

відповідної правової норми «безоплатна та примусова психологічна реабілітація». За таких обставин виникає нагальна необхідність надання військовослужбовцям, які виконують службові обов'язки в екстремальних (бойових) умовах, права на безоплатну психологічну, медико-психологічну реабілітацію [3]. Актуальним також залишається питання вивчення й адаптації зарубіжного досвіду медичного страхування учасників бойових дій та запровадження механізму компенсації витрат, пов'язаних із наданням їм медичної допомоги та відновленням здоров'я. Таким чином, ми бачимо позитивні зрушення у формуванні сучасної системи реабілітації, її законодавчому закріпленні, підкріпленому нормативно-правовими актами та бюджетними програмами, здатними забезпечити ефективне та стале рішення для тих, хто повертається додому з війни.

Список використаних джерел

1. Термінологічний словник-довідник менеджера охорони здоров'я / кол. авт.; упорядники М.П. Бойчак, Я.Ф. Радиш, передмова та загальна редакція В.Я. Білий, Б.П. Криштопа. Київ : Вид-во «Преса України», 2001. 240 с.
2. Про внесення зміни до статті 11 Закону України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей» щодо вдосконалення порядку надання медичної допомоги військовослужбовцям в умовах воєнного стану : Закон України від 01 квітня 2022 року № 2171-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2171-20#Text> (дата звернення 30.10.2022).
3. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про внесення зміни до статті 11 Закону України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей» (щодо психологічної реабілітації військовослужбовців після виконання завдань у бойових умовах)». LIGA 360 : веб-сайт. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/GH22M00A?an=3> (дата звернення 30.10.2022).

*Леценко Ю. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.*

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

Для того, щоб досягти взаєморозуміння, доброзичливих стосунків та співпраці між органами державної влади і громадськістю варто перш за все забезпечити інформування громадськості про нагальні питання та основні проекти, які вирішує ОМС.

Відповідно до принципів комунікативної діяльності мають бути відібрані і форми, методи і технології комунікації. Варто виділити такі форми розповсюдження інформації про діяльність органів державного управління: 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 [1].

З появою карантину, спричиненого пандемією Covid-19, органи влади в Україні стали більш орієнтовані на використання сучасних цифрових технологій для забезпечення комунікативної діяльності.

Головною проблемою в розвитку цифрової комунікації в період пандемії Covid-19 між ОМС та громадськістю став розрив між поколіннями. Міжнародні дослідники в сфері хмарних комунікаційних технологій стверджують, що 62 % старшого покоління (після 65 років) та 73 % людей середнього віку (від 45 до 65 років) як і раніше використовують телефон як засіб комунікації. В той же час представники молодого покоління в якості каналів зв'язку схильні використовувати електронну пошту або спеціальні додатки до телефону [2].

На думку Полянської Я. В., основними інструментами комунікативної діяльності в формуванні відносин між органами влади і громадськістю можна виділити наступні: спілкування, електронні технології та PR-складники, закони, прогнози, плани на систему обліку та аналізу, статистичні дані та результати виконання різних економічних угод тощо [3].

Однак на особливу увагу заслуговують такі інструменти комунікативної діяльності ОМС і громадськості як соціальні мережі. Вони вважається по праву найпопулярнішим каналом зворотного зв'язку та поширення інформації, що дозволяє проводити моніторинг реакції користувачів на ту чи іншу дію органу влади. Крім того, завдяки соціальним мережам стало набагато легше збирати та обробляти пропозиції та різноманітні ініціативи від громадськості. Соціальні мережі підвищують також рівень довіри громадськості до владних структур.

Створені акаунти в соціальних мережах дозволяють ОМС інформувати про свою діяльність, подавати по профільним темам інформацію, вчасно виявляти соціальну напруженість по окремим питанням, а також вчасно отримувати від населення інформацію про критичні ситуації, що можуть вплинути на формування та діяльність владних структур. Дослідження показують, що сам процес інформування громадськості не є стандартизованим чи структурованим. В більшій мірі кожен орган влади чи ОМС самостійно визначає пріоритетність та тематику повідомлень в соцмережах [4]. Слід також відзначити, що виявилось, що відносини між органом публічної влади та громадянами у соціальних мережах жодним чином не регулюються в Україні, що потребує в подальшому вирішення.

В той час, як в Україні використання соціальних мереж як інструменту

комунікації ОМС і громадськості почалося відносно недавно, в зарубіжних країнах така практика досить розвинена. Так, наприклад, у Великобританії органи влади мають свої акаунти в таких соціальних мережах як Twitter, Facebook, Youtube. В них висвітлюються актуальні дані про поточну діяльність конкретного органу влади, основні нові події та підтримується двостороння комунікація. В Німеччині більше використовуються Twitter, Facebook, які носять більш інформативний характер, що допомагає у формуванні громадської думки. В Ізраїлі використовують Facebook, Однокласники, Вконтакте, Livejournal органи влади в більшій мірі в якості підтримки безпеки, що здійснюється шляхом аналізу публікацій в вибраних соцмережах для ідентифікації потенційних терористів і попередження терактів [5].

Саме соціальні мережі дозволяють користувачам, не виходячи з дому, швидко отримати відповіді на свої запитання. Такий формат комунікації забезпечує зворотний зв'язок з аудиторією. Тут громадськість може висловити не тільки власну думку, але й запропонувати шляхи вирішення якихось питань чи назрілих проблем.

В цілому соціальні мережі створюють платформу для культури прозорості у діяльності установи, спільного доступу та співпраці.

Для селищних рад, міських рад важливо в соціальних мережах забезпечити створення чат-ботів. Головною метою даного боту має стати спрощення й автоматизація процесу інформування громадян про напрямки діяльності громадської ради через автоматизований онлайн чат-бот/консультант. Відповідно до мети завданням боту повинно стати: максимізація доступності населення до інформації про діяльність громадських рад, можливостей участі в роботі рад; налагодження діалогу між громадською радою, громадою та органом державної влади [6].

Особливо широко використовується органами влади такий ефективний спосіб передачі інформації, або канал комунікації з громадськістю – Web-сайт. Такий сайт може виконувати наступні функції: інформаційну, рекламну, комерційну, реалізації дистанційної демонстрації особливостей діяльності, забезпечення інформаційної підтримки громадськості, підтримки іміджу. Саме веб-сайт є офіційним джерелом інформації, що створений з метою висвітлення діяльності ОМС та взаємного обміну інформацією між ним та громадянами, підприємствами, установами, організаціями, політичними партіями з питань, пов'язаних з діяльністю ОМС. Дослідження свідчать про те, що в Україні комунікативна практика PR в сфері публічного управління спрямована на досягнення взаєморозуміння і формування довірчих відносин між громадськістю (індивідами, групами людей) та владою. Звичайно, в організації такої комунікативної технології слід спиратися на нормативно-правове забезпечення діяльності ОМС у сфері PR, а саме: Конституцію України; Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»; Закон України «Про інформацію», закон України «Про державну службу в

Україні», Закон України «Про доступ до публічної інформації», закон України «Про звернення громадян»; Закон України «Про захист суспільної моралі»; Закон України «Про доступ до публічної інформації». Якість проведеної PR компанії ОМС як засобу ефективної комунікації залежить від таких критеріїв як корисність, повнота і точність, достовірність та своєчасність інформації, а також зрозумілість викладу та переконувальність [7].

Таким чином, можна зробити висновок, що існуючі технології та інструменти комунікації ОМС і громадськості дозволяють вирішити багато питань соціального спрямування, що виникають в умовах реформування органів влади.

Список використаних джерел

1. Мазур В. Г. Комунікації як механізм взаємодії державних органів влади та громадськості на регіональному рівні. Мазур В. Г. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2011. № 8. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=313> (дата звернення: 19.09.2022).
2. Digital dialogue: COVID-19 and the modernisation of public sector communications. Global government forum. March 2022. URL: <https://www.globalgovernmentforum.com/digital-dialogue-covid-19-and-the-modernisation-of-public-sector-communications/> (дата звернення: 29.10.2022).
3. Полянська Я. В. Комунікативний процес у системі управління економічними відносинами на місцевому рівні. *Public Administration and Local Government*. 2020, issue 4 (47). С. 131–137.
4. Маслова Я. Р. Соціальні мережі, як інструмент взаємодії органів публічної влади з громадськістю. *Публічне управління: проблеми та перспективи*. 2021. С. 184–188.
5. Шевчук І. Б. Комунікативні можливості регіональних органів влади у соціальних мережах. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 3. С. 173–177.
6. Сімонян А. В. Особливості використання соціальних мереж у діяльності громадських рад в Україні. *Вісник НТУУ «КПІ»*. Політологія. Соціологія. Право. 2018. Випуск 4 (40). С. 52–56.
7. Шевченко О. М. Особливості комунікацій з громадськістю у публічному управлінні. *Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток*. 2016. № 2. С. 61–68.

*Литвин Л. М., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сень О. В.*

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ

Менеджер – це особа, яка формує систему поточного і довгострокового перспективного планування, прогнозування виробництва, продажі продуктів і послуг зорієнтовану на якнайшвидше досягнення цілі. Тому безпосередньо і