

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Факультет менеджменту
Кафедра прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи бакалавра

студентки Максимової Ольги Олександрівни

академічної групи 218-20-1

спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування

на тему: «Комунікації в публічному управлінні: шляхи удосконалення»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи				
розділів:				

Рецензент:				
------------	--	--	--	--

Нормоконтролер:				
-----------------	--	--	--	--

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри
прикладної економіки,
підприємництва та публічного
управління

_____ О.Г. Вагонова

_____ 2024р

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра

Студенту(ці) Максимовій О.О.. - академічної групи 281-1-20-1

спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування

за освітньою програмою Публічне управління та адміністрування

на тему «Комунікації в публічному управлінні: шляхи удосконалення», затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» №474-с 27.05.24

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Визначити концептуальні підходи до розуміння сутності комунікацій, як природного явища та як інструмента в публічному управлінні. Проаналізувати фактори впливу на комунікації в публічному управлінні.	27.05.24- 09.06.24
Аналітичний	Здійснити аналіз комунікативного впливу публічних службовців на громадськість. Розробити, провести та проаналізувати соціологічне дослідження ефективності комунікативних процесів в публічному управлінні. Визначити проблеми забезпечення комунікативної політики в публічному управлінні.	10.06.24- 20.06.24
Прикладний	На основі зарубіжного та вітчизняного досвіду, а також на основі соціологічного дослідження розробити та обґрунтувати шляхи удосконалення та підвищення ефективності комунікації в публічному управлінні.	21.06.24- 02.07.24

Завдання видано _____ В.В.Лола
(підпис керівника) (прізвище, ініціали)

Дата видачі _____

Дата подання до екзаменаційної комісії _____

Прийнято до виконання _____ О.О.Максимова

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи бакалавра на тему «Комунікації в публічному управлінні: шляхи удосконалення».

Бакалаврська робота: 75 стор., 1 табл., 17 рис., 48 використаних джерел.

КОМУНІКАЦІЇ, ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ, КОМУНІКАЦІЇ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ, КОМУНІКАТИВНА ВЗАЄМОДІЯ

Об'єкт дослідження – комунікації в публічному управлінні.

Предмет дослідження – шляхи удосконалення комунікацій у публічному управлінні.

Мета роботи – полягає у теоретичному обґрунтуванні проблеми ефективності комунікації в публічному управлінні, та розробці методичних рекомендацій щодо її вирішення.

Методи дослідження – наукового узагальнення, статистичний, аналітичний, графічний методи, проведено соціологічне опитування.

Отримані результати. У першому розділі визначено теоретичні засади дослідження комунікацій у публічному управлінні.

У другому розділі проаналізовано сучасний стан комунікативного забезпечення публічного управління в Україні.

У третьому розділі обґрунтовано шляхи удосконалення ефективності комунікативного процесу між владою та громадськістю.

Сфера використання результатів роботи: одержані результати можуть бути використані в практиці роботи органів публічної влади та інших суб'єктів комунікативної взаємодії у публічному секторі.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ.....	8
1.1. Природа та сутність комунікацій.....	8
1.2. Комунікації як інструмент публічного управління.....	14
1.3. Фактори впливу на комунікації в публічному управлінні	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ КОМУНІКАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ.....	31
2.1. Аналіз комунікативного впливу публічних службовців на громадськість	31
2.2. Соціологічне дослідження ефективності комунікативних процесів у публічному управлінні.....	38
2.3. Визначення проблем забезпечення ефективної комунікативної політики в публічному управлінні.....	48
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	54
3.1. Зарубіжний досвід комунікативної взаємодії влади з суспільством.....	54
3.2. Шляхи підвищення ефективності комунікацій влади та громадськості.....	60
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	69

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасному світі процес комунікації являється найважливішим елементом взаємодії між людьми, в тому числі між державою та громадськістю. З огляду на державний апарат управління, процес комунікації дозволяє створювати країну у взаємозв'язку з її жителями, залучати громадян до управлінського процесу, надавати необхідні для розвитку можливості. В свою ж чергу, громадяни дають зворотній зв'язок, що дозволяє визначити потреби, цінності та бажані шляхи розвитку на думку суспільства. Налагодження цього процесу дозволить державі підвищити рівень добробуту, рівень життя населення та, відповідно, впровадити сталий розвиток та еволюціонування країни.

Актуальною постає проблема ефективності публічного управління у процесі комунікації з народом. Дослідження сучасних статистичних соціологічних опитувань в Україні говорять нам про виникнення достатньо високого рівня недовіри з боку громадськості до апарату управління, що ускладнює процес комунікації і взаємодії в контексті «держава-народ» та утворює бар'єр у вигляді невизнання народом легітимності своєї країни.

З боку комунікативного процесу, в публічному управлінні вбачаємо важливим розгляд питання морально-етичної компетентності фахівців, що має безпосередній вплив на якість та ефективність комунікації. Розвиток морально-етичної компетентності публічних діячів дозволить налагодити ефективність комунікативної політики та комунікативної взаємодії між владою та суспільством.

Мета роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні проблеми ефективності комунікації в публічному управлінні, та розробці методичних рекомендацій щодо її вирішення.

Для поставленої мети були поставлені наступні завдання по виконанню роботи:

1. З'ясувати природу та сутність комунікацій та комунікативного процесу.

2. Визначити особливості здійснення комунікації як інструменту публічного управління.
3. Визначити фактори, що впливають на комунікації в публічному управлінні.
4. Проаналізувати комунікативний вплив публічних службовців на громадськість.
5. Провести соціологічне дослідження ефективності комунікативних процесів у публічному управлінні.
6. Визначити проблеми забезпечення ефективної комунікативної політики в публічному управлінні.
7. Вивчити зарубіжний досвід комунікативної взаємодії влади та громадськості та розробити рекомендації щодо його застосування в Україні.
8. Обґрунтувати шляхи підвищення ефективності комунікації влади та суспільства.

Об'єкт дослідження – комунікації в публічному управлінні.

Предмет дослідження – шляхи удосконалення комунікацій у публічному управлінні.

Методи дослідження. Вирішення поставлених у роботі завдань проводились із застосуванням загальнонаукових та спеціальних методів, а саме:

а) метод наукового узагальнення – при вивченні процесу комунікації, як явища та як інструмента взаємодії і публічного управління в державі, а також при дослідженні групи факторів, що впливає на якість комунікативного процесу,

б) статистичний метод – при дослідженні ефективності комунікативної взаємодії між владними структурами та громадськістю,

в) аналітичний – при визначенні рівня довіри/недовіри громадян до апарату управління в Україні, при визначенні проблеми ефективності комунікаційного процесу, при обґрунтуванні проведеного соціологічного опитування та виявленої проблематики за його допомогою, а також при

розробці рекомендацій та шляхів удосконалення процесу комунікації між владою та громадськістю,

г) графічний – для наочного зображення статистичного матеріалу і схематичного зображення результатів проведеного соціологічного опитування,

д) соціологічного опитування – дослідження громадської думки та підтвердження встановленої гіпотези щодо впливу на ефективність комунікації між владою та громадськістю морально-етичної компетентності публічних службовців.

Практична цінність одержаних результатів: полягає в тому, що розроблені практичні рекомендації можуть бути застосовані в процесі удосконалення публічного управління, а також в освітній сфері при підготованні та навчанні публічних службовців.

Сфера використання результатів роботи: одержані результати можуть бути використані в практиці роботи органів публічної влади та інших суб'єктів комунікативної взаємодії у публічному секторі.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, основних висновків, списку використаних джерел (48). Текстова частина викладена на 56 сторінках, проілюстрована на 17 рисунках, в 1 таблиці.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

1.1. Природа та сутність комунікацій

Щоб довести необхідність більш ефективного розвитку морально-етичної основи комунікаційного процесу, розглянемо, що собою являє комунікація як явище та процес. Беремо сміливість стверджувати, що найголовнішим елементом в публічному управлінні є саме процес комунікації. Адже саме передача інформації та її обмін сприяє порозумінню між владою та громадськістю. Комунікація дозволяє поставити мету, задачі, цілі та забезпечити єднання і, відповідно, розвиток держави.

Наразі вчені не здатні встановити період формування поняття «комунікація», адже воно бере свій початок в давніх витоках нашої історії з однієї з найстаріших мов – латинь («комунікація» від лат. *Communicatio*). Зі століття в століття, вивчаючи комунікацію в контексті різноманітних наук, кожен, обізнаний у своїй справі, висуває встановлену дефініцію комунікації.

Так, філософський енциклопедичний словник трактує це поняття як термін, що окреслює людську взаємодію у світі [1]. У сучасній філософії поняття «комунікація» використовується насамперед як ознака конструктивної взаємодії двох сторін на основі толерантності й порозуміння. Фундаментальні основи комунікативної спільноти є теоретичним підґрунтям етики, а комунікативна етика виходить перш за все із наявності людини як особистості, яка і становить підґрунтя апріорі вільної комунікації. Те, як етичні цінності функціонують на особистісному рівні та в комунікативних процесах між культурами, державами, народами, є об'єктом вивчення комунікації як такої.

Звідси бачимо, що комунікація – не просто, як прийнято сприймати цю дефініцію, обмін інформацією у вигляді набору слів та емоцій, але й

можливість обміну моральними цінностями, тобто глибинною основою, що закладена або, якщо дозволите, закодована в біоенергетичному полі системи, не залежно від того, це людина чи спільнота, тварина чи оточуюче середовище. Комунікація – це також передача тепла, запаху, кольору тощо. Це не тільки про звук, так як, будь комунікація лише передаванням звуку, її межі закінчилися б лише на вербальному шляху передачі інформації.

Комунікація, на нашу думку, це основа, з якої складається життя, адже навіть якщо людина обиратиме шлях пустельника, комунікація з навколишнім середовищем, яке оточує нас навколо та є невід’ємною складовою нашого існування, все одно буде продовжувати впливати на цю людину-пустельника. Комунікація – це в першу чергу про вплив. Маємо сміливість стверджувати, що усі існуючі живі істоти – це відкриті системи, у філософському значенні, а це означає невинний процес комунікації, тобто невинний взаємовплив. Навіть торкаючись предмету ми впливаємо на нього фізично/ психологічно/енергетично, а це ще до початку, в традиційному понятті, комунікації словом. Подібне визначення дає нам Валерій Бебик з приводу поняття «інформація» – «це змістовне відображення об’єктивних і суб’єктивних процесів, явищ і предметів Всесвіту, себто усього, що оточує нас і міститься всередині нас». [2]

Якщо роздивлятися термін «комунікації» в контексті управління і політики, то бачимо, що за політологічним словником, комунікація – це спілкування, передача інформації, процес інформування широких мас із використанням технічних засобів, засобів масової комунікації (преси, радіо, телебачення тощо). [3] На нашу думку це визначення є достатньо вузьким, адже, як вказувалось раніше, процес управління здійснюється не лише фізичним висловленням думки, а й, в першу чергу, впливом на невербальному рівні, тобто через психологічно-енергетичні канали.

А ось наприклад, що знаходимо дуже аутентичним визначенням, доктор філологічних наук та професор Г. Почепцов розуміє під терміном «комунікація» процеси перекодування вербальної сфери в невербальну та

невербальної у вербальну [4], вважаючи, що «історично комунікацією був саме примус (або істотний перехід від говоріння) одного до виконання тієї чи іншої дії другого. Саме заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини» – говорить професор. В нашому ж випадку автономними системами є органи управління та громадськість. І ще. За визначенням В. Бебика, окрім того, що комунікації забезпечують передачу, обробку та трансформацію інформації з усіма її функціями, вони ще формують, «ауру комунікації», яка поки що не піддається методам формалізації текстовими знаками, але постійно відчувається на тонких біоенергетичному, глибинно-психологічному та інтуїтивному рівнях[2].

Отже, підсумовуючи, ми можемо трактувати комунікацію, хоч це й доволі широке поняття, як найважливіший елемент інформаційної взаємодії двох або більше систем через перекодування вербальної сфери в невербальну та невербальної у вербальну, а також комунікація – прояв свободи волі та етичних (моральних) цінностей учасників взаємодії, що об'єднує суб'єкт з об'єктом. Комунікація ж у публічному управлінні у цілому являє собою процес суспільної взаємодії за допомогою повідомлень, змістом яких є публічне управління, реалізація публічної влади та публічної політики, як висловився Дрешпак. [5]

Звернемо увагу на те, що обмін інформацією включений в усі види діяльності та функціонування організацій, як і любої іншої існуючої системи. Для органів управління комунікація розглядається як робочий інструмент, необхідний для ефективного управління організацією. Будь-яке зусилля, спрямоване на розвиток організації, має перш за все враховувати людський компонент його розвитку, а налагодження ефективного спілкування є єдиним способом, у процесі якого управлінці можуть координувати зусилля громадянського суспільства. Це питання більш детально розглянемо в розділі 1.2.

Наразі, ознайомившись з поняттям «комунікація» з теоретичної точки зору, важливо дійти до розуміння матеріального підґрунтя соціальної комунікації – комунікаційних каналів. Під комунікаційним каналом будемо розуміти засіб цілеспрямованої передачі інформації у процесі комунікаційної діяльності. Він сприяє створенню (кодуванню), передачі та прийому інформації.

За Валерієм Бебиком [2] існує три основних канали передачі інформації: природні (вербальний та невербальний), штучні (іконічний та символічний) та технічні, що є найбільш вживаним каналом в публічному управлінні на даний момент.(Рис.1.1.)

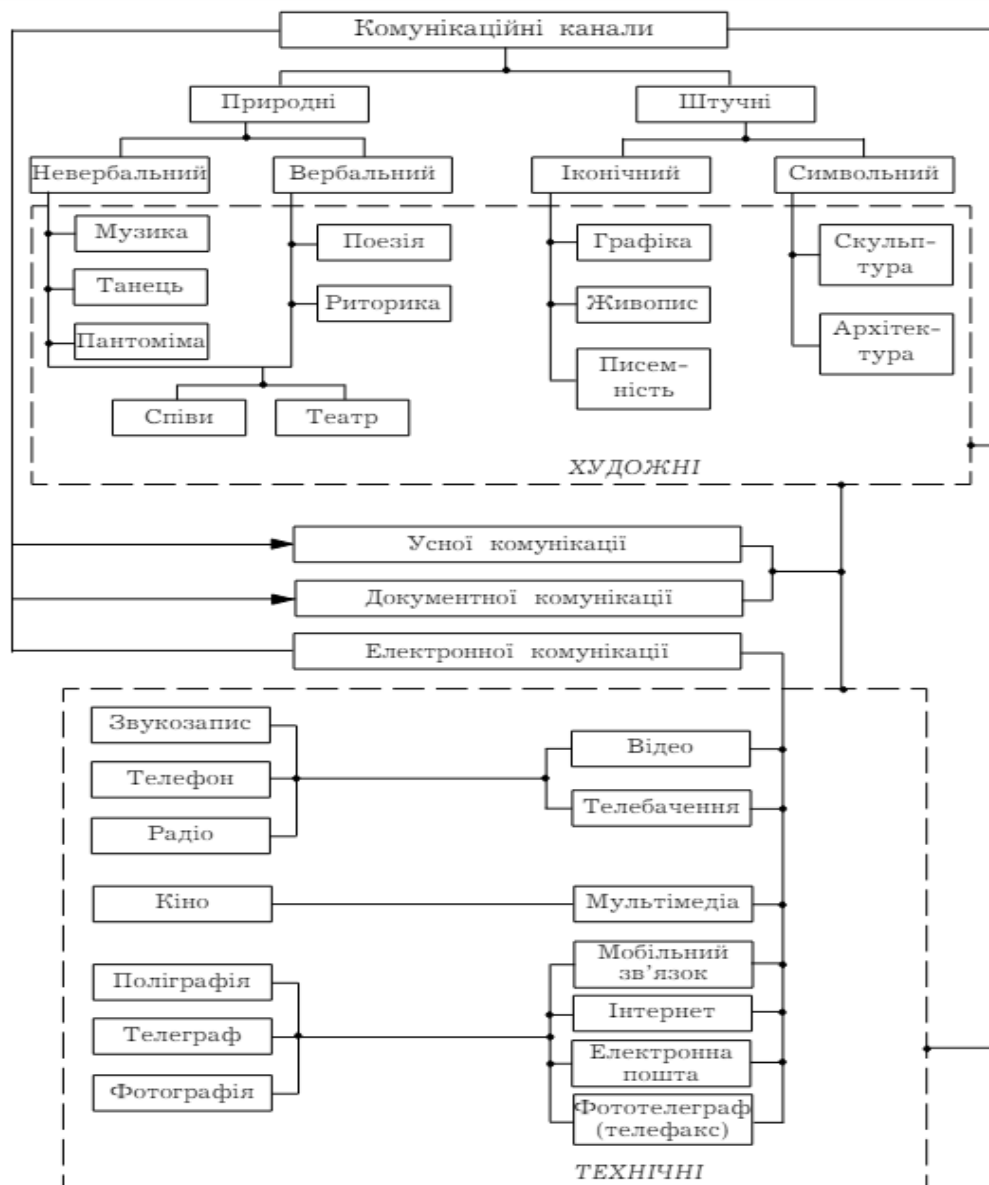


Рис 1.1. Типологія комунікаційних каналів за В.Бебиком.

При цьому такі науки як психологія та соціологія розділяють засоби спілкування або комунікаційні канали лише на вербальні та не вербальні. Так, наприклад доктори психологічної та юридичної наук М. Й. Варій та З. Р. Кісіль, визначають, що найчастіше зміст інформації передається за допомогою мови, мовлення, тобто набуває вербальної, або словесної, форми. А невербальні засоби спілкування виконують функції доповнення або заміщення мови, репрезентації емоційних станів і відносин партнерів по комунікативному процесу. [6]

Варто зазначити, що в контексті публічного управління невербальній комунікації однозначно надається значно більша увага, адже політика та її сутність – це більше про внутрішні процеси, що відбуваються в країні або організації та вже потім виявляються у зовнішній світ. Знання психології комунікації в управлінні, а тобто усіх внутрішніх процесів, що відбуваються в суспільстві та людині, як особистості є основою, на якій базуються правильні рішення, дії та шляхи розвитку. Задля того, щоб винайти шляхи впливу на різні групи соціального населення через комунікацію, необхідно визначитися з таким поняттям, як цільові комунікації.

Серед основних комунікаційних складових з позицій державного управління найбільший інтерес представляють соціальні, політичні, масові та маркетингові комунікації. Останні є найменш дослідженими в теорії та в практиці державного управління як одна з форм цільових комунікацій. Під цільовими комунікаціями розуміємо такі, що «функціонують у конкретно-визначених сферах діяльності соціуму» [7] – пише автор Шарков у своїй науковій роботі.

В цільових комунікаціях завжди є свій адресат. (Рис 1.2.) Це, насамперед, елементи та органи державного управління, а також індивіди та групи, широкі та спеціальні аудиторії, зарубіжні та міжнародні спільноти тощо. Організовані таким чином комунікації здійснюються на основі спеціально розробленої для адресата (об'єкта) інформації.

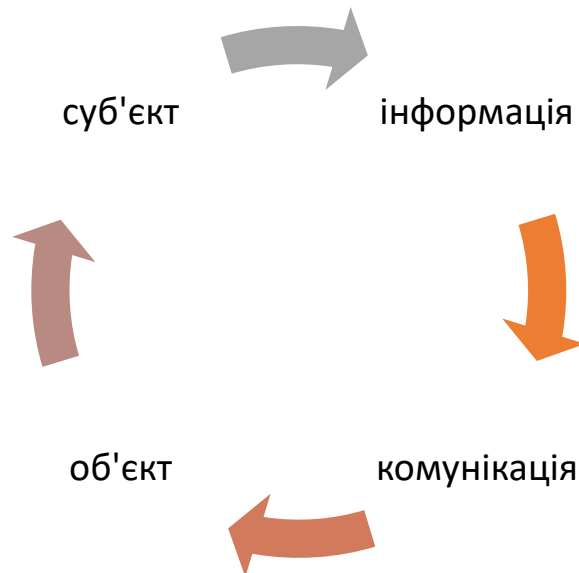


Рис. 1.2. Схематичне відображення процесу цільової комунікації

Отже, спеціалізована інформація обов'язково має спеціалізованого адресата. Цільові комунікації працюють із спеціально визначеними аудиторіями у спеціально виокремлених місцях і організаціях (наприклад, комунікації органів влади, офісні комунікації тощо).

Опираючись на низку фактів та визначень інших авторів, вчених, докторів наук та дослідників, можемо з впевненістю стверджувати важливість комунікації в публічному управлінні (й у житті соціуму в цілому), як процесу. Комунікація – це те, що призводить до розвитку так чи інакше, адже завдяки ній ми маємо змогу відчувати один одного й світ, маємо змогу вибудовувати шляхи покращення, аналізуючи весь позитивний та негативний досвід. Комунікація дозволяє зчитувати інформацію, що є фундаментальною необхідністю існування будь-якої системи, чи то людина, чи то організація, чи то суспільство, чи то держава. Комунікація виконує дуже важливі функції в суспільному житті, створюючи умови для забезпечення роботи не тільки інформаційної, а й усієї суспільної сфери. Щодо цього, Валерій Бебик мовив: «інформаційну сферу варто розглядати як своєрідну кровоносну систему суспільства, без якої функціонування

економічної, соціальної, політичної та духовної сфер суспільства не можливе». [2] І дійсно, створюючи будь-що, а особливо державу чи суспільство, де найважливішою одиницею є людина, ми завжди спираємось на інформацію, а тобто на комунікацію, як в будь-якому живому організмі усі системи життєдіяльності спираються на кровообіг.

1.2. Комунікації як інструмент публічного управління

Отже, ми розглянули, що собою являє комунікація як явище, та які існують види комунікації. Тепер роздивимось, яку ж роль вона грає в публічному управлінні.

Звернемо увагу на той факт, що у ХХ столітті в інформаційно-політичному просторі з'явилося та вкоренилося таке поняття як зв'язки з громадськістю або піар (PR). Воно надійшло до нас ще за часів розквіту таких цивілізацій, як Вавилон, Стародавня Греція та Стародавній Рим, де народ переконували в тому, що їм слід визнати владу своїх урядів і своєї релігії, але, так сказати, офіційно, як термін, не вносилося у вчене середовище.

Зв'язки з громадськістю (або Public Relations) – це доволі широке поняття, яке за часів свого офіційного існування набуло понад 500 визначень різного характеру. Хтось відносить цей інструмент взаємодії з соціумом до негативного впливу, тобто лише на свою користь (користь організації, структури тощо). Хтось відносить зв'язки з громадськістю до позитивного інструменту та винаходить його провідним інструментом впливу на еволюцію нинішнього покоління. Коло даного поняття крутяться діаметрально протилежні погляди.

На нашу ж думку, піблік рїлейшнз, як і будь-який інший інструмент впливання на соціум, може бути використаним в позитивному руслі в тому випадку, якщо використовувати його на благо громадськості, тобто виходячи з інтересів народу. Ми можемо погодитись з тією констатацією факту, що

зв'язки з громадськістю використовуються як в особистих намірах та вигодах, так і з благою ціллю, а отже будемо розглядати визначення терміну Паблік Рілейшнз з нейтральної точки зору. Питання використання даного інструменту в контексті позитивного або негативного наміру – питання етики та моралі, які чекають на наш аналіз у наступному підрозділі 1.3.

На думку деяких дослідників паблік рілейшнз – тісно пов'язане поняття з рекламою та пропагандою, але вважаємо за потрібне розділити ці терміни на окремі категорії.

Проаналізувавши різницю усіх трьох, на відміну від реклами ПР покликана виходити на широку публіку, а не на вузько окреслене коло потенційних споживачів. З іншого боку, на відміну від пропаганди, ПР може мати більш чітко окреслені цілі та об'єкти, у напрямку яких слідує інформувати громадськість. І реклама, і ПР також діють у системі альтернативних комунікацій, пропаганда має тенденцію діяти в безальтернативному комунікативному середовищі. (Рис. 1.3)



Рис. 1.3. Сфера функціонування PR, реклами та пропаганди

Щодо визначень актуального, терміну з наукової точки зору, наприклад, Г.Почепцов визначає паблік рілейшнз як «науку про управління громадською думкою» [8], доповнюючи, що Паблік Рілейшнз аналізує

комунікативні потоки будь-якої структури. При цьому метою такої роботи стає налагодження позитивних відносин між даною структурою та її громадськістю.

«Паблік Рілейшнз вирішує також завдання комунікативної організації суспільства загалом» – говорить Почепцов – «Будь-яка структура змушена створювати свою ідеологію, нехай і самого примітивного характеру, щоб чітко відбудовуватися від інших таких самих, конкурентних по відношенню до неї структур. Будь то країна чи будь-яка примітивна маленька організація, і та, і інша виконують однотипні функції лише на різних рівнях».

Тобто, з вислову Почепцова, завдяки такій новоствореній науці, як «зв'язки з громадськістю», можемо вивчати суспільство як велику комунікативну систему, аналізуючи усі глибинні внутрішні процеси, що відбуваються в ньому. Звісно, подібну можливість нам відкриває така наука як соціологія, але «зв'язки з громадськістю», на наш скромний розсуд, відрізняються від соціології тим, що перше – лише вивчає соціум, теоретично, а друге – наука прикладна та дає можливість саме використовувати знання в процесі вивчення вже на практиці.

А ось наприклад Едвард Бернейс, один із перших професіоналів ПР в Америці, постійно наголошує, що базою ПР є суспільні науки, а не журналістика, як помилково вважають інші дослідники, оскільки впливати на поведінку можна лише з опорою на весь спектр суспільних наук, а не суто філологічно. Він визначає ПР як «область дій, яка покликана займатися взаємодіями між особистістю, групою, ідеєю, чи іншою одиницею громадськості, від якої вона залежить». [9] І ця точка зору ще раз підкреслює практичність використання ПР науки на відміну від соціології, що, безумовно, ні в якому разі не перечить благородному існуванню другої.

Едвард Бернес наголошує, що, наприклад, консультант по зв'язкам з громадськістю є «той хто керує діями своїх клієнтів у тих аспектах, де вони взаємодіють із повсякденним життям суспільства. Його порада потрібна у кожному випадку, коли клієнт пред'являє себе громадськості – у вигляді

чогось конкретного чи просто ідеї. Рада ця відноситься не тільки до дій, що вживаються, але також і до того, за допомогою чого вони виявляються піднесені громадськості, чи то слово друковане, чи усне, чи візуалізоване – іншими словами, реклама, лекції, сцена, проповідь, газети, фотографії, радіо, пошта чи будь-яка інша форма передачі ідей.» [10] Тобто сама сутність «зв'язків з громадськістю» полягає в тому, щоб спиратися на глибокі знання соціологічних процесів та психології, що ще раз підтверджує наукову основу цього поняття.

До речі, на погляд Бернейса, трактування американського словосполучення ПР на українську мову зафіксувалося доволі не коректно. Він вважає більш правильним перекладом ПР як «стратегії комунікації», що вже зовсім інакше звучить та виправдовує його критичне мислення з цього приводу.

Зв'язки з громадськістю, звісно, є цілою окремою наукою породженою від комунікації, як такої. Вона несе в собі шляхи подолання бар'єрів між органами управління та народом, можливість об'єднання (навіть якщо від самого початку створена задля підкорення суспільства) – відповідь на це питання наразі ми знаходити не маємо за мету. Але можемо впевнено стверджувати, що зв'язки з громадськістю є невід'ємною складовою органів влади та, в першу чергу, повинні бути спрямовані на формування і підтримання взаємного позитивного комунікаційного обміну з суспільством.

Аналізуючи сьогоднішній стан розвитку українського суспільства, ми можемо сказати, що він ще не повною мірою відповідає демократичним принципам. Причинами цього є низький рівень життя населення, значна корумпованість, заполітизованість суспільства, що тягнуть за собою недовіру та байдужість громадян до участі у державницьких справах. Розбудова нового українського громадянського суспільства повинна передбачати тісну співпрацю органів державної влади з населенням, а також із врахуванням їх громадської думки. [11]

Отже, якщо ми розглядаємо ПР в контексті публічного управління, то необхідно визначитись з типологією функцій масової комунікації, так як це є «робочими руками» ПР й важливим інструментом впливу влади на громадськість.

За теорією В. Бебика, ключовими функціями масової комунікації є соціальні та психологічні функції. (Рис. 1.4.) [2] Він поділяє їх на:



Рис.1.4. Ключові функції масової комунікації

Соціальні функції масової комунікації:

– Інформаційна функція – є основною функцією, оскільки на організації й управлінні потоками інформації побудовані публік рілейшнз, реклама тощо.

– Соціалізуюча функція – пов’язана із соціальним вихованням членів суспільства, формуванням або зміною інтенсивності і спрямованості соціальних настанов, цінностей та ціннісних орієнтацій аудиторії, з якою здійснюється комунікація. Зокрема, соціалізуюча функція може розглядатися як така, що реалізує стратегічний публік рілейшнз, на якому ґрунтується вся суспільна сфера.

– Організаційно-поведінська функція – пов’язана із ініціюванням або припиненням масових дій. З нею можна поєднати тактичний паблік рілейшнз (політична, виборча, або рекламна кампанія).

– Емоційно-тонізуюча функція полягає в регулюванні емоційного рівня аудиторії, стимулюванні її емоційних реакцій.

– Комунікаційна функція – пов’язана з регулюванням зв’язків між різними індивідами або сегментами аудиторії, а також комунікатора з тією самою аудиторією.

Психологічні функції масової комунікації:

– Формування масової психології – стратегічна, оскільки формує масу (як суб’єкт соціальної дії), і масову психологію.

– Інтеграційно-комунікаційна – пов’язана з формуванням загальних емоційно-психологічних настроїв аудиторії.

– Інформаційна – забезпечує аудиторію певним набором інформації, створює єдину «інформаційну» систему координат для сприйняття і оцінки подій, які відбуваються в суспільстві.

– Соціалізуюче-виховна – сприяє формуванню узагальнених настанов, цінностей і ціннісних орієнтацій.

– Функція організації поведінки – стимулює напрями конкретних дій маси.

Нажаль дані функції масового інформування та комунікації найчастіше використовуються, як інструменти маніпулювання в корисних цілях ініціатором маніпулювання, тобто, в нашій ситуації, управлінською стороною, де об’єктом маніпулювання виступає громадськість.

Загалом феномен масової комунікації можна розглядати як:

1. Набір технічних механізмів (засобів масової комунікації, які доносять повідомлення до громадськості) для впливу на психіку людей.

2. Нові змістовні компоненти психологічного впливу (коли транслюються не просто директивні повідомлення, а повідомлення, що

стимулюють індивідів (або цілі групи соціального населення) до певних дій).

3. Спеціально організований процес, коли зовнішньо люди начебто мають право на індивідуалізацію і свободу людської свідомості, а по суті – внутрішньо (психологічно) такого вибору не мають, оскільки дивляться одні й ті самі (по змісту) телепрограми, слухають одні й ті самі радіопередачі і читають одні й ті самі повідомлення з різними назвами.

Звідси висновок, що інформаційна політика здатна створити, та, безперечно, створює комунікаційний структурний простір спираючись на велику низку досліджень психології соціальних груп (наприклад міста або країни), чи соціуму в цілому. Це відомий факт, адже в будь-якій розвиненій країні існують комунікативні стратегії, на прикладі Стратегії комунікації у сфері запобігання проти корупції в Україні. [12] Де основною метою є зміна суспільно-політичного дискурсу шляхом посилення уваги до питання запобігання та відмови від корупції, формування нульової толерантності до будь-яких корупційних проявів.

Адже, як говорять автори книги про роль комунікацій у системі менеджменту, Дяченко та Франовська, [13] «налагоджені комунікації даватимуть змогу мінімізувати певні ризики та в цілому взаємодіяти в процесі існування та діяльності суспільства. Ефективні комунікації сприяють удосконаленню зазначеної системи. Оперативність та адекватність комунікації прискорять досягнення стратегічних цілей».

При цьому автори статті про важливість комунікацій в управлінні кажуть, що «комунікація є інструментом гармонізації людських ресурсів, тобто головним інструментом управлінця у виконанні функцій та досягненні цілей організації. Проблема ефективних комунікацій вважається однією з ключових у діяльності керівників, оскільки комунікація є важливою функцією управління й безпосередньо пов'язана з усіма іншими управлінськими функціями». [14]

Погоджуючись з цими думками, можемо ще раз наголосити на важливості створення в соціумі гармонійного інформаційно-комунікаційного середовища, що буде базуватися на базових етично-моральних цінностях, так як це буде запорукою якісного формування зв'язків з громадськістю й порозумінням між об'єктом та суб'єктом управління.

Надалі перед нами постає питання вже справедливості й етичності використання всіх перелічених інструментів комунікації та впливу на суспільну свідомість саме на користь еволюційного розвитку.

1.3. Фактори впливу на комунікації в публічному управлінні

Розглядаючи питання комунікації в публічному управлінні, маємо необхідність розглянути фактори якості взаємодії влади з громадськістю в даному контексті. Адже компетентність публічних службовців напряду впливає, та навіть є вирішальною, у якості комунікації зі суспільством. В процесі комунікації закладено надто багато факторів. Ми виділяємо з них три основні, які мають безпосередній вплив саме на якість та ефективність комунікації в публічному управлінні – це професійні компетентності, лідерські якості та морально-етичні компетентності публічного діяча. (Рис 1.5.)

Суперечливим є питання щодо того, яка з цих складових є найважливішою, адже беручи за основу кожен з них, ми не можемо нехтувати іншими. Якщо публічний службовець буде мати лише професійні та лідерські якості – він не зможе повноцінно впливати на людей в процесі комунікації, адже його рішення та вчинки в такому разі не завжди будуть відповідати морально-етичним основам та принципам, на яких базується гуманістичний підхід до виконання завдань. Якщо публічний діяч не матиме в своїй особистості лідерських якостей – професійної та морально-етичної основи не завжди вистачить, щоб вплинути на якомога більшу кількість

людей, адже лідерство надає можливість бути яскравим, помітним, знаходити шлях до людей в їх масовості та утримувати їх увагу та думки. Якщо ж відняти професійні компетентності, очевидно, наскільки б публічний діяч не був морально-етично компетентним та вихованим, наскільки б не був яскравим лідером, без знань правових норм та засад, без знань діловодства, політики, ораторського мистецтва тощо, – його компетентностей буде недостатньо, щоб якісно комунікувати з громадськістю та виконувати свої обов'язки. Отже всі три компетентності є невід'ємними та базовими.

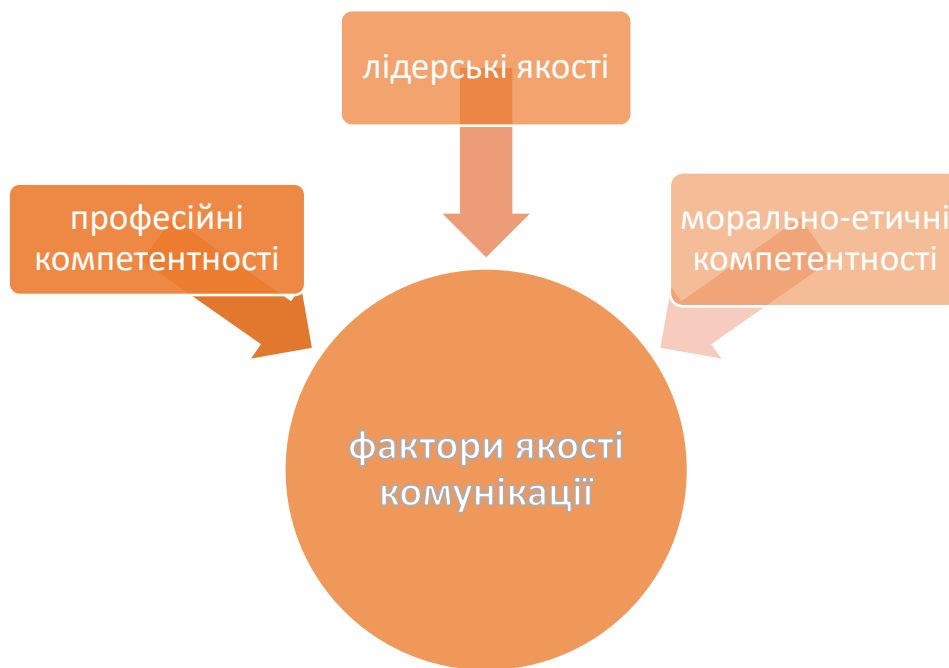


Рис. 1.5. Фактори якості комунікацій в публічному управлінні

Розглянемо кожну з них більш детально.

Аналізуючи найважливіші фактори ми все ж таки маємо виділити той, на якому базується все інше, адже, на нашу думку, якщо глибоко замислитись, без морально-етичної основи управління апріорі не може відбуватися правильно та ефективно. В такому випадку воно не буде мати фундаментальної основи у вигляді людяності та вихованості на яку й накладаються професійні навички.

Говорячи про морально-етичні компетентності ми можемо також назвати їх культурою управління. Автори підручника «Культура управління» визначають це поняття як «важливу сферу цільового впливу на свідомість, вчинки і поведінку персоналу, на їхні життєві цілі й цінності, прагнення, бажання та інтереси, на їхнє ставлення до фірми та до своїх безпосередніх виробничих завдань і функцій». [15] Ця дефініція є наближеною до морально-етичної компетентності (або освіченості), адже морально-етичні якості випливають з культури та вихованості особистості.

За думкою різних дослідників, актуальною проблемою сучасної системи управління постає питання морально-етичної освіченості. Особливо гострим є елементи моральної відповідальності управлінців, направленості їх діяльності та можливості використання в своїй політиці інструментів з антигуманними цілями. Адже, якщо розглядати управління через комунікацію односторонню, вивчаючи лише інструменти впливу на суспільну свідомість та структуру побудови менеджменту, без підґрунтя у вигляді морально-етичної основи – ми упустимо дуже важливу деталь – гуманістичну.

Багато хто, в тому числі серед керівників, вбачає сенс соціального прогресу у соціально-економічному зростанні, тобто в підвищенні рівня матеріального добробуту населення. Однак часто, у нинішніх реаліях, концентруючись на управлінні технічними процесами, керівники ігнорують найважливіший елемент управління соціальним прогресом – безпосередній зв'язок з суспільством.

В той самий час, цілком справедливо пишуть С. О. Заветний, О. С. Пономарьов та О. В. Нанка, «сам сенс соціально-економічного розвитку при всій його закономірності й невідворотності полягає не просто в ускладненні продуктивних сил, а у їх доцільному використанні на благо людини і людства». А для цього, на думку авторів, необхідне «припинення деструктивного впливу на навколишню природу як середовище проживання людини й гармонізація відносин в цілісній системі «людина – суспільство –

природа – техносфера». [16] Тобто сам сенс існування суспільства та держави, як системи полягає в тому, щоб вибудувати гармонійну систему комунікації, яка в свою чергу на пряму залежить від істотного підвищення рівня культури управління та її поширення на всі ланки і сфери управлінської діяльності. А так як саме через управлінські рушії відбувається активне просування етично-моральної системи цінностей в маси, це сприятиме прагненню міцного їх засвоєння й дотримання буквально кожною людиною. «Тільки у такому разі соціальний прогрес може дійсно полягати в гармонійному зростанні добробуту, духовності й культури людей, належної якості їх життя. Тільки у такому разі він буде здатним зробити людину вільною, заможною, здоровою і щасливою.» - говорять автори посібника «Культура управління». [15] Сутність виховання суспільства полягає у привласненні соціального досвіду, а його зміст – в тому, щоб те зовнішнє, об'єктивне, найкраще, що є в соціальному досвіді, стало суб'єктивним, тобто перетворилося на погляди і переконання, вчинки і поведінку особистості.

Оскільки цілі, прагнення й інтереси множини людей не співпадають між собою, для забезпечення нормального функціонування й розвитку суспільства людство напрацювало механізми певного їх узгодження у вигляді моралі, права та звичаїв. «Ці механізми еволюціонують разом з розвитком самого суспільства, однак у будь-якому разі логіка соціального прогресу вимагає від керівників неухильного дотримання норм і обмежень, передбачених цими механізмами, і жорсткого слідкування за їх дотриманням з боку підлеглих.

Таким чином, для забезпечення соціального прогресу культура управління має бути активною і наступальною – кажуть науковці у сфері вивчення культури управління – це означає чітке визначення векторів розвитку соціуму і кожної соціальної системи відповідно до закономірностей самоорганізації й неухильне слідуванням цим векторам вже на етапах цілепокладання й вибору засобів та способів досягнення

обраних цілей». [17] Тобто закладаючи в основу прийняття управлінських рішень морально-етичні норми. Адже в загальній структурі культури управління чільне місце посідає етична її підсистема.

Дійсно, етика має супроводжувати будь-який різновид людської діяльності, який пов'язаний із взаємодією та взаємовідносинами виконавців. Це повною мірою стосується управлінської діяльності, оскільки тут система взаємовідносин ускладнюється наявністю ієрархічних зв'язків керівництва підпорядкування. При цьому сама етика управління виступає конкретизацією загальної морально-етичної парадигми, прийнятої в даному суспільстві. Вона відображає цілі, цінності й ідеали як цього суспільства у цілому, так і керівника й керованої ним організації.

Взагалі ж етика управління є специфічним соціальним феноменом і відносно новою науковою дисципліною. У цій своїй якості етика управління являє собою складне багатопланове і багатоаспектне явище. Тому глибоке розуміння її сутності та змісту вимагає розглянути її основні аспекти.

По-перше, етика управління охоплює певну множину норм і принципів морально-етичного характеру, на яких мають ґрунтуватися організація спільної діяльності людей та управління нею. Сутність цих норм і принципів полягає в тому, що заздалегідь визначені цілі діяльності мають досягатися не за будь-яку ціну, а з необхідністю обов'язкового дотримання правових і моральних норм та з урахуванням суспільних потреб при узгодженні інтересів працівників, фірми в цілому та її керівництва. Тільки за цих умов можна сподіватися на те, що процес і результат спільної діяльності не тільки задовольнить матеріальні потреби її учасників, а й сприятиме формуванню сприятливого психологічного клімату й товарищескості у їхніх взаємовідносинах. Сприятливий психологічний клімат допомагає максимальній творчій самореалізації працівників.

По-друге, сенс етики управління та її розуміння поширюються на сферу як суто ділових, так і неформальних міжособистісних відносин між людьми, які цілком природно виникають в процесі їхньої спільної діяльності

та управління нею. Тому етика управління охоплює сукупність моральних норм і правил ділових відносин і ділового спілкування і ведення ділових бесід і переговорів. Вона передбачає чесність і неухильне дотримання кожним керівником, кожною діловою людиною своїх обіцянок і зобов'язань стосовно виконання досягнутих домовленостей. І в цьому моменті етика управління перетинається з культурою управління.

По-третє, сама етика управління повинна розглядатися як надзвичайно важливий складник системи прикладних наук про феномен управління, а також системи соціальних наук взагалі, яка інтегрує у собі кращі сучасні досягнення соціальної філософії, соціальної психології та соціології. Вона, разом з такими прикладними дисциплінами, як філософія управління і психологія управління, педагогіка управління і соціологія управління, етика міжособистісних відносин тощо відіграє вкрай важливу роль у професійній підготовці керівників-лідерів та в оволодінні ними культурою управління. Вона ж допомагає їм формувати чіткі світоглядні позиції, моральні принципи і переконання.

Водночас етика (або культура) управління значною мірою визначає стиль управління, характер діяльності й поведінки політичної і ділової еліти країни. Культура управління полягає також у глибокому розумінні управлінцем, що він не тільки виступає носієм певної сукупності владних повноважень, які визначаються його посадовим статусом, але й носієм культури, взірцем для своїх підлеглих. Більш того, роль цього чинника постійно зростає з подальшою демократизацією суспільного життя й підвищенням освітнього, кваліфікаційного та загальнокультурного рівня переважної частини громадян. Реальна культура управління формується поступово через еволюційний розвиток країни й суспільства в цілому, а також через повсякденну працю управлінців, в їх навчанні на кращих зразках, у процесі системного аналізу результатів діяльності та недоліків у роботі й при їх подоланні. Урахування й реалізація вимог культури управління в процесі різноманітної діяльності органів управління дають

можливість підвищити якість управлінської праці, налагодити комунікаційний зв'язок з громадськістю, поліпшити існування країни та людства, забезпечити гармонійний процес взаємодії та розвитку системи управління громадськістю.

Другим основним фактором якості комунікації в публічному управлінні, маємо виділити лідерство. На нашу думку, хоча лідерство і вивчається як окрема дисципліна та навичка, воно є більше якістю управлінця, аніж компетентністю, так як компетентність говорить про можливість набути певні знання та навички, але ж лідерські якості зазвичай проявляються в особистості ще з дитинства або юнацтва та супроводжують людину протягом всього життя.

Наприклад Л.М.Сергеева, В.П.Кондратьєва та М.Я.Хромей в навчальному посібнику про лідерство визначають лідерство як «вміння пробудити в людей мрію, до якої вони наближатимуться, «вдихнути» в них потрібну для руху енергію. Під лідерством розуміється спроможність впливати на окремі особистості та соціальні групи, трудові колективи, спрямовувати їхні зусилля на досягнення мети організації, фірми, підприємства». [17] Тому лідерство і є визначальним фактором якості комунікації в публічному управлінні, адже саме цей фактор надає керівнику можливість більш ефективно впливати як на свій робочий колектив, так і на соціальні маси через свої дії та комунікацію.

Взагалі ж словникове визначення слова «лідер» означає «той, хто веде за собою, очолює». Лідер (англ. leader – провідник, той, хто веде, керівник, вождь, командир) – особистість, яка користується беззастережним авторитетом і повагою з огляду на свої видатні індивідуальні людські, інтелектуальні або фахові якості.

А ось наприклад У. Бенніс [18] розглядає керівництво у нерозривній його єдності з лідерством. На його думку, лідер володіє такими якостями, як уміння вчитися в інших і зовнішнього середовища, а також прагнення більше дізнатися про себе. Хороший лідер має здоровий егоїзм, щоб мати

можливість сприймати людей такими, якими вони є. За У. Бенісом, лідерство ґрунтується на трьох основних факторах: амбіціях чи внутрішніх спонуканнях, компетенціях чи досвідченості, а також на внутрішній цілісності чи моральних якостях. Що з однієї сторони доводить нашу теорію, так як Беніс вказує на наявність внутрішніх цінностей і моральних якостей, але з іншої сторони скоріш за все науковець сприймає лідерство як саме керівництво, але ж не як окрема складова компетентостей управлінця.

При цьому У. Бенніс попереджає про небезпеку вибору в складні часи тих лідерів, які мають амбіції та компетенцію, але позбавлені порядності. Тобто намагається наголосити на тому, що керівну посаду повинна займати людина, що ґрунтує свої думки та рішення на морально-етичній основі.

Таким чином він дає найкраще підтвердження важливості культури управління в контексті підготовки керівників на посади. Погоджуючись з думками науковця, ми вважаємо що лідерство завжди повинно супроводжуватись культурою управління, адже керувати та комунікувати з суспільством має саме та людина, котра є зразковою для громадськості. Керівник, маючий антигуманні цілі, супротивні морально-етичним цінностям не здатний створити сприятливе середовище існування й розвитку суспільства.

І поступово ми підійшли до третього фактору якості комунікації в публічному управлінні – професійні компетентності. В законодавстві не існує конкретно точного переліку компетентностей, якими повинен володіти публічний діяч. Формування професіоналізму завжди відбувається індивідуально, хоча, звісно ж, певні рамки, наприклад, у вигляді обов'язкової наявності вищої освіти, все ж таки існують. Але ж ми спробували винайти найголовніші навички, які однозначно необхідні для займання керівної посади. До них віднесемо:

- Здатність до стратегічного мислення;
- Знання психології та соціології;
- Вміння користуватися законодавчою системою;

- Знання рідної мови (та за можливістю іноземних);
- Вивчення історії своєї держави та світу;
- Знання політології;
- Знання економіки;
- Ораторська майстерність або вміння спілкуватися;
- Глибокі знання з управління та адміністрування тощо.

Звісно ж, на цих компетентностях перелік професійних навичок не завершується, але даний набір безперечно буде одним з вирішальних факторів якості та ефективності комунікації публічних службовців з суспільством. Взагалі ж, довідникова література інтерпретує поняття «компетентність» як знання та досвід у певній галузі, адже більшість науковців стверджує, що бути компетентним – це вміти адаптувати набуті знання та навички індивідуально під кожен ситуацію. Тобто у випадку з комунікацією в публічному управлінні, професіонал має вміло та адаптивно використовувати перелічені вище професійні якості в контексті комунікування з соціумом.

У рамках психологічних теорій професійна компетентність у спілкуванні розуміється значно ширше, а саме, як складне утворення, що включає знання соціально-психологічних факторів і вміння використовувати їх у конкретній діяльності. Основним чинником фахової компетентності у спілкуванні є компетентність людини в самій собі («Я - компетентність») [19], тобто її адекватна орієнтація у власному психологічному потенціалі, а також у потенціалі та психологічних особливостях партнерів (у вигляді співбесідника, соціальної групи або суспільства загалом), компетентність у ситуації й завданнях.

Професійна компетентність фахівців – це якісна характеристика їх особистості, яка включає систему науково-професійних знань, практичних умінь, а також особистісних якостей; вона забезпечує готовність здійснювати професійну діяльність (звісно в комплексі з морально-етичними компетентностями та лідерськими якостями). Вона передбачає

усвідомлення власних бажань до професійної діяльності – мотивів, інтересів, ціннісних орієнтацій, та відповідність своїх рішень та думок потребам та цінностям суспільства. Фахова комунікативна компетентність передбачає наявність певних знань з психології та вміння застосовувати ці знання на практиці, вимагає від фахівця усвідомлення соціальних потреб, ціннісних орієнтацій.

Звісно ж, в сфері управління серед багатьох дослідників існує думка, що професійні компетентності є найголовнішим фактором ефективного управління не тільки з боку комунікації з суспільством, а й загалом. Але ж беремо сміливість стверджувати, що, все ж таки, без морально-етичного підґрунтя професійні навички найчастіше матимуть змогу створити лише неосвічений, не гуманний та антидемократичний стиль комунікації й управління суспільством. А лідерські якості, в свою чергу, також сприяють найбільш ефективному процесу комунікації.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ КОМУНІКАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз комунікативного впливу публічних службовців на громадськість

З огляду на державне управління маємо зазначити, що ефективна комунікація між органами державної влади та громадянським суспільством є важливим проявом демократичного розвитку країни, а отже одним з найважливіших рушіїв влади, що дозволяє знаходити рішення щодо покращення благоустрою та життєдіяльності громадськості. Через комунікацію відбувається незамінний зворотній зв'язок, коли влада може краще інформувати про свою діяльність суспільство, а також дізнається про оцінку цієї діяльності з боку активних верств населення, які представляють потреби громадянського суспільства.

Актуальність питання ефективності публічного управління шляхом комунікації визначається тим, що розвиток України як демократичної, соціальної, правової держави, що в ній визнається і діє принцип людиноорієнтованості, вимагає максимальних прозорості, доступності та відкритості в діяльності органів державної влади. Ефективність публічного управління в реалізації державно-громадської комунікації визначається, серед іншого, і рівнем поінформованості громадян, їх свідомою участю в публічному управлінні загалом.

А це, як ми зазначали в першому розділі, окрім іншого, напряму залежить від компетентностей публічних службовців, від професійної їх обізнаності, від якості комунікаційного процесу з їх сторони та від ціннісних орієнтацій, якими вони керуються в процесі комунікації. Важливим питанням є те, яким чином здійснюється комунікативна політика в Україні, адже комунікація між державою та громадськістю – це не стільки процес

свавільного спілкування, скільки стратегічно розрахована та продумана система комунікативної політики, що, звісно ж, повинна бути розрахована на покращення та розвиток різних верств населення та держави загалом.

Звісно ж, абсолютно любий комунікативний процес однаково залежить від двох сторін, так як комунікація апріорі не може бути односторонньою і роль громадськості в цьому процесі не менш важлива. Суспільство повинно бути зацікавленим у комунікації з державними представниками та її ефективності. Але все ж таки, в контексті комунікації «держава-громадськість» великий відсоток якості комунікації належить державі, як сторони, керуючої цим процесом. Держава, як вище стояча структура повинна приймати на себе добру долю активної організаційної ролі комунікативного процесу, адже від того, наскільки сприятливу флору створить державний апарат в своїй країні буде залежати також і замотивованість, і зацікавленість суспільства. Тому «у сучасному інформаційному суспільстві держава несе велику відповідальність за забезпечення ефективного впливу комунікації на суспільство. Комунікативна політика держави відіграє ключову роль у формуванні громадської думки, зміцненні соціальної комунікації та визначенні стратегій соціального розвитку. В умовах зростання суспільного впливу комунікативна політика стає невід'ємною частиною успішного розвитку країни та активного розвитку людського капіталу.» [20]

Комунікативна політика в Україні регулюється рядом законів та нормативно-правових актів, які визначають принципи та правила комунікації держави з громадськістю, до них віднесемо:

1. Конституція України (1996) встановлює загальні принципи свободи слова, права на інформацію та права громадян на сприйняття та передачу інформації; гарантує право на свободу слова, преси, радіо, телебачення та інші форми виразу [21].

2. Закон України «Про інформацію» (1992) визначає правові засади інформаційної діяльності в Україні, встановлює принципи доступу до

інформації, правила щодо розповсюдження інформації державними органами, порядок надання інформації громадськості та інші аспекти інформаційної політики [22].

3. Закон України «Про звернення громадян» (1996). Цей закон надає можливість громадянам України брати участь у керівництві державними та громадськими справами, впливати на поліпшення роботи органів державної влади і місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій незалежно від форм власності, захищати свої права та законні інтереси, а також відновлювати їх у разі порушення. [23].

4. Закон України «Про медіа» (2023) призначений для забезпечення реалізації основних прав, зокрема, свободи висловлювання поглядів та доступу до різноманітної, достовірної та актуальної інформації [24]. Він також націлений на підтримку різноманіття думок та вільного поширення інформації.

5. Закон України "Про суспільні медіа України" (2014) встановлює правові засади для діяльності Суспільного медіа України та визначає принципи функціонування Національної суспільної телерадіокомпанії України [25]. Суспільне медіа України створене з метою залучення громадян до обговорення та вирішення найважливіших соціально-політичних питань, сприяння національному діалогу та підтримки формування громадянського суспільства.

6. Закон України «Про рекламу» (1996) визначає принципи рекламної діяльності в Україні, встановлює правила щодо розміщення реклами в країні, регулює використання реклами в масових засобах інформації, встановлює вимоги до змісту та формату рекламних матеріалів і визначає правила щодо захисту прав споживачів [26].

7. Закон України "Про доступ до публічної інформації" (2011), встановлює порядок реалізації та гарантує право кожної особи на доступ до інформації, що перебуває у володінні суб'єктів владних повноважень, інших

постачальників публічної інформації, згідно з визначенням, що надано цим Законом, а також інформації, яка становить суспільний інтерес [27].

8. Закон України «Про основні засади державної комунікативної політики» (2010), [28] визначає шляхи законодавчого врегулювання питання забезпечення взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю на засадах рівноправного партнерства, що сприятиме зміцненню демократії, становленню громадянського та інформаційного суспільства, де передбачено, зокрема,:

- формування у населення комунікативної культури;
- підвищення рівня відкритості і прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- сприяння забезпеченню суспільної стабільності, підвищенню рівня довіри громадян до органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- формування системи комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю тощо.

На сьогодні питання налагодження комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю також частково регулюється Законами України «Про інформацію» (2657-12), «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» (539/97-ВР), «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» (537-16), «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» (1160-15), «Про звернення громадян» (393/96-ВР), «Про місцеве самоврядування в Україні» (280/97-ВР).

Результати аналізу зазначених законів свідчать про те, що рівень правового врегулювання питання налагодження комунікації між органами

державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю не повною мірою відповідає реальній картині рівню розвитку українського суспільства.

Отже, необхідно удосконалити механізм регулювання комунікативного процесу, зокрема створити більш відбірну систему допуску державних службовців на посаду збоку морально-етичної та професійної компетентностей, які відповідатимуть сучасним вимогам світу та держави, що дозволить створити більш сприятливу та ефективну флору розвитку держави. У зв'язку з цим існує нагальна потреба у розробленні основних засад державної комунікативної політики, впровадження нових стандартів інформаційного обміну між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації та громадськістю.

Наразі в Україні основними джерелами отримання інформації є телебачення, Інтернет та соціальні мережі. Найбільш вагому аудиторію мають приватні телеканали. Таким чином, порядок денний, який формують засоби масової комунікації, виходить далеко не з потреб суспільства, хоча деколи потреби влади та потребами суспільства можуть перетинатися. Проаналізувавши дані провідних соціологічних компаній України, можна побачити, що українці мають стійку недовіру до центральних органів державної влади та практично до всіх інших державних інститутів. [29] (Рис. 2.1.)

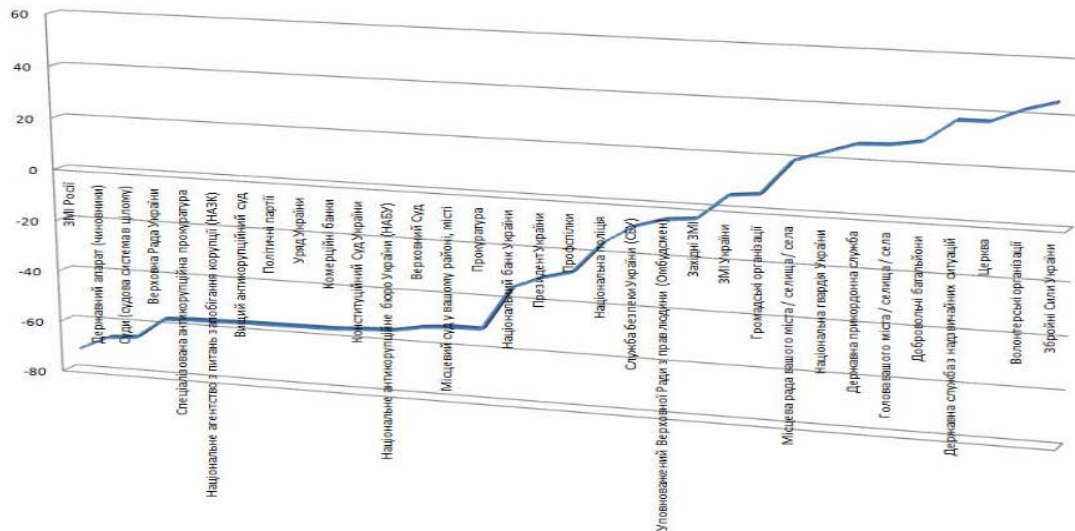


Рис.2.1. Баланс довіри-недовіри до державних та суспільних інститутів

Звісно, довіра або недовіра до частини інститутів у певний проміжок часу може бути пов'язана з політичними уподобаннями респондентів, сподіваннями, особистістю, яка персоніфікує той чи інший інститут у даний час, задоволенням (незадоволенням) респондентів власним життям тощо. І хоча для демократій є властивою періодична зміна виконавців влади і більше значення мають чинні норми і правила, загальні дані все ж таки свідчать про відсутність інституціональної довіри. Нажаль, лідером недовіри є державний апарат загалом, що підкреслює високий рівень відчуження між структурами державної влади і суспільством, який зумовлює негативну оцінку громадянами діяльності влади. (Рис.2.2.) [29] І це ще раз підкреслює необхідність реформ у сфері комунікаційної політики спрямованої на розвиток держави. Публічне управління шляхом комунікації повинне будуватися на морально-етичних принципах, що є основою довіри громадськості до апарату управління, адже базуючись на морально-етичних законах та принципах, комунікативний процес в публічному управлінні автоматично побудується на інтересах суспільства.

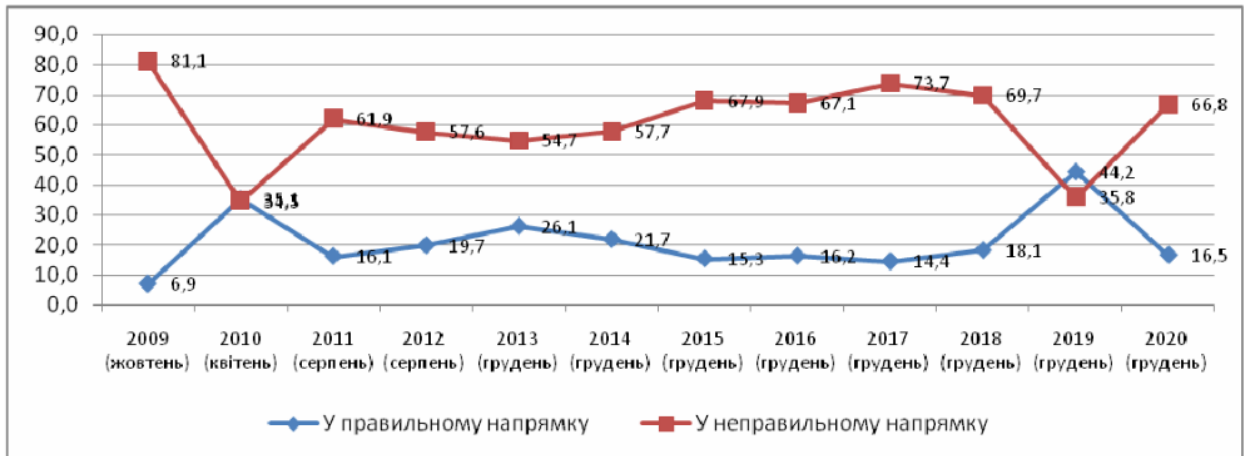


Рис. 2.2. Результати опитування про розвиток подій в Україні

Налагодження комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю є важливою умовою демократичного розвитку держави, становлення громадянського суспільства.

Аналізуючи сучасний стан правового регулювання налагодження комунікації між органами державної влади та громадськістю, можна дійти висновку, що на сьогодні стан комунікації не повною мірою відповідає інтересам та побажанням громадян. З огляду на це постає завдання розбудови сучасної соціально орієнтованої держави, успіх якої забезпечується такими вагомими факторами, як знання прагнень та потреб громадян, швидке та гнучке реагування на їх вимоги. [30] – говорить Чаплай І.В., автор посібника про «Державно-громадянську комунікацію як об'єкт наукового дослідження».

Питання ефективності комунікації публічних службовців з громадськістю є відкритим питанням публічного управління в Україні. Не можливо створити демократичну державу, не спираючись на думки, потреби та, що найголовніше, морально-етичні цінності громадян своєї країни, які повинна формувати, якраз-таки, в першу чергу, сама державно-управлінська структура. Комунікаційна політика повинна бути спрямованою на створення

сприятливої системи взаємодії та співпраці громадськості з державою, створювати взаємоповажний та довірливий процес комунікації.

2.2. Соціологічне дослідження ефективності комунікативних процесів у публічному управлінні

Налагодження комунікації між органами державної влади і громадськістю є важливою умовою демократичного розвитку держави та становлення благополучного громадянського суспільства. Аналізуючи сучасний стан правового регулювання налагодження комунікації між органами державної влади та суспільством, можна дійти висновку, що на сьогодні стан комунікації не повною мірою відповідає інтересам та побажанням громадян навіть у європейських країнах.

У цьому контексті показовим є оприлюднене нещодавно дослідження щодо індексу ефективності державної служби. У 2017 р. за підтримки Оксфордського університету, Інституту урядування та публічної служби Великобританії, Фонду відкритого суспільства розроблено та апробовано Міжнародний індекс ефективності державної служби. До основних функцій державної служби належить, крім формування політики, фінансового менеджменту, регулювання, управління кризами, ефективності управління соціальною безпекою, цифрових послуг, і така функція, як управління людськими ресурсами. При цьому вона охоплює компетентність та доброчесність кандидатів, яких відбирають на посади державної служби, як і вміння держави залучити та, найголовніше, втримати талановитих людей. До основних атрибутів державної служби віднесено: відкритість, доброчесність, компетентність, інклюзивність, залученість персоналу, інновації. [43] У цьому дослідженні доброчесність вимірюється на основі таких міжнародних рейтингів, як Міжнародний барометр корупції (GCB) Transparency International, на якому, до слова Україна посідає 104-ше місце

зі 180 представлених країн, за Індексом глобальної конкурентоспроможності – 81-ше місце зі 137 країн(станом на 2023 рік).

З огляду на це постає завдання розбудови сучасної соціально орієнтованої держави, успіх якої забезпечується такими вагомими факторами, як знання прагнень, потреб та цінностей громадян, відповідність високому рівню культури управління, що, на прикладі державних службовців, дозволить виховувати в громадськості морально-етичні принципи та компетентності.

Зарубіжний досвід говорить нам про можливі шляхи вирішення актуальної проблеми, наприклад, через формування чітких принципів комунікації між державою та суспільством, серед них:

1. Вивчення потреб громадян та залучення їх до участі в прийнятті рішень та інших демократичних процесах.

2. Доступне, чітке та зрозуміле інформування громадян про цілі, мету, результати діяльності ЄС.

3. Стимулювання громадян до участі у формуванні комунікативної політики з метою широкого охоплення всіх верств населення.

4. Вдосконалення зворотного зв'язку, діалогу «влада– суспільство».

Але ж сучасний стан не ефективної комунікативної політики та зв'язку з громадськістю, через високий рівень недовіри громадян до влади в Україні, вимагає більш детального вивчення та більш глибокого аналізу формування проблеми, так як він призводить до зниження рівню життя суспільства, його благоустрою та демократичного волевиявлення та, як наслідок, до деградації.

Необхідність створення нової комунікативної політики держави впливає з проблематичного стану комунікаційних процесів між органами державної влади та інститутами громадянського суспільства. Цей недолік веде до відсутності необхідної координації їхньої діяльності в управлінні економічним, соціальним та гуманітарним розвитком суспільства. [44]

За ст. 5 Конституції України, Україна є демократичною державою, тобто країною, де панує народовладдя, відповідно, через встановлених представників, тобто через органи державної влади. За таких умов, очевидним є факт того, що довіра між встановленою владою та громадськістю повинна бути на достатньо високому рівні. Але ж статистичні аналізи останніх років показали нам, що рівень довіри до державного апарату загалом є найнижчим з усіх можливих структур нашої країни. І це ще раз підкреслює необхідність розглянути питання якості та ефективності комунікаційної політики державних службовців через морально-етичну складову, так як в процесі взаємодії та комунікації «влада-народ» це є запорукою порозуміння та прагнення до спільної мети.

За нашою гіпотезою, задля утворення довірливих стосунків між державним управлінням та громадськістю та формування ефективної комунікації, необхідно створити нову систему допущення державних службовців до апарату управління крізь призму морально-етичної компетентності.

Для цього особисто було проведено соціологічне опитування з ціллю дізнатися думки громадян України щодо необхідності підвищення рівню морально-етичної компетентності державних службовців задля покращення комунікаційного процесу і ефективності управління відповідно.

В опитуванні приймало участь майже 100 громадян (92 людини). Ціллю дослідження було доведення низької морально-етичної освіченості та культури управління органів влади України, що безпосередньо має досить великий вплив на якість формування зв'язків з громадськістю, довірливих відносин з громадою та високого рівню легітимності.

Опитування проводилося в онлайн форматі у межах міста Дніпро протягом трьох днів (19-22 червня 2024 року) та складало в собі 8 питань, серед яких:

1. Ваш вік? (Рис.3.1.)

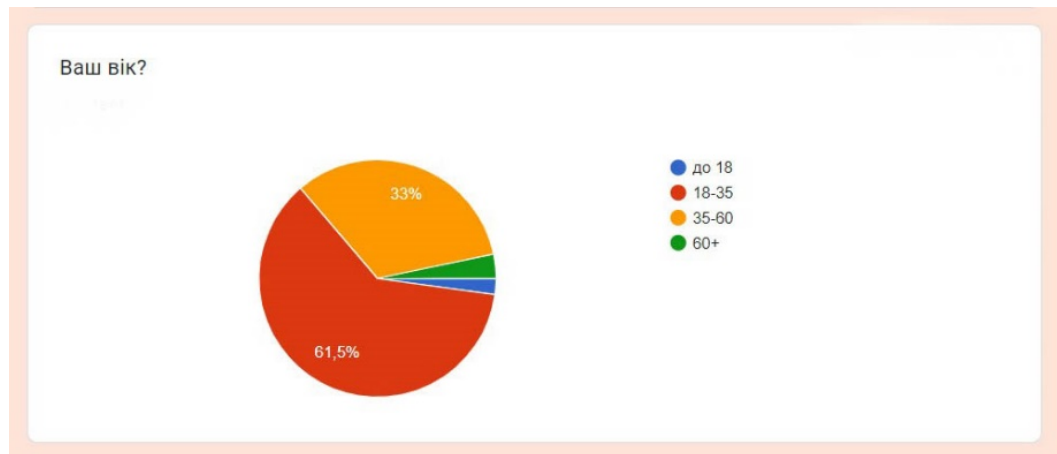


Рис. 3.1. Вікова структура респондентів

Де бачимо, що найбільша частина, з тих громадян, які узяли участь у опитуванні – це молодь від 18 до 35 років (61,5%) та громадяни середнього віку 35-60 років (33%). А, наскільки ми знаємо, саме молодь формує майбутні шляхи розвитку держави, так як є майбутнім своєї країни, тож саме їх думка має істотний вплив на формування подальшого розвитку держави.

2. Який маєте рівень освіти? (Рис.3.2.)

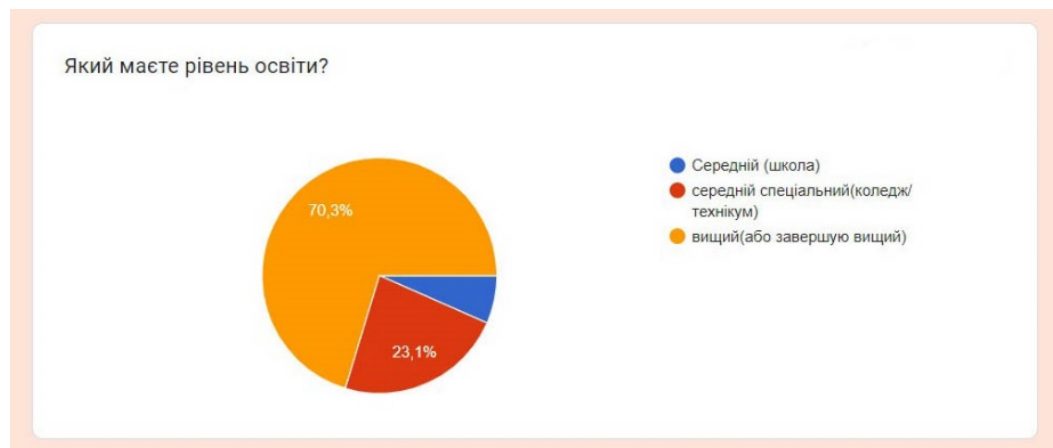


Рис.3.2. Структура відповідей респондентів щодо рівня освіти

Задля дослідження було вирішено дізнатися рівень освіти громадян. Думка громадян з вищою освітою, а таких в нашому дослідженні було 70,3%, має найбільш вагомий внесок в дослідження, адже, на нашу думку, рівень освіти безперечно впливає на рівень свідомості та обізнаності у політичній та соціальних сферах. Цей фактор дозволяє більш грамотно

оцінити актуальну ситуацію в країні, надати цікаві шляхи вирішення актуальних питань, а також вплинути на сформовану проблемну ситуацію в державі своєю думкою.

3. Як Ви розумієте морально-етичні компетентності публічних управлінців? (Рис.3.3.) (де серед відповідей можна було обрати):

А) доброзичливість, емпатія, відкритість, делікатність, ввічливість і тактовність у спілкуванні

Б) дотримання етичних норм і правил, закріплених у етичному кодексі

В) не залежно від посади та статусу, збереження поваги до інших; вирішування посадових завдань, спираючись на моральні та гуманістичні принципи; направленість дій на покращення життя народу

Г) базова компетентність, без якої неможливе управління громадськістю, навіть за наявності професійних здібностей

Д) свій варіант

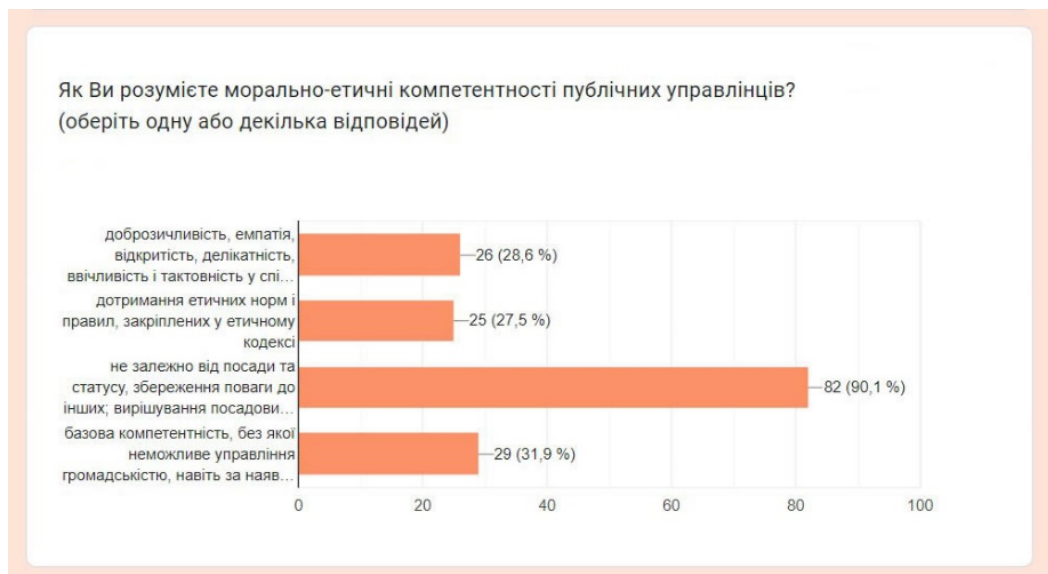


Рис.3.3. Розподіл відповідей респондентів на питання щодо розуміння морально-етичних компетентностей публічних службовців

Метою третього питання було дізнатися, як саме громадяни сприймають морально-етичні компетентності у державних службовців та чим це є у їх розумінні. Було дозволено обрати декілька варіантів відповідей, адже для кожної особистості існує своє бачення цього аспекту. Тож, з цього

питання було визначено, що більшість думок отримав «В» варіант, де вказано, що морально-етичні компетентності публічних службовців – це не залежно від посади та статусу, збереження поваги до інших, вирішування посадових завдань, спираючись на моральні та гуманістичні принципи, направленість дій на покращення життя народу. Цей факт говорить нам, що думка громадськості підтверджує той факт, що принципи морально-етичної компетентності відповідають принципам комунікативної політики, що вказані в Законі України «Про основні засади державної комунікативної політики» [28].

4. На Вашу думку, яка з перелічених компетентностей у публічного службовця є основною в процесі комунікації з громадськістю? (Рис.3.4.) (де серед відповідей можна було обрати):

А) професійні здібності (наявність спеціальної освіти, системне і стратегічне мислення, спроможність до практичного застосування знань, ораторські навички та ін.)

Б) лідерство (харизматичність)

В) морально-етичні компетентності (моральні та психологічні якості, гуманістична основа діянь)

Г) усі варіанти вірні

Метою четвертого питання було визначити, які з компетентностей публічного службовця мають найбільшу вагу у процесі комунікації з громадськістю, адже наша задача – виявити важливість морально-етичної компетентності. В цьому випадку більшість (67%) вимовила свою думку в рахунок важливості усіх трьох компетентностей рівномірно, але ж достатня кількість людей обрала найважливішими професійні компетентності (17,6%) та моральні компетентності (15,4%), як основні, що говорить про те, що деяка кількість громадян все ж таки вважає найголовнішим професіоналізм, а для деяких морально-етична складова є основою, на якою базуються усі інші компетентності публічних діячів, з чією думкою ми також погоджуємось.

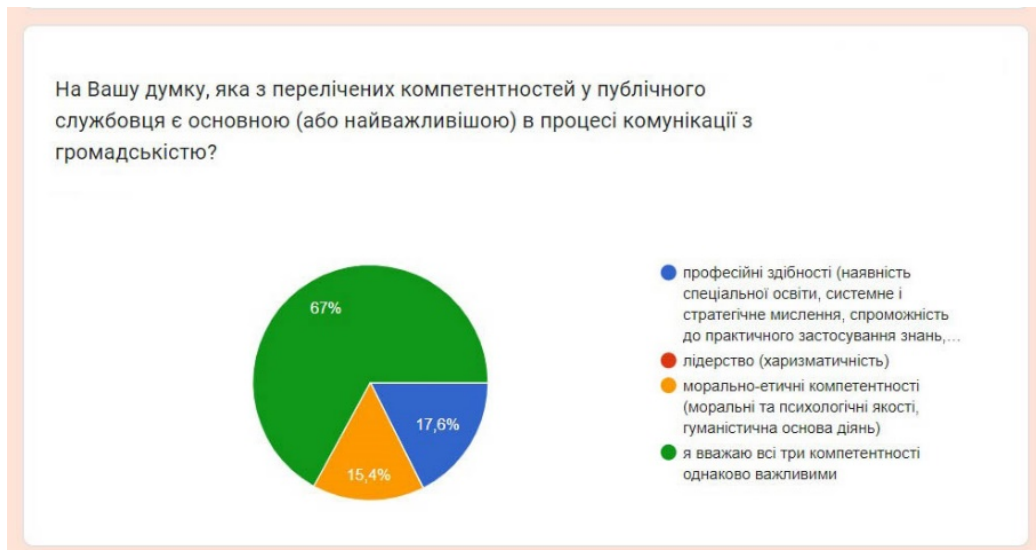


Рис.3.4. Розподіл відповідей респондентів щодо визначальної компетентності у процесі комунікацій публічних службовців з громадськістю

5. Чи вплине підвищення рівню морально-етичної компетентності управлінців на покращення комунікації влади з народом? (Рис.3.5.)

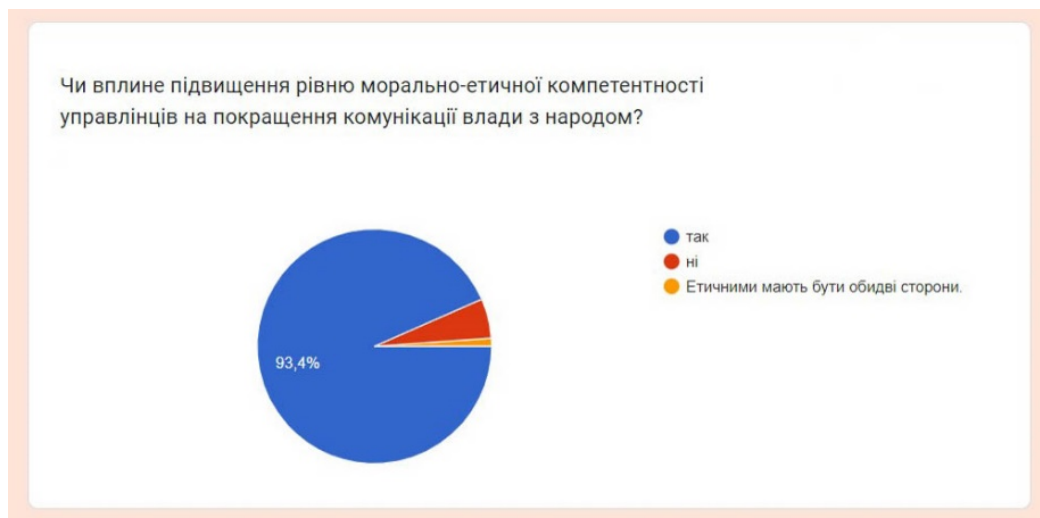


Рис.3.5. Кореляція між рівнем морально-етичних компетентностей публічних службовців та ефективністю комунікаційної взаємодії влади з громадськістю

Ціллю цього питання було дізнатись, чи зможе підвищений рівень морально-етичної компетентності управлінців позитивно відобразитись на загальній ситуації комунікативного процесу влади з громадськістю, де ми

дізналися, що 93,4% громадян погодились з даною думкою. І це підкреслює той факт, що морально-етична компетентність на даному етапі розвитку держави не відповідає потребам суспільства та, відповідно, погіршує процес комунікації, що значно знижує комунікативну політику у якості.

6. Якщо морально-етична компетентність при зайнятті керівної посади стане обов'язковою, чи вплине це на ефективність комунікації між владою та народом? (Рис.3.6.)

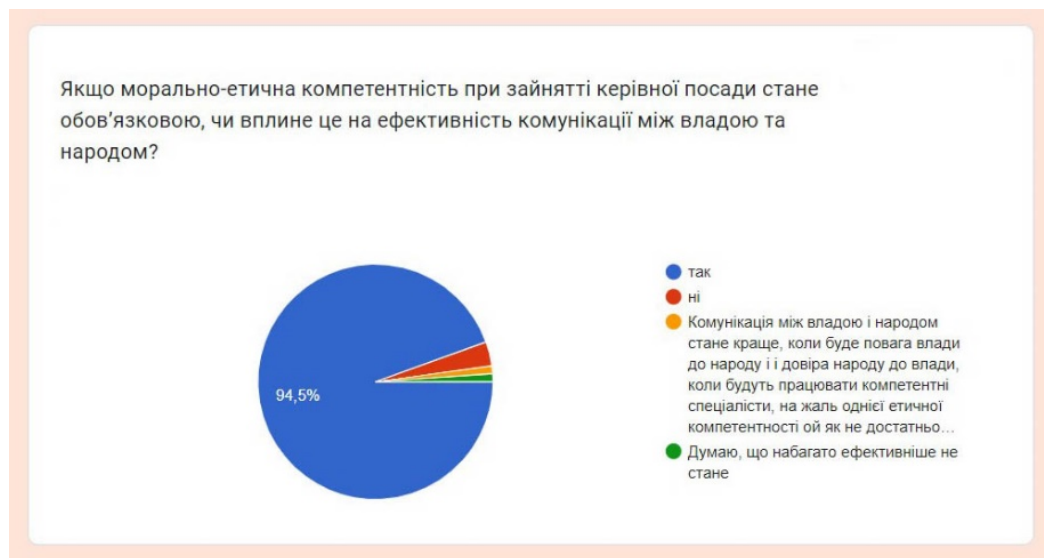


Рис.3.6. Розподіл відповідей респондентів на щодо обов'язковості морально-етичних компетентностей на публічній службі

Шостим питанням ми мали за мету довести необхідність додати до обов'язкових компетентностей публічних службовців морально-етичну компетентність, так як, за нашою гіпотезою, це сприятиме значному покращенню ефективності комунікативного процесу між владою та громадськістю, їх шляху до спільної мети, розвитку у процесі взаємодії, з чим 94,5% опитуваних погодились.

7. Наявність лише професійних та лідерських компетентностей (без морально-етичних) у публічного службовця достатньо, щоб якісно комунікувати з громадськістю? (Рис.3.7.)

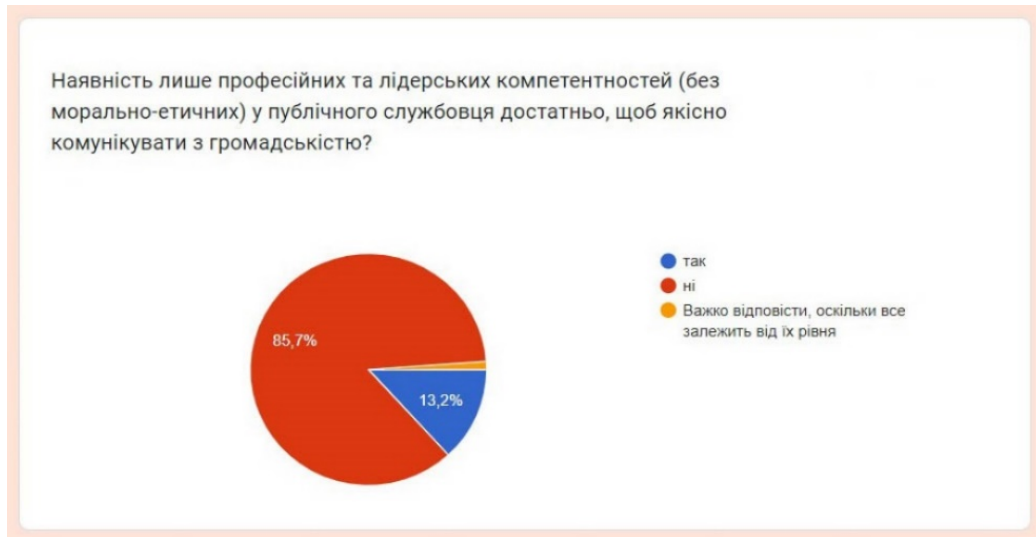


Рис.3.7. Відповіді на питання про достатність професійних та лідерських компетентностей для забезпечення ефективної комунікативної взаємодії

У наступному питанні ми, з іншої сторони, виявили, що без морально-етичної компетентності, за думкою громадян, публічні службовці не здатні будуть ефективно проводити комунікативний процес з громадськістю. З цим фактом погодилось 85,7% опитуваних.

8. На Ваш розсуд, чи є питання недостатнього рівня морально-етичної компетентності під час комунікації управлінців з громадськістю актуальним в Україні? (Рис.3.8.)

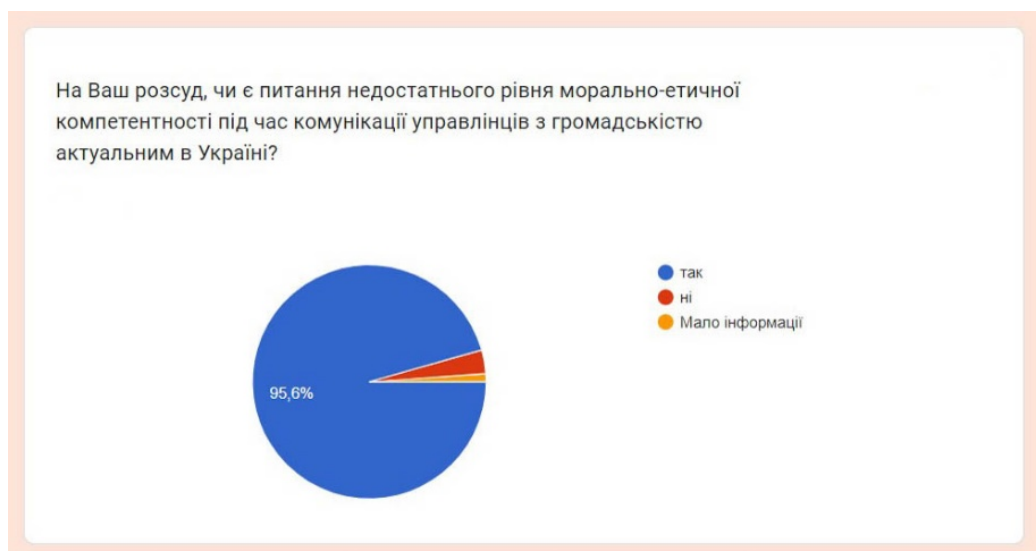


Рис.3.8. Розподіл відповідей про актуальність проблеми, щодо якої проводиться дослідження

I, підсумовуючи, виявили, що майже на 100% (95,6%) громадяни погодились з актуальністю розглядуваної нами проблеми. Люди згодні з тим, що морально-етичні якості та компетентності в публічних службовців необхідно активно розвивати та впроваджувати в систему відбору публічних діячів, як обов'язкову компетентність, без якої неможливий ефективний комунікативний процес.

Результати дослідження показали нам, що, за думкою громадян, недостатня освіченість публічних службовців в контексті морально-етичних компетентностей є актуальною проблемою в Україні та довели, що рішення неефективного управління шляхом комунікації з громадськістю частково вирішується підвищенням рівня морально-етичної їх компетентності.

Спираючись на дослідження також можемо наголосити на тому, що в процесі формування та навчання професіоналів на керівні посади, значна увага приділялася вивченню професійних дисциплін, які безпосередньо пов'язані з управлінською діяльністю, зневажаючи морально-етичною складовою. Тобто досить тривалий час професіоналізм розглядався як явище, відділене від моральних вимірів. Професіоналізм пов'язували передусім з вузькою професійною спеціалізацією праці, яка робила з людини заручника професійних знань, вела до певної обмеженості інтересів, настанов, поглядів на світ, до формування специфічних норм і правил взаємодії та комунікації, в першу чергу з громадськістю.

На нашу ж думку, професіонал визначається як людина, яка не тільки знає технології та вміє їх застосувати, але й наповнює свою роботу певним моральним змістом. «Нині від моральних якостей представників влади, довіри до неї, дотримання професійної етики залежить майбутнє реформ і ширше – майбутнє держави. Тому питання етичної компетентності публічних службовців, пов'язані з такими важливими науковими чи практичними завданнями, як створення професійної публічної служби, формування етичної чутливості публічних службовців, створення критеріїв

та процедур для оцінювання за професійним потенціалом та заслугами, набувають особливої актуальності в контексті реформування публічного управління». [36] Тож, знаючи, що публічне управління є регулюючою стороною в комунікативній політиці та в процесі безпосередньої комунікації «держава-громадськість», необхідним є реформи в державному управлінні України збоку морально-етичної вихованості та компетентності.

2.3. Визначення проблем забезпечення ефективної комунікативної політики в публічному управлінні

З огляду на комунікації в публічному управлінні України ми визначили, що рівень довіри громадян до державних та суспільних інститутів протягом останніх декількох років має негативну тенденцію. Тож постає питання того, що саме стало причиною та негативним впливом на цей аспект, які саме фактори здійснили вплив на формування даної тенденції, адже це має безпосередній негативний вплив на рівень добробуту держави, прояв демократії та якість розвитку громадськості., що призводить до, відповідно, низького рівня задоволеності населення та, як наслідок, до деградації.

Вивчаючи актуальну проблематику ефективності комунікативної політики, пропонуємо розглянути результати соціологічного опитування (Табл. 2.1), що проводилося соціологічною службою Центру Разумкова [36] з 6 по 12 червня 2024 року в рамках Програми сприяння громадській активності «Долучайся!». Опитування що фінансувалося Агентством США з міжнародного розвитку (USAID), проводилося методом face-to-face та налічувало 2016 респондентів віком від 18 років. Воно здійснювалось в переліку областей України, зокрема у Вінницькій, Волинській, Дніпропетровській, Житомирській, Закарпатській, Запорізькій, Івано-Франківській, Київській, Кіровоградській, Львівській, Миколаївській, Одеській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Харківській,

Херсонській, Хмельницькій, Черкаській, Чернігівській, Чернівецькій областях та місті Києві (та у Запорізькій, Миколаївській, Харківській, Херсонській областях, але лише на тих територіях, що контролюються урядом України та на яких не ведуться бойові дії).

Таблиця 2.1

Інституція	Рівень недовіри станом на липень 2021	Рівень недовіри станом на червень 2024
Державний апарат (чиновники)	75,7%	78,5%
Політичні партії	71,7%	77,5%
Верховна Рада України	75,1%	76%
Судова система	74,2%	73%
Уряд України	72%	73%
Прокуратура	71%	64%
Спеціальна антикорупційна прокуратура	70%	63%
Національне антикорупційне бюро України	70%	62%
Національне агентство з питань запобігання корупції	70%	62%
Комерційні банки	71%	58%
ЗМІ України	46%	50%
Профспілки	55%	49%

В результаті опитування було виявлено, що більшість респондентів висловлюють недовіру державному апарату (чиновникам) (не довіряють 78,5%), політичним партіям (77,5%), Верховній Раді України (76%), судам (судовій системі загалом) (73%), Уряду України (73%), Прокуратурі (64%), Спеціалізованій антикорупційній прокуратурі (63%), Національному антикорупційному бюро України (62%), Національному агентству з питань запобігання корупції (62%), комерційним банкам (58%). ЗМІ України не довіряють 50% опитаних. Також частіше висловлюється недовіра, ніж довіра, профспілкам (не довіряють їм 49%, тоді як довіряють – 25%).

І хоча в зрівнянні з 2021 роком до декількох з перелічених інституцій рівень довіри декілька підвищився (наприклад рівень недовіри до комерційних банків станом на липень 2021 року мав 71%, а станом на червень 2024 року має значно нижчий показник – 58%), все ж таки, дане опитування показує нам надто негативну тенденцію. Громадяни України в середньому мають недовіру до держави загалом на 66%, тобто значно більше, ніж на половину! І, що найстрашніше, найбільші показники недовіри (в середньому $\frac{3}{4}$ громадян не довіряють), мають такі інституції, як Верховна Рада України (76%), Державний апарат (78,5%), Судова система (73%) та Уряд України (73%), тобто найважливіші органи управління країни. Також, за результатами опитування у червні 2024 року, майже половина населення (47,4%) висловила свою думку проти правильності напрямку розвитку подій в Україні. (Рис.2.4.) Це є додатковим фактором того, що політичні рішення країни не відповідають потребам, цінностям та добробуту населення.

Звісно, що найважливіший вплив на рівень довіри/недовіри громадськості до апарату управління має процес комунікації та комунікативна політика, як найважливіший елемент управління соціумом. У демократичному суспільстві комунікативна політика, окрім усіх інших

Якщо говорити в цілому, як Ви вважаєте, події в Україні розвиваються у правильному чи неправильному напрямі?

У правильному напрямі	32,9
У неправильному напрямі	47,4
Важко відповісти	19,6

функцій, також має функцію впливу на громадську думку що виступає головним архітектором комунікативної стабілізації соціально-політичної системи та настрою в межах усієї держави.

Рис.2.4. Результати опитування громадян України у червні 2024 року з питання правильності розвитку подій в країні

З вищесказаного зазначимо, що правильне формування та виконання комунікативної політики та комунікативної стратегії дозволило б здійснити формування позитивних настроїв у суспільстві та, як наслідок, значно підвищило б рівень довіри громадськості до державного апарату управління. Як говорять автори посібника з комунікативної діяльності в публічному управлінні, «діяльність влади у взаємовідносинах з громадськістю в більшій мірі можна оцінити емоційним ставленням громадян. Для оцінки результативності в державному управлінні науковці виокремлюють наступні критерії: рівень кваліфікації працівників; відповідність цілей встановленим результатам та соціальним очікуванням; рівень добробуту населення. Проте головним критерієм у взаємовідносинах влади з громадськістю визначають саме рівень задоволення суспільного запиту». [37]

Але ж, маємо висновок, що, станом на сьогодні близько три чверті громадян нашої країни мають недовірливе відношення до публічної влади. На це мала вплинути низка факторів, до яких, маємо сміливість стверджувати, відноситься й такий фактор, як морально-етичні компетентності публічних службовців, на яких, власне, і базуються усі принципи комунікації органів влади з громадськістю. Морально-етичні компетентності, на наш погляд, мають ключову роль у якості комунікативного процесу влади з народом.

За нашою гіпотезою, рівень недовіри населення до держави формується від усвідомлення не відповідального, не чесного, не гуманного, не поважного, не відкритого відношення владних структур до себе. Звісно ж, «діяльність влади може бути ефективною у випадку, коли сприймається та відповідно реалізується громадськістю. Виконання або невиконання того чи іншого рішення залежить від його виконавців (влади) та участі громадськості у прийнятті рішення». [38] Роль громадськості у формуванні добробуту країни займає не останнє місце, так як у комунікаційному процесі обов'язковим є взаємодія двох сторін та постійний зворотній зв'язок. Але в

ситуації, коли соціум не має віри у своїх керівників, коли рівень недовіри сягає катастрофічних показників, можемо говорити про те, що державні органи управління не задовольняють потреби громадян країни. А отже, маємо сміливість стверджувати, що комунікативна політика здійснюється не відповідно до морально-етичних стандартів, принципів та цінностей народу, від чого, очевидно, значно знижується ефективність управління.

Знижена морально-етична компетентність у державних службовців призводить до високого рівня корупції, а також пропаганди та реклами, що використовується з особистої вигоди і не має у своєму корінні прозорого та відкритого принципу, що, в своїй основі суперечить принципам комунікативної політики. Про це зазначено Законом України «Про основні засади державної комунікативної політики» [29], серед принципів якого також встановлені: підвищення рівня відкритості і прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування; формування у населення комунікативної культури.

Як зазначають науковці, «до базових інструментів комунікаційної політики належить, зокрема реклама, пропаганда та паблік рілейшнз.» [38] «Політичний PR як один із феноменів сучасної політичної культури постає ефективним знаряддям для формування громадської думки, політичної свідомості, а також для здійснення влади. PR-технології займають своє власне місце в інформаційно-комунікативній системі, без якої неможливе становлення політичної системи». [40]

І знову ж, повертаємося до того, що дані інструменти, хоча і є ефективними та дієвими, але використовуються не відповідно до морально-етичних компетентностей та принципів, адже, якщо використовувати їх у правильно сформованому стратегічному напрямку, рівень довіри соціуму до державних органів має поступово підвищуватись та створювати гармонійні стосунки та комунікаційний зв'язок.

З огляду на вищезазначене, можемо зробити висновок, що в основі комунікативної політики органів публічної влади має бути формування

високого рівня довіри громадян до діяльності влади на різних її рівнях. [41] Роль комунікації в публічному управлінні, як сукупності процесів інформаційного обміну, передачі політичної та культурної інформації, що формує громадську думку та настрої, величезна, тому що її нерозвиненість, безпосередньо, негативно вплине на ступінь довіри суспільства до апарату управління. В свою чергу на якість комунікації, як ми визначились вище, найбільш вагомий вплив має прозорість та відкритість процесу взаємозв'язку, що безперечно залежить саме від якості професійної та морально-етичної компетентності органів державного управління та державних службовців, як представників цих органів відповідно.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

1.3. Зарубіжний досвід комунікативної взаємодії влади з суспільством

Задля впровадження ефективних змін в українській системі комунікації держава-суспільство корисним буде вивчення та перейняття зарубіжного досвіду, адже кожна розвинена держава має змогу запропонувати цікаві рішення актуальних проблем в українському публічному управлінні. Для цього доцільним вважаємо вивчення різноманітних впроваджень та рішень європейських країн та Європейського Союзу загалом.

Надважливим інструментом, необхідним для соціально-економічного розвитку та культурного прогресу європейського співтовариства, як і усіх інших державних об'єднань або держав, є комунікаційна політика. Комунікаційна сфера відіграє вирішальну роль для підтримки та зміцнення відносин між апаратом управління та громадянами Європейського Союзу.

На думку деяких дослідників, під поняттям «комунікаційна політика» розуміється політика зі спільним набором керівних принципів, рішень, правил, заходів і кодексів поведінки, схвалених і впроваджених європейськими інституціями й урядами держав-членів, перспективний напрямок дій ЄС, що спирається на обґрунтовану стратегію використання системи комунікативних засобів для підвищення ефективності євроінтеграційного процесу. [32]

Початок комунікативної політики ЄС лежить в задекларованому зобов'язанні союзу доводити до відома своїх громадян сутність та пріоритети своїх дій та рішень, найголовнішою метою якого є інформування суспільства, його залучення до реалізації державної політики, процесу

прийняття рішень, а також підтримка ефективного зворотного зв'язку у структурі «влада–суспільство».

У європейському інформаційному просторі сформувалося розуміння комунікації саме як двостороннього процесу, головними учасниками якого є апарат управління та громадськість. Цікавим моментом є те, що розвитку державно-громадської комунікації певним чином сприяла світова економічна криза 2008–2009 рр. у США та інших країнах, що була не тільки об'єктивним фактором розвитку капіталістичної системи, а також продемонструвала нездатність державних лідерів контролювати та регулювати бізнес та державне управління. Світова криза змусила уряди країн вживати швидкі й масштабні заходи не тільки щодо підтримання стійкості фінансової системи своїх країн, підтримання економічного зростання, а також щодо мінімізації негативних настроїв населення, яке постраждало від кризи. Для цього урядами країн приймалася низка реформ у сфері налагодження комунікаційної взаємодії «держава-громадськість». Тож, дослідження причин кризових явищ у країні загалом має дати змогу виявити оптимальні напрями та дієві інструменти налагодження комунікативної політики, спрямованої як на послаблення негативних настроїв громадян, збереження довіри до урядових структур, та підвищення активної участі громадян в політиці держави.

Наразі у багатьох європейських країнах існують відповідні інформаційні департаменти і структурні підрозділи. Наприклад, у Бельгії – Федеральна інформаційна служба, у Німеччині – Федеральне бюро з питань преси та інформації, у Чехії – Державний комітет з питань інформаційної політики, у Північній Македонії – Міністерство інформаційного суспільства та управління. Кожна країна, як самостійна незалежна одиниця, має свої особисті сформовані протягом багатьох років традиції публічної комунікації, але ж всі європейські країни, так як усі вони підпорядковуються встановленим європейським стандартам, прагнуть максимально ефективною

комунікації, спрямованої на демократію та залучення широкого кола громадян до процесу прийняття рішень.

Сучасні напрями комунікативної діяльності ЄС можна поділити на:

1. Вивчення потреб громадян та залучення їх до участі в прийнятті рішень та інших демократичних процесах.

2. Доступне, чітке та зрозуміле інформування громадян про цілі, мету, результати діяльності ЄС.

3. Стимулювання громадян до участі у формуванні комунікативної політики з метою широкого охоплення всіх верств населення.

4. Вдосконалення зворотного зв'язку, діалогу «влада– суспільство».

Комунікативна політика ЄС ґрунтується на принципах максимальної відкритості і прозорості, єдиного інформаційного поля, орієнтації на цільову аудиторію, побудови інтегрованої системи комунікацій, диверсифікації каналів комунікації, взаємодії з громадянським суспільством, формування європейської ідентичності. [31]

Можна виокремити такі принципи комунікаційної політики у Європейському Союзі: (Рис. 2.3.)

- принцип максимальної відкритості і прозорості;
- принцип єдиного інформаційного поля;
- принцип орієнтації на цільову аудиторію;
- принцип побудови інтегрованої системи комунікацій одночасно на центральному та місцевому рівнях;
- принцип диверсифікації каналів комунікації;
- принцип взаємодії з громадянським суспільством;
- принцип формування європейської ідентичності.



Рис.3.1 Принципи комунікативної політики Європейського союзу

Тож, для дослідження прикладів європейського зразка комунікаційної політики, пропонуємо розглянути цей аспект на конкретних прикладах європейських країн.

Франція. Наприклад Франція в 2013 році представила Дорожню карту цифрової економіки, головним пріоритетом якої визначено просування французьких цінностей у сучасному світі інновацій, тобто найважливішим аспектом країна виділила елемент народного прагнення. Окрім цього, завданнями нової комунікативної політики було визначено формування довіри до уряду та модернізація діалогу з населенням.

Німеччина. Яскравим прикладом прогресивного розвитку публічних комунікацій є успішні практики Німеччини взаємодії інститутів влади із громадськістю з метою залучення громадян до процесу прийняття рішень. [33] Так у 2000 р. на основі висновків 70 експертів із різних сегментів

громадянського суспільства було оприлюднено Меморандум з е-уряду Німеччини, де е-уряд визначався як здійснення процесу формування громадської думки, вироблення рішень та реалізація функцій у політиці, державі та управлінні з широким використанням інформаційних технологій.

Фінляндія. А ось характерною рисою Фінляндії є цифровізованість державних послуг. Майже всі державні структури мають свої інтернет-сайти, на яких відбувається комунікативна взаємодія з суспільством. На них громадяни можуть писати відгуки, надсилати пропозиції, отримувати консультації, брати участь в різного роду голосуваннях, опитуваннях громадської думки. Важливим плюсом даної реформи є зниження рівня корупції в країні, адже громадянам Фінляндії гарантується право доступу до державних документів, а публічна адміністрація, відповідно до Конституційного Закону «Про відкритість діяльності уряду», зобов'язана попередньо ознайомлювати громадськість з такою інформацією.

Швеція. На Міністерство культури Швеції, в свою чергу, покладено обов'язок розвивати медіа в країні, слідкувати за дотриманням свободи слова, розвитком незалежних ЗМІ та вільним доступом до інформації. Місцеве самоврядування в Швеції також займається комунікаціями. У цьому аспекті цікавим є приклад м. Стокгольма. У ньому було розроблено Стратегію комунікативної політики міста, відповідно до якої комунікацію між державними органами влади та громадськістю можна звести до таких принципів: 1) створення сприятливого робочого клімату та надання інформації, необхідної для якісного виконання своїх робочих обов'язків; 2) формування в кожного мешканця усвідомлення своєї діяльності як внеску в загальний добробут міста («спільні зусилля для спільного блага»). Дана Стокгольмська стратегія комунікативної політики є цікавим прикладом та пропозицією щодо залучення українського суспільства до співпраці з владою.

Швейцарія. Один із секретів успішної комунікації між управлінськими структурами та громадськістю в Швейцарії є дотримання

принципу субсидіарної, за якого управлінська вертикаль вибудовується знизу догори, тобто у першу чергу владні структури збирають інформацію щодо майбутніх змін та реформ від самих громадян. Швейцарська модель управління передбачає активну участь громадян в державотворенні. Так, референдуми в Швейцарії є звичним явищем та проводяться в середньому по 4 рази на рік.

Іспанія. В Іспанії Генеральний директорат з питань комунікацій очолює прес-секретар уряду, до діяльності якого належить висвітлення політики уряду, забезпечення державних службовців інформацією та актуальними новинами, а також зовнішня комунікація що формує позитивний імідж Іспанії. До недоліків комунікативної політики в Іспанії належать застосування захисної моделі перед пресою, коли комунікація будується ситуативно з метою відбиття медіа-атак, натомість стратегічного планування щодо комунікації по різних каналах взаємодії не відбувається, а також координування владної комунікації з боку призначенців на політичні посади, а не професійними медійниками зі структури профільного органу, яким виступає Генеральний директорат. Для України тут є важливим звернути увагу на такі недоліки, і все ж таки надати перевагу професіоналам у сфері медіа на відміну від наглядців за політичною квотою, плюс розробити чітку комунікативну стратегію, де буде визначено обсяг повноважень, цілі та завдання структурних одиниць та посадових осіб інститутів державної комунікативної політики. [34]

У сучасних умовах однією з ознак успішної державної політики є ефективна комунікація. Тенденції комунікативної політики європейських країн свідчать про існування чіткого формулювання цілей, завдань та методів комунікації за різними каналами зв'язку та створення централізованих органів управління для здійснення комунікативної взаємодії з медіа та громадськістю. З огляду на євроінтеграційні прагнення України, важливим та актуальним для неї буде використання європейського досвіду. Але наразі в Україні залишаються невирішеними питання

комунікативної стратегії, побудови інституцій комунікативної політики. Український досвід показує, що розпорошеність регулятивних актів без єдиного стратегічного підходу не сприяє сталому розвитку комунікативної політики держави, що слугує причиною для критики з точки зору того, що урядові структури України досі не перейшли від моделі виключно інформування до повноцінної та досконалої комунікації з населенням, використання зворотного зв'язку в своїй роботі, при прийнятті рішень, а також при залученні громадськості.

3.2. Шляхи підвищення ефективності комунікацій влади та громадськості

Базуючись на наших дослідженнях та на європейському досвіді комунікативної політики, направленої на встановлення ефективного взаємозв'язку з громадськістю, виявили, що комунікативна політика, як важливий інструмент управління, потребує нових реформ в Україні, що допоможуть покращити ефективність комунікації між владою та громадськістю та, як результат, ефективність публічного управління. Необхідні реформи, зокрема, які повинні відбуватися в сфері морально-етичної компетентності, адже ми довели, що це є однією з найважливіших складових публічного управління, яка розвинута недостатньо для ефективної комунікативної взаємодії.

Про необхідність етичних реформ в публічному управлінні також говорить Кабінет Міністрів у затвердженій в 2021 році стратегії реформування державного управління України на 2022-2025 роки [42], де вказано, що для успішного розвитку державної служби необхідним є забезпечення доброчесності державних службовців. У стратегії передбачається необхідність продовжувати розроблення і впровадження сучасних інструментів, які допомагають мінімізувати ризики, що пов'язані

з неетичною поведінкою державних службовців і зловживанням службовим становищем, серед яких вказано такі компоненти:

- надання державним службовцям можливості отримання консультацій у складних етичних ситуаціях та подання скарг у разі виявлення фактів недоброчесної поведінки;
- проведення навчання щодо практичних аспектів доброчесності та включення питань, які стосуються етичної поведінки державних службовців, у програми професійного розвитку;
- проведення тестувань та опитувань щодо проявів недоброчесної поведінки серед державних службовців;
- декларування інтересів державного службовця, що засвідчує відсутність конфлікту між особистими інтересами державного службовця, членів його родини та його повноваженнями на посаді державної служби (особливо щодо посад державної служби категорії «А»).

Становлення нових морально-етичних стандартів для державних службовців є провідною ідеєю покращення стану комунікативного процесу між владою та громадськістю. Нам імponує думка, що «управлінське спілкування відіграє вкрай важливу й відповідальну роль в сучасній суспільній практиці тому, що воно виступає істотним чинником формування і визначення характеру функціонування соціокультурного простору». [15] Звісно ж, саме через ефективну комунікацію з громадськістю держава здатна побудувати спільний простір для обговорення проблем, прийняття рішень та досягнення загального добробуту. Але треба замислитись, яким саме буде цей вплив на суспільний розвиток та добробут, якщо питання морально-етичної компетентності буде не вирішеним у політичній діяльності.

Як говорять науковці, «справжня ефективність управління має розглядатися як уміле поєднання керівником своїх професійних управлінських знань і умінь з неординарним мисленням, наявністю у нього своєї філософії управління та з високим рівнем розвитку своєї особистісної культури». [15] І саме тому необхідно розробити шляхи, що приведуть до

більшої етичності чиновників в процесі комунікації з народом та при прийнятті управлінських рішень. Науковці також додають, що для успішного досягнення цієї цілі необхідною умовою постає істотне підвищення рівня культури управління та її поширення на всі ланки і сфери управлінської діяльності. Це усвідомлення, трансформуючись у принципи й норми культури управління у державних службовців, має передбачати активне їх просування в маси, прагнення міцного їх засвоєння й дотримання буквально-кожною людиною, що, в свою чергу підвищить рівень добробуту та ефективності розвитку країни і суспільства в цілому.

Спираючись на статистичні дані недовіри та незадоволення громадян в останні роки, на сьогоднішньому етапі розвитку в Україні можемо спостерігати відсутність сталих традиції дотримання етичних норм доброчесної поведінки. Для України характерними є розбіжність офіційної етики, яку декларують законодавчі документи, на прикладі «Загальних правил етичної поведінки державних службовців» [43]., з традиційною та корпоративною етикою.

Звісно ж, як говорять автори посібника з «Державно-громадянської комунікації», в основі ідеальної, справді демократичної моделі політичної комунікації лежить діалог між «керуючими» і «керованими», рівноправний обмін точними, повними, завершеними та перевіреними відомостями про політичні явища й процеси узгоджуються не тільки з основними цивілізаційно-культурними цінностями співтовариства, а й з фундаментальними правами й свободами особи. [44] Тобто, безперечно, процес комунікації повинен бути підкріплений зворотнім зв'язком з обох сторін, як зі сторони влади, так і зі сторони громадськості. Але ж, необхідно підкреслити той факт, що саме органи управління керують цим процесом та встановлюють певні закони й права, регулюють цінності та традиції. Якщо ж встановлені закони, правила та цінності будуть відповідати потребам громадськості, то такий взаємозв'язок сприятиме відкритому і прозорому інформуванню суспільства органами державної влади про свою діяльність,

а також безпосередньому залученню громадськості до участі в розробці та прийнятті державно-управлінських рішень та реалізації державної політики, [45] що, в свою чергу, є важливим елементом розвитку держави.

Громадяни держави повинні бути залученими до процесів державного управління. Очевидно, що визнання ефективності управлінських рішень залежить не тільки від успішного досягнення поставлених цілей та результативності діяльності державних органів, але й від здійснення ними ефективної інформаційної кампанії та пояснення громадськості своїх дій, спрямованих на сприяння інтеграції суспільства та захист інтересів громадян. А тому, на даний момент є актуальною проблема створення саме системи спілкування населення з керівництвом держави та розробка чіткої стратегії розвитку державного управління з його подальшим вдосконаленням у напрямку вирішення нагальних суспільних проблем.

Як говорить Чаплай І.В., «державно-громадська комунікація зазначає ширшу участь громадян в управлінні державними справами, зменшення рівня корупції, формування поліцентричної демократії, прозорість діяльності органів влади та їх підзвітність. Органи державної влади не повинні диктувати щоденну комунікаційну політику, їй потрібно формувати разом із громадянами, щоб запобігти подальшій дискредитації державного сектору та державного управління, загалом. Дослідники часто підкреслюють, що такі терміни, як «демократія», «повага до себе» і «громадянин» повинні домінувати в державно-громадській комунікації, а не «ринок», «конкуренція». [30] І дійсно, якщо комунікативна політика буде направлена на те, щоб відповідати морально-етичним цінностям та потребам громадськості, що в свою чергу сприятиме залученню та заінтересованості громадян країни, то процес взаємодії та комунікації влади з народом буде значно ефективніше. Адже, як зазначають М. Волосюк та Ю. Богач, чия думка нам також дуже імponує, «специфічна риса комунікаційної політики у нових умовах – це визначення спільних цінностей і надання

можливості громадськості бути залученими до рішень, які вплинуть на їхнє життя». [46]

З огляду на це саме питання автор статті про «Етичну систему публічної служби України» пропонує шляхи вирішення актуальної проблеми у такі шляхи та нововведення [47]:

- розширити обсяг підготовки магістрів публічної служби;
- ввести до стандартів підготовки магістрів публічної служби навчальної дисципліни «Етика публічної служби»;
- запровадити підрозділи, які б спеціально займалися питаннями координації роботи з професійної етики публічних службовців;
- видавати літературу з проблем етики публічної служби;
- розробити методики оцінки рівня етики публічної служби;
- організувати моніторинг досліджень рівня етики публічної служби;
- запровадити етичне навчання в усіх ланках системи освіти країни;
- сприяти розвитку лідерства на публічній службі;
- розробити «Типовий кодекс честі посадової особи»

Ці нововведення дозволять створити нову систему відбору державних службовців на посади. Адже, на нашу думку, етика має бути інтегрована в повсякденне управління державною установою та її керівники повинні бути зобов'язані просувати етику у своїх організаціях.

Комунікативний підхід, заснований на етичних принципах, буде фокусуватися на моральній свідомості й моральній діяльності, що дозволить знайти нові шляхи вирішення проблеми недовіри з боку громадськості та неефективності державного управління.

Тобто, на нашу думку, необхідно створити нову систему допущення державних службовців до апарату управління, спрямовану на виховування моральних та гуманних принципів у молодого покоління, серед якого, звісно, будуть також і майбутні управлінці. Необхідно оновити умови

допуску професіоналів до керівних посад та додати, як обов'язковий елемент, необхідність моральної вихованості та культури управління, до якої буде включено:

- бажання розвивати країну, спираючись на потреби та цінності громадськості;
- неухильне слідуванням морально-етичним принципам на етапах цілепокладання й вибору засобів та способів досягнення обраних цілей;
- створення зразкового прикладу для свого народу, в першу чергу в контексті гуманності, миролюбності, культурності.

При формуванні та реалізації державної комунікативної політики в контексті покращення ефективності публічного управління необхідно дотримуватися таких принципів, як: прозорість, відкритість, двостороння взаємодія, честь, відповідальність керівника та органів влади, співпраця та партнерство, моральність та етичність. Зазначені принципи визначатимуть загальну спрямованість державної комунікативної політики на благоустрій держави та допомагатимуть забезпечити відкритість, прозорість та взаєморозуміння між сторонами, що сприятиме побудові довіри з боку громадян. [48]

Важливим завданням комунікативної політики держави є забезпечення ефективної комунікації та зворотного зв'язку між владою та громадськістю, яка сприяє взаєморозумінню, довірі та підтримці громадськості. Морально-етична компетентність державних службовців є важливим елементом, яким дуже довгий час нехтували в процесі підготовки фахівців на керівні посади, що призвело до високого рівня корупції, обману, маніпулятивних дій, та, як наслідок, до катастрофічного зниження довіри громадськості до апарату управління. Методи посилення комунікативної стратегії з боку підвищення рівню морально-етичної компетентності працівників на керуючих посадах дозволить збільшити ефективність публічного управління та створити довірливі стосунки з народом, що, в свою чергу призведе до більш стрімкого розвитку держави та підвищенню рівня добробуту.

ВИСНОВКИ

Комунікація, як процес взаємодії влади з суспільством є одним з найважливіших інструментів впливу на громадськість. Задля формування ефективного комунікативного процесу між державою та громадськістю, необхідно враховувати фактори впливу на комунікації в публічному управлінні, до яких, в першу чергу, відносяться прозорість та відкритість процесу взаємозв'язку, що безперечно залежить саме від якості професійної та морально-етичної компетентності органів державного управління. Державні службовці, як представники владних структур формують рівень довіри населення до апарату управління, що, в свою чергу призводить до більшої або меншої ефективності комунікативного процесу всередині держави.

В результаті дослідження було проаналізовано основні проблеми комунікацій у публічному управлінні та визначено шляхи їх вирішення. Основні результати дослідження відображені у наступних висновках:

1. З'ясовано природу та сутність комунікацій та комунікативного процесу. Зокрема, дано визначення, що комунікація є найважливішим елементом інформаційної взаємодії двох або більше систем через перекодування вербальної сфери в невербальну та невербальної у вербальну, а також вона є проявом свободи волі та етичних (моральних) цінностей учасників взаємодії, що об'єднує суб'єкт з об'єктом, тобто, в контексті держави – органи управління з громадськістю.

2. Визначено особливості здійснення процесу комунікацій як інструменту публічного управління, які полягають у впливі на громадську думку через методи: реклами, пропаганди, маніпуляцій, зв'язків з громадськістю. Серед них саме останнє, за нашою думкою, можливо використати саме задля позитивного впливу на рівень добробуту держави. Було визначено, що зв'язки з громадськістю є найбільш наближеним до утворення тісного комунікаційного зв'язку влади з соціумом, так як

базуються на налагодженні позитивних відносин між управлінськими структурами та громадськістю.

3. Визначено фактори, що впливають на комунікації у публічному управлінні. Серед них одними з найголовніших вбачаємо рівень компетентності публічних службовців, а саме професійні, лідерські та морально-етичні, серед яких останні відіграють ключову роль у формуванні фахівця, як майбутнього управлінця, що, безперечно впливатиме на ефективність комунікативного процесу з боку державного апарату.

4. Проаналізовано комунікативний вплив публічних службовців на громадськість, а саме проведено аналіз сучасного стану комунікативного процесу в контексті «влада-громадськість», аналіз нормативно-правової бази, на якій базуються правила комунікативного процесу і комунікативної політики в державі. Також виявлено, що останні соціологічні дослідження говорять про високі показники рівня недовіри громадян до державних органів, а отже, налагодження комунікації між органами державної влади та громадськістю постає важливим та актуальним питанням в умовах створення демократичного розвитку держави та становлення громадянського суспільства;

5. Проведено соціологічне дослідження ефективності комунікативних процесів у публічному управлінні. Де виявлено важливий аспект недостатньої морально-етичної компетентності публічних службовців, як чинника, що негативно впливає на ефективність комунікації в публічному управлінні. Проблемою постає також і те, що урядові структури України досі не перейшли від моделі виключно інформування до повноцінної та досконалої комунікації з населенням, використання зворотного зв'язку в своїй роботі та при прийнятті рішень;

6. Визначено проблему забезпечення ефективної комунікативної політики в публічному управлінні, що полягає у недостатній морально-етичній компетентності публічних службовців в Україні, а це, в свою чергу,

перешкоджає ефективному комунікативному процесу та становленню якісного взаємозв'язку держави з громадськістю.

7. Досліджено зарубіжний досвід комунікативної взаємодії влади з суспільством на прикладі європейських країн, де виявлено, що тенденції комунікативної політики в Європі свідчать про існування чіткого формулювання цілей, завдань та методів комунікації за різними каналами зв'язку для здійснення комунікативної взаємодії з громадськістю. Тож, з огляду на євроінтеграційні прагнення України, для неї є важливим та актуальним використання європейського досвіду.

8. Знайдено шляхи підвищення ефективності комунікацій влади та громадськості. Серед яких найосновніше – завдання розбудови сучасної соціально орієнтованої держави, успіх якої забезпечується такими вагомими факторами, як знання прагнень, потреб та цінностей громадян, відповідність високому рівню культури управління, що, на прикладі державних службовців, дозволить виховувати в громадськості морально-етичні принципи та компетентності та утворювати більш ефективний комунікативний процес обох сторін, як зі сторони державного апарату, так і зі сторони громадян.

Тож, важливим завданням комунікативної політики держави є забезпечення ефективної комунікації та зворотного зв'язку між владою та громадськістю, яка сприяє взаєморозумінню, довірі та підтримці громадськості. Морально-етична компетентність державних службовців є важливим елементом, яким дуже довгий час нехтували в процесі підготовки фахівців на керівні посади, що призвело до високого рівня корупції, обману, маніпулятивних дій, та, як наслідок, до катастрофічного зниження довіри громадськості до апарату управління. Методи посилення комунікативної стратегії з боку підвищення рівню морально-етичної компетентності працівників на керуючих посадах дозволить збільшити ефективність публічного управління та створити довірливі стосунки з народом, що, в свою чергу призведе до більш стрімкого розвитку держави та підвищенню рівня добробуту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Філософський енциклопедичний словник / Шинкарук В. та ін. Київ: Національна Академія Наук України, 2002. 291с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
3. Головатий М.Ф. Автонюк О.В. Політологічний словник. Київ, 2005. 399 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/kv_08.pdf (дата звернення: 02.06.2024)
4. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Київ: Видавничий центр «Київський університет». 1999. 301 с.
5. Дрешпак В. М. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с.
6. Психологічні особливості комунікації в діяльності оперативного працівника поліції: методичні рекомендації. / Я. М. Когут та ін. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 112 с.
7. Шарков Ф. Н. Комунікологія: основи теорії комунікації: посібник / Ф.Н. Шарков. 3-є вид. М.: «Дашков и Ко», 2012. 130 с.
8. Почепцов Г.Г. Сміслові та інформаційні війни. Київ, 2013. С. 21-27
9. Bernays E., Crystallizing Public Opinion. Liveright Publigh Publishing corporation publishers New York, 1923. 218 с.
10. Бернейс Е. Пропаганда. Київ: видавничий дім «Сварог», 2021. 128 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Berneiz_Edvard/Propahanda.pdf?PHPSESSID=j6h1qgggis6ah0n9cpsuq5ff55
11. Зяйлик М. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32396/2/monograph_PU_2020_TNTU_Zi

[ailyk M-The role and value of public 33-49.pdf](#) (дата звернення: 06.06.2024)

12. Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року і затвердження операційного плану заходів з її реалізації: Постанова Кабінету Міністрів України від 22 грудня 2023 р. № 1203-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1203-2023-%D1%80#Text> (дата звернення: 06.06.2024)

13. Дяченко Т. Франовська В. Місце і роль комунікацій у системі менеджменту організацій. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/441/430> (дата звернення: 08.06.2024)

14. Крисько Ж.Л., Скишляк О.А. Економіка та управління підприємствами. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/21.pdf (дата звернення: 08.06.2024)

15. Культура управління : монографія / Садковий В.П та ін. Харків: НУЦЗУ, 2018. 218 с. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/466960/mod_resource/content/1/%D0%9A%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%A3%D0%A0%D0%90%20%D0%A3%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%92%D0%9B%D0%86%D0%9D%D0%9D%AF%20%281%29.pdf (дата звернення: 10.06.2024)

16. Етика соціального управління: Навчальний посібник / Пономарьов О. С. та ін. за заг. ред. О. С. Пономарьова. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. 180 с. URL: https://eprints.kname.edu.ua/40686/1/2014_%D0%9F%D0%95%D0%A7_20%D0%9C%D0%9D_%D0%97%D0%9C%D0%86%D0%A1%D0%A2%20%D0%9D%D0%9E%D0%92%D0%9E%D0%87%20%D0%9A%D0%9D%D0%98%D0%93%D0%98%20%203.pdf (дата звернення: 10.06.2024)

17. Лідерство: навч. посіб. для учнів/студентів професійних навчальних закладів із спеціальності «Комерційна справа» / Сергеева Л.М. та ін. Івано-Франківськ: Лілея НВ, 2015, 296 с. URL:

http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/liderstvo.pdf

(дата звернення: 11.06.2024)

18. Bennis, W. G. & Thomas, R. J. Geeks and geezers: how era, values, and defining moments shape leaders. Boston: Harvard Business School Press. 2002.

19. Шкільнюк В.В. Кашаба О.Ю. Комунікація як складова професійної компетенції майбутнього фахівця. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/22961/1/Zbirka_Aktualni%20pytannia%20suchasnoho%20sotsiohumanitarnoho%20znannia%202020-78.pdf

(дата звернення: 13.06.2024)

20. Ажажа М. А. Державне регулювання інвестицій в людський капітал як фактор інтелектуального розвитку суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25. 00. 02 «Механізми державного управління». Харків, 2008. 19 с.

21. Конституція України : від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР : станом на 1 січ. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 13.06.2024)

22. Про інформацію: Закон України (1992). Відомості Верховної Ради України (ВВР), № 48, ст.650. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 13.06.2024)

23. Про звернення громадян: Закон України (1996). Відомості Верховної Ради України (ВВР), № 47, ст.256. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.06.2024)

24. Про медіа: Закон України (2023). Відомості Верховної Ради України (ВВР), №2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#n2350> (дата звернення: 15.06.2024)

25. Про суспільні медіа України: Закон України (2014). Відомості Верховної Ради (ВВР), № 27, ст.904. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text> (дата звернення: 16.06.2024)

26. Про рекламу: Закон України (1996). Відомості Верховної Ради України (ВВР), № 39, ст. 181. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 16.06.2024)

27. Про доступ до публічної інформації: Закон України (2011). Відомості Верховної Ради України (ВВР), № 32, ст. 314. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 17.06.2024)

28. Про основні засади державної комунікативної політики: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 р, N 85-р, Київ, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85-2010-%D1%80#Text> (дата звернення: 17.06.2024)

29. Карпенко О. О., Миронова О. В. Проблеми комунікації влади і суспільства як виклик для держави. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 1. 2021. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1944> (дата звернення: 18.06.2024).

30. Чаплай І. В. Державно-громадська комунікація як об'єкт наукового дослідження в Україні. Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2018. 386 с. URL: http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/struktura/kaf_upravl_proekt/material/7.pdf (дата звернення: 18.06.2024)

31. Єрхан О.В. Комунікативна політика європейських країн: досвід для України. *Юридичний науковий електронний журнал*, 2021. URL: http://lsej.org.ua/7_2021/71.pdf (дата звернення: 18.06.2024)

32. Ярова Г.Д. Особливості розвитку публічних комунікацій в країнах Європейського Союз URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/315/317> (дата звернення: 19.06.2024)

33. Єрхан О.В. Комунікативна політика урядових структур: Європейський та Український досвід. URL: http://lsej.org.ua/7_2021/72.pdf (дата звернення: 19.06.2024)
34. Василевська Т. Е. Особливості реалізації державної кадрової політики в Україні. *Етичні компетентності публічних службовців у контексті реформування публічного управління*. 2018. с.155-162
35. Оцінка ситуації в країні, довіра до соціальних інститутів, політиків, посадовців та громадських діячів, ставлення до виборів, віра в перемогу (червень 2024р.). *Центр Разумкова*. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-sytuatsii-v-kraini-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-politykiv-posadovtsiv-ta-gromadskykh-diiachiv-stavlennia-do-vyboriv-vira-v-peremogu-cherven-2024r> (дата звернення: 19.06.2024)
36. Комунікативна діяльність в публічному управлінні / Драгомирецька Н.М. та ін. Одеса, 2017. 180 с. URL: http://www.oridu.odessa.ua/9/buk/new_26_02_18-2.pdf (дата звернення: 19.06.2024)
37. Слюсарєва Л.А. Костіна О.М. Удосконалення комунікаційної політики підприємства. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/74.pdf (дата звернення: 20.06.2024)
38. Проноза І. І. Політичні PR-технології як інструмент формування політичної свідомості. URL: <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/10535> (дата звернення: 20.06.2024)
39. Лушагіна Т. Комунікативна політика органів державної влади під час війни. Миколаїв, 2023. URL: <https://pard.mk.ua/index.php/journal> (дата звернення: 20.06.2024)
40. Комунікативна політика держави в контексті посилення суспільного впливу / Ажажа М. та ін. Хмельницький, 2023, с.77-88. URL:

<https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/193/168>

(дата

звернення: 20.06.2024)

41. Бабенко К.А. Лазаренко С.Ж. Засади державної комунікативної політики щодо запобігання та протидії корупції. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. №1. 2015. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=800> (дата звернення: 20.06.2024)

42. Стратегія реформування державного управління України на 2022-2025: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 липня 2021 р. № 831-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/831-2021-%D1%80#Text> (дата звернення: 23.06.2024)

43. Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування: Наказ Національного Агентства України з питань державної служби від 05.08.2016 №158. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/65-2016-%D0%BF>. (дата звернення: 23.06.2024)

44. Державно-громадянська комунікація: шлях від кризи до взаємодії / Козаков В. М. та ін. Київ: МАУП, 2017. URL: http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/struktura/kaf_upravl_proekt/material/4.pdf (дата звернення: 26.06.2024) (дата звернення: 23.06.2024)

45. Сопіна О. Зв'язки з громадськістю, як чинник удосконалення комунікаційного механізму державного управління: *Право та державне управління*. 2021. С.172-177. URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/2_2021/28.pdf (дата звернення: 26.06.2024)

46. Волосюк М. Богач Й. Локальна комунікаційна політика в умовах воєнного стану та післявоєнної відбудови. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/45949/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%92%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%A1%D0%AE%D0%9A.pdf> (дата звернення: 26.06.2024)

47. Хриков С.М. Етична система публічної служби України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/8.pdf (дата звернення: 26.06.2024)

48. Комуникативна політика держави в контексті посилення суспільного впливу. URL: <https://mdes.khmnmu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/193/168> (дата звернення: 26.06.2024)