

**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

Освітньо-професійна програма Зв'язки з громадськістю
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти Магістр

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Тамара ЛОЗИНСЬКА

18 грудня 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: **«Підвищення ефективності зв'язків з громадськістю в процесі
формування і реалізації регіональної політики»**

виконав здобувач вищої освіти денної форми навчання

Глухенький Володимир Володимирович

Керівник кваліфікаційної роботи

Ольга СЕРДЮК

Полтава – 2023 року

ВСТУП

Актуальність теми. Для оптимізації своєї діяльності органи влади та управління сьогодні потребують суспільної підтримки та ефективного зворотного зв'язку між державою та суспільством. У рамках вирішення цього завдання передбачається використання засобів, методів, прийомів і процедур інноваційної для України технології «Public Relations» – зв'язки з громадськістю – з метою забезпечення діалогових відносин між державою та її громадянами, врахування та цілеспрямоване формування громадської думки, стимулювання громадянської активності, зміцнення авторитету та довіри до органів державної влади та управління. Важливим напрямком підвищення ефективності публічного управління є постійні комунікації з громадськістю.

Такі тісні зв'язки з громадськістю дозволяють зміцнити довіру громадян до державних інституцій, налагодити ефективний діалог між владою та громадськістю, підвищити рівень прозорості, передбачуваності, адекватності та якості рішень, що приймаються органами державної влади та місцевого самоврядування. органів, доступ органів Розширити інформацію громадян про діяльність цих органів, забезпечити більш ефективне використання державних фінансів, усунути низку корупційних ризиків під час прийняття нормативно-правових актів. У більшості європейських країн протягом багатьох років спостерігається тенденція до збільшення участі громадян у процесах прийняття рішень як на центральному, так і на місцевому рівнях. При цьому громадяни та інші зацікавлені сторони все активніше залучаються до процесу розробки не лише статутів, а й законопроектів.

Питанням підвищення результативності комунікацій з громадськістю в публічному управлінні присвячено праці таких дослідників як: Арістова І., Берегова О., Єрмоленко А., Зернецька О., Кашавцева С., Малиновський В., Мельник А., Нижник Н., Почепцова Г., Притиченко Т., Ромат Є., Рубцов В., Слісаренко І., Лісничий В., Ляпіна Т., Серьогіна С., Томенко М. та ін.

Однак, питання підвищення результативності зв'язків з громадськістю як механізму взаємодії органів державної влади з інститутами громадянського суспільства потребують подальших досліджень.

Зв'язок роботи з науковими темами. Кваліфікаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Полтавського державного аграрного університету за темою «Формування ефективної системи публічного управління в Україні» (номер державної реєстрації 0117U003104, 2017-2026 рр.).

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження результативності зв'язків з громадськістю в процесі формування і реалізації регіональної політики та визначення напрямів її підвищення.

Для реалізації поставленої мети було визначено наступні завдання:

- розглянути теоретичні засади зв'язків з громадськістю в політичному житті суспільства;
- здійснити аналіз стану зв'язків з громадськістю в політичному житті суспільства;
- представити пропозиції щодо шляхів підвищення результативності зв'язків з громадськістю в процесі формування і реалізації регіональної політики.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження виступає процес підвищення результативності зв'язків з громадськістю в процесі формування і реалізації регіональної політики.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних проблем, що виникають в процесі підвищення результативності зв'язків з громадськістю в процесі формування і реалізації регіональної політики.

Методи дослідження. Для реалізації поставлених у кваліфікаційній роботі завдань були використані сучасні наукові концепції, які домінують в теорії публічного управління. Для отримання вихідної інформації використовувалися методи спостереження та спеціальні соціологічні та

монографічні дослідження. Для підвищення аналітичної ємності зібраного матеріалу та формування напрямів підвищення результативності зв'язків з громадськістю в процесі формування і реалізації регіональної політики використано різні методи обробки та аналізу інформації: абстрактно-логічний, експериментальний, прогностично-конструктивний тощо.

Інформаційна база. Інформаційною базою виступили літературні джерела, а також довідково-нормативні матеріали й теоретичні напрацювання зарубіжних і вітчизняних дослідників з питань підвищення результативності зв'язків з громадськістю в процесі формування і реалізації регіональної політики, інформація з мережі Internet та власні спостереження автора.

Наукова новизна одержаних результатів. Окремі положення, а також висновки кваліфікаційної роботи мають як наукову, так і практичну цінність. До елементів наукової новизни можна віднести:

набуло подальшого розвитку:

окреслення ключових векторів формування служб зв'язків з громадськістю у сфері державного управління на регіональному рівні;

узагальнення напрямів застосування зарубіжного досвіду забезпечення зв'язків з громадськістю в системі публічного управління.

Практичне значення одержаних результатів. Найважливіші теоретичні положення, пропозиції, узагальнення й висновки дослідження розширюють межі наукового аналізу з представленої теми, визначають напрями підвищення результативності зв'язків з громадськістю в процесі формування і реалізації регіональної політики й можуть бути використані в діяльності органів публічної влади.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження за темою кваліфікаційної роботи оприлюднені у формі доповідей.

Публікації. За результатами проведеного дослідження опубліковано тези:

– «Застосування інтернет-медіа як інструменту впливу на масову свідомість», яку включено до матеріалів наукових досліджень молодих учених кафедри публічного управління та адміністрування *«ТЕРИТОРІЯ НАУКИ»*.

Випуск 1. Квітень 2023 р.

– «Державне регулювання діяльності закладів охорони здоров'я на місцевому рівні в умовах децентралізації», яку включено до матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції *«Місьцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика»*, 28 листопада 2023 р. Полтава : ПДАУ, 2023.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст викладено на 63 сторінках друкованого тексту, робота містить 3 таблиці, 4 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА

1.1. Зв'язки з громадськістю як складова політичних комунікацій

У сучасному світі особливу роль відіграє громадська думка, яка стала важливою частиною нашої дійсності. Вивченню цієї думки, а також можливостям її формування й застосування імовірного впливу, займається наука паблік рілейшнз (Public Relations), що перекладається як зв'язки з громадськістю. Сутність зв'язків з громадськістю полягає в розвитку двосторонньої комунікації між органами публічної влади й громадою. Однією з важливих закономірностей паблік рілейшнз є необхідність не просто працювати з населенням, а висвітлювати певні його сегменти, для яких, відповідно до необхідної для них техніки впливу, розробляються власні повідомлення, а потім розміщуються в публічні канали комунікації, які використовуються цими сегментами цільової групи.

Один із засновників науки про зв'язки з громадськістю, Едвард Бернейз, визначив PR як «... зусилля, спрямовані на те, щоб переконати суспільство змінити свої підходи чи дії, а також забезпечити гармонізацію діяльності організації відповідно до інтересів суспільства і навпаки» [69]. Свою думку з цього приводу висловлював Л. Матр, який відзначав, що «зв'язки з громадськістю – це, по-перше, спосіб поведінки, а по-друге, спосіб інформації та комунікації, спрямований на встановлення та підтримку довірливих стосунків, заснований на взаємному знанні та розумінні між групою, що розглядається в її різних функціях і видах діяльності, а також аудиторією, про яку вона піклується» [71].

Зв'язки з громадськістю, як зазначають дослідники Л. Ткач, К. Прокоф'єва, А. Ходаковська, безсумнівно є феноменом сучасного суспільства, яке на базі високорозвинутих інформаційно-комунікаційних

технологій створює принципово нові можливості інформаційного контролю та впливу на суспільну свідомість [65, с. 63]. Як зазначав І. Слісаренко, зв'язки з громадськістю – це «функція управління, що включає формування та аналіз суспільних настроїв, узгодження політики організації чи особи з суспільними інтересами та реалізацію програми дій, спрямованих на досягнення суспільного розуміння та згода» [62, с. 95]. Зв'язки з громадськістю мають помітний вплив на досягнення стратегічних цілей організації. Однак питання зв'язків з громадськістю як феномен управління інформаційними процесами потребує подальших досліджень, оскільки «зв'язки з громадськістю» є галуззю, що дуже швидко розвивається.

Руденко О., після ґрунтовного дослідження зв'язків з громадськістю в умовах сучасного політичного процесу, систематизувала основні складові дефініції «зв'язки з громадськістю»:

- динамічна система управління, в якій керівною ланкою є підрозділ зв'язків з громадськістю, діяльність якого спрямована на громадськість;
- програмна діяльність;
- система відносин, що побудована на ресурсах «довіри» і «прозорості»;
- робота з простором «ідеалу», тобто громадською думкою, системами політичних цінностей, масовою та груповою свідомістю;
- робота в інформаційному просторі;
- система надійних каналів взаємодії з громадськістю;
- система етичних відносин;
- це діяльність, стратегії, технології та методи якої вдосконалюються та розвиваються [59, с. 9-10].

Оригінальну типологію публічної сфери запропонувала Лізаковська С., яка для цілеспрямованої комунікаційної роботи організації рекомендує виділити такі публічні групи:

- державні органи, у тому числі представники законодавчої, виконавчої та судової влади на центральному та місцевому рівнях, органи місцевого самоврядування тощо;

- інвестори, преса з фінансових питань, статистична служба, фінансово-економічні інформаційні мережі, страхові організації тощо;
- працівники ЗМІ (місцеві, національні, спеціальні канали);
- громадськість організації, включаючи керівників і обслуговуючий персонал, спеціалістів різного профілю, заслужених і почесних членів організації, виробничий персонал різного рівня, обслуговуючий персонал на виробництві, членів профспілок тощо;
- місцеві жителі, їх ЗМІ, лідери груп та керівники місцевих політичних, громадських, культурних та інших організацій
- споживачі, включаючи співробітників самої організації, різні групи споживчої громадськості, активістів захисту прав споживачів, видавців споживачів, місцеві ЗМІ, місцевих керівників;
- громадськість груп інтересів, їх інформаційні канали, лідери, керівники організацій тощо [27].

Звичайно, зв'язки з громадськістю у державному управлінні та бізнес-середовищі мають свої особливості як щодо базових принципів концептуальних засад реалізації (табл. 1), так і щодо його учасників.

Таблиця 1

Принципи зв'язків з громадськістю у сфері державного управління

Принципи	Характеристики
Адекватність	Склад служб зв'язків з громадськістю, предмет, технології та методи їх діяльності повинні відповідати призначенню державного органу
Мобільність	Здатність швидко адаптувати структуру служби зв'язків з громадськістю, її напрями та методи роботи до нових обставин
Системність	Робота фахівців у сфері зв'язків з громадськістю повинна включати налагоджену систему процедур, методів і прийомів взаємодії з відповідними групами суспільства

Джерело: [61]

Кожна організація може взаємодіяти зі значною кількістю важливих громадських груп. Вона повинна звертати увагу на свої специфічні інтереси, бажання та проблеми і пам'ятати, що кожна група особливих інтересів є складним соціальним явищем. Тому координація дій, необхідних для залучення її підтримки, можлива лише завдяки продуманій, гнучкій системі

зв'язків з громадськістю, коли враховуються особливості та інтереси кожної цільової групи в конкретній ситуації. Існує думка, що набагато легше вивчати стан громадської думки, ніж впливати на неї. Проте, грамотно розроблені та вміло реалізовані програми зв'язків з громадськістю, можуть певним чином зміцнити чи змінити громадську думку. А саме:

- перш ніж намагатися змінити громадську думку, її потрібно визнати і зрозуміти на рівні емпатії;
- чітко визначити цільові групи громадськості, розуміючи принципи зонування;
- професіонали у сфері зв'язків з громадськістю повинні тримати в центрі уваги «закони» формування громадської думки в даному регіоні, якими б вони не були [13, с. 49].

Один з найвідоміших американських спеціалістів зі зв'язків з громадськістю Х. Кантрілл сформулював «основні закони» громадської думки. Ось сім з них:

- громадська думка надзвичайно чутлива до важливих подій;
- громадська думка стабілізується лише тоді, коли стане зрозумілим значення наслідків подій;
- громадська думка, як правило, швидше формується під впливом подій, ніж під впливом слів;
- усні заяви та усні формулювання набувають найбільшого значення, коли думка ще не є ясною і очікується певне її тлумачення від надійного джерела;
- громадська думка не передбачає критичних ситуацій, а лише реагує на них
- громадська думка, як і особиста, завжди забарвлена емоціями. Коли громадська думка базується переважно на емоціях, вона готова до особливо сильних змін під впливом подій;
- загалом, коли громадяни демократичного суспільства мають можливість здобувати освіту та користуються широким доступом до

інформації, громадська думка характеризується тверезістю та здоровим глуздом. Чим більше людей розуміють переваги всіх цих заходів і пропонує їм проєктів, тим швидше вони погоджуватимуться з об'єктивнішими міркуваннями реалістично мислячих спеціалістів [70].

Тобто, громадська думка не буде активна довго, якщо люди не відчують ущемлених власних інтересів або усна думка не підтвердиться розвитком подій. Громадська думка, як і особиста, завжди емоційно забарвлена. Якщо громадська думка базується переважно на емоціях, то в цьому випадку вона готова до особливо сильних змін під впливом подій тощо. Кінцевою метою зв'язків з громадськістю для ініціатора процесу PR є досягнення бажаних змін у громадській думці і на цій основі забезпечення позитивного ставлення певної її частини до себе, тобто до ініціатора масової аудиторії; з метою PR-впливу – отримання суспільно значущої інформації про ініціатора PR-процесу (його поточну та перспективну діяльність у частині, що зачіпає інтереси громадськості) [40, с. 73].

Функції зв'язків з громадськістю виявляються в усіх аспектах цього виду діяльності, починаючи від вивчення проблеми і постановки цілей, розробки стратегії і тактики до реалізації програми й оцінки її ефективності. Важливою функцією зв'язків з громадськістю є комунікація. У комунікаційній системі зв'язків з громадськістю беруть на себе такі функції: дослідницьку, планову, організаційну та експертну. Зв'язки з громадськістю відповідають за ефективність: побудови взаєморозуміння і довірливих відносин між організацією і громадськістю; підтримання репутації організації; формування у співробітників організації відповідальності та інтересу до справ компанії; розширення сфери впливу організації шляхом відповідної пропаганди та реклами [17, с. 101].

Ще одна важлива функція зв'язків з громадськістю – консультування. За змістом PR-діяльність подібна до реклами, але на відміну від неї зв'язки з громадськістю спрямовані на досягнення так званої гармонії через діалог із громадськістю, а не через прямий продаж товарів. Процес зв'язків з

громадськістю включає планування, дослідження та реалізацію програм, а також визначення результативності програм щодо громадськості. Принципи, за якими мають будуватися зв'язки з громадськістю: відкритість інформації; рішуча відмова від суб'єктивізму, тиску на громадськість, маніпулятивних спроб видати бажане за дійсне тощо [37, с. 44].

Зв'язки з громадськістю в системі управління інформаційними ресурсами передбачають: знання змісту та характеру PR-відносин із середовищем; здатність контролювати уявлення людей, ставлення до подій у навколишньому середовищі та громадську думку; одним з основних елементів PR-менеджменту є комунікація, зв'язок між двома або більше людьми, за допомогою якого відбувається обмін інформацією між організацією та аудиторією (продавець-покупець, політик-електорат, державна структура-населення); забезпечення пріоритету інформації над іншими ресурсами. Інформаційний процес супроводжується недоліками: ЗМІ стають все більш впливовими; проблема якісного відбору достовірної інформації; труднощі адаптації до інформаційного суспільства тощо [2, с. 147].

Отже, зв'язки з громадськістю як соціальна комунікація – це, насамперед, діяльність у традиційно соціальних сферах – спорт, культура, благодійність, волонтерство тощо. Споживачі віддають перевагу компаніям чи організаціям, інтересами яких є особисте та соціальне благополуччя (їх активна участь веде до більшої громадськості), довіра сприяє її діяльності, зміцнює імідж як соціально відповідальної організації та формує позитивну модель поведінки людей). Мета PR-кампаній – просто показати масштаб проблеми та привернути увагу до причини її виникнення, яка часто не помічається суспільством. Застосування PR-технологій, як соціальної комунікації, має бути системним і комплексним для досягнення позитивного результату, а це можливо лише за умов: державної підтримки; зусилля менеджменту щодо задоволення потреб споживачів і суспільства в цілому; орієнтації на довгострокову перспективу; принципи соціально-етичного маркетингу повинні дотримуватися на всіх етапах життєвого циклу

організації; виробництва продукції належної якості, яка певною мірою задовольняє попит ринку [9, с. 176].

Для вирішення центральних проблем людей, тенденцій до гуманізації життя, пов'язаних з необхідністю реалізації масштабних проектів із захисту навколишнього середовища, прав людини та допомоги бідним, необхідний широкий моральний світогляд, на формування якого багато залежить від проблемно-тематичного спрямування та ефективності зв'язків з громадськістю. Зв'язки з громадськістю – це не лише управління потоком інформації між організацією та її громадськістю. Це сфера, яка займається комунікацією та спілкуванням із ключовими аудиторіями, побудовою важливих стосунків та аналізом інформації. Зв'язки з громадськістю мають помітний вплив на досягнення стратегічних цілей організації. Фахівці зі зв'язків з громадськістю досягають своїх цілей, особливим чином організовуючи взаємодію між організацією та громадськістю. У цьому випадку теорія комунікації дозволяє встановити відносини між населенням і урядом, між організацією і клієнтом і т.д. Чим більше ми маємо знань про те, як працює процес спілкування, тим більше відкривається можливостей навчитися керувати цим процесом. Контролюючи потік інформації, фахівець зі зв'язків з громадськістю може коригувати поведінку людей у потрібному йому напрямку [4].

Таким чином, зв'язок держави та громадськості відбувається через налагодження двосторонніх відносин, взаємовигідного конструктивного діалогу, співпраці, взаємодії влади та громадськості, їх спільної відповідальності. Такий взаємозв'язок сприяє відкритому та прозорому наданню органами публічної влади публічної інформації про їх діяльність, а також безпосередньому залученню громадськості до розробки та прийняття державних управлінських рішень і реалізації державної політики.

1.2. Етапи формування Public Relations в Україні

У нашій країні, як і в інших країнах, піар почав розвиватися ще в 90-х роках. На розвиток суспільних відносин в Україні впливали різні фактори. Важливим поштовхом став розвиток ринкової економіки, який приніс із собою багато інших не менш важливих процесів. Початок успішної і конкурентоспроможної діяльності вітчизняних компаній вимагав спеціальних знань і навичок у сфері зв'язків з громадськістю. Але це було досить важко, оскільки розвинені західні підходи в цій сфері не влаштовували українське суспільство. Пізніше з'явилися праці з паблік рілейшнз, розроблені нашими вченими.

Після здобуття незалежності почали закріплюватися певні ознаки суспільних відносин. Вперше проведено семінар зі зв'язків з громадськістю; організація «Інга-К» почала свою діяльність в столиці і надала послуги в цій сфері; з'явилися компанії, діяльність яких була спрямована на створення іміджу партій, організацій, фірм, окремих осіб тощо. У 1996 році в Україні діяло 45 компаній, які займалися зв'язками з громадськістю. Проте виникли певні проблеми з адаптацією західних теорій і практик у нашому суспільстві. Зокрема, бракує певного професіоналізму іноземних спеціалістів щодо умов українського ринку в цій сфері. Хочу зауважити, що ці роки також були взаємовідносинами громадськості та влади.

Наприкінці 90-х – на початку 2000-х рр. Серед українських науковців є значне усвідомлення таких видів діяльності, як зв'язки з громадськістю, які більше відповідають новим ринковим умовам. А основою практичної діяльності на той час були рекламні та PR-агенції, які впроваджували технології зв'язків з громадськістю в українське суспільство.

За результатами ґрунтовного дослідження Березенко В. сформувала чотири основні етапи формування паблік рілейшнз в Україні.

Перший етап (1991-1996 рр.) – становлення нової для українського суспільства наукової дисципліни – зв'язки з громадськістю. Цей етап вона

характеризує відсутністю теоретичних розробок, концепцій у цій галузі, досліджень та аналізу вже наявних розробок західними вченими.

Другий етап (1997-2001 рр.) – на цьому етапі закріплюється або організовується наука про зв'язки з громадськістю. Основними характерними ознаками є: збір практичного матеріалу; трансформація та ускладнення практики зв'язків з громадськістю; поява характерних ознак інституційної діяльності; з'являються певні принципи суспільних відносин. Крім того, цей етап характеризується відсутністю певних теоретичних концепцій, методів та оцінок української PR-діяльності, що в свою чергу створює певні перешкоди для проведення досліджень у сфері зв'язків з громадськістю.

Третій етап (2002-2006 рр.) – формування наукових знань про зв'язки з громадськістю в Україні, яке характеризується розширенням різноманітних методів і обґрунтованих процесів, які можуть бути використані в наукових дослідженнях. Сюди ж можна додати – наявність процесів інституціоналізації в практичній і теоретичній діяльності, формулювання теорії зв'язків з громадськістю та праксеологічної спрямованості.

Четвертий етап (2007 р. і по теперішній час) – тут з'являється окремий напрямок досліджень, який дає змогу розширити та об'єднати теоретичні знання про зв'язки з громадськістю – це соціальна комунікація. Вони дають низку переваг: діяльність зв'язків з громадськістю викликає науковий інтерес у спільноти (посилення досліджень на цю тему), вдосконалення знань про зв'язки з громадськістю, створення теорії та методики зв'язків з громадськістю, поділ зв'язків з громадськістю на спеціальні дисципліни, оцінювання результативності функціонування зв'язків з громадськістю в різних сферах в Україні тощо [1].

У структурах Верховної Ради України, Адміністрації Президента та Кабінету Міністрів під егідою прес-служб почали функціонувати департаменти чи підрозділи, які виконують функції зв'язків з громадськістю. Такі підрозділи вже створено в структурах окремих міністерств, зокрема МІД, МВС, Міноборони тощо. PR-служби обслуговуються комерційними банками

та іншими корпоративними організаціями. Однак у них є загальний недолік. Функції цих служб в основному зводяться до інформування населення або розповсюдження реклами. Їх переважно прес-посередницька діяльність часто носить несистематичний характер і зазвичай характеризується швидкоплинним характером їхніх дій, розрахованих на даний момент. Вони часто нагадують «пожежну частину», а не службу «технологій безпеки». Адже вони застрягають у фоні подій і просто реагують на них (функція реакції), замість того, щоб передбачати негативні моменти, розробляють і реалізують довгострокові програми на майбутнє (функція проєкції), створюючи тим самим стійку позитивну репутацію своєї компанії, партія чи установа.

Особливої актуальності сьогодні набуває завдання створення позитивної репутації (позитивного іміджу) нових для України державних, соціально-політичних, економічних та інших інститутів суспільства та доброзичливого ставлення до них громадськості. Молода незалежна українська держава перебуває в системній кризі. Причин такої невтішної ситуації багато. Зазвичай ми пояснюємо їх історично зумовленими внутрішніми економічними та зовнішньополітичними обставинами, недосконалістю законодавчого процесу тощо. І для цього, звичайно, є вагомі причини.

Однак майже ніхто не звертає уваги на іншу обставину. Зокрема, йдеться про те, що в нашому суспільстві дуже низький рівень порозуміння та конструктивної взаємодії між органами державної влади, їх керівними структурами, політичними та громадськими формуваннями, підприємницькими, комерційними та іншими новими ринковими інститутами. Конфронтаційний характер відносин між ними пояснюється недосконалістю законодавчої бази, що регулює ці відносини, і небажанням кожного з цих інститутів чітко формулювати свої інтереси та суспільну значущість своєї діяльності та налагоджувати взаємодію один з одним в інтересах національних і національних інтересів держави.

Водночас ми спостерігаємо зростання недовіри в суспільстві та різних соціальних групах до влади, важливих державних і політичних діячів та

структур країн, що розвиваються. Це підтверджують соціологічні опитування, які регулярно проводять наукові інститути, державні та незалежні соціологічні служби. Так, за даними загальнонаціонального соціологічного спостереження громадської думки, яке проводить Київський міжнародний інститут соціології, рівень довіри українців до влади представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Зміна рівня довіри українців до влади, 2022-2023 рр., %

Рівень довіри до:	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. до 2022 р. (+;-)
Президента України Володимира Зеленського	84	62	-22
Верховної Ради	35	15	-20
Уряду	52	26	-26
Збройних сил України	96	96	0
Поліції	58	41	-17
Судам	25	12	-13
Прокурорам	21	9	-12
Волонтерам	86	84	-2
Засоби масової інформації	57	29	-28
Церкви	44	38	-6

Джерело: [26]

Як свідчать дані табл. 1.2, рейтинг президента України Володимира Зеленського знизився у грудні 2023 року до 62% у порівнянні з 84% у грудні 2022 року. Але важливо, щоб критика не переросла у заклики до виборів (зараз абсолютна більшість проти будь-яких виборів) і щоб більшість українців і надалі довіряла президенту. Президент має високий рівень легітимності, який конче необхідний для збереження підконтрольності державних інституцій і ведення складних переговорів із західними партнерами в цей складний час. Принципово важливим є те, що в Україні 59% українців довіряють і президенту, і головнокомандувачу одночасно. Українці вимагають єдності, тому дії окремих представників влади щодо дискримінації головнокомандувача викликали різке несхвалення в суспільстві.

Продовжуючи критичний аналіз, відзначимо, що не останньою причиною виникнення такої ситуації є відсутність виваженої, перспективної програми побудови конструктивних зв'язків із громадськістю, просвітницької та

пропагандистської роботи між різними групами населення. Досить відзначити аматорську практику «реклами» нардепів від України та самої Верховної Ради, яка не витримує критики з точки зору піар-технологій. Попри певну позитивну цінність, прямі телевізійні трансляції засідань Верховної Ради чи їх радіомовлення мало сприяли формуванню позитивного іміджу Верховної Ради як авторитетного та відповідального вищого законодавчого органу незалежної держави. Можливість з'явитися на телеекранах депутати майже не використовують для створення позитивної думки про себе в очах світу. Пересічний глядач частіше бачив на екрані відданих людей, які відстоюють вузькі позиції та зводять рахунки з політичними опонентами, ніж живих людей, які щиро вболівають за своїх виборців, їхнє життя та майбутнє України. Як результат, сформувався негативний імідж більшості депутатів і Верховної Ради в цілому, як свідчать опитування громадської думки. Тому дивує те, що під час виборів суттєво знизилася активність виборців і знизилася довіра до народних обранців як до «тимчасовиків», які дбають лише про власні, насамперед матеріальні, інтереси.

І, нарешті, Україна як молода незалежна держава перебуває в не надто вигідному становищі на міжнародній арені, яка вже давно не може досягти бажаного порозуміння з країнами ближнього і далекого зарубіжжя. Останні зміни у зовнішній політиці України дещо змінили її імідж у цьому напрямку. Сьогодні можна певною мірою сказати, що налагоджено контакти з офіційними структурами багатьох розвинених країн, налагоджено та досягнуто взаєморозуміння з окремими главами держав світу. Проте, коли йдеться про стосунки України, її окремих державних і недержавних утворень із широкою зарубіжною громадськістю, з її окремими групами, особливо з впливовими світовими діловими та фінансовими колами, бракує контактів і порозуміння. І справа не тільки в тому, що наше ринкове законодавство не викликає у них довіри. Під впливом різних обставин і, зокрема, завдяки інформації, що поширюється неукраїнськими засобами комунікації, та навіть зважаючи на власні непрофесійні дії в цій сфері та відсутність продуманої

інформаційної роботи серед зарубіжної аудиторії, уяву, що нагадує про інформаційну роботу з зарубіжної аудиторії, не виходить з ладу. ширшої світової спільноти все ще домінує погано поінформована думка, яка не є цілком прихильною до України. До речі, ми надто мало знаємо про структуру такої громадської думки і навіть про процеси та фактори, які її формують. В Україні на замовлення міжнародних політичних і наукових центрів проводяться численні соціологічні дослідження, в тому числі й міжнародні порівняльні, які, як кажуть, дозволяють «відчути» думку населення з усього світу. Можливо, ми могли б використовувати ці центри на рівних для того, щоб дізнатися громадську думку інших країн про Україну.

Висновки до розділу 1

Ну дивлячись на велику теоретичну базу та низку наукових праць, у практичній сфері зв'язків із громадськістю залишається ряд проблем. Це пов'язано з багатьма різними факторами, як внутрішніми, так і зовнішніми. Відсутність конкретної програми підготовки спеціалістів, небажання окремих структур та організацій діяти прозоро та надавати правдиву інформацію тощо значною мірою стримують розвиток зв'язків з громадськістю. Якщо проаналізувати наукові досягнення та діяльність певних організацій, то можна виявити, що між державними організаціями, корпоративними структурами, громадськими організаціями тощо майже немає взаєморозуміння. Це можна пояснити тим, що вони не вміють конкретно представити свої інтереси та пояснити важливість діяльності для населення. На жаль, це породжує недовіру суспільства до таких організацій і структур.

Широкий моральний світогляд потрібен для вирішення центральних проблем людей, тенденцій до гуманізації життя, поєднаних з необхідністю реалізації масштабних проектів із захисту навколишнього середовища, прав людини та допомоги бідним. Конструкція якого значною мірою залежить від

проблемного фокусу та ефективності роботи зі зв'язків з громадськістю.

Зв'язки з громадськістю – це не лише управління потоком інформації між організацією та її громадськістю. Це сфера, яка займається комунікацією та спілкуванням із ключовими аудиторіями, побудовою важливих стосунків та аналізом інформації. Зв'язки з громадськістю мають помітний вплив на досягнення стратегічних цілей організації.

Фахівці із зв'язків з громадськістю досягають своїх цілей, особливим чином організовуючи взаємодію між організацією та громадськістю. У цьому випадку теорія комунікації дозволяє встановити відносини між населенням і урядом, між організацією і клієнтом тощо. Чим більше ми маємо знань про те, як працює процес спілкування, тим більше відкривається можливостей навчитися керувати цим процесом. Контролюючи потік інформації, піарник може коригувати поведінку людей у потрібному йому напрямку.

РОЗДІЛ 2

СТАН ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА

2.1. Забезпечення зв'язків з громадськістю в системі публічного управління

Взаємодія органів державного управління з громадськістю є необхідною умовою їх ефективної та прозорої діяльності. Сучасна світова практика показує, що влада може ефективно виконувати свої обов'язки лише за умови постійної взаємодії з громадськістю. На даному етапі розвитку України одним із найактуальніших завдань є включення суспільних питань у процес прийняття рішень і тим самим досягнення ефективності та прозорості діяльності влади. В Україні процес прийняття рішень ще не є по-справжньому прозорим, а діяльність влади не завжди зрозуміла населенню. Ізоляція влади від суспільства, особливо коли йдеться про управлінські рішення, є головним гальмівним чинником на шляху до демократичних перетворень. Сучасне законодавство України надає певні можливості для взаємодії влади та громадськості, але технології та методи цієї взаємодії ще потребують впровадження та вдосконалення.

Слід зазначити, що існує певне непорозуміння щодо термінів «громадянська участь» та «паблік рилейшнз». Громадянська участь – це систематичний процес виявлення, інформування, інтересів та залучення різних груп у громаді для розробки плану дій, який є найбільш технічно просунутим. PR – це цілеспрямовані заходи впливу на громадську думку, спрямовані на створення позитивного іміджу організації. Методи PR не завжди спрямовані на надання повної та об'єктивної інформації з усіх боків проблеми. Намагання залучити громадян до вирішення проблем, пов'язаних з реструктуризацією місця проживання (будівництво доріг, водопроводів, будівництво мостів тощо), екологічних проблем (вирубка дерев, порушення

зеленої зони, забруднення тощо) можуть бути важливими шляхами підвищення місцевої активності в сучасних умовах, вирішення конкретних завдань (організація та вдосконалення роботи школи, організація зон відпочинку, дитячих та спортивних майданчиків, допомога людям похилого віку, організація дозвілля, спортивних та культурно-масових заходів тощо). Іншими словами, важливою формою прояву соціальної активності є активна участь учасників громади у здійсненні позитивних змін як у власному житті, так і в житті оточуючих [32, с. 49].

У сучасній науковій літературі існують різні підходи до визначення феномену «партисипації». Подібна широта тлумачення участі передбачає якісну різноманітність її видів. Узагальнюючи виявлені в літературі види участі, систематизуємо їх таким чином:

За сферою залучення:

- політична участь;
- участь громадян;
- участь громадськості;
- участь у громадському житті тощо.

За рівнем структурованості:

- структурований – неструктурований;
- інституціоналізовані та неінституціоналізовані;
- неформальний формальний

За ступенем залучення випробуваних до процесу участі:

- пасивний активний;
- індивідуальні – колективні;
- одноразові – постійні (поточні).

За спрямованістю:

- вертикальний (спрямований на залучення громадян до процесу соціального управління);
- горизонтальний (спрямований на здійснення колективної діяльності в рамках об'єднання чи громади) [60, с. 27].

Основою функціонування механізмів взаємодії політичних інститутів із громадськістю є надання цими інститутами певним чином підготовленої офіційними особами інформації. Ефективність функціонування органів державної влади та управління дедалі більше визначається їхньою здатністю гнучко реагувати на зміни, що відбуваються, та збалансувати інноваційний механізм постійного вдосконалення політичного менеджменту з цілями та завданнями громадянського суспільства. Тому актуальним є вивчення політичних відносин із громадськістю, які сприяють порозумінню між взаємодіючими суб'єктами політичних процесів, сприяють створенню політичної стабільності та гармонізації відносин між людьми в політичній сфері. Застосування інформаційних технологій вимагає, щоб громадяни мали повну та достовірну інформацію на всіх етапах прийняття державними органами рішень. Люди не тільки повинні бути поінформовані на етапі прийняття рішень, але їхня воля та інтереси повинні бути основою для початкового прийняття рішень і розвитку їхніх проектів. Інформація є потужним ресурсом, який державна влада може використовувати для просування власних інтересів. Доступ до достовірної інформації нейтралізує протиправні дії глав держав і представників органів державної влади. «Володіння, контроль і здатність поширювати інформацію стають основними джерелами влади для певних соціальних одиниць, оскільки зазначена діяльність створює можливість впливати на свідомість людей, формувати ставлення до певних подій і дій, впливати на рішення, «проектувати процеси і формують у суспільстві ціннісні орієнтації, що визначають важливість того чи іншого ресурсу для особистості» [55, с. 73].

Політичний простір впливає на все суспільне життя та визначає необхідність, можливості та механізми участі громадян у політичному житті та публічній владі. Розвинене громадянське суспільство з високим рівнем правової та політичної культури відіграє важливу роль для держави, яка стала на демократичний шлях розвитку та прагне до збереження європейських цінностей. «Тільки тоді держава може вважатися правовою, соціальною і

демократичною, якщо вона взаємодіє і співпрацює з громадянським суспільством і відображає в цілях і напрямах суспільного розвитку реальні потреби та інтереси цього суспільства, його народу, його традицій і культури».

За таких умов інститут громадянської участі є важливою ланкою між державою та громадянським суспільством і виступає критерієм демократичності держави. Для встановлення цього правового механізму необхідні належним чином визначені соціальні, правові, економічні, політичні та інформаційні умови. Їх сукупність і консенсус створюють соціальну основу для реальної реалізації права громадян на управління державою. Лише громадянське суспільство, засноване на ініціативі «знизу», соціальній активності громадян, їх прагненні до самоорганізації, утворенню незалежних структур поза системою державної влади, що слугують захисту та задоволенню власних інтересів, здатне деструктивні процеси протистоять стабілізації та консолідації суспільства і держави. Сьогодні народоцентризм є основою правової ідеології та «фундаментом» побудови демократичної правової держави, громадянського суспільства та правової системи. Основою сучасного права є аналіз взаємодії людини і держави, де перша є основою функціонування держави, її права і свободи становлять правову цінність. Гуманізм має домінуючий вплив на взаємовідносини держави і суспільства, визначає сенс і забезпеченість правового статусу особи, демократичність державно-політичної сфери, що має не лише теоретичне, а й практичне значення.

Беручи участь у здійсненні публічної влади, особа проголошує себе «альфою» і «омегою» правових і державно-владних відносин. Консенсус між державою та особистістю в політико-правовій сферах створює відповідне поле взаємодії. Відомий український теоретик Д. Терещенко зазначає, що «сутність права розглядається в безпосередньому зв'язку з процесами соціалізації особистості, демократизацією політичного життя, активною участю громадян у процесі нормотворчості, активної участі громадян у процесі нормотворчої діяльності, з процесами соціалізації особистості, демократизації політичного

життя, активної участі громадян у процесі нормотворчості, утворення правових норм». особливо з виявленням необхідності регулювання певних суспільних відносин, формуванням суспільних очікувань щодо спрямованості та змісту їх регулювання, обговоренням проектів законів та інших нормативно-правових актів та їх пропозицій, залученням громадськості до процесу реалізації та оцінка ефективності законодавства». Участь громадян є дієвим механізмом побудови консенсусу між громадянським суспільством та владою [64, с. 131].

Нівелювання впливу держави на суспільство означає обмеження наукових проблем. Повноцінне, ефективно функціонуюче громадянське суспільство не може сформуватися в тоталітарній чи авторитарній державі. Зважаючи на можливість насильницького впливу на суспільство, можлива деформація інституту громадянської участі. Ця деформація має такі форми: 1) відсутність політичної участі; 2) формальна участь, коли державні органи «маскуються» від громадськості для досягнення власних цілей та інтересів.

Громадянське суспільство, як уже зазначалося, пов'язане з правовою, демократичною державою, тому варто погодитись із О. Поклонською, що громадянське суспільство «є основою держави та ініціює в ній необхідні зміни» [52]. Правовою, соціальною і демократичною держава може вважатися лише тоді, коли вона взаємодіє і співпрацює з громадянським суспільством і відображає в цілях і напрямках суспільного розвитку реальні потреби та інтереси цього суспільства, його народу, його традицій і культури [43, с. 75].

Зрозуміло також, що людина з високим рівнем правової та політичної свідомості схильна вимагати належного рівня ефективності та законності державної влади. Загалом суспільство з належним рівнем правової культури та політико-правової активності формує державні органи на правових засадах. Участь цих членів суспільства в діяльності державної влади та діяльності органів місцевого самоврядування підвищує рівень демократії та соціальної справедливості в державі. Зокрема, В. Моисеев, у свою чергу, пише про аспекти взаємодії держави та суспільства. Оскільки держава є універсальним,

можна сказати, глобальним утворенням у межах певної території, науковець доводить, що, відповідно, їй властиво звертати увагу, насамперед, на інтереси та проблеми великих соціальних груп, які можуть впливати на її політики. Тому інтереси особи в такій ситуації стають прерогативою громадянського суспільства, яке зобов'язане через індивідуальні проблеми спрямовувати увагу держави на вирішення загальних проблем і регулювати взаємовідносини суб'єктів (особа – суспільство – держава) на тому ж Рівень і чітко визнають, що і суспільство, і держава створені людьми і функціонують для них, адже не держава будує громадянське суспільство, а творять його самі громадяни. Громадянське суспільство не встановлюється законом, воно виникає і формується в суспільній історії через суверенітет життя окремих людей і спільнот. Держава певною мірою регулює діяльність інститутів громадянського суспільства, сприяючи або гальмуючи їх розвиток [32, с. 71]

Як антагоністи, громадянське суспільство та держава створюють негативні наслідки для себе та для кожного громадянина. Тому цивілізаційний розвиток буття світу вимагає консенсусного підходу до цих явищ. На думку науковців, механізм соціального партнерства між інститутами громадянського суспільства та державою наразі є недостатньо розробленим і потребує правового регулювання. Це вимагає більш широкого правового підходу, чіткого визначення стратегічних і тактичних завдань державної політики щодо формування суспільної політичної свідомості та громадянської діяльності. Однією з ефективних форм партнерства держави, державної влади та суспільства є законодавча та практична реалізація форм участі громадян у здійсненні публічної влади.

Найважливішим служінням загальному благу державної влади є служіння закону, а державна влада — це офіційна влада, перш за все і насамперед щодо прав громадян і права взагалі. Ця особливість разом із вимогою гарантувати свободу людини сприяє якнайповнішій реалізації її прав і закріплена в ідеї правової держави.

2.2. Аналіз взаємодії громадян з представниками регіональної влади

Звернення громадян – це найпростіший і найпопулярніший спосіб спілкування громадян з представниками влади, який чомусь не є однією з форм участі громадян у місцевому самоврядуванні відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» [52]. За допомогою цього механізму громадяни мають можливість (принаймні теоретично) певним чином впливати на діяльність органів державної влади та відстоювати свої права та законні інтереси. Коротко розглянемо особливості застосування механізму звернення громадян. Питання практичної реалізації громадянами конституційних прав регулюються, зокрема, Законом України «Про звернення громадян» [51].

Звернення громадян не слід розуміти переважно як їхні клопотання чи скарги. У преамбулі цього закону вже визначено широкий перелік прав, які цей закон має гарантувати:

- можливість брати участь в управлінні державними та громадськими справами;
- вплив на вдосконалення роботи органів державної влади та місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності;
- захист власних прав і законних інтересів;
- відновлення прав та законних інтересів у разі їх порушення.

Громадяни України, а також особи без громадянства мають право подати заяву, якщо вони перебувають на території України на законних підставах.

Законом України «Про звернення громадян» [51] (залежно від мети, яку бажають досягти громадяни) передбачено три форми звернення:

- пропозиції (зауваження);
- заяви (запити);
- скарги.

Пропозиції (зауваження) слід вносити, якщо ви хочете порадити органам влади, як краще організувати свою діяльність, врегулювати певні суспільні відносини, удосконалити правову основу цього регулювання тощо. У разі порушення чинного законодавства чи недоліків у роботі органів управління установ, організацій, депутатів чи посадових осіб пишеться заяву. Якщо ви маєте право на особливий статус або спеціальні пільги, подавайте відповідну заяву. У разі, якщо органи чи посадові особи своїми діями чи бездіяльністю порушили Ваші права чи законні інтереси, неправомірно поклали на Вас обов'язки чи притягнули до відповідальності, звертайтеся із заявою про поновлення своїх прав та захист законних інтересів. Заперечення можуть бути зроблені як письмово з дотриманням певних умов оформлення, так і усно під час особистого прийому громадян. Особливо на етапі подання звернення громадяни часто допускають помилки, які чиновник зазвичай використовує проти громадян, щоб уникнути вирішення їхніх проблем.

Перш за все, необхідно з'ясувати, хто саме несе відповідальність за розгляд порушеної вами проблеми. Це дасть вам відповідь на питання: кому звертатися зі скаргою? Велика кількість органів місцевого самоврядування ускладнює визначення точного адресата та його місцезнаходження. Для цього в органах влади створені відділи звернень громадян, які займаються розглядом скарг громадян. У майбутньому ця функція, зокрема, має бути реалізована муніципалітетами за принципом «єдиного вікна» – громадянин повинен знати вікно окремого органу влади, в якому безпечно, легко і швидко отримати інформацію про те, як правильно подати заяву, заперечення та кому Ви його готуєте та залишаєте всі необхідні документи, які одразу ж отримаєте та передасте на розгляд після запису.

Слід пам'ятати, що звернення зі скаргою не до тієї посадової особи не є підставою для її відхилення. У такому випадку (ст. 7 Закону) орган чи посадова особа, до якої надійшла ваша скарга, у строк не більше п'яти днів передає її органу чи посадовій особі, до компетенції якої входить розгляд та вирішення порушеної вами проблеми (що повідомляється вам).

Скарга має особливість у визначенні адресата. При оскарженні дій органу або посадової особи скаргу слід направляти вищестоящому органу або посадовій особі, якій підпорядковується предмет вашої скарги. Відповідно до статті 5 Закону України «Про звернення громадян» вимоги до подання скарги:

- необхідно вказати, кому адресована скарга (цей орган або посадова особа зобов’язані дати Вам відповідь);
- необхідно ввести свої дані: прізвище, ім’я, по батькові, місце проживання, бажано контактні телефони;
- необхідно чітко викласти суть порушеної проблеми;
- поставте свій підпис і дату подання заяви.

У разі невиконання вами цих вимог протягом десяти днів з моменту отримання заявка може бути повернута із зазначенням ваших помилок. Звертаємо вашу увагу, що анонімні заперечення розглядатися не будуть!

Відповідно до вимог Закону України «Про звернення громадян», Указу Президента України від 07 лютого 2008 року № 109/2008 «Про першочергові заходи щодо забезпечення реалізації та гарантування конституційного права на звернення до органів державної влади та органів місцевого самоврядування», враховуючи особливу роль звернень громадян у забезпеченні комунікації влади та громадян, облдержадміністрація з метою вирішення важливих проблем населення завжди прагне забезпечити кваліфікований та всебічний розгляд порушених громадянами питань.

Так, у III кварталі 2021 року до Полтавської облдержадміністрації надійшло 954 зареєстрованих звернення громадян (за III квартал 2020 року – 1535 зареєстрованих звернень), тоді як з урахуванням колективних зареєстрованих звернень, звернувся 5771 громадянин (за III квартал 2020 року – 4707 громадян), 1107 різних зареєстрованих звернень (за III квартал 2020 року – 1746 зареєстрованих звернень). Із загальної кількості зареєстрованих звернень 685 (71,8%) надійшло поштою, 161 (16,9%) засобами електронного зв’язку та 108 (11,3%) – під час очних зустрічей з керівництвом облдержадміністрації.

Жителями області надіслано 141 зареєстроване звернення до центральних органів влади, з них 19 зареєстрованих звернень до Кабінету Міністрів України, 12 зареєстрованих звернень до Верховної Ради України, 79 зареєстрованих звернень до Офісу Президента України та 31 зареєстроване звернення до міністерств. Повторних масових звернень громадян у III кварталі 2021 року до облдержадміністрації не надходило. Згідно з підтвердженням надходження опрацьовано 786 первинних заяв, 150 неодноразових та 18 повторних заяв. До облдержадміністрації надійшло 52 колективних звернення громадян, що становить 5,5% від загальної кількості звернень за цей період.

Певна частина звернень надійшла від громадян, які потребують соціального захисту та підтримки, зокрема за категоріями авторів – 185 зареєстрованих звернень (за III квартал 2020 року – 250 зареєстрованих звернень), а саме від:

- інваліди I, II та III груп – 108 зареєстрованих звернень;
- інваліди війни, учасники війни та бойових дій, ветерани військової служби – 30 зареєстрованих звернень;
- діти війни – 12 зареєстрованих звернень;
- члени багатодітних сімей, одинокі матері, жінки зі званням «мати-героїня» – 20 зареєстрованих звернень;
- ветеранів праці – 11 зареєстрованих звернень;
- учасники ліквідації аварії на ЧАЕС та постраждалі внаслідок Чорнобильської катастрофи – 4 зареєстрованих звернень.

За звітний період громадяни звернулися до облдержадміністрації з 1107 різними питаннями. Серед розглянутих питань найважливішими були: соціальний захист населення, міське господарство та забезпечення додержання законності та охорони правопорядку, реалізації прав і свобод громадян.

Говорячи на технічному рівні про цифрову трансформацію України, не можна оминати проект «Цифрова держава», який курує Міністерство цифрової трансформації України. З метою усунення зайвої бюрократії шляхом

об'єднання всіх державних відомств в єдину онлайн-систему Мінцифри в рамках зазначеного проекту запустило портал «Дія», який по праву вважається «обличчям» діджиталізації Україна може бути визначена. Цей онлайн-сервіс є інформаційно-телекомунікаційною системою, яка організаційно та функціонально складається з каталогу адміністративних послуг, електронного кабінету, мобільного додатку та інших підсистем і програмних модулів. Основні питання функціонування порталу «Дія», зокрема функціональність і тематика порталу, зміст інформації, що міститься на ньому, та порядок її внесення, визначаються Положенням про Єдиний державний веб-портал для Електронні послуги, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 04.12.2019 № 1137.

Зі змісту зазначеного розпорядження вбачається, що портал «Дія» призначений для реалізації права кожного на доступ до електронних адміністративних та інших публічних послуг, звернення до державних органів, підприємств, установ та організацій та отримання інформації в національній електронній формі. інформаційні ресурси та проводити моніторинг та оцінку якості послуг Наразі портал «Дія» – це передусім мобільний додаток із цифровими документами, а також портал, який дозволяє користувачам отримувати деякі публічні послуги в електронному вигляді через Громадський кабінет. Крім того, в рамках «Дії» створено портал цифрової освіти та портал підтримки малого та середнього бізнесу. Електронний кабінет доступний кожному громадянину України за умови наявності у нього електронного цифрового підпису. Після короткої процедури ідентифікації користувач офісу отримує доступ до інформації з національних електронних інформаційних ресурсів (наприклад, реєстрів, кадастру, класифікаторів), а також до ряду адміністративних послуг в онлайн-форматі.

Основні завдання порталу Дія:

- надання публічних послуг в режимі онлайн з використанням інформації з національних електронних джерел інформації (наприклад, реєстрів, кадастрів, класифікаторів);

- створення та функціонування електронного кабінету користувача та забезпечення доступу до інформації з національних електронних інформаційних ресурсів;
- створення цифрових зображень документів, які особа може представити (надати) через мобільний додаток «Дія» на смартфоні;
- сроведення опитувань про ініціативи та проекти в різних сферах суспільного життя;
- содання електронних скарг через веб-портал;
- забезпечення розгляду скарг громадян та адміністративних справ (справ, які розглядаються органами державної влади з метою прийняття рішень щодо окремих дій, спрямованих на набуття, зміну, припинення чи реалізацію прав та обов'язків особи, а також щодо спрямовані на їх захист);
- сплата адміністративного збору за надання адміністративних послуг, штрафів за адміністративні правопорушення, державного мита, інших платежів; Оплата інших державних, особливо житлово-комунальних послуг;
- надання користувачам інформації про хід та результати надання послуг, розгляд звернень та адміністративних справ в режимі реального часу;
- отримання результатів надання електронних послуг користувачами, розгляд скарг та адміністративних справ;
- подання споживачами скарг за результатами надання послуг, розгляд звернень та адміністративних справ, надання скаржнику інформації в режимі реального часу про хід та результати розгляду скарги та отримання зазначених результатів;
- захист даних (у тому числі персональних даних) Порталу Дія від несанкціонованого доступу, знищення та зміни.

При цьому можливість отримання «цифрової альтернативи» паспорта не передбачена для власників паспортних книжок зразка 1994 року. Однак наразі електронний варіант паспорта для виїзду за кордон дійсний лише для випадків ідентифікації особи на території України, оскільки використання цифрового документа за кордоном вимагає окремого визнання його дійсності іншими

державами. Крім того, слід зазначити, що з регуляторної точки зору використання електронних паспортів через мобільний додаток «Дія» є експериментальним проектом, який координує Міністерство цифрової трансформації. Замість висновку зазначимо, що поточний функціонал «Дії» поки що не дозволяє назвати цей онлайн-сервіс інструментом, який суттєво полегшує життя представників юридичної спільноти. Водночас розвиток порталу Дія йде досить стрімко, нові функції з'являються чи не щотижня.

Висновки по розділу 2

Паблік рілейшнз робить вагомий внесок у модернізацію процесу управління соціально важливими галузями та функціонуванням органів державного управління. Заслужовує на увагу той аспект, що інститут паблік рілейшнз успішно виконує роль інструменту отримання та утримання влади чи принаймні певного політичного впливу.

Зв'язки з громадськістю є однією з основних складових діяльності органів державного управління. Однак є досить великий недолік, оскільки підрозділи, відповідальні за цей процес, потребують певної методології, підготовки кваліфікованого персоналу, практичного досвіду та навичок застосування всіх можливих прийомів у своїй практичній діяльності. Зв'язки з громадськістю – це встановлення двосторонніх зв'язків для створення спільного простору для спілкування, використання надійної, компетентної та повної інформації для досягнення взаєморозуміння.

Можна також сказати, що розвиток інституту зв'язків з громадськістю був стимульований, в тому числі, політичними причинами. Концентрація капіталу та монополізація призвели до виникнення специфічних взаємовідносин між державою та монополіями, державними інститутами та іншими соціальними інститутами, а зрештою між самими цими інститутами в їх прагненні впливати на різні гілки державної влади. У своєму прагненні

домогтися сприятливого законодавства та урядових рішень групи інтересів також повинні були постійно звертатися до громадської думки.

Сучасні інформаційні технології пропонують політичним акторам якісно нові можливості для взаємодії з громадянами індивідуально та онлайн. Таким чином, у сфері взаємодії політичних інститутів і громадянського суспільства PR-механізм технологічно трансформується та інтегрується у більш складний за функціональними та технологічними можливостями мережевий механізм інтерактивної інформаційної взаємодії; стверджується, що негативні тенденції у його взаємовідносинах із суспільством характеризуються тим, що правлячий політичний режим не прагне або не може досягти партнерства та рівноправного діалогу з суспільством, навмисно спотворює або повністю ігнорує сферу політичних відносин із суспільством у кризовій ситуації. у легітимності влади неминуче призведе до відчуження влади від суспільства та втрати суспільної довіри та підтримки з боку правлячого політичного режиму.

Виявилося, що система «електронної держави» створює нові можливості для підвищення ефективності політичних відносин із громадськістю, які полягають у тому, що суспільство отримує не лише широкий доступ до інформації, а й можливість впливати на процес прийняття рішень. рішень у державотворенні, брати участь у їх підготовці та інтерактивно брати участь, що зрештою також підвищує прозорість роботи громадського сектору.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

3.1. Застосування зарубіжного досвіду забезпечення зв'язків з громадськістю в системі публічного управління

Удосконалення державного управлінського устрою та проведення системних соціально-економічних реформ потребують налагодження ефективної взаємодії з громадськістю, насамперед для виявлення проблемних питань державної політики шляхом зворотного зв'язку та забезпечення оперативного реагування на суспільні потреби. Одним із найважливіших механізмів взаємодії з громадськістю є реагування на звернення громадян, підприємств, установ та організацій, фізичних осіб-підприємців та органів місцевого самоврядування. Державна установа «Урядовий контактний центр», створення якої активізувало роботу зі зверненнями до органів виконавчої влади. Його заснування наблизило нашу країну, яка тривалий час розглядала лише письмові звернення, до європейських держав, у яких десятиліттями безперервно функціонують державні «гарячі лінії».

Наприклад, мова йде про Швецію, Німеччину, Францію, Болгарію. Інформація про функціонування «гарячих ліній» за кордоном дає можливість використати їхній досвід у реалізації комунікаційних стратегій органів виконавчої влади та регіональних контакт-центрів. З цією метою відділ зв'язків з громадськістю Урядового контактного центру проаналізував інформацію з різних джерел (Інтернет, повідомлення учасників міжнародних програм тощо) про досвід організації «гарячих ліній» у 16 країнах світу.

Зокрема, досвід Великої Британії, США, Канади та Швеції показав, що використання «гарячих ліній» для передачі суспільству налаштованої інформації про діяльність влади сприяло покращенню соціального

самопочуття населення та підвищенню довіри до Уряд. Інформація про роботу «гарячих ліній» за кордоном може бути використана в практичній діяльності органів виконавчої влади та регіональних контакт-центрів.

Австралійський національний центр екстреного виклику (NECC) – це безкоштовний номер для надання допомоги громадянам у разі надзвичайних ситуацій. Ця послуга була запроваджена, щоб збільшити здатність австралійського уряду швидко реагувати на запити та обробляти велику кількість публічних викликів під час стихійних лих. У першу годину після підключення лінії буде прийнято не більше 5000 дзвінків, а в подальшому – до 50000 дзвінків на годину. Колл-центр спрацьовує у разі виникнення серйозної загрози національного рівня: стихійне лихо, надзвичайна ситуація. У співпраці також задіяно до 7000 співробітників колл-центру з п'яти державних установ Австралії, які використовують 50 різних локацій колл-центрів. Система баз даних використовується для збору важливої інформації від громадськості про травми, зниклих безвісти або загибель людей, питання національної безпеки, стихійні лиха чи надзвичайні ситуації. NECC не замінює існуючі номери екстрених служб [45].

Варто зазначити, що в Австралії дуже активно розвиваються «гарячі лінії» для пошуку працівників у сільському господарстві, але здебільшого ці гарячі лінії є платними. Гаряча ветеринарна лінія Департаменту сільського, лісового та рибного господарства Австралії закликає негайно повідомляти про будь-які незвичні симптоми у худоби, птиці та риби. Дзвінки записуються та даються рекомендації, на що звернути увагу в майбутньому. Важливими є державні «гарячі лінії» для потенційних нових експортерів, де фермер може отримати консультацію щодо експорту того чи іншого продукту та короткий аналіз ринку від спеціаліста.

У відомстві Федерального канцлера (Австрія) (з понеділка по п'ятницю: з 8:00 до 18:00) мають безкоштовний номер телефону для довідок. 1 грудня 2014 року австрійський уряд обрав незвичний шлях вирішення проблеми можливої радикалізації мусульманської молоді в Австрії та затвердив нову

консультаційну «гарячу лінію» для допомоги молодим мусульманам європейської країни. Оголошуючи про новий центр, міністр сім'ї сказав, що дзвінки та електронні листи залишатимуться конфіденційними. Багатомовний центр пропонує консультації 5 мовами: німецькою, турецькою, англійською, арабською та перською. Однак сервіс не включає боснійську, сербську та хорватську мови. Громадяни, які підозрюють у своєму оточенні симпатиків до радикальних форм ісламу, можуть отримати консультацію спеціаліста на гарячій лінії. Заперечення можуть надходити від вчителів, однокласників, родичів, друзів і членів родини потенційних екстремістів. Окрім безкоштовних анонімних консультацій по телефону та електронною поштою, уряд також розглядає можливість відправлення навчених спеціалістів з кризових ситуацій додому, якщо це необхідно. Ідея створення телефонної лінії виникла після того, як австрійська поліція заарештувала 13 осіб, підозрюваних у вербуванні та навчанні молодих людей для боротьби на боці джихадистів у Сирії [25, с. 72].

Служба Канади є федеральною організацією для централізованого надання інформаційних послуг. Загалом «Сервіс Канада» налічує 630 сервісних баз (у тому числі 300 власних офісів) і 16 тис. співробітників. Понад 95% канадців мають доступ до відділення Служби Канади в межах 50 км від свого дому. Протягом 2019-2020 рр. офіси Служби Канади отримали 9,7 мільйона особистих візитів. Служба Канади має єдиний контактний номер телефону та веб-сайт. Середня кількість відвідувань веб-сайту servicescanada.gc.ca на день становить понад 183000. Середня кількість звернень до кол-центрів становить понад 157000 на добу. Серед найпопулярніших послуг Служби Канади:

- організація допомоги по безробіттю;
- надання номера соціального страхування;
- видача паспорта;
- 60 послуг з планування виходу на пенсію.

Офіси Service Canada можуть надавати не лише свої власні послуги, а й

ті, які зазвичай належать до інших юрисдикцій. У цій організації використовується сегментація клієнтів: за віком, за соціально-економічним статусом і т. д. Кожен сегмент має свою власну стратегію (політику) надання послуг (переважний спосіб отримання послуг, інформації тощо). Служба Канади має відділ оцінки задоволеності клієнтів, який працює 24 години на добу. Скарги та інші заперечення розглядаються дуже оперативно. Як правило, працівники цього офісу намагаються передзвонити людині протягом 24 годин і відповісти на її занепокоєння (скаргу). Дослідження показують, що клієнтів не цікавлять стандарти обслуговування. Однак вони хочуть, щоб уряд був підзвітний їм і, у свою чергу, щоб стандарти слугували орієнтиром для оцінки їх діяльності. Стандарти надання послуг у Канаді постійно оновлюються. Дослідження також виявило дуже важливий зв'язок: чим більше задоволені працівники служби (своєю роботою/умовами праці), тим краща якість обслуговування. Крім того, співробітники хочуть брати участь у плануванні та реалізації змін і реформ у сфері надання послуг. Це не тільки зменшує опір змінам, але й підвищує загальну задоволеність працівників.

Офіси Service Canada не мають єдиних правил роботи. Для них характерна висока гнучкість і врахування місцевої специфіки (наприклад, є офіси, в яких працює лише по 2 людини). Проте в принципах організації роботи можна знайти більше подібностей, ніж відмінностей. Особливо цікавим є канадський досвід створення так званих «інтегрованих офісів» (аналог українського центру надання адміністративних послуг). Інтегрований офіс – це місце, де надаються послуги на всіх трьох рівнях управління, тобто місто (наприклад, Оттава), провінція (наприклад, Онтаріо) і федеральний округ (Канада). Важливо, що великі міста не обмежуються одним офісом, який надає послуги. Наприклад, в Оттаві є кілька інших подібних офісів, які здебільшого розташовані в адміністративних будівлях колишніх незалежних муніципалітетів, які були об'єднані в єдину юрисдикцію – «Місто Оттава». Слід зазначити, що «Оттава Сервіс» створювалася шляхом направлення співробітників з різних відділів в один офіс. Але в жовтні 2011 року був

створений незалежний відділ «Сервіс Оттава» – структура зі своїм штатом і бюджетом. Також створено єдиний кол-центр (тел. 3-1-1).

При необхідності оператор колл-центру може зв'язати людину з конкретним співробітником (спеціалістом) муніципалітету. Підвищення якості обслуговування в «Сервіс Оттава» включає постійний (24 години на добу / 7 днів на тиждень) і зручний доступ до інформації та послуг. Служба Онтаріо є підрозділом Міністерства державних послуг Онтаріо. Це означає, що він надає послуги, за які відповідає уряд провінції (у провінції Онтаріо проживає 13 мільйонів людей). Ця організація була спочатку заснована в 2000 році та реорганізована в 2006 році. Ця організація пропонує понад 80 видів послуг і проводить 48 мільйонів транзакцій на рік. При цьому видача водійських прав і реєстрація транспортних засобів становлять 40% усіх послуг. Інші популярні послуги включають: свідоцтва про народження, шлюб і смерть; оформлення медичних карток; реєстрація підприємницької діяльності та її припинення; придбання ліцензій на риболовлю та полювання; зміна адреси тощо.

На даний момент Service Ontario має приблизно 300 офісів. 95% жителів області мають такий офіс на відстані не більше 10 км. Інтеграція послуг стосується не лише офісів, а й сайтів та контактних телефонів. Для «Service Ontario» введено єдиний номер телефону. У цій організації дуже великі інвестиції вкладаються в створення колл-центру. Штаб-квартира Service Ontario в Торонто налічує 60 людей і щодня приймає понад 1500 відвідувачів. Окрім забезпечення всіх необхідних умов для організації офісної роботи (поділ на фронт-офіс та бек-офіс; наявність рецепції, електронної системи керування чергою, велика кількість місць очікування та обслуговування), він має дуже добре обладнаний робочі місця (навіть для бажаючих отримати водійські права передбачені прилади для перевірки зору). У цій же кімнаті (у спеціальній кімнаті) можна також пройти тестування на знання правил дорожнього руху. Багато місць обладнано для самообслуговування відвідувачів. Організація надання послуг з боку федерального уряду (особливо

«Service Canada») знаходиться на дуже високому рівні, тоді як уряд провінції (зокрема в Онтаріо) набагато швидше впроваджує інновації та пропонує послуги ще вищої якості. Це лише підтверджує положення про те, що чим ближче постачальник послуг до споживача, тим швидше і якісніше він надає свої послуги [56].

Визнаючи владу власністю народу та виконуючи місію уряду щодо надання послуг населенню, розуміючи, що демократичні уряди зобов'язані звітувати перед суспільством і що реалізація політики без розуміння та підтримки їхнього уряду не буде успішною для населення, потребує налагодження інформаційної взаємодії між органами державної влади та громадськістю. Громадський діалог є необхідною передумовою збереження довіри до державних органів. Це відкриває шлях до легітимізації рішень, підтримки програм діяльності та самих чиновників, мобілізації громадськості на певні дії.

Паблік рілейшнз (PR) як важлива складова комунікаційної політики забезпечує зворотній зв'язок, який повинен існувати між адміністративним апаратом, управлінськими структурами та суспільством. Інформаційна взаємодія має, з одного боку, сприяти формуванню відповідальної державної політики, прозорості системи управління, а з іншого – належному сприйняттю та прогнозованій реакції суспільства на інновації.

Зв'язки з громадськістю є допоміжною функцією організації в реалізації її завдань. Зв'язки з громадськістю, які є своєрідною технологією адаптації в умовах різноманітного інформаційного середовища, призначені для координації діяльності різних учасників взаємодії та створення гнучкої системи функціональної взаємодії. Тому зв'язки з громадськістю безпосередньо пов'язані з питаннями ефективності та результативності менеджменту, оскільки спрямовані на досягнення відповідної діяльності, критерієм успішності якої є розуміння. Йдеться про відповідність, узгодженість суспільних рішень з потребами та очікуваннями громадськості, соціальними реаліями, чітко визначеними проблемами та оптимальними

рішеннями. (Ця «актуальність» і є власне основою «відповідальності») Отже, від інформаційної політики певною мірою залежить ступінь задоволення потреб та інтересів населення. Відкритість державної інформації та адекватна сенсibilізація населення, у свою чергу, сприяють свідомій участі громадян у всьому державному управлінні, забезпечують можливості легітимної участі в прийнятті рішень та раціонального впливу на них громадськості.

Між сторонами спілкування існує фундаментальна взаємозалежність. Ринок ідей як базова вимога до розвитку соціальних медіа визначає головний принцип його реалізації: взаємозалежність попиту та пропозиції в інформаційній сфері, – громадськість «запитує» на яку інформацію (які соціальні медіа) очікується, а органи державної влади реалізують свою політику відповідно до (в ідеалі) державних інтересів, але з урахуванням очікувань громадян. «Запит» формулюється не тільки і не стільки як результат опитувань населення (адже відповіді провокуються не стільки самим запитанням, скільки експертними оцінками – важлива взаємодія, діалог на рівні очей, у певному сенсі компетентні партнери. Саме вони є самоврядними одиницями, незалежними навіть від влади громадянського суспільства, в яких кристалізуються певні інтереси і, таким чином, відбувається відповідна спеціалізація, через своїх органічно стабільних лідерів, які представляють знання своєї галузі. і здатні вирішувати певні теми з обговорюючими владними структурами на рівних і таким чином брати на себе відповідальність.

Відповідальність, у свою чергу, пов'язана з фундаментальною необхідністю дотримання загальновизнаних правових і культурних обмежень, які становлять особливості політичної культури країни. Розподіл влади як розклад ролей взаємодії відповідно до структурованих інтересів на всіх рівнях перетворює аморфну масу, пасивне населення, на єдину спільноту, політичну націю.

Тому на Заході сьогодні актуальні ідеали «демократії участі», які полягають не лише в інформаційних кампаніях, розробці та реалізації рішень відповідно до потреб населення (йдеться про адресне врахування позицій,

окремих людей і груп громадян), а також широке залучення громадськості до постійного діалогу про те, які питання слід вирішувати, чи правильно визначені проблеми, які інтереси та ризики, чи всі альтернативи розглядаються та наскільки спроможність це зробити. можна посилити вирішення проблем у майбутньому тощо. Важливо створити спільний контекст, у якому люди зможуть критично оцінювати події та переглядати свої переконання. Цей ідеал загального контексту звертається до суспільства, здатного визначати та оцінювати свої індивідуальні та колективні потреби та їх співвідношення, переглядати та мобілізувати для досягнення цілей (визначених самим суспільством).

Йдеться про встановлення постійного діалогу з громадськістю на рівні очей, який заохочує критичне мислення та взаємну відповідальність. У цьому контексті необхідним є розвиток зв'язки з громадськістю, який фактично є потужним інтегративним компонентом національної публічної інформаційної системи, що впливає на політичний дискурс та формування національної суспільної єдності.

В європейських країнах розроблено моделі побудови партнерських відносин між владою та громадськістю, зокрема на основі досвіду адміністрації міста Стокгольм (Швеція) та Яломицького району (Румунія) та можливості їх впровадження в Україні. Зроблено висновок, що ані стокгольмську, ані яломітську моделі інформаційного обміну між місцевою владою та громадськістю в Україні неможливо прямо скопіювати (хоча певні фрагменти технологій варто запозичити). Для успішної роботи органів місцевого самоврядування та розуміння громадськістю їх суті доцільно розробляти та застосовувати конкретні методи співпраці, які мають будуватися з урахуванням зовнішнього та внутрішнього соціально-політичного та психологічного середовища.

Процес організації роботи у сфері зв'язків з громадськістю складається з двох основних складових: з одного боку, це розробка стратегії громадської діяльності муніципалітету, а з іншого – реалізація завдань цього стратегія.

Перша складова є найважливішою і враховується, враховуючи важливе для суспільства питання – відносини з соціальним середовищем та вироблення ефективних рішень, залежно від рівня компетенції місцевої влади, яка їх приймає, друга – строк виконання, який суттєво втрачає довіру громадськості до цього органу.

Довіру населення можна завоювати лише за умови співпраці місцевої влади з громадськістю на принципах, які забезпечують відкритість, відвертість і прозорість управлінських рішень. Ці рішення повинні базуватися на системності, цілісності, адресності, адекватності, технологічній гнучкості та надійності. Цього можна досягти за умов взаємодоповнення, двостороннього системного зв'язку, керованості та публічності.

3.3. Формування служб зв'язків з громадськістю у сфері державного управління на регіональному рівні

Зв'язки з громадськістю здійснюються від імені установи чи особи з метою створення, захисту чи покращення репутації. Репутацію установи чи особи також називають «іміджем бренду». Роль професіонала зі зв'язків з громадськістю полягає в тому, щоб переконатися, що імідж/репутація закладу чи бренду розглядається в позитивному світлі.

Зв'язки з громадськістю є відносно новим поняттям для сфери державного управління в Україні. Активне використання PR-інструментів комерційними структурами дозволило утвердити соціальну відповідальність як свою конкурентну перевагу. Зміна умов роботи університетів і медичних закладів призвела до того, що ці теми звернулися до інструментів PR. Особливу роль PR відіграє для державних структур, оскільки якісно розроблена, індивідуальна та високопрофесійна програма є затребуваною суспільством, що неминуче може вплинути на створення позитивного іміджу влади [65, с. 66; 4]. Проте ще не всі органи державної влади створили власні

служби зв'язків з громадськістю й, враховуючи зарубіжний досвід та особливості діяльності органів державної влади, доцільно створити в державних органах власні служби зв'язків з громадськістю [10, с. 34].

Проте відсьогодні можна говорити про створення інформаційних пунктів – прес-служб. Основна відмінність їх від служб зв'язків з громадськістю полягає в тому, що перші займаються повідомленням про події та ситуації, що відбулися, а діяльність других спрямована на створення інформаційних майданчиків. Розвиток Web 2.0 сприяв розвитку нових форм комунікації, що призвело до появи PR 2.0 [63, с. 174]. Таким чином, ми можемо представити прес-службу як PR-інструмент, а службу зв'язків з громадськістю – як більш просунутий інструмент PR 2.0.

Проте поняття, пов'язані з прес-службою (прес-секретар, прес-служба, прес-центр, прес-відділ тощо), продовжують зустрічатися в дослідженнях вітчизняних науковців та практиці державного управління. Проте функції деяких із них насправді значно розширені та відповідають службам зв'язків з громадськістю. Тому ми будемо використовувати результати досліджень науковців та діяльність прес-служб. Незалежно від того, які функції покладаються на працівників служб зв'язків з громадськістю і як буде називатися такий структурний підрозділ, ця служба у сфері державного управління відрізняється від тієї, що діє у сфері економіки. Переважна більшість вітчизняних та зарубіжних учених [4; 71] розглядають такі відмінності: ресурси; цілі; відповідальність; навколишнє середовище; мотиви.

Однак, незважаючи на достатні дослідження в цьому напрямку, досі немає єдиної думки щодо вирішення цієї проблеми. Так, організації мають необхідні ресурси, зокрема матеріально-технічну базу, а також адміністративно-організаційний досвід проведення будь-яких PR-акцій для успішної PR-діяльності. Водночас, державні інституції, які мають значні інформаційні ресурси, почуваються неадекватними з точки зору людських, фінансових і технічних ресурсів. І це твердження виправдане в сучасних умовах. Незважаючи на реформу державного управління, яка передбачає,

зокрема, посилення технічного забезпечення та розвиток кадрового потенціалу, фінансові можливості державних інституцій досить обмежені. А враховуючи діючий (контрольно-обґрунтований) порядок розпорядження коштами, своєчасне використання не завжди можливо [21, с. 47].

Інша особливість служби PR в державних управлінських структурах пов'язана з тим, що PR охоплює всі сфери суспільного життя – економічну, правову, політичну діяльність. Крім того, значним є і рівень охоплення – це значна частина населення. Слід також враховувати, що робота в державних установах (незалежно від того, до якого структурного підрозділу входить працівник) вже має відмінності від роботи в комерційних установах. Ці особливості пов'язані з фіскальними обмеженнями державних витрат, а також звітністю перед населенням за прийняті рішення та вжиті дії.

Підсумовуючи основні відмінності служб зв'язків з громадськістю в органах державного управління від комерційних структур:

- вплив служб зв'язків з громадськістю у сфері державного управління на велику кількість населення. Цей вплив прямий і досить значний; як уже зазначалося, державні органи мають значно більший набір інструментів для роботи з населенням.

- наявність в установах необхідних засобів (матеріально-технічної бази, адміністративного та організаційного досвіду проведення PR-акцій) для успішної PR-діяльності, історично напрацьованого досвіду співпраці з суспільством та громадськими організаціями;

- сфери PR звітності. Для комерційних установ вони визначаються основним видом діяльності і, як правило, недостатньо широкі. Для державних установ PR охоплює всі сфери суспільного життя;

- різні рівні підзвітності та відповідальності. Влада повинна враховувати громадську думку при прийнятті рішень і звітувати перед населенням про результати своєї роботи. Окрім підзвітності служби зв'язків з громадськістю вищим органам організаційної структури, характерної для державних органів і корпоративних одиниць, служб зв'язків з громадськістю

у сфері державного управління також несуть відповідальність у зовнішньому середовищі – перед суспільством;

- витрати на PR у сфері державного управління підпадають під податкові обмеження, а в комерційних структурах їх розмір визначається плановими значеннями [6; 4].

Ці характеристики також визначають специфіку служб зв'язків з громадськістю у сфері державного управління. Загалом основні завдання паблік рілейшнз поділяються на три основні категорії: 1) інформування; 2) реклама та просування; 3) пошук колаборації, інтеграція та оптимізація кейсів.

Основними напрямками діяльності служб зв'язків з громадськістю в органах державного управління є:

- інформування громадськості про діяльність державного органу та зміст прийнятих рішень;
- моніторинг громадської думки;
- взаємодія з територіями;
- аналіз та прогноз суспільно-політичного процесу;
- інформаційно-просвітницька робота з громадськістю та розвиток громадянської позиції;
- формування позитивного іміджу державного органу та виду державної служби;
- організація та проведення прес-конференцій із ЗМІ;
- підготовка документів, інформаційних бюлетенів для ЗМІ [18, с. 64].

Функціональна характеристика служб зв'язків з громадськістю в системі державного управління визначає її організаційні особливості. До його складу зазвичай входять такі підрозділи, як інформаційно-аналітичний відділ, відділ інформаційних комунікацій, відділ взаємодії з політичними партіями та державними установами, організаційно-правовий відділ. Така структура відповідає основній меті паблік рілейшнз, але має враховувати сучасні технології комунікації з аудиторією, зокрема використання сайтів, соціальних мереж, месенджерів тощо. Використовуючи сучасний арсенал PR-

інструментів, PR-послуги може ефективно виконувати завдання державних органів, таблиця 3.1.

Таблиця 3.1

Сучасні Digital технології в PR організацій публічної сфери

Технології	Значення для PR
Електронна пошта	Забезпечує зв'язок і дозволяє поширювати інформацію, коли користувачі підписуються на новини. Допомогає налагодити особисте спілкування з реальними та потенційними користувачами
Блоги	Електронна платформа, яка надає майданчик для обговорення різноманітних тем та пошуку актуальної інформації у сфері публічного управління
Месенджери	Вони в першу чергу служать для встановлення зв'язку між державними органами, установами та населенням і для поширення інформації про них
Соціальні мережі	Основна мета – самопрезентація державного органу чи установи. Дозволяє швидко отримувати відгуки від аудиторії щодо розміщення подій, новин тощо. Може використовуватися для отримання та аналізу інформації про аудиторію, яка цікавиться сторінками державних органів та установ
Веб-сайти	Вони розкривають основні риси діяльності державних органів та інституцій – їх цілі, мету, структуру, результати діяльності тощо. При відповідному коригуванні це також допомагає організувати спілкування з аудиторією та винести інформацію на обговорення

Джерело: [61]

Інтернет дозволяє оперативно поширювати інформацію про різноманітні події в державі. Використання соціальних мереж і месенджерів забезпечує швидке реагування на повідомлення та значний обсяг їх розповсюдження. Сучасні працівники служб зв'язків з громадськістю не можуть ігнорувати ці інструменти у своїй роботі. Крім того, вони повинні «...розробити методи написання текстів, поєднуючи різні інформаційні формати з метою досягнення максимального впливу на цільову групу» [60, с. 73; 4]. Бурхливий розвиток комунікаційних технологій забезпечує безпрецедентний доступ до інформації про державні установи, особливо через їхні офіційні веб-сайти, що не тільки дозволяє поширювати важливу інформацію про програми та заходи, залучає підтримку груп інтересів, але й певним чином сприяє зменшенню кількості невдоволення громадян. Урядові веб-сайти тепер дозволяють фахівцям зі зв'язків з громадськістю інформувати, навчати та взаємодіяти з аудиторією безпрецедентними способами.

Використання Інтернет-технологій дозволяє державним органам без значних ресурсних витрат розширити можливості звернення до населення, зокрема:

- розробляти політику, програми та послуги відповідно до потреб громадян;
- покращувати послуги електронного уряду для спрощення онлайн-операцій;
- підвищувати прозорість уряду шляхом надання доступу до даних і онлайн-документів.

Враховуючи результати досліджень науковців та власні спостереження систематизуємо основні вимоги, яким має відповідати веб-сайт державного органу для реалізації основного завдання PR:

- чітке визначення стратегічного плану з урахуванням мінливих організаційних потреб і вимог зацікавлених сторін;
- вибір функціонального дизайну, який буде практичним і простим у використанні для читача;
- створення сторінок та/або елементів, які забезпечують зв'язок із суб'єктом (державним органом, установою тощо) та надають інформацію про нього;
- допомога в наповненні сторінок сайту;
- виклад інформації зрозумілою мовою, по можливості без скорочень;
- вибір форм і публікацій для розміщення на веб-сайті з чітким визначенням методів завантаження файлів даних;
- уникнення дублювання матеріалів з інших веб-сайтів і, за можливості, посилань на відповідні міжвідомчі портали;
- отримання законів щодо веб-контенту, функціональності та захисту інформації;
- впровадження процесу безперервного вдосконалення веб-операцій шляхом офіційного оцінювання через онлайн-опитування та тестування зручності використання [67, с. 14; 4].

Таким чином, служби зв'язків з громадськістю в державних адміністраціях повинні не тільки забезпечувати ефективне та результативне управління веб-контентом, але також повинні формально оцінювати свої веб-сайти. Не менш важливим є надання населенню можливості знаходити потрібну інформацію шляхом створення веб-сайтів з можливістю пошуку.

Використання комунікації в соціальних мережах PR-служб є сучасним трендом. У сфері державного управління це дозволяє:

- зміцнити розуміння населенням питань внутрішньої та зовнішньої політики країни;
- заохотити людей брати участь у житті країни;
- поширювати офіційну інформацію серед пересічних громадян;
- надавати чиновникам більше корисної інформації від громадськості та здійснювати зворотній зв'язок.

Правильно підібрані технології в роботі фахівців зі зв'язків з громадськістю дозволяють державним інституціям створити позитивний імідж і створюють основу для позитивного ставлення населення до діяльності державних органів в цілому [4].

Зараз PR в публічних установах здійснюється переважно через прес-служби, які є першим кроком у становленні служб зв'язків з громадськістю. Основна відмінність між ними полягає в тому, що прес-служби займаються повідомленнями про події та ситуації, а діяльність служб зв'язків з громадськістю спрямована на створення інформаційних подій.

Висновки по розділу 3

За допомогою реалізації етапів програми підвищення ефективності взаємодії громадськості з органами державної влади та управління можна налагодити регулярне інформування мешканців про роботу зазначених органів, зворотний зв'язок із населенням та громадськими організаціями,

громадську довіру. у зміцненні влади та покращенні її іміджу. Результатом реалізації всіх етапів запропонованої програми стане розробка різноманітних рішень у вигляді планів та комплексних програм розвитку цілих районів за участю громадськості. Значно більшою мірою, ніж в інших сферах, державні органи залежать від організованої та систематичної роботи прес-служб, оскільки брак інформації для населення не може сприяти процвітанню демократії.

Комунікативна діяльність органів державної влади України є одним із головних чинників їх позиціонування в суспільстві, популяризації діяльності державних структур серед населення, створення позитивного іміджу у свідомості громадян та формування позитивної громадськості. думку з метою власного Утвердити позиції, засновані на загальноприйнятих світових нормах, притаманних будь-якому громадянському суспільству. Уряд не може розраховувати на ефективність своєї політики та підтримку громадськості, якщо не інформує та не залучає її до розробки державної політики. У співпраці з громадськістю мають бути визначені зусилля та пріоритети роботи державних органів. Успішне розроблення та реалізація державної політики безпосередньо залежить від здатності органів державної влади ефективно спілкуватися з громадськістю, обговорювати альтернативні варіанти політики та використовувати пропозиції громадськості для підвищення якості політики. Щоб отримати вигоду від діалогу з громадськістю, уряд повинен мати можливість запропонувати такий діалог.

Науковці неодноразово підкреслюють відмінності служб зв'язків з громадськістю у державних адміністративних структурах від комерційних структур, які систематизовано в наступному переліку: вплив служб зв'язків з громадськістю; наявність необхідних інструментів для успішної PR-діяльності; сфери охоплення PR; різні рівні підзвітності та відповідальності; витрати на PR. Виявлені особливості використання сучасних цифрових технологій (використання сайтів, соціальних мереж, месенджерів) у роботі державних установ та їх подальше впровадження сприятимуть розвитку служб зв'язків з громадськістю як більш досконалого інструменту PR.

ВИСНОВКИ

Ну дивлячись на велику теоретичну базу та низку наукових праць, у практичній сфері зв'язків із громадськістю залишається ряд проблем. Це пов'язано з багатьма різними факторами, як внутрішніми, так і зовнішніми. Відсутність конкретної програми підготовки спеціалістів, небажання окремих структур та організацій діяти прозоро та надавати правдиву інформацію тощо значною мірою стримують розвиток зв'язків з громадськістю. Якщо проаналізувати наукові досягнення та діяльність певних організацій, то можна виявити, що між державними організаціями, корпоративними структурами, громадськими організаціями тощо майже немає взаєморозуміння. Це можна пояснити тим, що вони не вміють конкретно представити свої інтереси та пояснити важливість діяльності для населення. На жаль, це породжує недовіру суспільства до таких організацій і структур.

Зв'язки з громадськістю – це не лише управління потоком інформації між організацією та її громадськістю. Це сфера, яка займається комунікацією та спілкуванням із ключовими аудиторіями, побудовою важливих стосунків та аналізом інформації. Зв'язки з громадськістю мають помітний вплив на досягнення стратегічних цілей організації.

Фахівці із зв'язків з громадськістю досягають своїх цілей, особливим чином організовуючи взаємодію між організацією та громадськістю. У цьому випадку теорія комунікації дозволяє встановити відносини між населенням і урядом, між організацією і клієнтом тощо. Чим більше ми маємо знань про те, як працює процес спілкування, тим більше відкривається можливостей навчитися керувати цим процесом. Контролюючи потік інформації, піарник може коригувати поведінку людей у потрібному йому напрямку.

Розвиток інституту зв'язків з громадськістю був стимульований, в тому числі, політичними причинами. Концентрація капіталу та монополізація призвели до виникнення специфічних взаємовідносин між державою та монополіями, державними інститутами та іншими соціальними інститутами, а

зрештою між самими цими інститутами в їх прагненні впливати на різні гілки державної влади. У своєму прагненні домогтися сприятливого законодавства та урядових рішень групи інтересів також повинні були постійно звертатися до громадської думки.

Сучасні інформаційні технології пропонують політичним акторам якісно нові можливості для взаємодії з громадянами індивідуально та онлайн. Таким чином, у сфері взаємодії політичних інститутів і громадянського суспільства PR-механізм технологічно трансформується та інтегрується у більш складний за функціональними та технологічними можливостями мережевий механізм інтерактивної інформаційної взаємодії; стверджується, що негативні тенденції у його взаємовідносинах із суспільством характеризуються тим, що правлячий політичний режим не прагне або не може досягти партнерства та рівноправного діалогу з суспільством, навмисно спотворює або повністю ігнорує сферу політичних відносин із суспільством у кризовій ситуації. у легітимності влади неминуче призведе до відчуження влади від суспільства та втрати суспільної довіри та підтримки з боку правлячого політичного режиму.

Виявилося, що система «електронної держави» створює нові можливості для підвищення ефективності політичних відносин із громадськістю, які полягають у тому, що суспільство отримує не лише широкий доступ до інформації, а й можливість впливати на процес прийняття рішень. рішень у державотворенні, брати участь у їх підготовці та інтерактивно брати участь, що зрештою також підвищує прозорість роботи громадського сектору.

За допомогою реалізації етапів програми підвищення ефективності взаємодії громадськості з органами державної влади та управління можна налагодити регулярне інформування мешканців про роботу зазначених органів, зворотний зв'язок із населенням та громадськими організаціями, громадську довіру. у зміцненні влади та покращенні її іміджу. Результатом реалізації всіх етапів запропонованої програми стане розробка різноманітних рішень у вигляді планів та комплексних програм розвитку цілих районів за

участю громадськості. Значно більшою мірою, ніж в інших сферах, державні органи залежать від організованої та систематичної роботи прес-служб, оскільки брак інформації для населення не може сприяти процвітанню демократії.

Комунікативна діяльність органів державної влади України є одним із головних чинників їх позиціонування в суспільстві, популяризації діяльності державних структур серед населення, створення позитивного іміджу у свідомості громадян та формування позитивної громадськості. думку з метою власного Утвердити позиції, засновані на загальноприйнятих світових нормах, притаманних будь-якому громадянському суспільству. Уряд не може розраховувати на ефективність своєї політики та підтримку громадськості, якщо не інформує та не залучає її до розробки державної політики. У співпраці з громадськістю мають бути визначені зусилля та пріоритети роботи державних органів. Успішне розроблення та реалізація державної політики безпосередньо залежить від здатності органів державної влади ефективно спілкуватися з громадськістю, обговорювати альтернативні варіанти політики та використовувати пропозиції громадськості для підвищення якості політики. Щоб отримати вигоду від діалогу з громадськістю, уряд повинен мати можливість запропонувати такий діалог.

Науковці неодноразово підкреслюють відмінності служб зв'язків з громадськістю у державних адміністративних структурах від комерційних структур, які систематизовано в наступному переліку: вплив служб зв'язків з громадськістю; наявність необхідних інструментів для успішної PR-діяльності; сфери охоплення PR; різні рівні підзвітності та відповідальності; витрати на PR. Виявлені особливості використання сучасних цифрових технологій (використання сайтів, соціальних мереж, месенджерів) у роботі державних установ та їх подальше впровадження сприятимуть розвитку служб зв'язків з громадськістю як більш досконалого інструменту PR.