
- мобілізаційна функція, спрямована на забезпечення легітимності існуючого громадського порядку, отримання підтримки та схвалення суспільства з приводу прийнятих управлінських рішень;
- соціалізуюча функція, пов'язана з засвоєнням у процесі інформаційного обміну цінностей та традицій держави, соціально-політичних норм тощо[41, с. 83].

Крім того, деякі дослідники відзначають, що характеризуючи функції комунікації в державному управлінні необхідно говорити і про їх ідеологічну функцію, оскільки грамотно налагоджений зворотний зв'язок з населенням має в своєму розпорядженні громадян довіру чинної влади.

Необхідно звернути увагу на те, що комунікація поділяється на дві групи: між державною організацією та її середовищем та між рівнями

управління та підрозділами. До першої групи відносяться комунікації, що являють собою інформаційну взаємодію із зовнішнім середовищем: засоби масової інформації, споживачі, нагляд за якістю продукції тощо. Виникнення комунікацій усередині організації як зборів, обговорень тощо. До другої групи слід віднести:

- міжрівневі комунікації – комунікація здійснюється по вертикалі та по горизонталі між підрозділами. Зверху вниз передається інформація про прийняті рішення, поточні завдання, рекомендації, знизу вгору – інформація про перебіг виробничого процесу, завантаження обладнання, надходження сировини у вигляді звітів;

- комунікації між різними підрозділами – обмін інформацією для координації завдань та дій підрозділів організацій органів публічного управління. Координується діяльність робочих груп з контролю над витратами, збутом продукції. Керівники інформують один одного про перебіг впровадження нової техніки;

- комунікації «керівник-підлеглий» – це обмін інформацією про способи діяльності, результативність роботи, винагороди, проблеми, зміни і т.д. Дані комунікації надають безпосередній вплив на виробничий процес;

- комунікації між керівником та робочою групою – важливий компонент для досягнення ефективності управління. Участь у обміні інформацією кожного члена робочої групи дозволяє виробити правильні відносини групи з керівником, а керівнику – найактивніше залучати підлеглих у відносини організації;

- неформальні комунікації – думки, складаються у неформальних групах і надходять до керівника органів публічного управління неформальними каналами, дають можливість приймати більш правильні рішення, попереджати конфліктні ситуації.

Таким чином, підводячи підсумок, можна сказати, що комунікація, являє собою інформаційний обмін у технологічно організованих системах, зокрема в системі публічного управління. Керуючи комунікацією, активно впливаючи

на її компоненти, органи державного управління реалізують свої сильні сторони та нейтралізують слабкі.

Отже, можна констатувати, що використання системи комунікацій у державному управлінні є важливою складовою процесу підготовки та прийняття управлінських рішень. Варто підкреслити, що існують різні канали, якими здійснюється комунікація в системі державного управління, і досить важко визначити, який з них є найважливішим і необхідним. Безумовно, офіційні засоби для комунікації в публічних організаціях, несуть більше конкретики та перевірених даних, ніж неофіційні. Слід додати, що комунікація не може існувати у відриві від держави і суспільства, а суспільство не може розвиватися без грамотно налагодженої комунікації. Однак без взаємної довіри, зворотного зв'язку та своєчасної інформації, комунікація державних інститутів та суспільства не буде ефективною та продуктивною. У зв'язку із цим керівники державних організацій та управлінці різного рівня, повинні шукати шляхи, підходи вдосконалення комунікації, встановлення неформальних, більш оперативних каналів передачі, нарощувати власний потенціал через спілкування з підлеглими, іншими керівниками, постійного навчання та особистісного зростання.

2.2. Публічна сфера, її роль та функції в комунікативному процесі

Український науковець Є. О. Романенко стверджує, що «у межах сучасного суспільства в умовах розвитку масмедіа, громадянського суспільства спостерігається розширення сфери функціонування публічних комунікацій. Саме тому під публічними комунікаціями необхідно розуміти складний процес взаємодії органів державної влади через масмедіа шляхом формування відповідних поглядів, уявлень та інтересів різних прошарків суспільства» [8, с. 17]. Розглядаючи публічну комунікацію як засіб транспарентності державного управління, автор висновує: «під публічною

комунікацією в системі державного управління доцільно розуміти вид усного спілкування органів державної влади, за допомогою якого відбувається передача офіційної інформації громадськості» [8, с. 18].

Основними формами громадської участі у процесах прийняття державних рішень, які можуть гарантувати налагодження конструктивних взаємовідносин між органами державної влади та громадськістю, Є. О. Романенко вважає:

- інформування (відкритий доступ до надання об'єктивної та своєчасної інформації);
- консультації в режимі реального часу для ідентифікації громадської думки та розроблення відповідних пропозицій;
- діалог шляхом проведення слухань, громадських форумів та інших публічних форм із зацікавленими учасниками державно-громадської взаємодії;
- партнерство, яке реалізується через спеціально створені групи експертів, які надають консультації з відповідних питань, що становлять суспільний інтерес [38, с. 25].

Якщо звернути увагу на проблему трактування публічних комунікацій у загальному вимірі, то варто навести позиції представників сучасної італійської школи теорії комунікацій, яка має багато оригінальних напрацювань.

Так, дослідник зв'язків з громадськістю О. Д. Кривоносов цитує П.Мачіні, на думку якого публічні комунікації – це «простір символічної діяльності суспільства, в якому, внаслідок процесів соціальної диференціації, взаємодіють та вступають у конкуренцію різні системи з метою утвердити свою точку зору з питань суспільного інтересу» [19]. У цьому контексті йдеться про те, що публічна комунікація передбачає формування певного публічного (суспільного) простору, в якому відбувається певний процес соціального дискурсу (включаючи і конфлікти інтересів) між різними суб'єктами публічної сфери з метою формування певної громадської думки.

Дослідник О. Д. Кривоносов зазначає, що публічні комунікації слід розглядати як «...контекст та інструмент, який дозволяє різним суб'єктам публічної сфери вступати у взаємовідносини між собою, зіставляти точки зору та цінності, щоб досягнути спільної мети, що полягає у здійсненні завдань суспільного інтересу» [9]. Тут йдеться про стратегічну спрямованість публічних комунікацій на реалізацію суспільних потреб та інтересів.

Також нашу увагу звертають на погляди С. Роландо, якого вважають засновником італійської теорії публічних комунікацій, щодо структури публічних комунікацій: «...система публічних комунікацій складається з наступних елементів: політичні комунікації, які здійснюються партіями або політичними діячами з метою впливу у сфері політики; комунікації "соціальної солідарності"..., що мають на меті просування ідей та ініціатив соціального характеру; інституціональні комунікації, які виходять від державних органів і призначені для інформування громадськості, а також для просування іміджу інституціональних суб'єктів публічної сфери» [9, с.23].

Отже, поняття публічної комунікації варто розглядати через розуміння змісту публічного простору (публічної сфери), де відбуваються різноманітні соціальні контакти щодо формування суспільно значущих цілей і завдань.

На наш погляд, сутність публічної сфери (простору) з достатньою необхідністю розкривають її функції. Аналізуючи основні проблеми розвитку публічної сфери в Україні, І. В. Рейтерович визначає п'ять найважливіших функцій публічної сфери, що забезпечують взаємодію держави і суспільства (різноманітних груп інтересів) з приводу спільних проблем:

По-перше, це функція артикуляції та агрегації суспільних інтересів, тобто перетворення соціальних очікувань у конкретні політичні вимоги, а також узгодженням приватних вимог та потреб, установлення між ними певної ієрархії та вироблення на цій основі спільних групових цілей, що, у свою чергу, суттєво знижують соціальну напруженість у суспільстві, закладають основи для консенсусної демократії, що в подальшому сприяє адаптації політичної системи до нових умов функціонування.

По-друге, функція публічного контролю за діяльністю влади (публічна сфера має нормативний статус і вважається тим місцем, усередині якого державні справи можуть піддаватися постійній громадській перевірці).

По-третє, інформаційно-комунікативна функція (відкрита комунікація в публічній сфері має дискурсивну функцію, будучи форматом, що дає змогу здійснювати широкий обмін ідеями, думками та аргументами).

По-четверте, функція впливу на формування публічної політики.

По-п'яте, функція політичної освіти громадян (публічна сфера – це своєрідне об'єднання експертів, які дають оцінку різноманітним явищам політичного та соціально-економічного життя) та, частково, формування політичної еліти (через так званих лідерів громадської думки, громадських активістів тощо) [10, с. 57].

Зазначені вище функції дозволяють також установити співвідношення між публічними і політичними комунікаціями.

Тут можемо окреслити загальні риси підходу до розрізнення понять: «публічні комунікації» у певному сенсі є ширшим поняттям, ніж «політичні комунікації», оскільки охоплює, скажімо, й дії неполітичних акторів; «публічні комунікації» відображають лише той спектр політичних комунікацій, які відповідають «...рівню раціональних політичних систем» [16, с. 51], відбуваються в умовах, «...коли існує вільний і безкоштовний доступ до інформації для населення, влада контролюється з допомогою дискусій, інформація розподіляється рівномірно, а громадська думка існує в середовищі з чіткими політичними альтернативами». Тому можна визначити публічну комунікацію як форму соціальної комунікації, яка реалізується у публічній сфері (просторі), представлена системою взаємодій політичних і неполітичних акторів в умовах, які дають можливість активізувати участь громадян у політичному процесі і через соціально-політичний дискурс сформувати суспільно значущі цілі. Публічні комунікації охоплюють різноманітні соціальні контакти, у тому числі ті, які виокремлені як політичні, але лише той їх спектр, що відповідає рівню раціональних демократій.

Аналіз наукових підходів до розуміння сутності базових понять публічної комунікації у публічній політиці дозволив з'ясувати й уточнити зміст таких понять, як «комунікація», «соціальна комунікація», «спілкування», «політична комунікація», «публічна комунікація», та сформулювати відповідні дефініційні конструкції. Зокрема, політична комунікація, як різновид соціальної комунікації, є особливою формою інформаційного обміну – обміну політично значущою інформацією, системою взаємодій політичних діячів з приводу влади, владних відносин, результатом яких є цілеспрямований вплив акторів один на одного та соціальну структуру (суспільство) у цілому.

Публічна комунікація, як форма соціальної комунікації, що реалізується у публічній сфері (просторі), представляє собою систему взаємодій політичних і неполітичних діячів в умовах, які дають можливість активізувати участь громадян у політичному процесі і через соціально-політичний дискурс сформувати суспільно значущі цілі.

2.3. Інструментарії відносин та взаємодії в публічних комунікаціях

Дослідження і проникнення у сутність управлінських і організаційних процесів комунікативної системи публічного управління – одна з головних умов сталого розвитку публічних комунікацій. Стан відносин та взаємодії в публічних комунікаціях наочно виявляється в наявності певного ступеня довіри чи недовіри громадськості до влади та органів місцевого самоврядування. Світовий досвід розвинутих країн доводить, що не існує міжнародних універсальних методик та критеріїв поліпшення відносин між суспільством та владою, кожна країна виробляє їх самостійно, з урахуванням особливостей власного розвитку.

Під час встановлення та розвитку відносин у публічних комунікаціях значна роль надається формам та інструментам громадської участі. Але це питання нині не є вирішеним, тому аналіз форм та інструментів громадської

участі в місцевих громадах України дасть змогу виділити певні загальні риси та розбіжності в діяльності, що дозволить зробити висновки та запропонувати найбільш зручні та важливі форми й інструменти взаємодії.

Громадяни України мають певні права участі в управлінні державними справами. Ці права є комплексними, та згідно з Конституцією України [19] слід відзначити такі:

- право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань (стаття 34);
- право на свободу об'єднання у політичні партії та громадські організації для здійснення і захисту своїх прав і свобод та задоволення політичних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів (стаття 36);
- право направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування та посадових і службових осіб цих органів (стаття 40);
- право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення (стаття 50);
- право на оскарження в суді рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб (стаття 55) [1].

У процесі розгляду Проекту Закону «Про місцеве самоврядування в Україні» Дмитро Гурін [9] виділив такі форми громадської участі під час взаємодії громади та органів влади, причому вони поділені на два блоки: ті, що ініціюють жителі, та ті, що ініціюють органи місцевого самоврядування.

Наукові погляди Є. Романенка на форми відносин між органами державної влади та громадськістю у публічних комунікаціях, які представлено у науковій роботі *«Публічна комунікація як засіб транспарентності державного управління»*, серед яких автор виділяє такі: «інформування (відкритий доступ до надання об'єктивної та своєчасної інформації);

консультації в режимі реального часу для ідентифікації громадської думки та розроблення відповідних пропозицій; діалог шляхом проведення слухань, громадських форумів та інших публічних форм із зацікавленими учасниками громадської взаємодії; партнерство, яке реалізується через спеціально створені групи експертів, які надають консультації з відповідних питань, що становлять суспільний інтерес» [43, с. 25].

Інший автор [4, с. 85] поряд із видами публічної комунікації виділяє ще методи комунікативного впливу, такі як інформування, пояснення, переконування, поради та пропозиції. Що, на нашу думку, є дуже слушним та доповнює процес відносин і взаємодії в публічних комунікаціях.

Варто відзначити, що будь-який комунікативний процес у державному управлінні повинен бути чітко структурований.

По-перше, треба створити певний комунікативний центр, у якому координується вся інформація, яка буде передаватися громаді.

По-друге, повідомлення, які виходять із центру, повинні бути професійно розроблені та відправлятися від імені офіційних органів. Слід звернути увагу на те, що інформація повинна бути достовірною, тому що в іншому разі намір виправити помилкову інформацію може мати несприятливий вплив на її сприйняття.

По-третє, залучення до комунікативного процесу трьох так званих флангів: перший – це профільні лідери громадської думки та експерти в певній галузі, представники міжнародних організацій; другий – представники громадськості, які мотивовані публічно говорити про ту чи іншу проблему в соцмережах, блогах, виступах та зверненнях; третій – це політики, чиновники центрального та регіонального рівнів, обов'язково враховуючи рівень довіри до того чи іншого представника влади, селебрітіс та інші популярні особистості. Причому саме на цьому фланзі вкрай важливою є відкритість комунікації, адже це сприяє підвищенню довіри до дій влади.

Серед основних завдань державних органів слід виділити такі:

- інформування громадськості – це діяльність щодо надання своєчасної інформації чи повідомлень стосовно новин, змін, роз'яснень побоювань громадян тощо;

- умовляння або переконання громадськості – це діяльність із заохочення громадян до участі в громадському житті, зміна сприйняття та підвищення рівня довіри до органів державної влади та місцевого самоврядування;

- нагадування – про успішну співпрацю в минулому, про важливі засоби правил поведінки, уникнення неприємних подій або наслідків тощо.

Серед науковців є певні погляди на завдання публічних комунікацій. Так, О. Чебан вважає, що «завдання комунікацій органів державної влади – не впливати на суспільну оцінку дійсності, а реагувати на неї» [34, с. 60]. Але, на наш погляд, певний ступінь впливу на громадськість варто здійснювати саме через використання інструментів роз'яснення та формування довіри як окремих представників громадськості, так і соціальних груп до органів державної влади та місцевого самоврядування.

Класичний процес публічних комунікацій складається з певних елементів, серед яких слід особливу увагу звернути на перешкоди та зворотний зв'язок.

Перешкоди стають на заваді ефективній комунікативній взаємодії в управлінні та знижують ступінь довіри громадськості до владних структур. Слід виділити основні перешкоди, на які варто звертати увагу:

- недостатнє усвідомлення владою необхідності повного інформування громадськості;

- стереотипне мислення, завдяки чому зміст наданої інформації може бути перекручений під впливом наявного стереотипу у громадськості;

- неправильні установки свідомості як представників органів влади, так і громадян;

- упереджені уявлення громадськості щодо влади та органів місцевого самоврядування;

- недостатня взаємоповага двох сторін публічної комунікації під час спілкування; відсутність уваги та інтересу до певних питань через непорозуміння між сторонами публічного комунікативного процесу;
- неправильне трактування громадськістю отриманої інформації та нехтування фактами;
- використання елементів маніпулятивного впливу на громадськість;
- вибіркове сприйняття інформації громадськістю;
- інформаційне перевантаження, внаслідок якого виникає захисна реакція у формі ігнорування, відсіювання та забування;
- комунікативна настороженість або занепокоєність із боку громадськості;
- навмисне вишукування помилок в інформаційному повідомленні;
- неправильне кодування інформації і, як наслідок, неправильне її декодування громадськістю;
- неправильна оцінка здатності громади зрозуміти інформацію;
- відсутність зворотного зв'язку;
- слабка сила переконання;
- відсутність заклику до дій з боку органів влади та місцевого самоврядування[36, с. 20].

Отже, під час організації публічних комунікацій слід вживати заходів щодо запобігання та мінімізації можливих перешкод на протязі всього комунікативного процесу, підтримувати постійний діалог, мотивувати активну та свідому участь громадськості в публічному комунікативному процесі.

Обов'язковим елементом системи публічних комунікацій є зворотний зв'язок, під яким розуміється відповідна реакція громадськості на повідомлення, які надходять від органів державної влади або місцевого самоврядування. За рахунок появи зворотного зв'язку публічна комунікація стає двостороннім процесом, що дає змогу як громадськості, так і органам

влади та місцевого самоврядування коригувати цілі та взаємну поведінку. Зворотний зв'язок, як правило, приводить до таких результатів, як: зміна у знаннях громадськості, зміна установок як щодо стійких уявлень громадськості, зміна поведінки як окремих представників громадськості, так і соціальних груп. Таким чином, зворотний зв'язок у системі публічних комунікацій робить ці комунікації динамічним двостороннім процесом.

Позитивний зворотний зв'язок формує у органів державної влади та місцевого самоврядування впевненість, що бажаний результат повідомлення досягнутий, і навпаки, якщо зворотний зв'язок є негативним, то це повідомляє про недосягнення бажаного результату. Але слід відзначити, що саме негативний зворотний зв'язок має більшу цінність для аналізу публічного комунікативного процесу, тому що саме це може стати основою для конструктивного діалогу між громадськістю та органами влади або місцевого самоврядування, і чим активніше використовується зворотний зв'язок між громадськістю та органами влади та місцевого самоврядування, тим ефективнішим є цей процес та розуміння, якою мірою було сприйняте та зрозуміле громадськістю певне повідомлення.

Дослідження у сфері публічних комунікацій доводять, що наявність зворотного зв'язку, тобто двостороння комунікація, порівняно з одnobічною публічною комунікацією, коли зворотний зв'язок з громадськістю відсутній, має ефект із погляду мінімізації соціальної напруги, сприяє підвищенню довіри між двома сторонами публічного комунікативного процесу та впевненості у правильності інтерпретації наданої інформації. Все це дає змогу зробити висновок, що стійкий зворотний зв'язок у системі публічних комунікацій є необхідною умовою результативної співпраці між органами влади, місцевого самоврядування та громадськістю.

Прикладом взаємодії та взаємозв'язків із громадськістю є Центр комунікації та інформації (м. Київ), що являє собою майданчик для розбудови партнерства та діалогу влади, громади, бізнесу в Києві. Центр висвітлює діяльність міської влади, спонукає активних громадян до реалізації та

моніторингу здійснення міських політик, за його допомогою здійснюється залучення активних мешканців до співпраці. Створення подібних центрів у якомога більшій кількості міст України дасть змогу більш вдало проводити процеси взаємодії та взаємозв'язків із громадськістю.

Таким чином, серед основних проблем, які потребують вирішення, виділено: нестале формулювання цілей та завдань публічних комунікацій; невикористання превентивних мір щодо запобігання та мінімізації перешкод у комунікативному процесі; відсутність зворотного зв'язку після передачі інформації між громадськістю та органами влади, місцевого самоврядування; низький рівень довіри до органів влади та місцевого самоврядування. Задля вирішення зазначених проблем визначено напрями наступних досліджень, а саме: розроблення та проведення опитування громадськості щодо проблем задоволеності результатами співпраці між громадськістю та органами влади і місцевого самоврядування; розроблення єдиної стратегії публічних комунікацій, яка має бути рекомендована для використання в роботі органам місцевого самоврядування.

Отже, налагодження компромісних відносин, ефективних взаємозв'язків та ефективної взаємодії між органами влади та місцевого самоврядування і громадськістю, високий рівень інформаційної прозорості є досить складним завданням, але цілком можливим для виконання.

РОЗДІЛ 3. ПУБЛІЧНІ КОМУНІКАТИВНІ КАНАЛИ ТА НАРАТИВИ

3.1. Канали комунікації органів державної влади та громадськості

В межах дослідження йдеться про відповідні канали комунікації, які забезпечують здійснення публічної політики, серед яких: особисті канали комунікації (особисті консультації, комунікація через електронну пошту і т.ін.) та публічні канали комунікації (виступи, збори, стратегічні сесії, засідання структурних підрозділів, громадські слухання – розсилка, внутрішній сайт, блог керівника, електронні стенди інформації).

На думку І.М.Дзялошинського, найбільш дієвою є "пряма особиста комунікація, тобто розмова один на один, оскільки це такий канал інформації, який в основному використовується на етапі трансформації стратегії в індивідуальні цілі людей" [29, с. 174]. Такий канал публічної комунікації дає змогу донести стратегічні цілі діяльності органів державної влади та пояснити, в чому полягає взагалі зміст реалізації відповідної стратегії.

Діяльність органів державної влади в напрямі реалізації відповідної стратегії повинна супроводжуватись відповідними індивідуальними зустрічами з громадськістю, які допоможуть останній зрозуміти саме те, що є їй найближчим. Така комунікація дає змогу громадськості не лише чітко зрозуміти стратегічні цілі діяльності органів державної влади, а й на основі цього запропонувати власні варіанти розв'язання відповідних стратегічних проблем. У такий спосіб формат комунікації забезпечує формування певної громадської відповідальності за стратегію реалізації державної політики в різних сферах суспільного життя.

Щоб забезпечити ефективність прямої публічної комунікації на рівні взаємодії органів державної влади та громадськості, надзвичайно важливо виходити з доцільності створення так званих проєктних груп, які б

забезпечували план реалізації відповідної *стратегії* держави на відповідному рівні. Такий широкий контекст її реалізації трансформується в конкретне завдання, яке постає як перед органами державної влади, так і перед громадськістю.

Публічна комунікація як засіб державного управління виконує відповідні функції, серед яких:

1. висвітлення інтересів громадськості для того, аби органи державної влади здобули ресурс для належної їх реалізації через систему державної політики;
2. публічний контроль за діяльністю органів державної влади, який забезпечує їх підзвітність перед громадськістю [10];
3. стратегічний вплив на формування державної політики (держава як загальнонаціональний інститут покликана представляти інтереси суспільства, а для цього воно повинно володіти належним публічно-комунікативним потенціалом, аби впливати на нього);
4. політичне просвітництво громадян за допомогою відповідних публічних форумів (загальнонаціональних семінарів), які, зокрема, сприяють формуванню власної позиції, допомагають здійснити усвідомлений вибір, узгоджений з іншими членами суспільства [11].

Наведені функції публічної комунікації забезпечують доступ громадян до процесів державного управління, тим самим сприяючи його прозорості та демократизації. Згідно з Європейською конвенцією про права людини 1950 р. кожен громадянин має право на самовираження. Це право включає свободу висловлювати свої думки, а також отримувати й зіставляти інформацію та ідеї без втручання державної влади і не озираючись на її обмеження [12]. Реалізація такого права громадян може бути забезпечена шляхом запровадження механізмів прямого доступу громадян до джерел інформації.

Важливою складовою в реалізації публічної комунікації як засобу відкритості державного управління є комунікативний аудит. Транспарентність взаємодії органів державної влади та громадськості залежить від здатності

перших задовольняти запити своєї цільової аудиторії, індикативно прилаштовуючись до їх потреб та інтересів, які мобільно змінюються в умовах розвитку сучасного світу. Аби володіти необхідним потенціалом реагування на запити громадськості, органи державної влади мають проводити системний комунікативний аудит, який допоможе їм проводити своєчасне коригування політики своєї діяльності. Саме підхід, базований на комунікативному аудитові, забезпечить успішність модернізації системи державного управління.

Комунікативний аудит у системі державного управління передбачає систематичне документування комунікації органів державної влади з громадськістю з метою створення цілісної системи комунікативних потреб, політик та практик, які дадуть можливість прийняти ефективні державно-управлінські рішення. У такий спосіб комунікативний аудит як структурний елемент публічної комунікації спрямований на забезпечення відкритості системи державного управління та своєчасного внесення змін у політику діяльності органів державної влади. З огляду на це комунікативний аудит у системі державного управління дає можливість оцінити стан відносин органів державної влади з цільовими групами, тим самим дозволяючи оцінити якість та ефективність їх каналів комунікації та запобігти небажаним результатам відповідної діяльності.

Технологічний аспект реалізації комунікативного аудиту в системі державного управління можна розглянути через його основні цілі, які забезпечують можливість:

1. отримати від громадськості інформацію для стратегічного формування державної політики;
2. виявити та описати модель комунікативної взаємодії між відповідним органом державної влади та його цільовою групою громадськості в напрямі реалізації відповідного принципу державної політики;
3. визначити профіль іміджевої стратегії органу державної влади щодо налагодження комунікативної взаємодії з відповідними групами

громадськості;

4. виявити сильні та слабкі сторони органу державної влади у напрямі реалізації потреб та інтересів громадськості, декларуючи в такий спосіб свої репутаційні активи та пасиви;

5. налагодити зворотний зв'язок із відповідними групами громадськості щодо змісту отримуваної інформації, аби в такий спосіб забезпечити результативність реалізації державної політики.

Реалізація наведених вище цілей комунікативного аудиту, яка спрямована на забезпечення *ефективності публічної комунікації*, дає змогу органам державної влади перебувати в тісній взаємодії з громадськістю у напрямі реалізації прозорої державної політики. Аби забезпечити ефективність такої взаємодії, органи державної влади мають володіти інструментами публічної комунікації, які передусім забезпечують таку прозорість.

Сайти з державно-управлінським контентом у сучасній практиці відкритості державного управління є принципово новим способом публічної комунікації суб'єктів державного управління. Якщо раніше центральні органи державної влади затратили достатньо часу та ресурсів для передачі відповідних циркулярів на місця, то зараз у режимі реального часу всі їх суб'єкти підпорядкування, маючи доступ до Інтернету, можуть отримувати інформацію, а громадяни, у свою чергу, мають можливість простежувати та контролювати, які рішення ними приймаються.

У сучасних умовах для суб'єктів державного управління стратегічної важливості набуває доведення *інформаційного обміну з громадськістю* до рівня, коли зворотний зв'язок має змістове значення. Це такий рівень, коли органи державної влади протягом дня можуть багаторазово обмінюватись відповідними повідомленнями, завдяки чому встановлюється більш міцний зворотний зв'язок із громадянами. Такий зв'язок прискорює процеси інформаційного обміну між органами державної влади та громадськістю, сприяє згуртованості людей в єдину "інформаційну спільність", що визначає

високий рівень транспарентності функціонування системи державного управління. Це характеризує нову систему ефективності комунікації в державному управлінні, яка сприяє становленню нової моделі публічної політики.

В умовах демократизації різних національних систем державного управління важлива роль належить відповідним інституційним структурам, які забезпечують реалізацію публічних комунікацій як інструменту транспарентності їх функціонування. Так, зокрема, майже в усіх країнах Європейського Союзу створені відповідні міністерства чи агентства державного регулювання, які здійснюють функції із забезпечення активної взаємодії органів державної влади з громадськістю.

У США функціонує Департамент оборони, в якому зайнято близько 3 тис. фахівців PR-профілю та комунікативних технологій. У структурі Державного департаменту США функціонує окреме бюро суспільних справ (Bureau of Public Affairs), яке включає:

1. офіс зв'язків із пресою,
2. офіс із реалізації громадянських проєктів,
3. офіс аналізу громадської думки,
4. офіс стратегічного планування комунікативних процесів [13].

Надзвичайно важливою проблемою для реалізації публічної комунікації як засобу державного управління є проблема, пов'язана з інформаційною просвітою громадян, що стосується, зокрема, їх підготовленості до реалізації прав на інформацію. Здебільшого це зумовлено тим, що переважна кількість інформаційних ресурсів базуються на використанні сучасних інтернет- та телекомунікаційних технологій (сучасні банки даних, електронні карти, різноманітні електронні видання, електронні дошки оголошень), користування якими може бути утрудненим для не підготовленого громадянина. Виходячи із цього пріоритетним завданням у контексті забезпечення транспарентності державного управління через публічну комунікацію має стати підвищення

інформаційної компетентності громадян, реалізацію якого мають взяти на себе як державні, так і громадські структури.

Громадські структури відіграють стратегічно важливу роль у реалізації публічної комунікації, оскільки саме вони сьогодні є інститутом актуалізації у свідомості суспільства певних смислових координат, які відтворюються громадянським суспільством. Ці структури дають змогу вибудувати чіткі комунікативні лінії взаємодії громадськості з органами державної влади, аби перші володіли належним рівнем осмислення відповідних проблем державної політики і відповідним потенціалом впливу на їх розв'язання. Ключова роль у цьому процесі належить інструментально-прагматичній діяльності ЗМІ, які виконують практичну (надають інформацію (довідки, поради), а також в окремих випадках допомогу), гносеологічну (забезпечують можливість громадян для висловлювання власної думки, аналізу подій, пошуку шляхів розв'язання проблем), соціально-політичну (здійснювати контроль за діями політичних та господарських структур), інтегративну (сприяння взаєморозумінню та вирішенню спорів (організація перемовин)) функції.

У "Кодексі рекомендованої практики громадської участі у процесі прийняття рішень" Ради Європи чітко визначено, що органи державної влади мають бути абсолютно прозорі на всіх етапах вироблення політичних рішень спільно з громадськими організаціями [14]. Це тим самим заперечує поняття *секретності та конфіденційності*, які характерні для традиційної держави, та відкриває нові можливості для функціонування громадських неурядових структур, які здобувають право діяти незалежно та відстоювати позиції, які не збігаються з позицією органів державної влади, з якими вони співпрацюють. Саме означений підхід сьогодні може гарантувати налагодження конструктивних взаємовідносин між органами державної влади та громадськістю в таких основних формах участі, як:

- інформування (відкритий доступ до надання об'єктивної та своєчасної інформації);

- консультації в режимі реального часу для ідентифікації громадської думки та розроблення відповідних пропозицій;
- діалог шляхом проведення слухань, громадських форумів та інших публічних форм із зацікавленими учасниками державно-громадської взаємодії;
- партнерство, яке реалізується через спеціально створені групи експертів, які надають консультації з відповідних питань, що становлять суспільний інтерес.

Таким чином, здійснений аналіз публічної комунікації як засобу транспарентності державного управління дає підстави чітко ідентифікувати зміст та специфіку функціонування публічної сфери сучасного суспільства як функціонального простору для розгортання відповідних комунікативних процесів громадського контролю за діяльністю органів державної влади. Основне завдання, яке на сьогодні постає перед органами державної влади та громадськістю, – утвердження компромісних відносин, які б характеризувались високим рівнем інформаційної прозорості, перетворюючи суспільство на ефективного суб'єкта вироблення державно-управлінської інформації. Подальше дослідження означеної проблеми передбачає детальний аналіз відкритості та прозорості як структурних рівнів транспарентності державного управління і їх комунікативні функції, що й закладає перспективи для його розроблення в межах вітчизняної державно-управлінської науки.

3.2. Роль засобів масової інформації в організації процесу комунікації Президента та громадськості України

У сучасному українському суспільстві роль засобів масової інформації постійно зростає. Інформуючи населення, засоби масової інформації формують у людей навички аналізу діяльності влади, здатності захищати власні погляди, підвищують відповідальність влади за її дії. Відповідно,

налагодження дієвої взаємодії між органами державної влади, громадськістю та засобами масової інформації є важливою складовою розвитку засад здійснення суспільного діалогу, забезпечення участі громадян в обговоренні та виробленні державної політики, гарантування їх прав на отримання та доступ до інформації в контексті розвитку громадянського суспільства і зміцнення демократії в Україні.

Також, в міру розвитку інформаційної революції стає все більш визначним поняття «інформації» як трансформаційного ресурсу. Саме інформація найбільш впливає на всі процеси перетворення. У сучасному суспільстві з усіх видів духовно-психологічного впливу на перший план висувається інформаційна влада. Інформаційна влада, і насамперед, її головні носії – засоби масової інформації, є складовою частиною механізму функціонування демократії, а також її ціннісних підвалин, демократичного ідеалу.

За допомогою своїх інститутів державна влада впливає на політичну свідомість і політичну діяльність як через спеціальні політичні комунікації, так і опосередковано, наприклад, через засоби масової інформації, систему освіти, просвіти, в тому числі і бібліотеки. Саме ці інститути генерують соціальну пам'ять нації, соціальних груп і особистостей, задають інтерпретаційний зміст подіям, що відбуваються. До того ж, у XXI ст. володіння інформаційними ресурсами й технологіями об'єктивно стає однією з неодмінних умов розвиненості, могутності та конкурентоспроможності нашої держави адже засоби масової інформації в сучасних умовах стали одним з важливих факторів політичного процесу. В свою чергу сама поява засобів масової інформації та Інтернету не могла не позначитися на характері комунікації між Президентом та громадськістю.

Президенти незалежної України, в своїй діяльності, спираються на систему політичної комунікації, яка є одним із засобів відображення політичних відносин. Політична комунікація це безперервний процес циркулювання інформації між різними частинами політичної системи. Вона

сприяє зміцненню політичного зв'язку президент громадськість та підтримує його в стані співробітництва.

Оскільки інформаційна діяльність засобів масової інформації і надалі незмінно зростає і посилюється, впливає на всі сторони життєдіяльності суспільства і держави, завдання полягає в тому, щоб ця діяльність відповідала українським національним інтересам, сприяла утвердженню незалежної Української держави. Ця проблема є особливо актуальною сьогодні для України. Тому дослідження ролі засобів масової інформації в організації процесу комунікації президента та громадськості, є доцільним і своєчасним.

Віддаючи належне науковій і практичній значущості наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених, слід, однак, зауважити, що серед невирішених частин проблеми залишається дослідження ролі засобів масової інформації в організації процесу комунікації президент-громадськість як важливого чинника державотворчих процесів в Україні, що й обумовлює зацікавленість зазначеною проблематикою.

Залучаючи громадян до інформаційних відносин, ЗМІ формують певні ціннісно-сміслові моделі у процесі комунікації між Президентом та громадськістю. Здатність швидко охоплювати найбільш широкі аудиторії дає можливість сучасним масмедіа трансформувати традиційну систему духовного виробництва в певному напрямі, з приводу чого в розвинутих суспільно-політичних системах панує теза, що той, хто володіє засобами масової інформації, володіє громадською думкою.

Визначну роль в організації процесу комунікації Президента та громадськості зіграли: поява на інформаційному політичному ринку електронних засобів масової інформації, виникнення діалогових способів політичної комунікації, різке збільшення швидкості передачі повідомлень, формування «електронних спільнот» (використання мережі Інтернет). Місце і роль Інтернету пов'язані з тим, що він одночасно надає можливість людям виступати не тільки споживачами, приймачами і реципієнтами інформації, але і її автономними джерелами (генераторами).

При цьому варто зауважити, що пошук оптимальної моделі взаємодії засобів масової інформації та органів влади у сучасному процесі дозволяє своєчасно вирішувати суперечливі питання та віднайти спільну мову для проведення ефективного діалогу та спілкування між державою та громадянським суспільством.

Доречно виділити наступні основні форми взаємодії Президента із громадськістю:

1. прес-конференції;
2. брифінги;
3. виступи в масмедіа;
4. інтерв'ю та інші.

При цьому варто зазначити, що щорічне звернення до народу формує не лише позитивне ставлення до Президента та його ініціатив, а орієнтує громадян на засвоєння фундаментальних цінностей українського демократичного суспільства; друковані матеріали (прес-релізи, повідомлення, оголошення, відгук на публікацію або лист); офіційне інтернет-представництво глави держави (яке містить: новини; офіційні документи; статистичні дані; анонси тощо).

Особливе місце у поданому контексті займає посада прес-секретаря, чи речника, а також організація діяльності прес-служб глави держави.

Таким чином, засоби масової інформації є фактично сполучною ланкою, передавачем інформації від Президента до суспільства і, навпаки, від суспільства до Президента.

Загалом підсумовуючи роль засобів масової інформації в організації процесу комунікації між Президентом та громадськістю, варто підкреслити недостатній рівень ефективності організації процесу публічної комунікації, зважаючи на великий арсенал наявних інформаційно-комунікаційних ресурсів. Адже саме засоби масової інформації можуть відіграти вирішальну роль у підсиленні консолідації суспільства та збереженні його національно-культурної самобутності.

3.3. Публічні наративи Президентів України

Державні комунікації завжди посідають важливе місце як у внутрішній політиці країни, так і в зовнішньо-економічних процесах, оскільки більшість внутрішньої інформації, виголошеної державними діячами чи політиками, часто стає надбанням міжнародного співтовариства.

За час діяльності шести українських президентів усі мали змогу бачити та чути різні приклади їхніх комунікацій з громадськістю. Серед них були ті, які активізували суспільство, відроджували духовність, патріотизм, але були й такі, що провокували незадоволення та активні народні протести. Причин таких ситуацій є безліч, але найголовнішими з них можуть бути: особистість президента, зокрема його ціннісні, моральні й світоглядні установки, професійність діяльності його команди, яка покликана віддзеркалювати бачення керівника щодо розвитку країни, ставлення до членів суспільства. Чим вище рівень підготовки фахових спеціалістів у команді й чим згуртованішою вона буде, тим більш послідовною буде політика державного діяча, його дії, риторика.

Отже, відповідний відділ секретаріату Президента має постійно моніторити ситуацію в країні, проводити соціологічні дослідження громадської думки, щоб мати можливість донести правдиву інформацію до свого керівника, на підставі якої він зможе підготувати чергове звернення до народу, парламенту тощо. Мало хто з керівників країн має змогу самостійно готувати тексти виступів, особливо вузько спрямованої тематики, що зумовлено значним навантаженням та й у деяких випадках некомпетентністю. Тому збором, аналізом та підготовкою інформації до виступів з певної тематики займаються відповідні експерти, а вже остаточну підготовку тексту для промови можуть здійснювати спічрайтери.

Завдяки аналізу даних Президентів України та медіаджерел ми мали можливість розглянути їхні комунікаційні здібності та особливості підготовки до публічних виступів. Як зазначає В. Зеленін адміністративний спічрайтинг передбачає підготовку матеріалів виступів для керівників держави, міністерств та інших державних установ [15, с. 11]. Незважаючи на те, що існує політичний, діловий, адміністративний аспекти кожен з них має свою специфіку, загальний алгоритм роботи спічрайтера є схожим для всіх. Він добре має знати індивідуальні та мовні особливості свого клієнта, відчувати ситуацію, тональність заходу й розуміти аудиторію, для якої готується промова. Процес підготовки та написання промов у різних спічрайтерів має свою специфіку, адже на це впливають їхні індивідуальні характеристики, рівень підготовки, попередній досвід, але всі вони зазначають, що це достатньо кропіткий і довготривалий процес.

Зауважимо, що в Україні, за підрахунками, щороку пишеться близько 500 текстів промов президента, це фактично 2 тексти щодня, без урахування письмових документів і привітань [11]. Для отримання інформації щодо професійної комунікації Президентів було частково проаналізовано як їхні особисті спогади, так і коментарі членів команди.

Леонід Кравчук спочатку не вирізнявся гарними ораторськими здібностями, оскільки міг монотонно читати тексти, практично не відриваючи від них очі. Його промови містили загальні фрази та були досить офіційні. Але багаторічний досвід публічних виступів та інтелектуальний потенціал зробили з Л. Кравчука згодом гарного спікера, який до наших часів залишається затребуваним експертом з різних питань. Сам Леонід Кравчук запевняє, що самотійно готувався до своїх промов. «Мене не готували до інтерв'ю, прес-конференцій. Хіба що перед зверненням до Верховної Ради або народу група людей збирала матеріал, складала план виступу і передавала мені. Але редакцію тексту все одно робив я сам. Так, бували моменти, коли невдале слово вже готове було зірватися з язика. Але я вмів згладити формулювання своїм наступним реченням» [6].

Отже, Леонід Кравчук, згідно з його спогадами, користувався послугами спічрайтерів (за тих часів вони називались літературними неграми чи «речеписцями») лише у тих випадках, коли питання стосувалися міжнародних проблем, оскільки у дипломатії кожна фраза дуже багато важить, тому не можна допускати жодної помилки.

Леонід Кучма, на відміну від попередника, не мав значного досвіду партійної діяльності, тому мав певні *проблеми з публічною комунікацією*. Тексти для виступів другого Президента писали різні творчі групи. У різний час їх очолювали Глави адміністрації Президента Дмитро Табачник і Володимир Литвин, помічник і близький друг глави держави Олександр Разумков, радник Анатолій Гальчинський і журналіст Володимир Рубан. У 2001–2002 роках фрагменти для промов Кучми писав політолог Володимир Фесенко [19].

Дослідник В. Рубан вважає, що поміщикам Президента необхідно враховувати індивідуальні мовні особливості політика, а саме:

1. як він використовує спеціальну лексику, стилістично забарвлені слова;
2. клішовані словосполучення чи прислів'я і приказки, короткі фрази чи довгі речення;
3. формулює свою думку чітко й конкретно чи схильний до багатослівності.

Дослідник В. Рубан також вважає, що дуже важливо разом домовитися про тему виступу, його форму і зміст, з'ясувати, де Президент хоче розставити акценти, що допомогло б максимально органічно вибудувати текст. Однак в Україні, на жаль, це не враховується. Основною проблемою у нас було те, що ми не мали можливості безпосередньо спілкуватися з Президентом [23]. На його думку, для якісної підготовки текстів трьох фахівців, нехай навіть високопрофесійних, зовсім не достатньо, і тому промови Л. Кучми не завжди були яскравими.

Перед тим, як перейти до розгляду публічних комунікацій Віктора Ющенка, варто зазначити, що він мав достатньо високий інтелект, рівень освітньої підготовки та володів гарними ораторськими здібностями від природи. Усі ці індивідуальні характеристики його особистості й відчуття повної влади згодом почали працювати проти нього, адже з часом у нього почала зникати самокритичність, потреба у порадах консультантів — спічрайтерів, іміджмейкерів, тощо, тому його промови ставали дедалі монотоннішими, довшими і не були розраховані на ту аудиторію, для якої виголошувалися.

Часто до своїх виступів Президент Віктор Ющенко вимагав не готового тексту, а *аналітичних матеріалів*, на основі яких він мав говорити. Приблизна схема цієї аналітики проста: основні теми, основні цінності, приклади з життя (кейси) і статистика-цифри-судження. Крім того, через особливості своєї психології В. Ющенко прагнув у кожному тексті бачити набір стандартних цінностей: релігію, історію, єдність, мораль [12].

Д. Лубківський наголошував, що В. Ющенко належить до Президентів, які *самі пишуть собі промови*, активно працюючи над текстами. «Часто президент дає важливий поштовх до промови — тезу чи образ, який відчуває особисто. Свій виступ у Хорватії він почав із метафори про спорідненість українського слова собор (храм) і хорватського сабор (парламент). Це дало емоційний ряд, який зачепив хорватських депутатів» [31].

За словами Лубківського, у виступах, які приурочені до важливих дат і подій і які несуть «нові сили» суспільству, ключову роль відіграє Ющенко. «Він — автор, задає тон, формулює головні тези. Важливий внесок робить ціла команда людей — експерти Секретаріату, учені, профільні фахівці. Вони готують базовий аналіз, прогнози, дають статистику. Наше завдання — об'єднати бачення президента й експертну оцінку» [31].

Ю. Рубан, який також співпрацював з Віктором Ющенком, вважає, що головною формулою успіху *професійної комунікації* Президента є вміння відчувати та розуміти, кому адресований виступ. Тому його спічрайтери

намагалися враховувати те, що для нього було важливим під час підготовки до промов: *прості речення, структуровані тексти, і щоб його думки звучали по-європейськи* [8]. Про свою професійну комунікацію з президентом Ю. Рубан зазначає: «Ми з Віктором Андрійовичем були однодумцями з багатьох питань. Тому наші з ним стосунки великою мірою базувалися на довірі, а також на тому, що наші погляди на те, що на той час відбувалося з Україною і світом, багато в чому збігалися. Уточню, що я був спічрайтером Президента порівняно недовго — до осені 2005 року. Головна частина нашої з ним спільної роботи почалась у 2002 році, коли тодішній лідер «Нашої України» розгортав свою виборчу кампанію. У 2004 році був великий обсяг роботи. Тоді відбувалося розгортання президентської кампанії» [14].

Розглядаючи публічну комунікацію Віктора Януковича, не варто зупинятися на аналізі його інтелектуальних та ораторських здібностей, моральних якостей, оскільки феномен цього президенства ще довго буде досліджуватися науковцями з точки зору формування громадської думки за допомогою *політико-психологічних маніпулятивних технологій*. Для об'єктивності подачі інформації наведемо спогади тих консультантів, які з ним співпрацювали. «Віктор Янукович, схоже, іноді навіть не читав матеріали перед виступом. Тим більше, що часом його тексти складалися зі *шматків, підготовлених різними радниками і групами*, які між собою не перетиналися. Тому вони були навіть різні за стилем [16].

Дослідження медіапростору з питань підготовки публічних виступів В.Януковича свідчить, що тексти виступів зазвичай готували штатні працівники, а вивіряла його радник Ганна Герман. Але на початку політичної кар'єри до написання текстів промов долучався Дмитро Табачник, який згодом почав обіймати посаду Міністра науки і освіти України.

Петро Порошенко вступив у президенство зі значним попереднім політичним досвідом, умів добре орієнтуватися в суспільних процесах, вільно володів ораторськими навичками. Як і В. Ющенко, він вмів виступати самотійно, імпровізувати, але виступи його носять більш конкретний,

лаконічний характер. Не зважаючи на це, він тісно співпрацював зі спічрайтерами і довіряв координувати їх роботу, за свого президенства, політтехнологу Олегу Медведєву, який раніше працював з В. Ющенком й Ю.Тимошенко. Утім, п'ятий президент часто особисто брав участь у складанні промов і виступів [19].

Як зазначалося, однією із самих відповідальних сфер діяльності президента є міжнародна, тому інтерв'ю для закордонних видань готувала ціла група, залучаючи аналітичний відділ. «Як правило, експерти вивчають це видання і роблять свої висновки — які теми тут зазвичай піднімають і яких гострих питань можна очікувати. А також потім разом зі спічрайтерами влаштовують мозковий штурм, накидаючи тези або даючи фактаж по кожному з цих питань. Залучають до написання промов й інші структури. Якщо виступ стосувався річниці Майдану, то основну частину готувала Генпрокуратура. Якщо це стосувалося виступу в ООН або Радбезі, то залучають МЗС [16].

Постать нинішнього Президента Володимира Зеленського є також досить цікавою для соціально-комунікаційних досліджень. Попередній біографічний огляд дає можливість констатувати, а виявлення його поведінкових характеристик відкриває можливості для здійснення аналізу специфіки його публічних комунікацій.

Зрозуміло, що В. Зеленський має значний *досвід сценічних виступів* і тому добре вміє *відчувати аудиторію й відповідно виступати публічно*. Багаторічне володіння акторським мистецтвом допомагає йому *емоційно виголошувати промови та вдало імпровізувати*. Холеричний тип темпераменту сприяє його швидким реакціям, умінням переключатися й орієнтуватися в ситуації, але ці ж характеристики часто йому шкодять, оскільки він не завжди контролює свої дії, емоції та висловлювання.

Його публічні виступи зовсім не схожі на промови попередніх Президентів України, оскільки вони вирізняються своєю щирістю подачі інформації, а цьому сприяє постійне використання сторітелінгу, який не залишає слухачів байдужими, тому що викликає справжні емоції.

Також В. Зеленський висловлюється доступною мовою для своєї цільової аудиторії, тому що використовує *прості речення, сленг, гумор*. Усе це викликає *довіру та відчуття повної спорідненості* з обраним Президентом у тих, хто не має бажання чи можливостей для аналізу відповідності декларацій його діям чи команди.

Оскільки в його темпераменті більше домінують холеричні риси, то у характері досить яскраво проявляється *демонстративна акцентуація*. К. Леонгард вважав, що ця акцентуація характеризується підвищеним рівнем потреби в соціальній увазі, *прагненням до лідерства, прагненням влади та соціального визнання, розвитком комунікативних здібностей та вмінь*. Демонстративні особи відзначаються здатністю активно пристосовуватись до соціальних ситуацій, різноманітністю комунікативних навичок, що дозволяють їм легко переходити від однієї манери спілкування до іншої. У конфліктах виступають активною стороною, систематично самі провокують конфлікти, володіють складними стратегіями активного захисту.

Привабливі риси Президента Володимира Зеленського: *артистичність, легка манера спілкуватись, демонстрація розуміння партнерів, здатність захоплювати співрозмовників, неординарність мислення та вчинків*. Відразливі риси: *лицемірство, егоцентричність, демонстрація своїх переваг (хвастощі), бажання перекласти найважливіші обтяжливі обов'язки на інших, а самому уникнути напруження та ухилитись від роботи» [7]*.

На думку дослідників, лише час доведе, якою є постать шостого Президента України В. Зеленського, але варто переконатися у тому, що він сам вірить меседжам, які доносить до українського народу і всього світу.

В. Зеленський також *не має можливостей для самостійної підготовки текстів* публічних виступів, і тому теж звертається за допомогою до консультантів. У медіапросторі можна зустріти інформацію, що шостому Президенту допомагають готувати тексти промов та безпосередньо готують його до зустрічі з громадськістю друзі з «Кварталу 95». Юрій Костюк, який у минулому був кварталівцем, так розповідає про співпрацю з Президентом: «У

нас немає такої схеми, я прийшов, приніс три сторінки тексту, і президент це просто прочитав і потім вимовив. Ключові важливі масштабні звернення, якщо це не спонтанні — обговорюються. Дуже багато тез в промовах належить саме Володимиру Зеленському». Він також зауважує, що одним із провідних авторів промов президента є Сергій Шефір, який також працював у «Кварталі 95»[21, 5.131].

За термін президенства у сфері публічних комунікації В.Зеленського звинуватили в *плагіаті*, оскільки під час зустрічі з головою Європейської ради Дональдом Туском він виголосив промову, дуже схожу на виступ колишнього Президента П.Порошенка на з'їзді партії «Європейська солідарність» [9]. З плагіатом у політичних комунікаціях ми зустрічаємося досить часто і це не є проблемою тільки українських президентів.

Публічна комунікація Президентів України переважно залежить від рівня їх особистих інтелектуальних та ораторських здібностей та професійності взаємодії зі спічрайтерами, тобто, від рівня їх довірчих стосунків, попереднього досвіду та фахової підготовки самих спічрайтерів. А *ефективність публічних комунікацій* Президентів України часто залежить від їх власного інтелектуального потенціалу, індивідуальних особливостей, рівня підготовки до публічних виступів, особистих якостей, а також від бажання зважати на експертні зауваження та уміння чути громадськість.

ВИСНОВКИ

При написанні кваліфікаційної роботи було досліджено різні інструментарії публічних комунікацій та визначено їх роль в процесах державного управління. В результаті ми дійшли таких висновків.

Досліджено сутність теоретичних понять. Комунікація в її соціальному звучанні розуміється як процес обміну інформацією за допомогою вербальних і невербальних засобів, яка виникає й існує тільки у соціальному середовищі. Суспільство як цілісний соціальний організм, єдина система не може існувати без комунікативних зв'язків. Комунікація є тим процесом, який виникає у суспільстві й, водночас, забезпечує його функціонування, лише разом вони існують і розвиваються.

Аналіз ідей, інтерпретацій і визначень комунікації, які викладені у працях українських та зарубіжних науковців, дозволяє зробити висновок, що автори найчастіше розглядають публічну комунікацію через триєдиний підхід як процес передачі, обробки і обміну повідомленнями, зміст яких становить інформація, що пов'язана з питаннями влади і владних відносин.

Досліджено, що у межах різних наукових підходів під публічною комунікацією розуміються комунікації, які характеризуються високим рівнем відкритості і спрямовані на реалізацію інтересів громадськості. Переважно йдеться про функціональну направленість під час передачі інформації, яка слугує реалізації загальнодержавних інтересів.

Публічна комунікація в системі державного управління є своєрідним засобом транслювання певної стратегічної ідеї, яка забезпечує реалізацію ефективних каналів взаємодії між органами державної влади та громадськістю. Специфіка реалізації публічної комунікації в системі державного управління проявляється через системно-стратегічний характер її поширення, що включає як прямі, так і опосередковані канали комунікації, які дають змогу донести інформацію в різних аспектах, із різних контекстів та з різним рівнем ефективності.

У цьому контексті сам факт формування публічних комунікацій стає визначальним для всіх інших процесів і цілей, оскільки без них неможливо ні налагодити *інформаційні зв'язки між державними інститутами та населенням*, громадянським суспільством, між державними та недержавними структурами у політичному просторі, ні легітимізувати владні рішення, а без цього неможливе порозуміння у демократичному суспільстві.

Окреслюючи різні наукові підходи у визначенні поняття «публічна комунікація», акцентуємо увагу передусім на функціональній спрямованості. Йдеться про направленість під час передачі інформації на реалізацію суспільного інтересу із одночасним наданням інформації публічного статусу. Погляди різних наукових шкіл на окреслене поняття неоднозначні.

Досліджено, що кожне публічне повідомлення є основою комунікаційних відносин. Воно має меті – інформувати, мотивувати, пропонувати, переконувати, сповіщати тощо. Канали державної комунікації визначають форму спілкування. Головною передумовою того, що повідомлення буде мати вплив на громадськість, є вибір такого каналу спілкування, який в даному випадку є доступний і зручний для всіх учасників процесу спілкування, тобто повідомлення має бути зрозумілим і доступним для цільової аудиторії.

Підкреслено, що реалізація цілей комунікативного аудиту, яка спрямована на забезпечення *ефективності публічної комунікації*, доводить, що органи державної влади повинні перебувати в тісній взаємодії з громадськістю у напрямі реалізації прозорої державної політики. Аби забезпечити ефективність такої взаємодії, органи державної влади мають володіти інструментами публічної комунікації, які передусім забезпечують таку прозорість.

Наприклад, сайти з державно-управлінським контентом у сучасній практиці відкритості державного управління є принципово новим способом публічної комунікації суб'єктів державного управління. Якщо раніше центральні органи державної влади витрачали достатньо часу та ресурсів для

передачі відповідних циркулярів на місця, то зараз у режимі реального часу всі їх суб'єкти підпорядкування, маючи доступ до Інтернету, можуть отримувати інформацію, а громадяни, у свою чергу, мають можливість простежувати та контролювати, які рішення ними приймаються.

Визначено, що в умовах демократизації різних національних систем державного управління важлива роль належить відповідним державним інституційним структурам, які забезпечують реалізацію публічних комунікацій як інструменту прозорості й відкритості їх функціонування. Так, зокрема, майже в усіх країнах Європейського Союзу створені відповідні міністерства чи агентства державного регулювання, які здійснюють функції із забезпечення активної взаємодії органів державної влади з громадськістю.

У США функціонує Департамент оборони, в якому зайнято близько 3 тис. фахівців піарпрофілю та комунікативних технологій. У структурі Державного департаменту США функціонує окреме бюро суспільних справ (Bureau of Public Affairs), яке включає 4 комунікативні структури: офіс зв'язків із пресою, офіс із реалізації громадянських проєктів, офіс аналізу громадської думки, офіс стратегічного планування комунікативних процесів.

Досліджуючи сферу публічних комунікацій в Україні, можемо стверджувати, що наявність зворотного зв'язку, тобто двостороння комунікація, порівняно з односторонньою публічною комунікацією, коли зворотний зв'язок з громадськістю відсутній, має позитивний ефект із погляду мінімізації соціальної напруги, сприяє підвищенню довіри між двома сторонами публічного комунікативного процесу та впевненості у правильності інтерпретації наданої інформації.

Прикладом публічної взаємодії та взаємозв'язків із громадськістю є Центр комунікації та інформації в м. Києві, що являє собою майданчик для розбудови партнерства та діалогу влади, громади, бізнесу в Києві. Центр висвітлює діяльність міської влади, спонукає активних громадян до реалізації та моніторингу здійснення міських політик, за його допомогою здійснюється залучення активних мешканців до співпраці. Створення подібних центрів у

якомога більшій кількості міст України дасть змогу більш вдало проводити процеси взаємодії та взаємозв'язків із громадськістю.

Характеризуючи публічні виступи Президентів України, ми дійшли висновку, що їх якість залежить від рівня особистих ораторських здібностей та професійності взаємодії зі спічрайтерами. *А ефективність таких публічних комунікацій* залежить від їх власного інтелектуального потенціалу, індивідуальних особливостей, рівня підготовки до публічних виступів, особистих якостей, а також від бажання та уміння чути громадськість.

Варто підкреслити, що постать нинішнього Президента Володимира Зеленського є досить цікавою для соціально-комунікаційний спостережень. Визначення його поведінкових характеристик відкриває можливості для здійснення аналізу специфіки його публічних комунікацій. Зрозуміло, що Володимир Зеленський має значний *досвід сценічних виступів* і тому добре вміє *відчувати аудиторію й відповідно виступати публічно*. Багаторічне володіння акторським мистецтвом допомагає йому *емоційно виголошувати промови та вдало імпровізувати*. Холеричний тип темпераменту сприяє його швидким реакціям, умінням переключатися й орієнтуватися в ситуації, але ці ж характеристики часто йому шкодять, оскільки він не завжди контролює свої дії, емоції та висловлювання.

Його публічні виступи кардинально не схожі на промови попередніх Президентів України, оскільки вони вирізняються своєю щирістю подачі інформації, а цьому сприяє постійне використання сторітелінгу, який не залишає слухачів байдужими, тому що викликає справжні емоції. Також Володимир Зеленський висловлюється доступною мовою для своєї цільової аудиторії, тому що використовує *прості речення, сленг, гумор*. Усе це викликає *довіру та відчуття повної спорідненості* з обраним Президентом у тих, хто не має бажання чи можливостей для аналізу відповідності декларацій його діям чи команди. Оскільки в його темпераменті більше домінують холеричні риси, то у характері досить яскраво проявляється *демонстративна акцентуація*, яка характеризується підвищеним рівнем потреби в соціальній

увазі, прагненням до лідерства, прагненням влади та соціального визнання, розвитком комунікативних здібностей та вмінь.

Загалом підсумовуючи роль процесу спілкування між Президентами України та громадськістю, варто підкреслити недостатній рівень ефективності організації процесу публічної комунікації, зважаючи на великий арсенал наявних інформаційно-комунікаційних ресурсів. Адже саме інструменти публічної комунікації можуть відіграти вирішальну роль у підсиленні консолідації суспільства та збереженні його національно-культурної самобутності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Абетка громадянської участі: Посібник для організаторів процесів залучення громадян до ухвалення рішень / Блюй А., Ягацяк М., Перхуць-Жултовська та ін. К.: ОПОРА, 2018. 68 с.
2. Батушан В. В. Сутність політичного лідерства в державному управлінні України в умовах реформ / *Пріоритети публічного управління в Україні: європейський досвід і вітчизняна практика : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції* / за ред. д.е.н., проф. Черевка О.В., д.держ.упр. Шарого В. І., к.і.н., проф. Мойсієнка В. М. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2017 р. Збірник № 1. С. 132-135.
3. Батушан В. В. Взаємодія політичного лідерства на державне управління в період трансформації українського суспільства. *Державне управління: історія, теорія, впровадження: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю*, Київ, 28 трав. 2010 р. : у 2т. / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, С. В. Загороднюка. К. : НАДУ, 2010. Т. 2. С.43-49.
4. Батушан В. В. Вплив політичного лідерства на державне управління в контексті: державної політики. *Збірник наук. праць ДРІДУ НАДУ*. Дніпропетровськ, 2011. № 1. С. 97-103.
5. Батушан В. В. Європейський досвід в контексті професійної підготовки державних службовців. *Демократичне врядування: наука, освіта, практика: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю*, Київ, 29 трав. 2009р.: у 4 т./за заг. ред. В. П. Приходька, С. В. Загороднюка. К. : НАДУ, 2009. Т. 2. С. 88-90.
6. Батушан В. В. Інноваційна модель підготовки політичних лідерів у контексті Національної академії державного управління при Президентові України: досвід та перспективи. *Галузь науки Державне управління: «Інновації в державному управлінні: системна інтеграція освіти, науки, практики»: матеріали наук. – практ. конф. за міжнар. участю*, Київ, 28 трав.

2011 р.: у 2 т./ за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, С. В. Загороднюка. К. : НАДУ, 2011. Т. 2. С. 465-467.

7. Безрук В.М. Особливості розвитку комунікативної компетентності державних службовців. *Ефективність державного управління : зб. наук. пр.* Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2017. Вип. 1(50). С. 139–148.

8. Біденко А. Про президента Ющенка і його спічрайтерів *Українська правда*.: <http://www.pravda.com.ua/articles/2005/08/28/3012797/> (дата звернення: 30.09.2024).

9. Бронікова С.А., Кудрявцева, З.Ф., Плотницька І.М. Ділове спілкування: риторика та ораторське мистецтво в державному управлінні. К., ДІЛО, 2014. 240с.

10. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. ; Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2007. 1450с.

11. Гошовська В.А., Поліщук В.А. Складові професійного потенціалу державного службовця : навч.-метод. матеріали / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Ін-т підвищ. кваліфікації керів. кадрів. Київ : НАДУ, 2015. 52 с.

12. Гудков Д.Г. Алгоритм сприйняття тексту та культурна комунікація. К, Алерта, 2011. 340с.

13. Гурін Д. Про новий законопроект «Про місцеве самоврядування в Україні». URL: <https://decentralization.gov.ua/news/13337> (дата звернення 08.10.2024).

14. Державний класифікатор управлінської діяльності URL: <http://www.vobu.com.ua/Classifier/> (дата звернення: 09.09.2024).

15. Дрешпак В.М. Комунікації в публічному управлінні : навч. пос. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с.

16. Єршова Н.Г. Публічні комунікації у публічній політиці: визначення основних понять. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1418> (дата звернення: 07.09.2024).

17. За Ющенко в політичній мові з'явилося поняття «нація», — спічрайтер президента Ющенко. *Громадське радіо* URL: <https://hromadske.radio/podcasts/kyiv-donbas/za-yushchenka-v-politychniy-movi-z-yavylos-ponyattya-naciya-spichrayter-prezydenta-yushchenka> (дата звернення: 19.09.2019).

18. Замуруєва Є. Суфлери для лідерів. *Інвестгазета*. URL: <https://investgazeta.delo.ua/praktika/suflery-dlja-liderov-263503/> (дата звернення: 09.09.2024).

19. Інформаційна складова державної політики та управління : монографія / С.Г. Соловійов та ін. ; заг. ред. д. держ. упр., проф. Н.В. Грицяк. Київ : К.І.С., 2015. 320 с.

20. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної “кухні” : монографія Львів : Вид. нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2007. 332 с.

21. Колотілова Н.А., Сагач Г.М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. К.,Знання, 2014. 320с.

22. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування : навч. посіб. / уклад. Гошовська В.А. та ін. Київ : К.І.С., 2016. 130 с.

23. Комунікаційний інструментарій для державних службовців. / За ред. Косар Л. Київ : [б. в.], 2018. 136 с.

24. Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля: Конвенцію ратифіковано Законом України №832-XIV від 06 липня 1999 р. URL: [https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text) (дата звернення 21.10.2024).

25. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96- ВР. Верховна Рада України. URL: [https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text) (дата звернення 21.10.2024).

26. Королька В.Г. Основи Паблік рилейшнз. Київ, 2010. 240с.

27. Коротич О.Б. Комунікативна діяльність персоналу органів публічного управління. *Публічне управління XXI століття: синтез науки та практики* : зб. тез XIX Міжнар. наук. конгресу, (19 квітня 2019 р.). Вид-во НАДУ «Магістр». 2019. С. 23–25.
28. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації URL: <http://www.essuir.sumdu.edu.ua> (дата звернення: 19.09.2024).
29. Литвинова Л.В., Збираник Ю.В. Теоретичні аспекти розвитку комунікації в органах публічної влади в Україні. *Державне управління: теорія та практика*. 2015. № 2. С. 4–11 URL: http://www.e-rpatr.academy.gov.ua/2015_2/3.pdf. (дата звернення: 09.10.2024).
30. Макаренко Л.П. Політична комунікація як визначальна складова демократичної політичної системи. Л.П. Макаренко. *Гілея: науковий вісник. Серія: Політичні науки*. 2014. Вип. 82. С. 425 - 430.
31. Національний контактний центр: Розпорядження КМУ від 02 березн. 2016 р. № 182-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/182%D0%B2%D1%80>. (дата звернення: 09.10.2024).
32. Новий спічрайтер Президента. *Главред*. URL:<http://glavred.info/articles/2008/03/24/182709-17> (дата звернення: 25.09.2024).
33. Олійник О.Б. Сучасна ділова риторика. К., 2015. 250с.
34. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. К. : «Ваклер», 2014. 656 с.
35. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січн. 2011 р. № 2939-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939/2011-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.09.2024).
36. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січн. 2011 р. № 2939-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939/2011-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.09.2024).

37. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики : Постанова КМУ від 03 листоп.2010 р. №996. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення: 09.09.2024).

38. Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції створення Національного контактного центру. Розпорядження КМУ від 02 березня 2016 р. № 182-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/182%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 19.09.2024).

39. Промови президентів України: як пишуть тексти з подвійним «дном». URL: <http://www.kuluar.com.ua/2016/09/01/promovy-prezydentiv-ukrajiny-yak-pyshut-teksty-z-podvijnym-dnom/> (дата звернення: 09.09.2024).

40. Публічна комунікація і ділова мова в публічному управлінні URL: <http://www.academy.gov.ua/pages/osn/files> (дата звернення: 29.09.2024).

41. Публічна політика: навч. посіб. / авт. кол.: С.О. Телешун, С.В. Ситник, І.В. Рейтерович та ін.; за заг. ред. С.О. Телешуна, д-ра політ. наук, проф. Київ: НАДУ, 2016. 340 с.

42. Рашковська О.В. Громадянська комунікація як стратегічний ресурс демократизації державного управління в Україні [Текст]: дис.. канд. наук з держ. упр.; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ, 2016. 255 с.

43. Рейтерович І.В. Особливості розвитку публічної сфери в Україні: проблеми та перспективи. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Політичні науки*. 2015. № 4. С. 55-61.

44. Романенко Є. О. Публічна комунікація як засіб транспарентності державного управління *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України* / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка. Київ : НАДУ, 2014. Вип. 1. С. 15–26.

45. Столяренко О. Б. Психологія особистості: Навч. посіб.: URL: https://pidruchniki.com/17910211/psihologiya/aktsentuatsiyi_harakteru (дата звернення: 09.09.2024).
46. Топольницька Т.Б. Комунікативний аспект у формуванні іміджу органів публічної влади. *Електронне наукове видання «Економіка та суспільство»*. 2019. Вип. 20. С. 593–594.
47. Фінклер Ю. Мас-медіа та влада: технологія взаємин. Львів: Аз-Арт, 2013.230с.
48. Хто пише послання для президента. *Події дня* URL: <https://podrobnosti.ua/285920-hto-pishe-poslannja-dlja-prezidenta.html> (дата звернення: 24.09.2024).
49. Хто складає промови для українських президентів? *EtCetera* .: URL: <https://uk.etcetera.media/derzhavniy-sufler-hto-skladaye-promovi-dlya-ukrayinskih-prezidentiv.html> (дата звернення: 24.09.2024).
50. Чебан О. Оцінювання виконання комунікаційної функції органів публічної влади. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2016. Вип. 2 (29). С. 59-66.
51. Ющенко сам собі пише промови й часто імпровізує / *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2009/04/14/3878620/> (дата звернення: 17.09.2024).
52. Faccolini F. Media Discourse. London: Edward Arnold. 1995; Chouliaraki L. Media Discourse and the Public Sphere / *Discourse Theory in Turopcean Politics: Identity, Policy and Governance*. N.Y. 2005. P. 356–407.
53. Rolando S. Theories of Мая Culture as Social Decay Ithaca; 1, 2013. 388 p.
54. Bagdikian B. H. The Media Monopoly. 6th ed. Boston, Mass, 2012. 578с.
55. Habermas J. The Public Sphere in Seidman, S (ed.) / Jurgен Habervas on Society and Politics. Boston : Beacon Press, 2013.230p.

56. Gould C. Diversity and Democracy: Representing Differences, in "Democracy and Difference" Princeton, 2006. 174 p.