

**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: **«Комунікативна політика в молодіжному середовищі»**

виконала здобувач вищої освіти денної форми навчання

Колісник Олександра Дмитрівна

Керівник кваліфікаційної роботи

Тамара ЛОЗИНСЬКА

Полтава – 2023 року

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішньому етапі потрібно покращувати та розвивати державне управління у напрямку вирішення соціальних проблем та налагодження комунікативних зв'язків з громадськістю для того, щоб створити зворотне спілкування. Під час розробки комунікативної політики необхідно брати до уваги потреби молодих людей та створити систему завдань, які потребують вирішення в першу чергу.

Молодь – це джерело нових знань, нових ідей, нових можливостей, головний замовник кращого майбутнього, головний стратегічний ресурс суспільства. Але з іншого боку, молодь вимагає пильної уваги та довгострокових інвестицій від суспільства, інакше її потенціал ніколи не розкриється. Громадян держави необхідно залучати до процесів державного управління. Управлінський апарат потребує створення надійного зворотного зв'язку з громадянами. Щоб покращити ефективність застосування громадської думки в державному управлінні необхідно забезпечити підняття рівня політичної свідомості та культури молоді в регіонах. Дослідженню комунікацій з громадськістю на різних рівнях присвятили багато праць не тільки українські, але й зарубіжні вчені, наприклад В. Авер'янов, В. Олуйко, В. Бакуменко, Є. Ромата, І. Слісаренко, М. Баймуратов, В. Бугрима, Н. Нижник, С. Чукут, Г. Почепцов, Д. Дороті, В. Корольок, О. Яновський, С. Катліпа, всі вони намагалися розв'язати теоретичні та практичні проблеми зв'язків з громадськістю. Проведення дослідження механізмів реалізації комунікативної політики з молоддю в Україні зараз є актуальним, оскільки сучасний напрям наукових досліджень, зумовлений демократизацією суспільства, національним пріоритетом прав людини, реформами у суспільно-політичній сферах, глобалізацією та процесом європейської інтеграції. Погіршення становища молоді, ускладнення процесу соціалізації молоді потребує вдосконалення національної комунікативної політики. Особливої уваги потребують комунікації з молодими людьми. Тому, на даний момент

проблема дослідження системи спілкування держави з населенням та розробка чіткої стратегії розвитку комунікативної політики з її подальшим розвитком у напрямку вирішення нагальних проблем суспільства з врахуванням інтересів усіх соціальних груп.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри публічного управління та адміністрування ПДАУ за темою: «Формування ефективної системи публічного управління в Україні» (номер державної реєстрації 01170003104).

Мета кваліфікаційної роботи полягає у висвітленні особливостей комунікативної політики в контексті роботи в молодіжному середовищі.

Відповідно до поставленої мети були сформульовані такі **завдання** дослідження:

- окреслити сутність комунікативної політики;
- систематизувати нормативно-правову базу щодо публічної комунікації;
- охарактеризувати розвиток молодіжних Громадських організацій як об'єктів комунікативної політики;
- описати особливості молодіжної комунікативної політики в умовах воєнного стану;
- обґрунтувати проблеми комунікації в молодіжному середовищі;
- розробити пропозиції щодо удосконалення роботи з молоддю в територіальних громадах.
- описати особливості комунікацій через волонтерство.

Об'єкт дослідження – розвиток комунікативної політики в Україні.

Предмет дослідження – комунікативна політика в молодіжному середовищі.

Методи дослідження. У процесі проведення дослідження та написання кваліфікаційної роботи були використані загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Метод *аналізу і синтезу* використано для з'ясування

потреб молоді в Полтавській області в умовах воєнного стану. Метод *порівняльного аналізу* дозволив виявити відмінності в підходах до комунікативної діяльності та громадських організацій. Застосування *графічних* методів здійснювалося з метою візуалізації функцій волонтерства чи систематизації нормативно-правової бази щодо публічної комунікації. Використання *монографічних досліджень* дозволило виділити основні відмінності між ПР і пропагандою.

Інформаційна база. Дослідження виконувалося на основі використання сукупності інформаційних ресурсів, а саме: законів України, що стосуються державної комунікативної та молодіжної політик і молодіжних громадських організацій; наукових статей з питань комунікативної політики, молодіжної політики та їх удосконалення; інтернет-ресурсів; інформації офіційних сайтів Міністерства освіти і науки України, Полтавської обласної ради; результатів самостійних досліджень автора.

Елементи наукової новизни. Запропоновано ряд послідовних кроків для покращення комунікації з молоддю в громадах, впровадження сприятиме підвищенню комунікації з молоддю, насамперед на рівні територіальних громад.

Практична значущість кваліфікаційної роботи полягає в розробленні практичних рекомендацій щодо покращення комунікативної політики в бік молоді, з врахуванням їх реальних потреб.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були опубліковані в матеріалах:

Колісник О. Д. Комунікативна політика в молодіжному середовищі. Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія та практика: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 28 листопада 2023 року / за заг. ред. Т. М. Лозинської, О. В. Дорофєєва. Полтава: ПДАУ, 2023. С. 138-141.

Колісник О. Д. Комунікативна політика в молодіжному середовищі. IX Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і

молодь в ХХІ сторіччі»: зб. матер. конф., 30.11.2023. С. 112-115.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Робота викладена на 70 сторінках, складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, який включає 51 найменування, додатків. Кваліфікаційна робота містить 4 таблиці, 10 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАВОВІ ОСНОВИ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ

1.1. Сутність комунікативної політики

Становлення громадянського суспільства в Україні нерозривно пов'язане із створенням правових основ забезпечення свободи слова і плюралізму думок. Вільне формування громадської думки є не єдиним проявом демократичності політичної системи, проте саме принципи свободи волевиявлення та врахування громадської думки в процесі управління державою та прийняття політичних рішень складають основу сучасних демократичних систем.

Вплив громадськості на державотворення в Україні, без сумніву, стає потужною силою, а суспільна думка, як ніколи, набуває політичної ваги. Монографічні дослідження свідчать, що в демократичних державах думка громадськості та різноманітність ідеологічних поглядів населення суттєво впливають на державну політику щодо розвитку країни, починаючи від законодавчих процесів та поведінки політичних партій або перебігу виборчих кампаній, закінчуючи прийняттям рішень про підтримку суб'єктів економічної діяльності та політику в гуманітарній сфері [1]. Відмітимо, що характер системи відносин між органами державної влади і громадянським суспільством є одним із найважливіших показників демократизації публічного управління в будь-якій країні.

Учені зазначають, що зацікавленість влади в залученні громадян до участі в суспільно-політичних процесах, сприяє підвищенню ефективності публічного управління, зростанню довіри до влади і в межах демократичного транзиту забезпечує кращий добір управлінських кадрів [2]. Але, разом із цим, думки різних груп населення можуть відрізнятися ірраціональністю, аморфністю, амбівалентністю, можуть мати суперечливий характер та швидко

змінюватися. Керівники різних рівнів публічного управління досить часто сподіваються мати вплив на суспільну думку, формувати її у відповідності з політичним порядком денним, спрямовувати бачення людей щодо способів розв'язання конкретних проблем у напрямі певного консенсусу, але вдається це не всім і не завжди. Громадська думка часто детермінується особистими вподобаннями, її не так просто змінити, навіть оперуючи незаперечними фактами, поведінка окремих індивідів та суспільних груп може не відповідати очікуванням керівників, не залежно від кількості наданої інформації та достовірності даних. Хоча громадська думка відображає стан суспільної свідомості, вона, у той же час, є «посередником» між свідомістю і практичною діяльністю людей. Громадська думка, під впливом застосування різних методів впливу, як-то: схвалення чи осуд; акцентування на інтересах; захоплення чи категорична зневага; раціональна та емоційна оцінка вчинків людей тощо, і спираючись на силу закону, сприяє перевтіленню ідей у конкретні рішення. Певна нелогічність та ірраціональність громадської думки не перекреслює можливості її потужного впливу на суспільство і здатності до переконання.

Демократична держава в умовах розвитку глобального інформаційного суспільства, з усіма його протиріччями та конфліктами, потребує модернізації інструментів державного управління, які спираються на комунікативну взаємодію між основними акторами публічної політики. Комунікативний механізм публічного управління набуває особливої ваги в той час, коли суспільство атомізується унаслідок індивідуалізації економічного життя і формується безліч думок, що різняться між собою, але беззаперечно мають право на існування. Роль комунікацій в публічному управлінні, яким би шляхом вони не формувалися – через зв'язки з громадськістю, державні комунікації, урядовий паблік рілейшнз тощо, складно переоцінити. Суспільство, як цілісний соціальний організм, єдина система не може існувати без комунікативних зв'язків між людьми. У сфері публічного управління центральне місце посідає грамотна та добре продумана комунікативна

політика, публічність, відкритість та доступність, своєчасне інформування та зрозуміле роз'яснення владою рішень і пропозицій, дискусія з приводу актуальних проблем. Сфері публічного управління, більше за інші сфери соціального життя, притаманна ієрархічна комунікація з чітким підпорядкуванням, бюрократизмом та директивністю. У руслі демократизації системи публічного управління доречним є відхід від такої централізованої комунікації, пошук більш витончених і несхожих на попередні форми діалогів громадськості.

Комунікація більшістю дослідників розглядається як «...процес обміну інформацією між двома або більше особами за допомогою вербальних і невербальних засобів...» [3], який виникає й існує тільки у людському середовищі, і в основі якого лежить уміння людей спілкуватися між собою. Основні підходи до пояснення функціональних особливостей комунікації наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення функцій комунікативної діяльності

Автор	Функції комунікативної діяльності
А. Мельник, А. Васіна, Н. Кривокульська	Здійснення комунікацій в державних установах і організаціях покликано забезпечити виконання таких функцій: інформаційної; мотиваційної, контрольної, експресивної
В. І. Шарий, О. В. Черевко, Л. Я. Самойленко, А. О. Овчаренко, О. О. Дем'яненко, Б. М. Калініченко, В. В. Батушан, Н. О. Кравцова	Публічна комунікація дає можливість вирішувати такі завдання: розширення аудиторії, яка реально бере участь у конкретному діалозі, практично до нескінченності; адаптація змісту організації до потреб і інтересів аудиторії; встановлення абсолютного контакту з аудиторіями для вирішення будь-яких завдань суб'єктів відповідних відносин; інтеграція різних політичних і інформаційних систем; забезпечення чутливості політичних організацій до змін усіх аспектів політичної кон'юнктури тощо
Л. А. Васильєва	В сучасних умовах абсолютні публічні комунікації, як доступний всеохоплюючий інструмент соціального взаємозв'язку, здатні сформувати відкритий прозоро-масовий простір, що в значній мірі може впливати на світогляд як окремої людини, так і громадських товариств, націй, держав, культур.

Джерело: систематизовано автором за [4;5; 6].

Комунікативна політика є основним елементом комунікативної мережі в суспільстві з одного боку, з іншого вона виступає регулятивним і координаційним механізмом у взаєминах держави й суспільства,

забезпечуючи стабільність і ефективність функціонування суспільства в цілому і тому покликана виконувати ряд функцій:

- консервативну, спрямовану на збереження статус-кво державної системи, що сприяє стабільному існуванню соціального організму;
- координаційну, що забезпечує потрібну спрямованість владних впливів суб'єкта управління відповідно до параметрів об'єкта;
- інтеграційну, пов'язану зі здійсненням такої державної політики, яка б урахувала інтереси всіх суб'єктів суспільної системи, сприяла виробленню й прийняттю погоджених управлінських рішень;
- мобілізаційну, спрямовану на забезпечення легітимності існуючого громадського порядку, одержання підтримки й схвалення суспільства із приводу прийнятих управлінських рішень;
- соціальну, пов'язану із засвоєнням у процесі інформаційного обміну соціально-політичних норм, цінностей і традицій держави, підвищенням рівня політико-управлінської компетентності громадян.

Попри труднощі процесу реформування системи публічного управління України в умовах воєнного стану на принципах децентралізації та демократизації, публічна комунікація виступає як організаційне начало цілеспрямованої діяльності людей, їх колективів, а в кінцевому значенні суспільства в цілому. У цьому зв'язку комунікативний механізм повинен бути націлений на реалізацію запланованих завдань, які в свою чергу відповідають принципам демократичного врядування та потребують діалогу, сприяння стабілізації і розвитку, і лише після цього він стане ефективним механізмом узгодження стратегій в сфері публічного управління, прийняття державно-управлінських рішень. А вже здатність органів влади спілкуватися з громадянами, етична комунікація, яка поважає українців і їх права, а також призводить до взаєморозуміння, врахування і узгодження інтересів, толерантного ставлення до всіх, хто проживає на території країни, показ чесного служіння передусім національним інтересам і є тим «діалогом» в системі публічного управління, про який ми зазначали раніше.

Оскільки до повноважень публічних управлінців входить і налагодження взаємодії з громадянським суспільством, комунікація набуває стратегічного значення як між суб'єктами громадянського суспільства, так і між владою та представниками громадських організацій, забезпечуючи таким чином «взаємодію між політичною системою, державним сектором, співвідношення муніципальних, державних та народних інтересів із залучення суспільства до механізму контролю всіх органів влади» [7].

Вплив на свідомість громадян шляхом інформування через вже налагоджені раніше канали комунікаційного зв'язку, які викликають у суб'єктів комунікації довіру до влади, в умовах війни стає ще важливішим. Набуває гостроти та актуальності необхідність встановлення зв'язків з громадськістю, які будуть дієвими та передбачатимуть чесні, відкриті, доброзичливі взаємовідносини між органами публічної влади та населенням. І через всі ці причини і виникає відносно нова функція державного управління – зв'язки з громадськістю, адже влада діє ефективно, якщо її підтримує громадськість. Органи державної влади та місцевого самоврядування зобов'язані інформувати населення про напрями стратегічного розвитку (політику), програми й послуги, що надаються ними, звітувати про свою діяльність і нести перед ним відповідальність [8, с. 7; 9]. Суб'єктами налагодження комунікативного зв'язку в публічному управлінні є органи державного управління, органи місцевого самоврядування, громадські організації, які використовують відповідні інструменти забезпечення взаємодії між собою. Влада як суб'єкт державного управління завжди прагне впливати на громадськість (об'єкт, на який спрямований вплив органів державної влади), яка завжди володіє можливістю «зворотного впливу». Метою влади є сформувати максимально лояльне ставлення з боку громадськості, яке можливе лише на основі довіри, досягнути якої можна шляхом налагодження ефективних комунікативних відносин. В. Дрешпак у цьому контексті зазначає: «комунікативна підсистема публічного управління охоплює суб'єктів взаємодії, інформаційні зв'язки й управлінські відносини,

процеси взаємодії суб'єктів управління між собою та з іншими суспільними інститутами» [10, с. 11].

Налагодження публічної комунікації необхідне в багатьох випадках:

- для формування та підтримки зовнішніх відносин;
- з метою розвитку внутрішньо-організаційних відносин;
- цього потребує створення іміджу організації, підтримка та збереження її репутації;
- для пошуку оптимальних виходів із конфліктних ситуацій, вирішення конфліктів із мінімальними втратами.

Відповідно до принципів комунікативної діяльності мають бути відібрані форми, методи і технології комунікації. Варто виділити такі форми розповсюдження інформації про діяльність органів державного управління [11]:

- випуск і поширення інформаційних бюлетенів, прес-релізів, оглядів, фото-відеоматеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформації;
- проведення прес-конференцій, брифінгів, політичних діалогів, телевізійних дебатів, “круглих столів“, прес-клубів, інтерв'ю з керівниками органів державної влади;
- підготовка і проведення теле- і радіопередач; забезпечення публікацій (виступів) у ЗМІ керівників або інших відповідальних працівників органів державної влади;
- створення архівів інформації про діяльність органів державного управління;
- розміщення WEB-сторінок в мережі Інтернет про орган влади та його діяльність;
- інші форми поширення офіційної інформації, що не суперечать чинному законодавству [9].

Важливим інструментом формування інформаційного простору є налагодження зв'язків з громадськістю або паблік рилейшнз (ПР). Його сутністю є діяльність щодо прийняття управлінських рішень на основі

комунікації між суб'єктом ПР і громадськістю (зовнішньою та внутрішньою) [12].

Відмінністю комунікативних технологій паблік рілейшнз, у тому числі й публічних, є те, що на відміну від інших комунікативних технологій, вони передбачають не лише використання механізмів зворотної дії: власне сам зворотній зв'язок ще не є достатнім засобом запобігання інформаційним маніпуляціям. Паблік рілейшнз створює платформу для інтерактивного дискурсу, сприяє реалізації публічної політики на демократичних принципах, лібералізації процесу прийняття рішень на основі відкритого обговорення та обґрунтування альтернативних рішень і знаходження компромісу між суб'єктами комунікації. Оскільки паблік рілейшнз має на меті завоювати прихильність людей і сформуванню у них певні переконання, дану технологію інколи ототожнюють з пропагандою [13], проте ПР не несе в собі такого яскраво вираженого ідеологічного начала, як пропаганда. Термін «пропаганда» початково використовувався в церковному середовищі для характеристики процесу просування католицької віри і лише згодом це поняття було введено в політичний обіг. У даний час термін «пропаганда» ідентифікується як вид політичної діяльності з розповсюдження певної ідеології [14]. Використання монографічних досліджень дозволило виділити основні відмінності між ПР і пропагандою (табл. 1.2).

Безпрецедентне зниження довіри населення до влади в Україні є підставою для ширшого застосування технологій паблік рілейшнз, які забезпечують зворотній зв'язок з громадськістю і можуть сприяти підвищенню ефективності комунікативної політики. На жаль, в нашій країні комунікативна політика, що проявляється у зв'язках урядових структур із громадськістю в процесі здійснення державного управління і передбачає застосування широкого набору комунікативних інструментів для створення бажаних ціннісних орієнтирів, позитивного ставлення до державної політики, реформ, які провадяться в країні, залишається неефективно. Також варто відмітити відсутність стандартів інформаційної взаємодії між органами влади

та громадськістю, єдиної структури комунікативних підрозділів комунікаційної стратегії тощо.

Таблиця 1.2

Відмінності у характерних рисах паблік рілейшнз і пропаганди

Ознака	Паблік рілейшнз	Пропаганда
1. Спрямованість дії	Формування розуміння	Насаджування переконання
2. Основна мета	Отримання згоди	Спонування до певних дій
3. Характер суспільної взаємодії	Порозуміння та співпраця	Розподіл та протистояння
4. Характер інформаційних кампаній	Надання об'єктивної інформації про переваги та недоліки	Перебільшення переваг і абстрагування від недоліків
5. Емоційне забарвлення	Відкритість, щирість, повага	Лукавство, зневага, недовіра
6. Управлінський стиль	Ліберальність	Примус
7. Ступінь демократичності	Дотримання балансу між свободою та відповідальністю	Нав'язування волі, переслідування за «неправильність» поглядів.

Джерело: систематизовано автором за [15].

Головним недоліком є те, що в сфері державного управління не сформований комунікативний механізм на основі урядового піару, відсутня організаційна структура, яка працює на недопущення розривів і конфліктів, на соціальну стабілізацію і ефективну реалізацію урядових рішень.

У найзагальнішому вигляді можна виділити три базових теоретичних конструкції комунікації в контексті процесно-інформаційного підходу – лінійну, інтеракційну та трансакційну.

Лінійна комунікації забезпечує односторонній інформаційний вплив без передбачення зворотного зв'язку. У цьому випадку джерело повідомляє щось одержувачу, спрямовуючи йому певні обсяги інформації з метою отримання необхідної реакції, але при цьому його не цікавить результативність взаємодії. На практиці лінійна комунікація реалізується у форматах простого інформування та пропаганди [16].

Інтеракційна комунікація передбачає формування зворотного зв'язку між джерелом інформації та її одержувачем, коли останній отримує можливість відсилати зустрічні повідомлення вихідному комунікатору, коригуючи його комунікативні імпульси [17].

Трансакційна комунікація розуміється як постійний, як правило, рівноправний діалог, у якому два взаємодіючих суб'єкта, взаємно зацікавлені в максимальній ефективності взаємодії, поперемінно виступають як джерело й одержувач повідомлень [18, с. 16].

Ідеальна модель публічної комунікації передбачає наявність діалогу між «правлячою елітою» і «керованими масами», під час якого відбувається обмін інформацією про політичний процес, а інформація є точною, повною, достовірною, завершеною й такою, яку можна перевірити. Разом із цим відмітимо, що комунікація за своєю природою є асиметричною (влада і підлеглі знаходяться в нерівних умовах: влада завжди знає більше про те, що повідомляє), а отже, по-справжньому вільний обмін інформацією між верхами й низами суспільства ускладнений або неможливий. Це і є передумовою моделювання комунікативного публічного простору або, так званої, «символічної політики», за якої влада символічно інсценує те, чого реально немає або що важко продемонструвати інакше, ніж за допомогою символів [19].

Україна, як країна транзитивної демократії, в останні роки демонструє усвідомлення важливості підвищення ефективності комунікативної політики, побудованої на принципах діалогу з громадськістю. Так, у 2014 році створено тимчасовий консультативно-дорадчий орган Кабінету Міністрів України – Раду з питань комунікації, метою якої є формування єдиної комунікативної політики, що забезпечить координування інформаційного обміну про діяльність різних органів виконавчої влади між собою та з громадськістю [20]. Крім того, з метою розробки концепції реформи урядових комунікацій Кабінетом Міністрів було запроваджено проект Група реформ комунікацій (The Communication Reform Group). До її складу увійшло 13 українських та міжнародних фахівців у сфері зв'язків з громадськістю, людських ресурсів, освіти та юриспруденції. Зокрема, 20 січня 2016 року Міністерство інформаційної політики України презентувало Концепцію реформи урядових комунікацій [21], завданням якої є формування комунікаційної програми

Уряду та забезпечення взаємозв'язку між міністерствами. В Концепції визначено стратегічну роль комунікації у процесі прийняття управлінських рішень і принцип розподілу політичної та державної складової процесу комунікації.

Підсумовуючи, зазначимо, що публічність комунікації визначається тією обставиною, що інформація передається громадськості і сприймається громадськістю, а отже така інформація має бути доступна будь-якому члену суспільства, оскільки вона має важливе соціальне значення. Інформація отримує статус публічної у тому випадку, коли вона передається офіційними інформаційними каналами для найширшої аудиторії отримувачів, а отже, публічна комунікація в екстремальних ситуаціях (війн, катастроф, криз тощо) та в умовах прискорення змін і зростання невизначеності набуває все більшої ваги

1.2. Нормативно-правова база щодо публічної комунікації

Якщо звернути увагу, що фахівці визначають пріоритетність інформаційної складової в публічній комунікативній політиці: "... на сьогодні під управлінням, насамперед, розуміється цілеспрямований інформаційний вплив керівної підсистеми на керовану підсистему, що здійснюється за схемою зворотного зв'язку» [22, с. 37-38], то зрозумілим є прагнення унормувати інформаційні аспекти взаємозв'язку між владою та громадськістю.

Нормативно-правова база щодо публічної комунікації в Україні включає ряд законів та інших нормативних актів, які регулюють відносини між громадянами, урядом, мас-медіа та іншими заінтересованими сторонами. Основні нормативно-правові акти, що стосуються різних аспектів публічної комунікації в Україні наведені в таблиці 1.3.

Відповідно до ч.1 Ст.12 Закону України "Про інформацію", інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави. Відповідно до Ст.14 названого закону визначені і види інформаційної діяльності, де взяті за

основу інформаційні процеси, які здійснюються під час інформаційної діяльності, а саме: одержання, використання, поширення та зберігання [23].

Таблиця 1.3

Основні нормативно-правові акти щодо публічної комунікації в Україні

<i>Статус нормативно- правового акту</i>	<i>Дата ухвалення</i>	<i>Назва</i>
<i>Закони України</i>	23.04.1991	Про свободу совісті та релігійні організації
	02.10.1992	Про інформацію
	05.07.1994	Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах
	02.10.1996	<i>Про звернення громадян</i>
	05.06.1997	<i>Про видавничу справу</i>
	23.09.1997	Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста
	09.04.1999	Про обов'язковий примірник документів
	01.06.2010	Про захист персональних даних
	13.01.2011	Про доступ до публічної інформації
	24.12.2015	Про реформування державних і комунальних друкованих медіа
13.12.2022	Про медіа	
<i>Указ Президента України</i>	<i>05.05.2011</i>	Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації
<i>Постанови Кабінету Міністрів України</i>	10.05.2002	Про порядок доставляння обов'язкових примірників документів
	02.10.2003	Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи
	10.03.2017	Про затвердження Порядку ведення Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції

Джерело: систематизовано автором за інформацією офіційного сайту Верховної Ради України.

Український досвід показує, що розпорошеність регулятивних актів без єдиного стратегічного підходу не сприяє розвитку комунікативної політики держави, що слугує причиною для критики урядових структур, які не перейшли від моделі інформування населення до налагодження повноцінної комунікації з ним, використання зворотного зв'язку в своїй роботі та при прийнятті рішень, залучення громадськості та використання консультативного процесу. Нормативно-правова база в сфері комунікативної політики України дійсно є доволі розгалуженою. Наприклад, окремі норми можна знайти в

Конституції України (ст. 34, 38, 40, 57) [24]; законах: «Про друковані засоби масової інформації (пресу)», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про державну таємницю», «Про інформацію», «Про громадські об'єднання», «Про звернення громадян», частина з яких втратила чинність; актах уряду: Постанові Кабінету Міністрів від 03.11.2010 № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», Розпорядженні Кабінету Міністрів України від 13.01.2010 № 85-р «Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» тощо. Останній документ мав стати базовим документом формування публічної комунікативної політики, отримавши своє остаточне вираження в формі закону. Однак, проект цього законодавчого акту досі не набув статусу закону, внаслідок чого комунікативна політика часто ґрунтується на адміністративних процедурах, не врегульованих належним чином.

Серед позитивних зрушень у сфері інформаційної та комунікативної політики можна назвати створення єдиного порталу державних послуг «Дія: Державні послуги онлайн» (<https://diia.gov.ua/>) та проекту «Держава в смартфоні». У перспективі, до 2024 року Міністерство цифрової трансформації України має перевести всі адміністративні послуги в електронний формат, що має на меті вдосконалення ефективності, швидкості та зручності їх надання, усунення корупційних ризиків, підвищення іміджу та довіри до органів державної влади.

Оскільки Конституція України гарантує громадянам свободу слова та надає кожному право на свободу виразу думки і інформації, а також визначає обов'язок забезпечення доступу до інформації відомства та органи влади [24], значна частина законодавчих актів спрямована на забезпечення конституційних гарантій:

– *Закон України «Про медіа»*: визначає правила роботи засобів масової інформації, включаючи режим реєстрації ЗМІ, етичні та професійні стандарти

для журналістів та інші питання, пов'язані з мас-медіа;

– Закон України «Про інформацію»: встановлює правила доступу до інформації, обов'язки державних органів влади щодо надання інформації, а також механізми захисту інформаційних прав громадян;

– Закон України: «Про захист персональних даних»: регулює збір, обробку та зберігання персональних даних громадян, з метою забезпечення їхнього конфіденційного та безпечного оброблення;

– Закон України «Про доступ до публічної інформації»: забезпечує право громадян на доступ до публічної інформації, що належить державі та організаціям громадського сектору. Він визначає процедури запитів на інформацію та обов'язки державних органів щодо надання такої інформації;

– Закон України: «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах»: регулює питання захисту інформації, включаючи захист від кіберзлочинності та обов'язки стосовно збереження конфіденційної інформації.

Створення в органах публічної влади підрозділів, відповідальних за зв'язки з громадськістю, мало місце на початку 90-х рр. як необхідна умова забезпечення суспільних зрушень у напрямі формування суспільних інститутів демократії. Але реальний процес налагодження зв'язків із громадськістю в органах державної влади розпочався лише з моменту запровадження інституту президентства (1992 р.), коли в структурі Адміністрації Президента України була створена прес-служба глави держави. У цей період Законом України «Про інформацію» була введена норма, згідно з якою право на інформацію забезпечується «створенням у державних органах спеціальних інформаційних служб або систем, що забезпечували б у встановленому порядку доступ до інформації» [23]. Етап формування служб зв'язків із громадськістю в органах державної влади завершився у 1995 р. Він характеризувався кількісним насиченням штатів прес-служб, що здійснюють функції зв'язків із громадськістю, фахівцями.

Механізм комунікативної діяльності публічних органів влади доцільно

розглядати як послідовну реалізацію комплексу правових та організаційних дій, що базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації та використанні відповідних методів управління, спрямованих на задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення і організації діяльності структурних підрозділів органу влади. У структурі механізму комунікативної діяльності можна виділити чотири основних блоки: правовий, ресурсний, інформаційний, організаційний (зокрема, цілі управління, елементи об'єкта, методи впливу – принципи) (рис.1.1).



Рис. 1.1. Структурна схема механізму комунікативної політики

Джерело: побудовано автором.

Якщо ми розглядаємо комунікативну політику як механізм роботи зв'язків з громадськістю, то досить легко зрозуміти, що перелік законів, указів, постанов та інших нормативно-правових актів має бути досить обшивним, адже майже в кожній сфері суспільного життя постає питання комунікації з громадянами.

«Зв'язки з громадськістю» та «Комунікативна політика» є відносно новими поняттями для органів місцевого самоврядування, але комунікативна політика відіграє дедалі більшу роль у їх діяльності. Комунікативну систему

місцевого самоврядування Н. Шотурма визначає як «...взаємодію безпосередньо органів управління на місцях (органи місцевого самоврядування та посадовці місцевого самоврядування) і громадськості (населення, громадські організації, соціальні групи, бізнесові структури, які здатні суттєво впливати на процес прийняття управлінських рішень)» [25]. Відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування» [26] головними завданнями інформаційної системи місцевого самоврядування є:

- інформування та роз'яснення щодо діяльності сільської, селищної, міської ради;
- інформаційна підтримка діяльності сільського, селищного, міського голови та виконавчих органів місцевого самоврядування;
- забезпечення інформаційної взаємодії органів місцевого самоврядування з населенням та інститутами самоорганізації населення;
- інформаційний супровід діяльності органів місцевого самоврядування.

Підводячи підсумок, можна стверджувати, що основним завданням діяльності комунікаційних підрозділів органів публічної влади, встановлених законодавством, є формування доброзичливих взаємовідносин з населенням, сприяння зростанню довіри до державних, громадсько-політичних, та інших інститутів суспільства, а також вчасне реагування на запити населення та моніторинг громадських настроїв.

Висновки до розділу 1

1. Вплив громадськості на державотворення в Україні є потужною силою, а дослідження свідчать, що в демократичних державах думка громадськості та різноманітність ідеологічних поглядів населення суттєво впливають на державну політику щодо розвитку країни, починаючи від законодавчих процесів та поведінки політичних партій або перебігу виборчих кампаній, закінчуючи прийняттям рішень про підтримку суб'єктів економічної діяльності та політику в гуманітарній сфері. Характер системи

відносин між органами державної влади і громадянським суспільством є одним із найважливіших показників демократизації публічного управління в будь-якій країні, зацікавленість влади в залученні громадян до участі в суспільно-політичних процесах, сприяє підвищенню ефективності публічного управління, зростанню довіри до влади і в межах демократичного транзиту забезпечує кращий добір управлінських кадрів.

2. Демократична держава в умовах розвитку глобального інформаційного суспільства, з усіма його протиріччями та конфліктами, потребує модернізації інструментів державного управління, які спираються на комунікативну взаємодію між основними акторами публічної політики. Комунікативний механізм публічного управління набуває особливої ваги в той час, коли суспільство атомізується унаслідок індивідуалізації економічного життя і формується безліч думок, що різняться між собою, але беззаперечно мають право на існування. У сфері публічного управління центральне місце посідає грамотна та добре продумана комунікативна політика, публічність, відкритість та доступність, своєчасне інформування та зрозуміле роз'яснення владою рішень і пропозицій, дискусія з приводу актуальних проблем.

3. Комунікативна політика є основним елементом комунікативної мережі в суспільстві з одного боку, з іншого вона виступає регулятивним і координаційним механізмом у взаєминах держави й суспільства, забезпечуючи стабільність і ефективність функціонування суспільства в цілому і тому покликана виконувати ряд функцій: консервативну, спрямовану на збереження статус-кво державної системи, що сприяє стабільному існуванню соціального організму; координаційну, що забезпечує потрібну спрямованість владних впливів суб'єкта управління відповідно до параметрів об'єкта; інтеграційну, пов'язану зі здійсненням такої державної політики, яка б ураховувала інтереси всіх суб'єктів суспільної системи, сприяла виробленню й прийняттю погоджених управлінських рішень; мобілізаційну, спрямовану на забезпечення легітимності існуючого громадського порядку, одержання підтримки й схвалення суспільства із приводу

прийнятих управлінських рішень; соціальну, пов'язану із засвоєнням у процесі інформаційного обміну соціально-політичних норм, цінностей і традицій держави, підвищенням рівня політико-управлінської компетентності громадян.

4. Важливим інструментом формування інформаційного простору є налагодження зв'язків з громадськістю або паблік рилейшнз (ПР). Його сутністю є діяльність щодо прийняття управлінських рішень на основі комунікації між суб'єктом ПР і громадськістю (зовнішньою та внутрішньою). Відмінністю комунікативних технологій паблік рилейшнз, у тому числі й публічних, є те, що на відміну від інших комунікативних технологій, вони передбачають не лише використання механізмів зворотної дії: власне сам зворотній зв'язок ще не є достатнім засобом запобігання інформаційним маніпуляціям. Паблік рилейшнз створює платформу для інтерактивного дискурсу, сприяє реалізації публічної політики на демократичних принципах, лібералізації процесу прийняття рішень на основі відкритого обговорення та обґрунтування альтернативних рішень і знаходження компромісу між суб'єктами комунікації.

5. У найзагальнішому вигляді можна виділити три базових теоретичних конструкції комунікації в контексті процесно-інформаційного підходу – лінійну, інтеракційну та трансакційну. *Лінійна* комунікації забезпечує односторонній інформаційний вплив без передбачення зворотного зв'язку. На практиці лінійна комунікація реалізується у форматах простого інформування та пропаганди. *Інтеракційна* комунікація передбачає формування зворотного зв'язку між джерелом інформації та її одержувачем, коли останній отримує можливість відсилати зустрічні повідомлення вихідному комунікатору, коригуючи його комунікативні імпульси. *Трансакційна* комунікація розуміється як постійний, як правило, рівноправний діалог, у якому два взаємодіючих суб'єкта, взаємно зацікавлені в максимальній ефективності взаємодії, поперемінно виступають як джерело й одержувач повідомлень.

6. *Нормативно-правова база щодо публічної комунікації в Україні*

включає ряд законів та інших нормативних актів, які регулюють відносини між громадянами, урядом, мас-медіа та іншими заінтересованими сторонами. Проте, розпорошеність регулятивних актів без єдиного стратегічного підходу не сприяє розвитку комунікативної політики держави, що слугує причиною для критики урядових структур, які не перейшли від моделі інформування населення до налагодження повноцінної комунікації з ним, використання зворотного зв'язку в своїй роботі та при прийнятті рішень, залучення громадськості та використання консультаційного процесу. Значна частина законодавчих актів спрямована на забезпечення конституційних гарантій: «Про медіа», «Про інформацію», «Про захист персональних даних», «Про доступ до публічної інформації», «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах».

7. Механізм комунікативної діяльності публічних органів влади доцільно розглядати як послідовну реалізацію комплексу правових та організаційних дій, що базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації та використанні відповідних методів управління, спрямованих на задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення і організації діяльності структурних підрозділів органу влади. У структурі механізму комунікативної діяльності можна виділити чотири основних блоки: правовий, ресурсний, інформаційний, організаційний (зокрема, цілі управління, елементи об'єкта, методи впливу – принципи).

8. Можна стверджувати, що основним завданням діяльності комунікаційних підрозділів органів публічної влади, встановлених законодавством, є формування доброзичливих взаємовідносин з населенням, сприяння зростанню довіри до державних, громадсько-політичних, та інших інститутів суспільства, а також вчасне реагування на запити населення та моніторинг громадських настроїв. Головними завданнями інформаційної системи місцевого самоврядування є: інформування та роз'яснення щодо діяльності сільської, селищної, міської ради; інформаційна підтримка діяльності сільського, селищного, міського голови та виконавчих органів

місцевого самоврядування; забезпечення інформаційної взаємодії органів місцевого самоврядування з населенням та інститутами самоорганізації населення; інформаційний супровід діяльності органів місцевого самоврядування.

РОЗДІЛ 2

СТАН МОЛОДІЖНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ

2.1. Розвиток молодіжних громадських організацій як об'єктів комунікативної політики

Протягом останніх років вітчизняне суспільство відзначається значними зрушеннями у політичному світогляді людей, їх громадських позиціях, що суттєво позначилось на формах участі громадян у розв'язанні соціальних проблем. Триває новий етап формування громадянського суспільства, у якому громадяни беруть все більш активну участь у розв'язанні нагальних проблем розвитку держави, намагаючись впливати на рішення владних структур. Трансформаційні процеси, політична та соціальна нестабільність, а також прагнення України приєднатися до Європейського Союзу вимагають формування відповідальних інститутів громадянського суспільства та покращення якості життя населення. До соціальних інститутів, що сприяють розбудові громадянського суспільства, належать й громадські організації, які є його «ядром», важливою ланкою інституціоналізації суспільних рухів та головним посередником між громадою і державою. Мета таких організацій – досягнення соціальних, благодійних, культурних, освітніх, наукових цілей, захист прав і законних інтересів громадян, розвиток фізичної культури й спорту, задоволення духовних та інших нематеріальних потреб.

Пономаренко Е. В. зазначає, що всі наявні в суспільстві структури можна розділити на три сектори. Перший сектор охоплює державні органи, які охоплюють всі три галузі державної влади. Другий сектор – це сукупність підприємств й інших організаційних структур, як державних, так і суспільних, які здійснюють виробничою діяльністю, а також надають послуги. Це, по суті, ті структури, які складають економічну основу суспільства, адже головною метою їх діяльності є одержання прибутку. Третій сектор охоплює широкий спектр різних організацій, які не входять у перші два [27, с. 102—103].

Оскільки у нормативно-правових документах України визначення самого терміну «третій сектор» відсутнє, науковці та практики часто його сутність поєднують з такими поняттями, як «громадське об'єднання», «недержавні», «неурядові», «некомерційні» або «неприбуткові організації», оскільки у вітчизняній теоретичній та практичній діяльності під «третім сектором» розуміють сукупність об'єднань громадян, кожне з яких є добровільною, незалежною, неприбутковою та орієнтованою на суспільне благо організацією [28, с. 34-35].

У Законі України «Про громадські об'єднання» зазначається, що громадська організація – це громадське об'єднання, засновниками та членами (учасниками) якого є фізичні особи [29]. Дане об'єднання громадян створюється з метою задоволення та захисту своїх законних соціальних, національно-культурних, економічних, творчих, спортивних та інших потреб. Отже, неурядові організації характеризуються такими основними ознаками як спільність інтересів їх членів, добровільність участі у них, незалежність від уряду та бізнесових структур, самостійність у прийнятті рішень, некомерційний характер роботи, націленість на досягнення суспільно важливих завдань, наявність організаційної структури управління.

Головні цілі та завдання діяльності громадських організацій полягають:

- у задоволенні і захисті законних соціальних, економічних, творчих, духовних та інших спільних інтересів громадськості; сприянні реалізації громадських ініціатив шляхом усебічної підтримки професійних та громадських починань;

- залученні найширших верств громадськості до розбудови відкритого громадянського суспільства в Україні; розробці та реалізації громадських програм своїми силами, а також у співпраці з державними та іншими організаціями;

- допомозі іншим громадським організаціям у становленні та розвитку їхніх структур, інформаційна та початкова підтримка, надання різноманітних послуг організаціям;

– в участі у програмах іноземних та міжнародних громадських (неурядових) організацій, у проведенні міжнародних заходів відповідно до чинного законодавства України;

– організації та видання нових газет, журналів, самостійне здійснення інших видів інформаційної діяльності або спільно з іншими організаціями на некомерційній основі;

– формування еліти, сприяння розвитку громадянської свідомості [30].

Таблиця 2.1

Підходи до визначення поняття «громадська організація»

Автор	Визначення
А. Галай	Громадське формування, що діє на засадах добровільності та рівноправності для спільної реалізації прав і свобод людини, задоволення й захисту своїх законних інтересів та яке не має на меті одержання прибутку для його наступного розподілу між учасниками» [31]
І. Вітковська	Організації, які створюються і керуються громадянами без жодного формального втручання держави задля досягнення ними соціально-значущих цілей шляхом спільних дій [32]
Т. Черкашина	Самокероване об'єднання людей, які прагнуть досягти спільної мети шляхом спільних дій; організація, заснована на добровільних засадах; соціальна сила, яка забезпечує інтеграцію окремих індивідів у суспільство, сприяє єдності та згуртованості суспільства; спосіб зняття напруги між потребами громади, соціальною політикою і соціальним забезпеченням» [33]
В. Бех	Організації, створені не з метою отримання і розподілу прибутку, а з метою зробити нову справу, досягти позитивних змін в наявному стані суспільства, допомогти людям незалежно від їх національності, віросповідання, політичних вподобань тощо [34]
В. Кравчук	Сукупність об'єктивних, постійно повторюваних і сталих соціальних зв'язків та відносин між індивідами, які добровільно об'єднуються для спільного задоволення власних специфічних потреб та інтересів, що сприяє їх самореалізації, при цьому їх діяльність свідомо координується для досягнення загальної мети» [35]
А. Матвійчук	Добровільне об'єднання громадян, яке сприяє розвиткові їхньої політичної, соціальної, трудової активності й самодіяльності, задоволенню і захисту їхніх багатогранних інтересів і запитів, і діє відповідно до завдань і цілей, закріплених у їхньому статуті» [36]
Коваленко В. та Юлдашев О.	Легітимна, недержавна, некомерційна організація, що створюється на основі об'єднань громадян чи юридичних осіб шляхом самоорганізації та функціонує за рахунок недержавних коштів з метою захисту інтересів або надання послуг своїм членам, виконання соціально значущих функцій [37].

Джерело: Узагальнене автором за [31-37].

Ефективний розвиток державного управління та місцевого

самоврядування в Україні може бути забезпечений лише за умови, коли громадяни братимуть активну участь у суспільному житті, зокрема створюючи громадські об'єднання, які здатні бути дієвою рушійною силою суспільства, координуючи та спрямовуючи громадськість у корисне русло. Наявність розгалуженої мережі громадських організацій, кожна з яких ставить завдання досягнення певних конкретних цілей і є окремим елементом єдиного суспільного організму, виступає основою існування демократичної держави.

Молодіжні громадські організації – це організації, які об'єднують молодих людей віком від 14 до 35 років з метою спільної діяльності для досягнення певних соціальних, культурних або політичних цілей. Такі організації можуть діяти в різних сферах, включаючи захист прав молодих людей, розвиток молодіжної політики, підтримку освіти та культури, допомогу молоді у здобутті роботи та розвитку власного бізнесу, екологічну діяльність та багато інших напрямків. Молодіжні громадські організації можуть мати різну організаційну структуру – від місцевих груп, які діють на конкретній території, до національних та міжнародних організацій, що працюють на багатьох рівнях. Вони надають молодим людям можливість спілкуватися, обмінюватися думками, виражати свої ідеї та досвід, активно впливати на соціальні зміни і впроваджувати свої проекти. Вони також допомагають молодим людям розвивати особистісні та професійні навички, лідерські якості та взаємодію з іншими. Молодіжні громадські організації є важливими гравцями в суспільному житті, оскільки їх діяльність спрямована на підтримку розвитку молодих людей та сприяння їхній активній участі в формуванні суспільства. Вони допомагають залучати молодих людей до вирішення актуальних проблем, популяризувати ідеї громадянського діалогу та підтримки солідарності.

В Україні діє багато молодіжних громадських організацій, які активно працюють у різних сферах та реалізують проекти, спрямовані на розвиток молоді та суспільства загалом. Розвиток молодіжних громадських організацій (МГО) є важливим аспектом комунікативної політики багатьох держав.

Молодь відіграє важливу роль у суспільному розвитку, і її активна участь у МГО може сприяти вирішенню багатьох соціальних, економічних та політичних питань, таких як інформування, обмін досвідом або партнерство (рис. 2.1.).

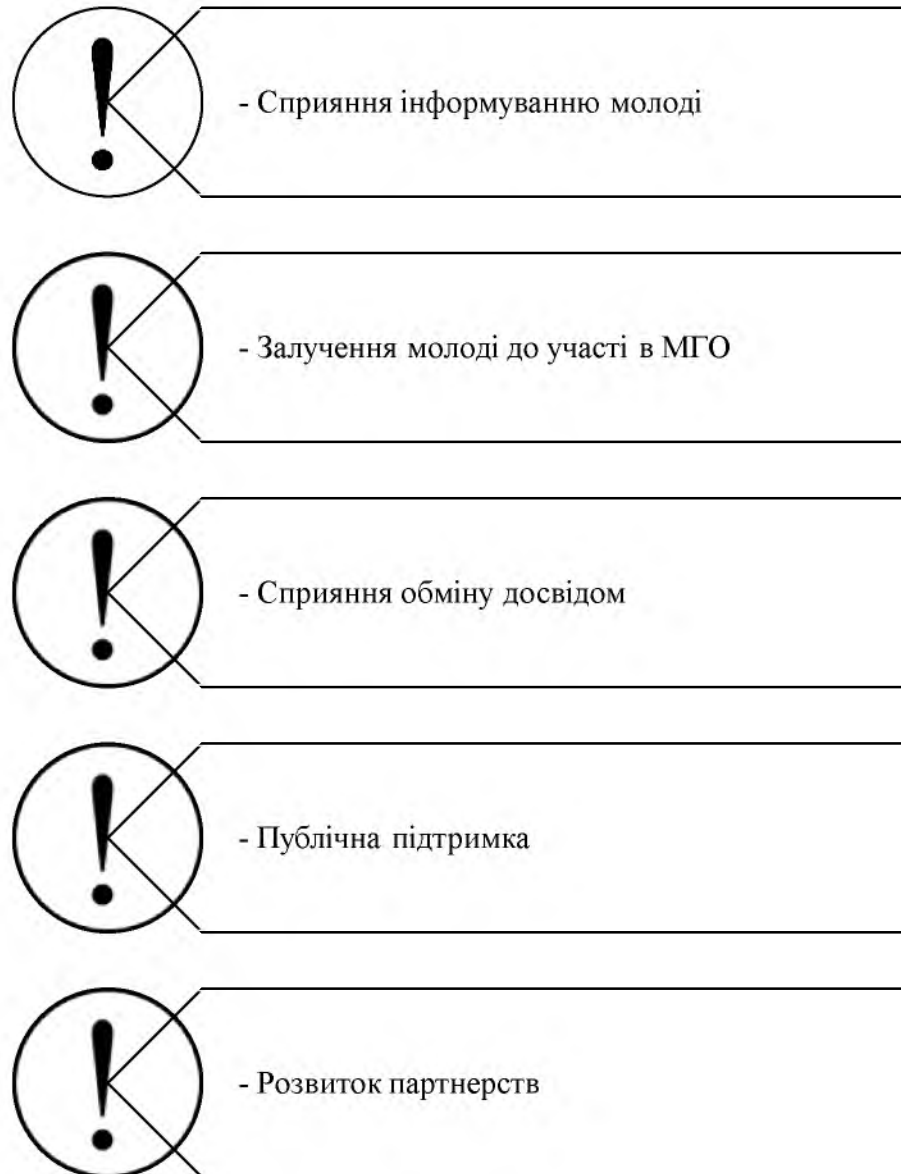


Рис 2.1. Основні функції молодіжних громадських організацій

Джерело: побудовано автором.

– *Сприяння інформуванню молоді.* Комунікативна політика може включати в себе заходи, спрямовані на забезпечення доступу молоді до інформації про існуючі МГО та створення можливості для їх участі. Це може

включати в себе створення веб-сайтів, інформаційних буклетів, семінарів тощо;

– *залучення молоді до участі в МГО*. Комунікативна політика може сприяти створенню умов для активної участі молоді в МГО. Це включає в себе створення просторів для обговорення їхніх ініціатив та пропозицій, а також надання підтримки у вигляді грантів та навчання для розвитку необхідних навичок;

– *сприяння обміну досвідом*. Комунікативна політика може підтримувати обмін досвідом між МГО та іншими зацікавленими сторонами, такими як державні органи, бізнес, академічна спільнота тощо. Це сприяє розвитку МГО та поліпшує їхню ефективність;

– *публічна підтримка*. Держави можуть публічно виражати свою підтримку МГО та їхніх ініціатив через різні комунікативні канали, такі як звернення до громадськості, виступи в ЗМІ та соціальних медіа. Це може сприяти підвищенню рівня довіри до МГО та їхніх дій;

– *розвиток партнерства*. Комунікативна політика може сприяти розвитку партнерства між МГО та іншими суб'єктами, що поділяють спільні цілі. Це може включати в себе взаємні домовленості, спільні проекти та спільні комунікаційні стратегії.

Розвиток МГО є важливим для забезпечення активного громадянського включення та впливу на процеси у суспільстві. Комунікативна політика може бути потужним інструментом для підтримки цього розвитку та стимулювання позитивних змін у суспільстві.

2.2. Особливості молодіжної комунікативної політики в умовах воєнного стану

Молодь одночасно виступає об'єктом і суб'єктом комунікації: як об'єкт вона зазнає комунікативного впливу, як суб'єкт – вибудовує комунікативні відносини та зв'язки, активно впливаючи на інші складові соціуму. У суб'єкт-об'єктній парадигмі комунікації спрямованість цього процесу формується від

суб'єкта комунікації до об'єкта комунікації. Демократичні принципи побудови системи публічного управління обумовлюють необхідність формування умов спілкування у парадигмі суб'єкт-суб'єктних відносин, які, проте в незрілих демократіях найчастіше перетворюються у форму суб'єкт-об'єктного зв'язку між комунікаторами. Тобто, налагодження комунікації між владою і різними групами суспільства зводиться до маніпулятивного впливу на них з метою досягнення цілей державної політики.

Зараз наша країна, як і більшість країн світу, зіштовхується з великою кількістю викликів в молодіжній політиці. З часів незалежності молодіжна політика трансформувалася досить відчутно і позбавилася колективістських форм організації життя молоді (комсомол, піонерія тощо), але, у той же час, не знайдемо інших способів об'єднання молоді. Держава прагне покращувати якість життя молоді, але не завжди це відбувається в відповідності із запитами та потребами молоді, які перебувають у русі та видозмінюються.

Тривалий період у молодіжному середовищі спостерігалася апатичність молодих люде через низьке їх залучення до роботи в громадських організацій і відсутність комунікацій з молоддю, але з 2013 року апатичність молоді переросла в протести проти рішення Кабінету Міністрів України про зупинення процесу підготовки до підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. У новітній історії становлення державності України активна участь молоді в управлінні державою пов'язується із актами соціальної непокори та протестами, які отримали назву революцій («помаранчева революція», «революція гідності»). У цей же період активізується і процес створення волонтерських організацій.

Період з 2014 року до нашого часу є важливим для формування молодіжної комунікативної політики, адже в цей час спостерігається найвищий рівень громадської участі молоді і її впливу на владу. Помітною стає зміна характеру молодіжної політики – від принципу «Робота з молоддю» до принципу «Молодіжна участь». З 2016 року держава почала відзначати молодих людей премією Кабінету Міністрів України за особливі заслуги

молоді у розбудові України, а також почалася реалізація програми «Молодіжний працівник». Молодіжні ініціативи почали активно розвивалися і на місцевому рівні, спостерігається збільшення кількості різних молодіжних активностей: діалогів з молоддю, консультацій з ними, тренінгів, створення молодіжних рад тощо. У цей період засновано «Молодіжний центр України» (державна установа) та започатковано проведення національного конкурсу «Молодіжна столиця України»; введено фінансову підтримку проєктів, які стосуються молоді та дітей та проводяться громадськими організаціями в Україні, а також спостерегається розширення співпраці з міжнародними молодіжними організаціями, налагодження молодіжного обміну між Україною, Польщею, Литвою та іншими країнами Європи.

За кількістю проведених заходів та загальною кількістю їх учасників Україна утримує першість серед країн Східного Партнерства. Дані ресурсного центру SALTO свідчать, що протягом 2014-2017 рр. більше 800 волонтерів з України взяли участь у близько 700 проєктах Європейської волонтерської служби (EVS), 4636 молодих українців були учасниками 611 молодіжних обмінів та 2409 молодіжних працівників доєдналися до 809 заходів з розвитку мобільності молодіжних працівників [38].

У 2017 році було затверджено Типове положення про молодіжні центри, на законодавчому рівні зафіксували підтримку діяльності молодіжних центрів (Бюджетний кодекс), та навіть затвердили Національний знак якості для молодіжних центрів. Триває активна робота з розвитку молодіжних центрів в країні з боку виконавчої влади (Міністерства молоді та спорту України), а з метою підтримки вже створених раніше молодіжних центрів усіх існуючих форм власності та допомоги новим створено Асоціацію молодіжних центрів України, до якої доєдналися 42 представники молодіжних центрів України. Проте, 2017 – 2018 роки відрізняються зниженням активності не тільки в молоді, а й громадян будь-якого віку. Громадська активність молоді, в більшості своїй, була помітною за рахунок облаштування громадських просторів для молоді та організації соціального життя в громадах, щодо

політичної активності молоді, то вона є вкрай низькою – політичні події цікавлять менше 10% молодих людей.

Президентські вибори 2019 року відмічалися високою явкою на виборчі ділянки осіб віком від 18 до 35 років, що позначилося на характері комунікації з молоддю, підвищенні рівня довіри до політиків, адже серед молоді відсоток тих осіб, що не довіряють політикам і владі значно зменшився – від 51,1% до 27,6%. Восени 2020 року було створено Українську асоціацію молодіжних рад, яка об'єднала 38 молодіжних консультативно-дорадчих органів різних рівнів із 20 областей країни. Робота молодіжних рад отримує державну підтримку, а молодь за підтримки молодіжних рад дедалі активніше залучається до формування молодіжних програм та розвитку громад. На рівні громад спостерігається позитивна тенденція щодо інтенсивності залучення молоді до участі в житті громад через розвиток інструментів електронної демократії, які активно розвиваються, наприклад громадські бюджети участі. Прикладом позитивних зрушень є стрімкий розвиток кіберспорту в Україні, який на початку вересня 2020 р. влада офіційно визнала видом спорту. Знаковою подією стала презентація стратегії розвитку кіберспорту, підготовленої Українською професійною асоціацією електронного спорту, та початок співпраці з Дитячим фондом ООН в Україні, що свідчить про визнання на міжнародному рівні.

Відчутно вплинуло на реалізацію і видозміну молодіжної політики ухвалення Закону України «Про основні засади молодіжної політики», у якому окреслюється мета та завдання, основні засади та напрями, а також механізми реалізації молодіжної політики в Україні [39]. Цим документом гарантується участь та залучення молоді до її формування та реалізації, показані особливості правових та організаційних засад створення та діяльності молодіжних та дитячих громадських об'єднань.

На сьогодні, в умовах воєнного стану, молодіжна політика в нашій країні втілюється через Національну молодіжну стратегію до 2030 р. [40], яка передбачає «створення можливостей для молоді, яка проживає в Україні, бути

конкурентоспроможною, брати участь у житті суспільства, свідомо робити свій внесок у подальший його розвиток». Основними пріоритетами Стратегії є:

- безпека: підвищення безпечності середовища і посилення життєстійкості молоді;
- здоров'я: формування навичок здорового способу життя, розвиток та збереження фізичної культури, культури здорового харчування та психогігієни;
- спроможність: залучення молоді до участі у суспільному житті, підвищення її самостійності, конкурентоспроможності, формування у молоді громадянських компетентностей;
- інтегрованість: підвищення мобільності, соціальної і культурної інтеграції молоді в суспільне життя України та світу.

Ці пріоритети поширюються на всі вікові категорії і реалізуються через завдання та заходи, що враховують особливості життя молоді. Фокусування уваги на цих пріоритетах потребує молодь, яка тільки здобуває освіту, шукає своє місце на ринку праці, створює власну сім'ю. Унаслідок повномасштабного вторгнення багатьом молодим людям довелося обмежити свою звичну діяльність, іншим — відмовитися від неї повністю; молоді люди консолідувалися та почали активно волонтерити (збирати та розвозити гуманітарну допомогу, допомагати військовим, ВПО та біженцям, вступати до лав Збройних Сил України). Останні роки спостерігається зростання уваги до таких складових комунікаційної політики, як:

- збереження безпеки та психологічної стійкості молоді в умовах воєнного стану. Молодіжні організації повинні сприяти формуванню психологічної стійкості серед молоді та надавати інформацію щодо безпеки;
- залучення до гуманітарної допомоги, підтримки внутрішньо переміщених осіб та інших громадських ініціатив в умовах воєнного стану. Молодіжні організації можуть створювати можливості для молоді долучитися до такої роботи;

– забезпечення молоді надійною та об'єктивною інформацією щодо ситуації в регіоні. Молодіжні організації можуть створювати інформаційні ресурси, проводити семінари та тренінги щодо медійної грамотності та фільтрації інформації;

– збереження міжетнічної та міжконфесійної гармонії. Молодіжні організації повинні сприяти толерантності, взаєморозумінню та міжконфесійній гармонії серед молоді;

– заохочення до діалогу та участі в миротворчих ініціативах. Молодіжні організації можуть створювати платформи для діалогу та мирних переговорів, сприяти вирішенню конфліктів;

– сприяння саморозвитку та навчанню. Це може включати в себе організацію онлайн-курсів, тренінгів та інших навчальних ініціатив.

Серйозною проблемою для українського суспільства є те, що майже 300 тис. молодих громадян проживають зараз на тимчасово окупованих територіях і «...перебувають під постійним впливом пропаганди Російської Федерації, що спотворює історичні факти, викривлює уявлення про Україну, громадянами якої вони є, та загрожує знищенню української ідентичності» [39]. Такий стан справ значно загострює проблему реінтегрування молоді в українське суспільство, а отже державна молодіжна політика має бути спрямована на створення умов щодо мотивації молоді з тимчасово окупованих територій повернутися в Україну.

2.3. Проблеми комунікації в молодіжному середовищі

Конфлікти в будь-якому середовищі, а тим більше в молодіжному, суб'єкти якого відрізняються емоційною незрілістю, ґрунтуються в більшості випадків на внутрішньо особистісних чинниках і стосуються сфери людських цінностей. Виходячи з цього у молодіжному середовищі досить часто спостерігаються конфлікти між особистістю та групами, у яких складаються неформальні відносини та формуються особливі цінності. Комунікація буде успішною, якщо мотиви спілкування особи та соціальної групи збігаються або

доповнюють один одного. Отже, потрібно розуміти, що комунікативна політика всередині молодіжного середовища передбачає не тільки формування продуктивних зв'язків усередині свого середовища, а й формування позитивного ставлення до інших поколінь (старшого та молодшого). Прагнення до швидкого збагачення, матеріалізації ідей, накопичення, прихильність, залежність від матеріального добробуту, можливість насильства щодо конкурентів та інших осіб, які стоять на шляху до багатства чи влади [41] – усе це можна віднести до негативних чинників розвитку комунікативної політики в молодіжному середовищі.

Молодіжне середовище має свої параметри: вікові, навчальні, просторові, пріоритетів початку життєвого шляху, максимізації вибору, орієнтованості на такі цінності, як здоров'я, краса, сила, переважання творчого над традиційним. Можна виділити такі загальні характеристики молодіжного середовища як суб'єкта комунікації:

- родова синкретичність (фон), вікова однорідність, загальне інформаційне поле (ЗМІ, навчально-виховні інститути);
- загальні відмінності: станова диференціація (соціальні ніші, рівні, страти) – критерієм є матеріальний статок, близькість до владних структур, професійна диференціація (престиж, високий дохід), побутова диференціація (благополучні / неблагополучні сім'ї);
- кількісні та якісні характеристики: малі та великі групи, спонтанні об'єднання за інтересами, спеціалізовані об'єднання: колективи, організації, установи.

Специфіка комунікації в молодіжному середовищі визначається формами, методами, способами, прийомами комунікацій. Вони модифікуються і здійснюються в системах:

- *мовній* (забезпечує можливість трансформації вербально-теоретичного рівня в практичний);
- *знаковій* (семіотичній) – забезпечує загальне інформаційне поле сприйняття;

- *символічній* (системі латентних смислів і повідомлень);
- *семантичній* (смыслових контекстів інформації, діяльності, включаючи цілі та засоби досягнення сенсу);
- *герменевтичній* (прийняття чи неприйняття інформації на основі розуміння);
- *взаємообміну та взаємовпливу* (суб'єкт-суб'єктний і суб'єкт-об'єктний зв'язок, забезпечує необмеженість змістів і форм, способів, прийомів всіх систем, видів комунікацій, динаміку і поліваріантність інформаційного поля);
- *сигнальній* (можливість вибору всередині систем комунікацій, попереджувально-дозвільна ефективність в семантичному полі комунікацій);
- *ігровій* (забезпечує транснаормативність, умовність, амбівалентність всіх комунікативних систем).

Звідси все різноманіття методів, способів, прийомів комунікацій в молодіжному середовищі, які формуються і здійснюються в рамках сукупності змістів:

- 1) молодіжні сленги, жаргони;
- 2) мовні ігри;
- 3) зовнішня атрибутика;
- 4) поведінкові акти;
- 5) захоплення негативними явищами;
- 6) позитивна спрямованість, включення в соціальний континуум.

Характерними особливостями молодіжного середовища, які обумовлюють виникнення критичних моментів комунікації, є такі:

1. Комунікація в молодіжному середовищі орієнтована не на суспільні процеси, а на особистісну презентацію в суспільстві (представлена малими групами, колективами, «тусовками», компаніями, фірмами). Молодь – соціально незахищена верста населення, котра в своєму віці потребує соціальної інтеграції. Вона активно шукає свою спільноту та потребує прийняття в суспільстві. Участь у різних групах допомагає їм знайти однодумців, розвивати особисті стосунки та відчувати себе частиною

спільноти. Дуже часто молоді люди бажають висловити свою думку, показуючи цим власну унікальність та індивідуальність через стиль, музику, мистецтво, політичні вподобання та громадську активність. Навіть компанії та фірми найчастіше спрямовують свою комунікацію на молодь, оскільки ця вікова група має також вподобання поділитися і шукати схожих собі людей, відчуваючи при цьому захищеність. Сучасна молодь велику увагу приділяє віртуальним спільнотам і соціальним мережам, де вони можуть легко спілкуватися з друзями та родиною, ділитися своїми досягненнями та думками, не вливаючись при цьому в велике доросле суспільство.

2. Процес комунікації молоді екстравертується завдяки сучасним засобам масової інформації (обговорення-обмін інформацією, коли основою стає не особиста оцінка або емпатія, а лише проекція загальної установки на силу-влада, матеріальні пріоритети, свободу-свавілля сексуальних відносин; внутрішній світ молодої людини об'єктивується гранично). Сучасні засоби масової інформації, такі як соціальні медіа, телебачення, інтернет-портали та інші, впливають на процес комунікації молоді, іноді змінюючи її характер. Сучасні медіа засновані на інформаційних потоках, і молодь активно споживає різні типи контенту, такі як фільми, серіали, новини, блоги тощо. Це може призвести до обговорення та обміну фабульною інформацією, яка стає спільними темами для дискусій. Інформація, представлена у масових медіа, може впливати на установки і переконання молоді. Вона може впливати на їхнє бачення силових структур, матеріальних цінностей та свободи. Наприклад, медіа можуть формувати опозиції щодо політичних лідерів, економічних питань та соціокультурних тенденцій. У світі інформаційного перенасищення, молодь може швидше приймати зовнішні враження, не завжди маючи можливість глибоко аналізувати отриману інформацію. Це може призвести до більш поверхневого сприйняття світу навколо. А соціальні мережі та інші медіа платформи часто ведуть до утворення "інформаційних бульбашок", де користувачі оточують себе інформацією та думками, які відповідають їхнім власним уподобанням. Це може призвести до подальшої

поляризації думок та обмеженого сприйняття інших поглядів. Одним з важливих аспектів є розвиток медіаграмотності серед молоді. Освіта, що спрямована на розвиток критичного мислення та аналізу інформації, може допомогти молоді краще розуміти та оцінювати інформацію, яку вони споживають.

3. Анонімна комунікація (чат-листування не вимагає ні від адресанта, ні від адресата художніх норм-правил. Епістолярний жанр як літературний, так і побутової втратив необхідність довірчих відносин. Інтернет-спілкування створює ефект замкнутості людини на самого себе). Анонімність може дати людям свободу виразу, яку вони можуть не відчувати в реальному житті. Це особливо корисно для тих, хто стикається з обмеженнями на вираз та висловлення власних думок, але при цьому анонімність може сприяти булінгу та кіберзлочинам, оскільки особи можуть залишатися невідомими і уникнути відповідальності за свої дії. Звичайно, анонімні платформи можуть бути корисними для отримання підтримки та консультації з психологічних, медичних чи особистих проблем. Люди можуть бути більш відкритими в анонімних дискусіях, але ж анонімність може спричинити втрату довіри між учасниками комунікації, оскільки немає гарантії щодо ідентичності або добросовісності інших користувачів. Це може змінити якість спілкування, також анонімність може призвести до безвідповідальності в інтернет-спілкуванні, оскільки люди можуть відчувати, що їхні дії не мають наслідків. Хоча анонімність дозволяє людям з різних куточків світу спілкуватися та обмінюватися думками, що сприяє розширенню культурного розуміння, анонімне спілкування може призвести до замкнутості людини на самого себе, оскільки вона може відчувати, що може знайти підтримку та спілкування в онлайн-світі, уникаючи реальних контактів. Щоб вирішити проблеми, пов'язані з анонімною комунікацією, важливо сприяти розвитку медіаграмотності серед молоді, підкреслювати важливість онлайн-етики та відповідального спілкування, і створювати безпечні простори для обміну думками та ідеями. Важливо знайти баланс між анонімністю та відкритістю,

щоб забезпечити як якісне спілкування, так і збереження довіри та емпатії в молодіжному комунікативному просторі.

4. Ідеальні відносини замінюються практикою зв'язків (ділова партнерська комунікація витісняє атмосферу безкорисливості, дружби, любові, взаємодовіри, прагнення до розуміння, допомоги). У молодіжному середовищі це особливо помітно у взаєминах статей, коли юнацька романтична закоханість створює не ідеальний (від ідеї) проект довгої спільної щасливого сімейного життя, а передбачає тимчасове перебування разом або поруч, маючи під рукою можливість «розбігтися» і створити іншу пару з черговим партнером, при цьому турбота про дітей не лише не стоїть на першому місці, але і взагалі є побічною, найчастіше стає знаряддям претензій і шантажу один одного). Це може стати викликом для молодіжної комунікативної політики та соціальних програм. Справжня важливість полягає в тому, щоб надавати можливості молодим людям налагоджувати відносини, що відповідають їхнім потребам та цінностям, але при цьому сприяти розвитку розуміння важливості взаємодії, взаємодовіри та розуміння в сучасному суспільстві. Також важливо створювати середовища, в яких діти не стають жертвами недостатньої уваги та зобов'язань їхніх батьків.

5. Комунікативна практика молоді передбачає не тільки ставлення-зв'язок всередині свого середовища, а й комунікативну ставлення до іншим поколінням (старшому і молодшому). Спрямованість у світле майбутнє, лозунговими програма творення кращого суспільства на основі втілення уявлень ідеального характеру - така установка молодого покоління попередньої епохи. Прагнення до швидкого збагачення, матеріалізації ідей, накопичення, прихильність, залежність від матеріального добробуту, можливість насильства в відношення конкурентів і інших осіб, що стоять на шляху до багатства або влади, - установка сучасної молоді людини. Конфлікт духовних взаємин очевидний, навіть з урахуванням вічної проблеми «батьків і дітей». Комунікативна практика поколінь опосередковується в основному традиціями:

– відмінністю в цінностях і підходах (молодь і старші покоління можуть мати відмінні цінності, погляди на життя і підходи до розв'язання проблем. Це може призводити до конфліктів і нерозуміння в комунікації між поколіннями);

– спрямованістю на майбутнє проти миттєвих результатів (молодь може бути більш спрямованою на досягнення в майбутньому та втілення ідеалів, в той час як старші покоління можуть більше акцентувати увагу на миттєвих результатах і матеріальному благополуччі);

– конфліктом інтересів і конкуренцією (суспільство споживання може сприяти конкуренції і конфліктам між поколіннями за ресурси, позиції та матеріальні блага);

– впливом і наслідками змін в суспільстві (зміни в технологіях, економіці та культурі можуть створювати напругу між поколіннями, оскільки різні покоління можуть реагувати по-різному на ці зміни);

– роллю молодіжної комунікативної політики (важливо розробляти комунікативні стратегії та програми, які сприяють взаєморозумінню між поколіннями, підтримують діалог і сприяють вирішенню конфліктів. Також потрібно працювати над підтримкою цінностей і думок молоді, а також сприяти зміцненню зв'язків між поколіннями);

– розвитком медіаграмотності (підвищення рівня медіаграмотності та активність в діалозі поколінь може сприяти зменшенню конфліктів і збереженню спільної думки між різними поколіннями).

Всі ці аспекти підкреслюють важливість вивчення та розуміння комунікативної практики молоді в контексті їхньої взаємодії з іншими поколіннями, а також розробки політик та програм, спрямованих на покращення взаєморозуміння та підтримку спільних цінностей.

6. Навчальний і робочий час молодих людей щодо формалізовано в сучасних умовах, але вільний часовий простір має лише форму стереотипної установки на розвагу або самостійного заповнення вільного часу, що в основному виражається в формі пошуку і здійснення екстремальних видів діяльності. Пропаганда здорового способу життя підноситься в декларативної

формі боротьби з наркоманією, пияцтвом, курінням, практичні підприємства пов'язані лише з наслідками цієї проблеми (лікування, реабілітація тощо). У провінції державна діяльність з організації активного відпочинку і дозвілля молоді відсутня. Завантаженість молодих людей навчанням та роботою може призводити до дефіциту вільного часу для дозвілля, спілкування та саморозвитку. Це може впливати на їхню здатність взаємодіяти з іншими поколіннями та брати участь в громадських ініціативах. У вільному часі молодь може шукати розваги, що відповідає стереотипним уявленням про відпочинок, які часто асоціюються із споживанням алкоголю, наркотиків та екстремальними видами розваги. Це може стати наслідком недостатньої доступності альтернативних форм відпочинку та дозвілля. Важливо, щоб пропаганда здорового способу життя була не лише декларативною, але й практичною, з відповідними ресурсами і можливостями для молоді займатися фізичною активністю, культурними заходами та іншими корисними видами дозвілля. Держава та громадські організації можуть відігравати важливу роль у створенні програм та ініціатив, спрямованих на організацію активного відпочинку і дозвілля молоді. Це може включати в себе створення спортивних майданчиків, культурних центрів, та інших місць для спілкування та розвитку. Молодіжна комунікативна політика має за завдання не лише розробляти стратегії для поліпшення спілкування молоді з іншими поколіннями, але й створювати умови для розвитку самих молодих людей, забезпечуючи доступ до якісного вільного часу і можливостей для саморозвитку та спілкування.

Для більш успішного розв'язання проблем налагодження комунікативної політики в молодіжному середовищі найдоцільнішим є переміщення її формування на місцевий рівень, що стає можливим у результаті реформування місцевого самоврядування в Україні. В умовах децентралізації молодіжна комунікація може успішно здійснюватися через молодіжні центри та простори, які об'єднують активну частину молоді. Допомогу у забезпеченні діяльності таких центрів та залученні молоді до життя громад здійснюють молодіжні працівники. Для якісної підготовки

молодіжних працівників для роботи в молодіжному середовищі необхідна реалізація обов'язкової програми підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації молодіжних працівників то, можливо, розроблення за відповідними державними стандартами нових освітньо-професійних програм для підготовки необхідних фахівців.

Висновки до розділу 2:

1. У результаті проведення дослідження можна зробити висновок, що трансформаційні процеси, політична та соціальна нестабільність, а також прагнення України приєднатися до Європейського Союзу вимагають формування відповідальних інститутів громадянського суспільства та покращення якості життя населення. До соціальних інститутів, що сприяють розбудові громадянського суспільства, належать й громадські організації, які є його «ядром», важливою ланкою інституціоналізації суспільних рухів та головним посередником між громадою і державою. Мета таких організацій – досягнення соціальних, благодійних, культурних, освітніх, наукових цілей, захист прав і законних інтересів громадян, розвиток фізичної культури й спорту, задоволення духовних та інших нематеріальних потреб.

2. Зважаючи на зростання ролі громадських організацій, їх основні завдання полягають такому: задоволенні і захисті законних соціальних, економічних, творчих, духовних та інших спільних інтересів громадськості; залученні найширших верств громадськості до розбудови відкритого громадянського суспільства в Україні; допомозі іншим громадським організаціям у становленні та розвитку їхніх структур; участі у програмах міжнародних громадських (неурядових) організацій, у проведенні міжнародних заходів відповідно до чинного законодавства України; організації та видання нових газет, журналів, самостійне здійснення інших видів інформаційної діяльності або спільно з іншими організаціями на некомерційній основі; формування еліти, сприяння розвитку громадянської свідомості.

3. Молодіжні громадські організації об'єднують молодих людей віком від 14 до 35 років з метою спільної діяльності для досягнення певних соціальних, культурних або політичних цілей. Вони, згідно систематизації нормативно-правової та наукової інформації, можуть діяти в різних сферах, включаючи захист прав молодих людей, розвиток молодіжної політики, підтримку освіти та культури, допомогу молоді у здобутті роботи та розвитку власного бізнесу, екологічну діяльність та багато інших напрямків. Молодіжні громадські організації можуть мати різну організаційну структуру – від місцевих груп, які діють на конкретній території, до національних та міжнародних організацій, що працюють на багатьох рівнях. Вони надають молодим людям можливість спілкуватися, обмінюватися думками, виражати свої ідеї та досвід, активно впливати на соціальні зміни і впроваджувати свої проекти.

4. Молодіжна політика в Україні втілюється через Національну молодіжну стратегію до 2030 р., яка передбачає створення можливостей для молоді, яка проживає в Україні, бути конкурентоспроможною, брати участь у житті суспільства, свідомо робити свій внесок у подальший його розвиток. Основними пріоритетами Стратегії є: безпека: підвищення безпечності середовища і посилення життєстійкості молоді; здоров'я: формування навичок здорового способу життя, розвиток та збереження фізичної культури, культури здорового харчування та психогігієни; спроможність: залучення молоді до участі у суспільному житті, підвищення її самостійності, конкурентоспроможності, формування у молоді громадянських компетентностей; інтегрованість: підвищення мобільності, соціальної і культурної інтеграції молоді в суспільне життя України та світу.

5. Молодіжне середовище має свої параметри: вікові, навчальні, просторові, пріоритетів початку життєвого шляху, максимізації вибору, орієнтованості на такі цінності, як здоров'я, краса, сила, переважання творчого над традиційним. Можна виділити такі загальні характеристики молодіжного середовища як суб'єкта комунікації: родова синкретичність (фон), вікова

однорідність, загальне інформаційне поле (ЗМІ, навчально-виховні інститути); загальні відмінності: станова диференціація (соціальні ніші, рівні, страти) – критерієм є матеріальний статок, близькість до владних структур, професійна диференціація (престиж, високий дохід), побутова диференціація (благополучні / неблагополучні сім'ї); кількісні та якісні характеристики: малі та великі групи, спонтанні об'єднання за інтересами, спеціалізовані об'єднання: колективи, організації, установи.

6. Специфіка комунікації в молодіжному середовищі визначається формами, методами, способами, прийомами комунікацій, які здійснюються в різних системах, а саме: мовній, знаковій, символічній, семантичній, герменевтичній, взаємообміну та взаємовпливу, сигнальній, ігровій. Звідси бере початок все різноманіття методів, які формують специфіку молодіжної комунікації: 1) молодіжні сленги, жаргони; 2) мовні ігри; 3) зовнішня атрибутика; 4) поведінкові зразки; 5) захоплення негативними явищами; 6) позитивна спрямованість, включення в соціальний континуум.

7. Характерними особливостями молодіжного середовища, які обумовлюють виникнення конфліктних комунікацій, є такі: 1. Комунікації в молодіжному середовищі орієнтована не на суспільні процеси, а на особистісну презентацію в суспільстві; 2. Процес комунікації молоді спрямовується назовні завдяки сучасним засобам масової інформації, коли основою стає не особиста оцінка або емпатія, а лише проекція загальної установки на силу, матеріальні пріоритети, свободу сексуальних відносин тощо; 3. Анонімна комунікація не вимагає ні від адресанта, ні від адресата дотримання норм або правил; 4. Ділова партнерська комунікація витісняє атмосферу безкорисливості, дружби, любові, взаємодовіри, прагнення до розуміння, допомоги; 5. Комунікативна практика молоді формується не тільки всередині свого середовища, а й по відношенню до інших поколінь, що є джерелом конфлікту «батьки-діти».

РОЗДІЛ 3

ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В МОЛОДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

3.1. Удосконалення комунікації з молоддю в територіальних громадах

У міру того, як життя в територіальних громадах ускладнювалося внаслідок розгортання повномасштабної війни з Росією, зростало і усвідомлення того, що молодь не створює проблеми суспільної взаємодії, а, навпроти, виступає ресурсом для розвитку. Активні молоді люди самі знаходять можливості для розв'язання проблем, і часто ефективніше, ніж представники старших вікових груп. У контексті розвитку територіальної громади важливо, щоб молоді люди бачили своє місце в майбутньому житті громади, можливості для реалізації власних здібностей. Тому сприяння та підтримка молодіжних ініціатив має бути одним із пріоритетів сучасної державної молодіжної політики.

В умовах змін у соціально-економічній, суспільно-політичних сферах життєдіяльності суспільства молодь має бути підготовлена до соціальних викликів і бути здатною до співпраці з різноманітними інститутами держави у рамках молодіжних об'єднань. У свою чергу, ефективна комунікація між молоддю та владою неможлива без вивчення потреб молоді, прагнень молодих людей та їх ставлення до сучасних трендів розвитку суспільства. Таку, відносно об'єктивну інформацію, отримують шляхом проведення періодичних опитувань цільових груп населення.

Так, у 2023 році молодіжною радою Полтавської обласної ради, до складу якої входить і автор, було проведено дослідження щодо виявлення потреб молоді Полтавської області в умовах воєнного стану, в якому взяли участь 4628 осіб з 60 територіальних громад. Метою опитування було визначення подальшого напрямку розвитку молодіжної політики та

комунікацій з молоддю в громадах. Характерно, що 36,0% молодих людей із числа опитаних оцінюють стан ставлення до молоді з боку інститутів публічної влади як поганий або жахливий (рис. 3.1.).



Рис. 3.1. Результати опитування щодо оцінювання стану комунікації з молоддю в громаді

Джерело: побудовано за результатами опитування, проведеними автором у складі Молодіжної ради.

Тому, залучаючи молодь до співробітництва з органами місцевого самоврядування, представники місцевої влади не лише впливають на зміну ставлення молодих людей до керівництва, а й отримують інші позитивні наслідки відповідної комунікації:

- молодим людям делегують реалізацію молодіжної політики, розвиваючи таким чином у них відповідальність за її результати;
- формується прямиий діалог активної молоді з усією молоддю громади, який відбувається на «мові молоді»;
- молоддю поступово усвідомлюється значущість її ролі в громаді завдяки тому, що вона отримує можливість займатися справами, які їй цікаві;
- молоді люди отримують важливі навички, завдяки яким вони стають

активними учасниками суспільних процесів, а не лише користувачами послуг;
 – молодь здобуває організаторські навички, навички комунікації, роботи в команді, що стане в нагоді молодим лідерам в їхній подальшій діяльності у будь-якій професійній сфері.

Отже, якщо громада прагне того, щоб молодь була відповідальною і включеною у життя ТГ, потрібно почати з комунікації та зі спільного виконання першочергових завдань: визначення потреб, пріоритетів, складання плану дій, призначення кваліфікованої особи, відповідальної за молодіжну роботу, невеликих спільних ініціатив для початку, їх фінансування і створення простору для більших проектів. Чи відчуває зараз молодь причетність до вирішення питань місцевого життя? На питання щодо особистого залучення молоді до молодіжних заходів в громаді більшість молодих людей відповіли позитивно (рис. 3.2.), хоча інтенсивність залучення в громадах є різною (рис. 3.3.).



Рис. 3.2. Залучення молоді до молодіжних заходів в громадах

Джерело: побудовано за результатами опитування, проведеними автором у складі Молодіжної ради.

Більша частина опитаної молоді намагається інтегруватися в життя громади і бути соціально активною. Ті особи, що дали негативну відповідь на дане питання, в більшості своїй аргументують це тим, що в громадах не виникає бажання проводити заходи для молоді (955 осіб) або комунікації з молоддю в громаді не налагоджені (майже 1000 респондентів).



Рис. 3.3. Частота проведення заходів для молоді в громадах

Джерело: побудовано за результатами авторських досліджень.

В умовах дії воєнного стану стає більш зрозуміло, що питання включення молоді в громадське життя в контексті підвищення ефективності публічного управління потребує більшої уваги, адже потенціал молоді в розв'язанні проблем повоєнної розбудови України та реалізації соціально значущих проектів є, без перебільшення, визначальним.

Молодь, не зважаючи на наявну тенденцію до зменшення її чисельності (за останні 10 років – на 25%), становить приблизно четвертину від усього населення в Україні [42]. Молоді люди покидають громади, бо не відчують зв'язку з тією територією, де вони народилися чи проживали довгий час, і однією з причин міграції є незадовільна комунікативна політика влади по відношенню до молоді. Молодь не відчуває свого потенціалу та можливостей, бо не було потреби його використовувати. Серед опитуваних представників молоді близько 80% планує виїзд за кордон через зрозумілі економічні та соціальні аспекти, проте майже 60% відповіли, що у разі створення можливостей фінансової самореалізації у рідних громадах, повернулись би, але зараз їх не бачать. Отже, міграція є вимушеною мірою і цей процес можна перевести із пасивного експорту робочої сили та талантів у обмін досвідом та залучення найкращих практик, напрацювань та капіталу на терени громади, а отже на підвищення якості життя в громадах.

Найважливіше, що турбує молодь – це недостатня увага з боку влади. Проблеми працевлаштування молодь поставила на 3 місце, що теж є пріоритетним, але головним, на думку респондентів, усе ж таки є відчуття непотрібності, зайвості, молодь не відчуває, що у неї є достойне місце у соціумі (рис. 3.4). Молоді люди також стурбовані відсутністю заходів, призначених для молоді, або їх незначною кількістю. Не зважаючи на періодичне проведення міжнародними організаціями, громадськими об'єднаннями та місцевими підприємцями навчань, їх не систематичність не сприяє формуванню у молоді стійких навичок, вони втрачаються вже за декілька місяців після курсів та тренінгів. Керівники органів місцевого самоврядування мають передбачати виникнення такого ефекту і мають подбати про неперервність такої роботи в рамках прийнятих молодіжних програм, що формують регіональну молодіжну політику та відповідають пріоритетам регіональної Стратегії розвитку.



Рис. 3.4. Проблеми життя в громаді, найбільш важливі для молоді

Очевидно, що для вирішення тих питань, які турбують молодих людей, місцевій владі доцільно організувати відкриті зустрічі між різними суб'єктами (органами державної влади, органами місцевого самоврядування, дослідницькими установами, навчальними закладами, представниками бізнесу

тощо) на різних рівнях, що дозволить визначити пріоритетні напрями роботи з молоддю в громаді. Регіональні та місцеві органи влади мають можливість самостійно визначати пріоритети політики щодо молоді, виходячи з результатів комунікативної взаємодії та розуміючи потреби молоді в конкретній громаді. Форми здійснення комунікативної політики в громаді можуть бути різними: опитування, слухання, зустрічі, звітування, кава з головою, молодіжні дні у радах, неформальне спілкування, створення молодіжних рад у громадах.

Молоді люди, як і більшість громадян України, демонструють високий ступінь недовіри до усіх інститутів влади, і ця даність є головною причиною виникнення бар'єру в спілкуванні, що негативно впливає на загальну результативність комунікативної політики. Корисним у сенсі налагодження ефективної взаємодії з молоддю може бути її долучення до звітування про діяльність місцевих органів влади у школах, садочках, будинках культури тощо. Ознайомлення молодіжної цільової аудиторії з публічними звітами місцевих рад посилює розуміння ними процесів публічного управління, а також дозволяє виявити потенційні сфери, у яких діяльність молоді може бути корисною.

Розуміння базових потреб молоді дозволяє реалізувати проекти, які можуть вмотивувати молодь до гуртування, активних дій та більшого залучення до розвитку власної громади, сприяють тому, що молодь не відчуває себе забутою, а навпроти, є почутою та важливою. Прикладом включення молоді в процеси соціальної взаємодії є розробка та підтримка програм внутрішнього волонтерства при підтримці соціальних працівників та педагогів, що можуть бути «ядром» таких об'єднань, модераторами груп. Програми волонтерства покликані впроваджувати заходи, що зосереджують увагу на важливості розвитку та розбудови громади власними силами й формування відповідальності молодих людей за розвиток місцевості, де вони проживають. Концепція всеукраїнського проекту «Соціальна інтеграція молоді через вдосконалення системи надання навичок у пошуку роботи та

поширення ідеї волонтерства» основну увагу приділяє побудові зв'язків між неформальним навчанням та працевлаштуванням. З концепції проекту зрозуміло, що волонтерство також є інструментом для опанування навичок міжособистісного спілкування.

Важливою умовою залученні молоді до місцевого урядування, спонукання молоді до життя в громаді є наявність ресурсів, зокрема фінансових. Для належного фінансування запланованих програм, необхідно провести детальний аналіз завдань проекту та скласти кошторис для реалізації проекту. У кожній громаді мають здійснюватися поступальні кроки у напрямі підвищення її спроможності, розширення можливостей, тому фінансове забезпечення молодіжної діяльності, фінансова підтримка молодіжних організацій на місцевому рівні є фундаментом для розвитку громади, підвищення рівня життя населення та розширення перспектив громади. Підтримка молоді через фінансування молодіжних ініціатив передбачає не лише вкладення в ті види діяльності, що відповідають державним пріоритетам, а також і в молодіжні проекти в інших сферах, приміром, в міжкультурний діалог або навчальні проекти. З цією метою запроваджують бюджети участі, окремі молодіжні програми, програм підтримки молодіжних ініціатив.

Налагодження ефективної комунікації з молоддю в територіальних громадах може стати основою для використання й інших механізмів підтримки та залучення молоді. Це, насамперед, допомога в працевлаштуванні, кредитування молодіжного підприємництва. Можливо, слід починати з програм стажування для студентів, які можуть отримували цінні практичні навички в територіальних громадах. Є потреба у проведенні моніторингу працевлаштування студентів після проходження ними стажування для оцінювання доступності стажування для людей з різними життєвими проблемами. Це зумовлює потребу у розвитку неформальної освіти з метою працевлаштування. Необхідно визнати, що для працевлаштування потрібні не лише знання та кваліфікація в межах спеціальності, а й більш загальні навички, у тому числі комп'ютерні навички,

особисті навички та мотивація. Неформальна освіта показала себе одним із найкращих шляхів підвищити можливість працевлаштування молоді (отримання досвіду реалізації проєктів, волонтерство). Потрібно проводити заходи та кампанії із популяризації цінностей неформальної освіти для можливості працевлаштування. Вони мають бути спрямованими на роботодавців та пояснювати їм переваги, які молоді люди отримують від неформального навчання. Якщо в ТГ є професійно-технічні навчальні заклади, потрібно реалістично оцінювати якість освіти та створити інструменти для такої оцінки. Одним з таких критеріїв може бути те, наскільки навчальний заклад визначає потреби ринку праці та наскільки високим є рівень працевлаштування його випускників. Хоча система професійно-технічної освіти створена на основі тісного зв'язку між навчальним закладом та роботодавцем, потрібно проаналізувати, наскільки ця система є гнучкою, чи може вона врахувати потреби тих, хто змінив свої плани щодо роботи, або тих, хто робить перерви у навчанні через вагітність або службу у збройних силах тощо.

Необхідно формувати підприємницький підхід у молоді через систему освіти, роботи служб зайнятості та у навчальних заходах (формальних і неформальних) взагалі. Сприяння нестандартному мисленню в рамках вільної моделі розвитку може зробити підприємницький підхід більш поширеним.

Щоб ефективно реалізовувати молодіжну та комунікативну політику на місцях і налагодити надання якісних послуг для молоді, у громаді має бути виконано ряд послідовних кроків (рис. 3.5).

Запропонована схема поліпшення молодіжної комунікації на рівні громади узгоджується з підходами до молодіжної політики, розміщеними на платформі Децентралізація, які передбачають зосередження уваги на інтеграції в рамках молодіжної політики усіх інших складових роботи з молоддю: освіти, працевлаштування, культурного розвитку, соціальної підтримки тощо.

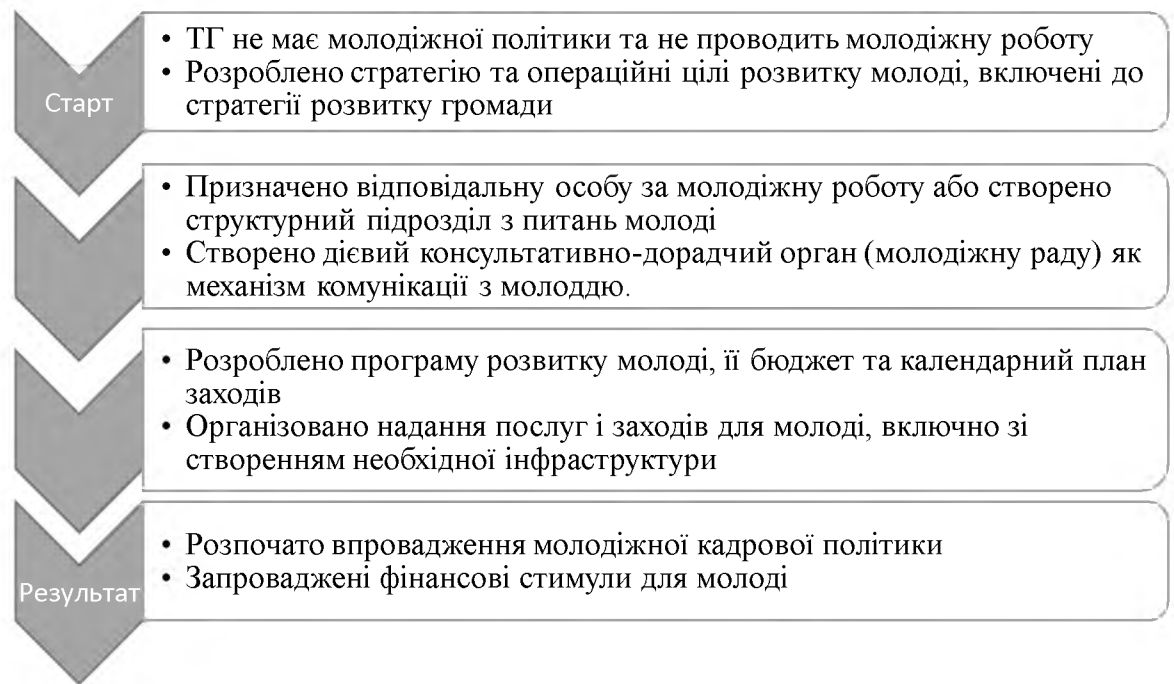


Рис. 3.5. Послідовне виконання заходів для покращення комунікації з молоддю в громаді

Джерело:. побудовано автором.

Для цього має бути передбачена [43]:

- необхідна інфраструктура молодіжної політики, у тому числі її організаційне та фінансове забезпечення;
- забезпечення діяльності молодіжних центрів і молодіжних працівників;
- розвиток інститутів громадянського суспільства;
- міжгалузєва та міжсекторальна взаємодія у молодіжній роботі;
- оцінювання ефективності молодіжної роботи і звітування перед громадою про стан роботи з молоддю;
- забезпечення умов молодіжної участі та молодіжного громадського контролю.

3.2. Комунікації через волонтерство

Зараз в суспільстві волонтерська діяльність сприймається як необхідна складова природнього розвитку суспільства, розбудови громадянського

суспільства. Волонтерська діяльність як добровільна суспільно корисна діяльність може здійснюватись і окремими людьми, і організаціями. «Волонтерство є добровільною, активною, спільною або особистою участю громадянина в житті людських спільнот для реалізації його основних людських потреб та покращення якості життя, економічного і соціального розвитку», про що зазначається у Загальній декларації волонтерів, прийнятій на XI Конгресі Міжнародної асоціації волонтерів у 1990 р. [44]. Волонтерство має значний вплив на професійний та особистісний розвиток молоді, оскільки воно є однією з ключових форм прояву молодіжної активності. Через волонтерство громада може розвиватися в культурному, соціальному напрямках, а також воно сприяє особистісному розвитку молоді. Ця діяльність є важливою складовою соціального та комунікаційного капіталу суспільства, адже воно сприяє формуванню взаємодії людей між собою та розвитку відчуття причетності і відповідальності кожної людини за середовище, в якому вона існує.

Генеральна асамблея ООН затвердила «Рекомендації щодо підтримки волонтерства», де визначає термін «волонтерство», як «широкий спектр видів діяльності, включаючи традиційні форми взаємодопомоги та самодопомоги, офіційне надання послуг та інші форми громадянської участі, що здійснюються добровільно, для загального громадського блага, і де грошова винагорода не є головним мотивуючим фактором» [45].

В українському законодавстві діяльність волонтерів окреслена в Законі України «Про волонтерську діяльність» і там вона визначається, як «...добровільна, соціально спрямована, неприбуткова діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги». А волонтери – це фізичні особи, які добровільно здійснюють соціально-спрямовану неприбуткову діяльність, шляхом надання волонтерської допомоги [46].

Як і будь-яка інша, волонтерська діяльність має певні економічні і соціальні наслідки, і вони підкреслюють її необхідність для суспільства та

національної економіки країни. Економічні наслідки випливають з того, що волонтерські організації як роботодавці і постачальники послуг збільшують загальну економічну віддачу країни і знижують навантаження на державні витрати. Дослідження Центру досліджень громадянського суспільства Джона Хопкінса свідчать, що щорічний внесок волонтерів в світову економіку становить близько мільярда доларів.

Якщо ж розглядати соціальні наслідки волонтерської діяльності, то вони проявляються у такому:

- зміцнюють зв'язки між людьми в суспільстві;
- сприяють соціальній згуртованості;
- підсилюють активність громадськості;
- забезпечують виробництво соціальних послуг та благ;
- створюють умови для становлення та особистого і професійного розвитку молодих людей в суспільстві.

Можливість проявляти ініціативу та першість, прийняття самостійних рішень, конкурентоспроможність та визнання гуманістичних цінностей є умовою повноцінного розвитку особистості та її саморозвитку. Волонтери – це, дуже часто, молоді люди, які проходять становлення в дорослому суспільстві, і розвиваються як особистості через волонтерську діяльність. Втілюючи в життя єдину мету, волонтер покращує стан ситуації, яку він вирішує створює так званий «соціальний капітал». Одночасно з цим відбувається формування зміцнення його особистого людського капіталу – цінностей, навичок та досвіду.

Серед функцій волонтерства, спрямованих на суб'єкт (волонтера), важливе значення має функція соціалізації, яка полягає в осмисленні та оволодінні учасниками волонтерської діяльності загальнолюдських цінностей та зразків поведінки. До їх переліку слід віднести такі: соціалізації; самопізнання; формування соціального капіталу; пізнання та професіоналізації (рис. 3.6.).



Рис. 3.6. Функції волонтерства, спрямовані на суб'єкт діяльності (волонтера)

Джерело: побудовано автором.

Під час взаємодії волонтера з іншими особистостями (на особистісному рівні), а також із громадою та різними інституціями – державними структурами, громадськими організаціями (соціальна взаємодія) і відбувається соціалізація волонтера та зміцнення комунікативних зв'язків. Спеціальні центри і організації, створені для волонтерів, надають можливість спілкуватися з відомими людьми, фахівцями в багатьох сферах соціальної та соціально-педагогічної роботи, проводити неформальні зустрічі з експертами, майстер-класи, вечори відпочинку. Подібні заходи допомагають у формуванні і розвитку цінностей, зміні психологічних якостей особистості, ставленні до себе та інших людей, засвоєнні суспільних норм і знань.

У Сполучених Штатах Америки волонтерський рух здійснюється через різні клуби соціальної спрямованості. Головною метою діяльності таких спільнот є розвиток у студентів культури публічного обговорення проблем, які дійсно турбують суспільство, здатності молоді вільно та критично мислити, розуміти та приймати точку зору інших, змістовно та обґрунтовано викладати свої думки на публіку, бути психологічно стійким. У таких клубах ще

займаються захистом прав студентів, значну увагу приділяючи тим, хто приїхав на навчання з інших країн чи молоді з обмеженими можливостями.

В Україні найактивнішими людьми, що займається волонтерською діяльністю є особи віком від 16 до 24 років, тобто учнівська та студентська молодь. Розвиватися молодіжне волонтерство в нашій країні почало 90-х роках ХХ століття, коли в Україні почали діяти дуже багато волонтерських організацій та центрів різного спрямування [47].

Всі проекти, які були реалізовані до повномасштабного Російського вторгнення в Україну мали на меті зміцнення добровільництва, навчання, організацію та проведення форумів, фестивалей для розвитку здібностей у молодих людей, об'єднання активістів, здатних розвивати ефективний діалог між громадою та представниками влади під час реалізації соціальних проектів.

У цілому можна виокремити такі головні напрями діяльності волонтерів як соціально-реабілітаційна робота, попередження і подолання негативних явищ у молодіжному середовищі; соціальна опіка і соціальний захист соціально незахищених груп молоді; соціальний розвиток молоді та її інтеграція у суспільство. Перелічені види діяльності здійснюються за такими напрямками:

- робота з молоддю та підлітками, котрі перебувають у кризовому стані, схильні до суїциду;
- робота з молоддю, схильною до асоціальної поведінки;
- підтримка та розвиток соціально дезадаптованої молоді;
- профілактика вживання алкогольних напоїв та наркотичних речовин;
- профілактика хвороб, що передаються статевим шляхом, та СНІДу;
- педагогічна підтримка підлітків та молоді, які постраждали від морального, фізичного, сексуального насильства чи насильства у сім'ї;
- підтримка та розвиток творчих здібностей молодих інвалідів;
- соціальна допомога самотнім матерям, неповним сім'ям;
- робота з групами ризику; волонтерські програми соціальної опіки;
- формування інтересів, потреб, цінностей та пріоритетів життя;

- сприяння самовихованню, самовизначенню та самовдосконаленню;
- розвиток та підтримка творчого потенціалу талановитої молоді;
- формування світогляду молодої людини засобами соціальної реклами.

Після 24 лютого 2022 року волонтерська діяльність отримала інше спрямування. Соціологічне дослідження «Молодіжне волонтерство в Україні», яке проводилося влітку 2022 року в межах програми «Мріємо та діємо» показало, що частка молодих людей, які стали волонтерами вперше становить майже 51% опитаних, а близько 70% респондентів є волонтерами на постійній основі (рис. 3.7.) [48].

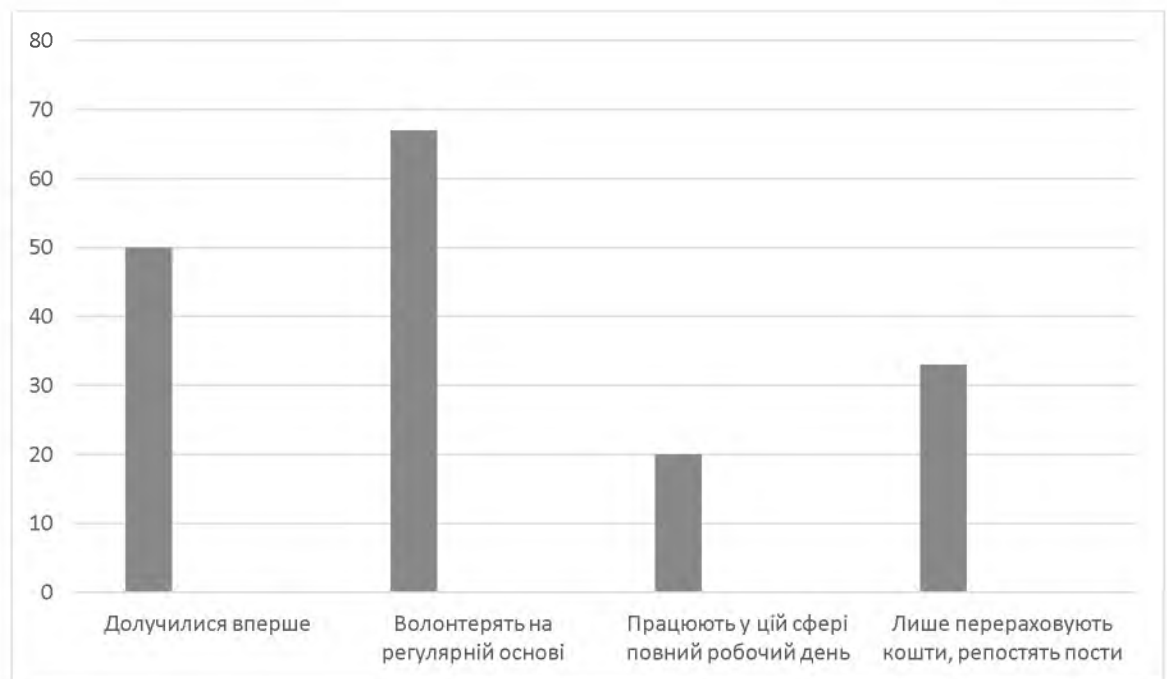


Рис. 3.7. Природа молодіжного волонтерства з початку війни

З перших днів активно почали працювати штаби допомоги, фонди і платформи, через які задовольнялася більшість потреб або збиралися кошти на допомогу Збройним Силам України та постраждалому населенню. Розпочалася активна діяльність як волонтерських організацій, так і індивідуальних волонтерів. Основними видами волонтерської діяльності стали: плетіння сіток для маскування; пошук дефіцитного обладнання для армії; збір продуктів харчування та ліків для військових; збір коштів на потреби армії; участь в евакуації населення; збір теплих речей та продуктів

першої необхідності для переселенців; забезпечення кормами притулків для тварин і зоопарків [49].

Таким чином, збройна агресія Російської Федерації стала чинником активізації волонтерського руху у лютому 2022 р., соціологічні опитування свідчать, що більше половини українців долучилися з початку війни до надання волонтерської допомоги тим, хто її потребує (рис. 3.8) [50].

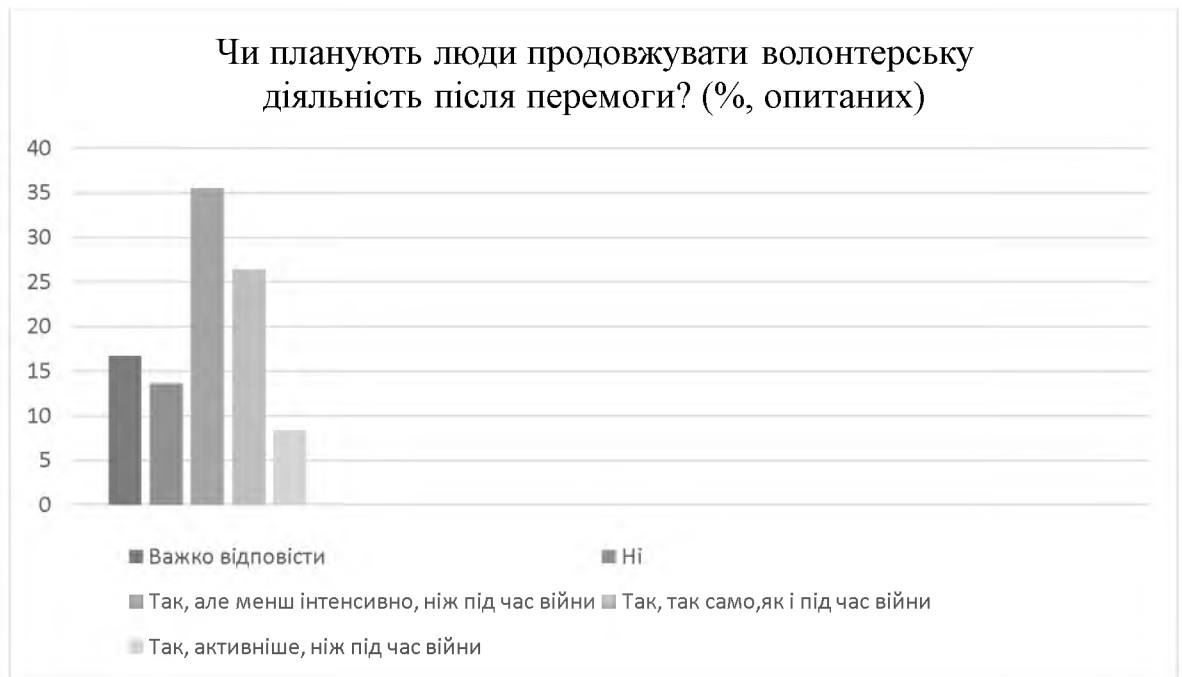


Рис. 3.8. Благодійність та волонтерство українців з початку повномасштабної війни

Погоджуючись з тим, що волонтерство – необхідний елемент розвитку комунікативної політики, оскільки воно допомагає знаходити нові знайомства, вміло їх використовувати та зміцнювати громадянське суспільство, відмітимо також, що концепт свободи молодіжного волонтерського руху можна розглядати в контексті здійснення прав людини на свободу дій та вибору своєї діяльності. Н. Балабанова підкреслює, що «волонтерство є одним з важливих механізмів реалізації прав людини на свободу вираження, свободу дій та участь у соціальному житті» [51].

Його розвиток забезпечує зміцнення демократії, формування соціального капіталу та відповідальної громадянської поведінки. Водночас, свобода молодіжного волонтерського руху потребує постійної підтримки та

захисту прав людини на свободу дій та вибору, а також відкритості та демократичності суспільства. Проте, розвиток волонтерського руху в Україні повинен не лише використовувати практичний досвід, а й спиратися на теоретичну основу, оскільки ця діяльність потребує знань з управління, права, психології, соціології, медицини тощо. Особи, які добровільно беруть на себе відповідальність за розв'язання проблем, мають бути готовими до будь-яких ситуацій, розуміти психологічні особливості різних людей, яким надається допомога. В Україні неодноразово порушувалися питання про створення в закладах вищої освіти шкіл волонтерів, де вони можуть отримувати нові знання та досвід. З цією метою доцільно залучати міжнародні волонтерські програми, що може бути завданням Національної соціальної сервісної служби України як центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику в сфері волонтерської діяльності. Однак, перелік міжнародних волонтерських програм наводиться на сайтах українських волонтерських організацій, а на сайті Національної соціальної сервісної служби така інформація відсутня. Доцільним також є розроблення регіональних цільових програм розвитку волонтерського руху, що входить до повноважень місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

Висновки до розділу 3

1. В умовах змін у соціально-економічній, суспільно-політичних сферах життєдіяльності суспільства молодь має бути підготовлена до соціальних викликів і бути здатною до співпраці з різноманітними інститутами держави у рамках молодіжних об'єднань. У свою чергу, ефективна комунікація між молоддю та владою неможлива без вивчення потреб молоді, прагнень молодих людей та їх ставлення до сучасних трендів розвитку суспільства, що може бути виявлена шляхом проведення опитувань.

2. Дослідження щодо виявлення потреб молоді Полтавської області в умовах воєнного стану було проведене у 2023 році молодіжною радою Полтавської обласної ради, до складу якої входив і автор, стосувалося 4628

осіб з 60 територіальних громад. Метою опитування було визначення подальшого напрямку розвитку молодіжної політики та комунікацій з молоддю в громадах. Результати дослідження показали, що 36,0% молодих людей із числа опитаних оцінюють стан ставлення до молоді з боку інститутів публічної влади як поганий або жахливий. Комунікація з молоддю, на думку респондентів, майже відсутня, молодь не відчуває себе потрібною та не залучається до життя громади, а отже, втрачає з нею зв'язок.

3. Місцевій владі для вирішення питань, які турбують молодих людей, доцільно організовувати відкриті зустрічі молоді з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, дослідницькими установами, навчальними закладами, представниками бізнесу тощо на різних рівнях, що дозволить визначити пріоритетні напрями роботи з молоддю в громаді. Регіональні та місцеві органи влади мають можливість самостійно визначати пріоритети політики щодо молоді, виходячи з результатів комунікативної взаємодії та розуміючи потреби молоді в конкретній громаді. Форми здійснення комунікативної політики в громаді можуть бути різними: опитування, слухання, зустрічі, звітування, кава з головою, молодіжні дні у радах, неформальне спілкування, створення молодіжних рад у громадах.

4. З метою удосконалення молодіжної комунікативної політики варто передбачити зосередження уваги на інтеграції в рамках молодіжної політики усіх інших складових роботи з молоддю: освіти, працевлаштування, культурного розвитку, соціальної підтримки тощо. Для цього має бути передбачена: необхідна інфраструктура молодіжної політики, у тому числі її організаційне та фінансове забезпечення; забезпечення діяльності молодіжних центрів і молодіжних працівників; розвиток інститутів громадянського суспільства; міжгалузєва та міжсекторальна взаємодія у молодіжній роботі; оцінювання ефективності молодіжної роботи і звітування перед громадою про стан роботи з молоддю; забезпечення умов молодіжної участі та молодіжного громадського контролю.

5. Однією з форм комунікації в молодіжному середовищі є волонтерство.

Волонтерство є добровільною, активною, спільною або особистою участю громадянина в житті людських спільнот для реалізації його основних людських потреб та покращення якості життя, економічного і соціального розвитку, яка має значний вплив на професійний та особистісний розвиток молоді, оскільки воно є однією з ключових форм прояву молодіжної активності. Через волонтерство громада може розвиватися в культурному, соціальному напрямках, а також воно сприяє особистісному розвитку молоді. Ця діяльність є важливою складовою соціального та комунікаційного капіталу суспільства, адже воно сприяє формуванню взаємодії людей між собою та розвитку відчуття причетності і відповідальності кожної людини за середовище, в якому вона існує.

6. Молоді люди через волонтерство отримують можливість проявляти ініціативу у прийнятті самостійних рішень, бути конкурентоспроможними та дотримуватися гуманістичних цінностей, що є умовою повноцінного розвитку особистості. Якщо ж розглядати соціальні наслідки волонтерської діяльності, то вони проявляються у такому: зміцнюють зв'язки між людьми в суспільстві; сприяють соціальній згуртованості; підсилюють активність громадськості; забезпечують виробництво соціальних послуг та благ; створюють умови для становлення та особистого і професійного розвитку молодих людей в суспільстві.

7. У цілому можна виокремити такі головні напрями діяльності волонтерів: робота з молоддю та підлітками, котрі перебувають у кризовому стані, схильні до суїциду; робота з молоддю, схильною до асоціальної поведінки; підтримка та розвиток соціально дезадаптованої молоді; профілактика вживання алкогольних напоїв та наркотичних речовин; профілактика хвороб, що передаються статевим шляхом, та СНІДу; педагогічна підтримка підлітків та молоді, які постраждали від морального, фізичного, сексуального насильства чи насильства у сім'ї; підтримка та розвиток творчих здібностей молодих інвалідів; соціальна допомога самотнім матерям, неповним сім'ям; робота з групами ризику; волонтерські програми

соціальної опіки; формування інтересів, потреб, цінностей та пріоритетів життя; сприяння самовихованню, самовизначенню та самовдосконаленню; розвиток та підтримка творчого потенціалу талановитої молоді; формування світогляду молоді людини засобами соціальної реклами.

8. Розвиток волонтерського руху в Україні повинен не лише використовувати практичний досвід, а й спиратися на теоретичну основу, оскільки ця діяльність потребує знань з управління, права, психології, соціології, медицини тощо. Особи, які добровільно беруть на себе відповідальність за розв'язання проблем, мають бути готовими до будь-яких ситуацій, розуміти психологічні особливості різних людей, яким надається допомога. В Україні неодноразово порушувалися питання про створення в закладах вищої освіти шкіл волонтерів, де вони можуть отримувати нові знання та досвід. З цією метою доцільно залучати міжнародні волонтерські програми, що може бути завданням Національної соціальної сервісної служби України як центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику в сфері волонтерської діяльності.

ВИСНОВКИ

Підсумком дослідження комунікативної політики в молодіжному середовищі стала сукупність висновків теоретико-методичного й практичного спрямування. Обґрунтовано, що вплив громадськості на державотворення в Україні є потужною силою, а дослідження свідчать, що в демократичних державах думка громадськості та різноманітність ідеологічних поглядів населення суттєво впливають на державну політику щодо розвитку країни, починаючи від законодавчих процесів та поведінки політичних партій або перебігу виборчих кампаній, закінчуючи прийняттям рішень про підтримку суб'єктів економічної діяльності та політику в гуманітарній сфері.

Уточнено, що комунікативна політика покликана виконувати ряд функцій: *консервативну*, спрямовану на збереження статус-кво державної системи; *координаційну*, що забезпечує потрібну спрямованість владних впливів; *інтеграційну*, пов'язану зі здійсненням такої державної політики, яка б ураховувала інтереси всіх суб'єктів суспільної систем; *мобілізаційну*, спрямовану на забезпечення легітимності існуючого громадського порядку; *соціальну*, пов'язану із засвоєнням у процесі інформаційного обміну соціально-політичних норм.

У найзагальнішому вигляді можна виділити три базових теоретичних конструкції комунікації в контексті процесно-інформаційного підходу – лінійну, інтеракційну та трансакційну. *Лінійна* комунікації забезпечує односторонній інформаційний вплив без передбачення зворотного зв'язку. *Інтеракційна* комунікація передбачає формування зворотного зв'язку між джерелом інформації та її одержувачем, коли останній отримує можливість відсилати зустрічні повідомлення вихідному комунікатору, коригуючи його комунікативні імпульси. *Трансакційна* комунікація розуміється як постійний, рівноправний діалог, у якому два взаємодіючих суб'єкта, взаємно зацікавлені в максимальній ефективності взаємодії, поперемінно виступають як джерело й одержувач повідомлень.

У результаті проведення дослідження можна зробити висновок, що трансформаційні процеси, політична та соціальна нестабільність, а також прагнення України приєднатися до Європейського Союзу вимагають формування відповідальних інститутів громадянського суспільства та покращення якості життя населення. До соціальних інститутів, що сприяють розбудові громадянського суспільства, належать й громадські організації, які є його «ядром», важливою ланкою інституціоналізації суспільних рухів та головним посередником між громадою і державою.

З'ясовано, що молодіжна політика в Україні втілюється через Національну молодіжну стратегію до 2030 р., основними пріоритетами якої є: безпека: підвищення безпечності середовища і посилення життєстійкості молоді; здоров'я: формування навичок здорового способу життя, розвиток та збереження фізичної культури, культури здорового харчування та психогігієни; спроможність: залучення молоді до участі у суспільному житті, підвищення її самостійності, конкурентоспроможності, формування у молоді громадянських компетентностей; інтегрованість: підвищення мобільності, соціальної і культурної інтеграції молоді в суспільне життя України та світу.

В рамках даного дослідження виявлено специфіку комунікації в молодіжному середовищі, яка визначається формами, методами, способами, прийомами, що використовуються в різних системах, а саме: мовній, знаковій, символічній, семантичній, герменевтичній, взаємообміну та взаємовпливу, сигнальній, ігровій. Звідси бере початок все різноманіття методів, які формують специфіку молодіжної комунікації: 1) молодіжні сленги, жаргони; 2) мовні ігри; 3) зовнішня атрибутика; 4) поведінкові зразки; 5) захоплення негативними явищами; 6) позитивна спрямованість, включення в соціальний континуум.

Встановлено, що характерними особливостями молодіжного середовища, які обумовлюють виникнення конфліктних комунікацій, є такі: 1. Комунікації в молодіжному середовищі орієнтована не на суспільні процеси, а на особистісну презентацію в суспільстві. 2. Процес комунікації молоді

спрямовується назовні завдяки сучасним засобам масової інформації, коли основою стає не особиста оцінка або емпатія, а лише проекція загальної установки на силу, матеріальні пріоритети, свободу сексуальних відносин тощо 3. Анонімна комунікація не вимагає ні від адресанта, ні від адресата дотримання норм або правил. 4. Ділова партнерська комунікація витісняє атмосферу безкорисливості, дружби, любові, взаємодовіри, прагнення до розуміння, допомоги. 5. Комунікативна практика молоді формується не тільки всередині свого середовища, а й по відношенню до інших поколінь, що є джерелом конфлікту «батьки-діти».

Узагальнено, що в умовах змін у соціально-економічній, суспільно-політичних сферах життєдіяльності суспільства молодь має бути підготовлена до соціальних викликів і бути здатною до співпраці з різноманітними інститутами держави у рамках молодіжних об'єднань. У свою чергу, ефективна комунікація між молоддю та владою неможлива без вивчення потреб молоді, прагнень молодих людей та їх ставлення до сучасних трендів розвитку суспільства, що може бути виявлена шляхом проведення опитувань.

Дослідження щодо виявлення потреб молоді Полтавської області в умовах воєнного стану було проведене у 2023 році молодіжною радою Полтавської обласної ради, до складу якої входив і автор, стосувалося 4628 осіб з 60 територіальних громад. Метою опитування було визначення подальшого напрямку розвитку молодіжної політики та комунікацій з молоддю в громадах. Результати дослідження показали, що 36,0% молодих людей із числа опитаних оцінюють стан ставлення до молоді з боку інститутів публічної влади як поганий або жахливий. Комунікація з молоддю, на думку респондентів, майже відсутня, молодь не відчуває себе потрібною та не залучається до життя громади, а отже, втрачає з нею зв'язок.

Отримані висновки свідчать про доцільність зосередження уваги на інтеграції в рамках молодіжної політики усіх інших складових роботи з молоддю: освіти, працевлаштування, культурного розвитку, соціальної підтримки тощо. Для цього має бути передбачена: необхідна інфраструктура

молодіжної політики, у тому числі її організаційне та фінансове забезпечення; забезпечення діяльності молодіжних центрів і молодіжних працівників; розвиток інститутів громадянського суспільства; міжгалузєва та міжсекторальна взаємодія у молодіжній роботі; оцінювання ефективності молодіжної роботи і звітування перед громадою про стан роботи з молоддю; забезпечення умов молодіжної участі та молодіжного громадського контролю.

Оскільки значний вплив на професійний та особистісний розвиток молоді створює волонтерська діяльність, через яку громада може розвиватися, вважаємо за необхідне застосовувати заходи підтримки волонтерства як важливої складової соціального та комунікаційного капіталу суспільства на місцевому рівні, адже воно сприяє формуванню взаємодії людей між собою та розвитку відчуття причетності і відповідальності кожної людини за середовище, в якому вона існує.

Розвиток волонтерського руху в Україні повинен не лише використовувати практичний досвід, а й спиратися на теоретичну основу, оскільки ця діяльність потребує знань з управління, права, психології, соціології, медицини тощо. Особи, які добровільно беруть на себе відповідальність за розв'язання проблем, мають бути готовими до будь-яких ситуацій, розуміти психологічні особливості різних людей, яким надається допомога. Тому в Україні доцільним є створення в закладах вищої освіти шкіл волонтерів, де вони можуть отримувати нові знання та досвід.

Запропоновано ряд послідовних кроків для покращення комунікації з молоддю в громадах: розроблення стратегії комунікативної політики (що робити); призначення відповідального за молодіжну роботу (до кого звертатися); створення молодіжної ради для забезпечення комунікації; визначення способів комунікації і створення молодіжної інфраструктури; впровадження фінансових стимулів для молоді і формування молодіжної кадрової політики. Впровадження запропонованих рекомендацій сприятиме підвищенню комунікації з молоддю, насамперед на рівні територіальних громад.