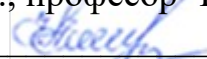


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ  
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

До захисту допустити:  
Завідувач кафедри  
д.е.н., професор Чечель А.О.

  
«05» січня 2024 р.

**«КОМУНІКАТИВНА ВЗАЄМОДІЯ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ЗАСІБ ПОБУДОВИ  
КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ»**

Кваліфікаційна робота  
здобувача вищої освіти другого  
(магістерського) рівня вищої освіти  
освітньо-професійної програми  
281 Публічне управління та  
адміністрування

Олефіра Сергія Олександровича  
Науковий керівник:

Надежденко Аліна Олексіївна  
кандидат наук з публічного управління,  
доцент кафедри публічного управління  
та адміністрування

Рецензент:

Вольська Олена Михайлівна, доктор  
наук з державного управління,  
професор, професор кафедри  
публічного управління та  
адміністрування ДВНЗ «Херсонський  
державний аграрний університет»

Кваліфікаційна робота захищена  
з оцінкою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.


**Київ – 2024**

**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ**  
**КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

Рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ другий (магістерський)  
Шифр та назва спеціальності \_\_\_\_\_ 281 Публічне управління та адміністрування  
Освітньо-професійна програма \_\_\_\_\_ Публічне управління та адміністрування

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувача кафедри** д.е.н., професор  
(науковий ступінь, вчене звання)



Чечель А.О.

(ПП завідувача кафедри)

**ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Олефір Сергій Олександрович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи **Комунікативна взаємодія як функціональний засіб побудови комунікативного простору у сфері публічного управління**

керівник роботи \_\_\_\_\_ Надежденко Аліна Олексіївна, кандидат наук з публічного управління, доцент кафедри публічного управління та адміністрування

( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_ 11.12.2023

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

Мета роботи полягає у теоретичному та методологічному обґрунтуванні механізмів здійснення комунікативної взаємодії в галузі публічного управління України та розробці конкретних рекомендацій для поліпшення діяльності органів влади в цьому контексті.

Об'єкт дослідження – система комунікативної взаємодії в сфері публічного управління.

Предмет дослідження - механізми реалізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління в Україні.

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні аспекти комунікативної взаємодії в публічному управлінні.

Розділ 2. Практична реалізація комунікативної взаємодії в органах публічного управління.

Розділ 3. Проблеми та перспективи розвитку комунікативної взаємодії в публічному управлінні

#### 5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Надежденко А.О., к.н.держ.упр., доцент	01.09.2023	01.09.2023
2	Надежденко А.О., к.н.держ.упр., доцент	10.09.2023	10.09.2023
3	Надежденко А.О., к.н.держ.упр., доцент	20.09.2023	20.09.2023

6. Дата видачі завдання «01» вересня 2023 р.

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1.	Погодження теми кваліфікаційної роботи	01-07.09.2023	
2.	Складання та погодження плану кваліфікаційної роботи	01.09.2023	
3.	Написання Вступу та 1 розділу кваліфікаційної роботи	02-30.09.2023	
4.	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	01-30.10.2023	
5.	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	01-22.11.2023	
6.	Написання Висновків та оформлення списку літератури, додатків	22-26.11.2023	
7.	Подання завершеної кваліфікаційної роботи на кафедру	30.11.2023	

Здобувач



Сергій ОЛЕФІР

(власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Науковий керівник роботи



Аліна НАДЕЖДЕНКО

(підпис)

(власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ</b> .....	10
1.1. Поняття та основні терміни у сфері комунікативної взаємодії...	10
1.2. Роль комунікативної взаємодії в публічному управлінні.	22
.....	
<b>Висновки до Розділу 1</b> .....	32
<b>РОЗДІЛ 2 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ</b> .....	33
2.1. Стан комунікативної взаємодії в органах влади.....	33
.....	
2.2. Ефективні інструменти та практики комунікації в органах публічного управління.....	45
<b>Висновки до Розділу 2</b> .....	56
<b>РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ</b> .....	57
3.1. Огляд основних проблем та труднощів, що існують у комунікативній взаємодії в публічному управлінні.....	57
.....	
3.2. Основні тенденції розвитку комунікативної взаємодії у сфері публічного управління.....	74
<b>Висновки до Розділу 3</b> .....	82
.....	
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	84
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	88

## ВСТУП

**Актуальність теми.** На сучасному етапі розвитку України вирішальним є створення ефективної системи публічного управління, що базується на принципах «збалансованого комунікативного процесу». У демократичних умовах взаємодія держави та громадянського суспільства виявляє високу продуктивність через створення організацій, які, хоча не є частиною громадянського суспільства чи державно-управлінського апарату, є полем для комунікативної взаємодії.

Сучасний етап будівництва ефективної держави вимагає впровадження нових форм комунікативної взаємодії між органами влади та громадськістю, зокрема активізацію громадської участі та забезпечення зворотного спілкування у процесах реалізації державної політики. Ефективність виконання публічної політики визначається ступенем залучення громадян до процесів публічного управління.

Комунікація визначає нові інформаційні зв'язки та механізми впливу на розвиток суспільства, створюючи численні проблеми в сучасній державно-управлінській науці. Серед них актуальні питання про поширення комунікативних процесів на розвиток сучасного суспільства та їх вплив на ціннісні системи ідеологічних доктрин у формуванні державної політики.

Отже, важливо створити систему спілкування між населенням та керівництвом держави, розробити стратегію розвитку публічного управління з урахуванням інтересів усіх соціальних груп. Комунікативна взаємодія органів влади та громадськості може бути успішною лише в умовах розвинутого громадянського суспільства, уникнення тотального контролю держави над діями та думками громадян, і вимагає вироблення єдиної системи цінностей для компромісу та згоди.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У ході дослідження аналізувалися практичні результати досліджень українських та зарубіжних

авторів, зокрема проблеми взаємодії органів влади з громадськістю в системі публічного управління. Вчені, такі як О. Валецький, П. Ворона, В. Войтович, та інші, досліджували цю проблематику. Зокрема роботи фахівців у галузі публічного управління, таких як Н. Алейніков, В. Аршинов, та інші описують комунікативні зв'язки між органами влади та громадськістю.

Додатково, роботи авторів, таких як А. Босячки, Г. Гіберті-Фонт, та інші, висвітлюють інформаційно-аналітичне забезпечення органів влади, нові канали надання адміністративних послуг, та реформування публічного управління через сучасні інформаційно-комунікаційні технології. Окремо було розглянуто питання використання соціальної реклами в публічному управлінні, що вивчали українські та зарубіжні дослідники, такі як Т. Ревенко, Г. Гулакова, та інші.

**Мета і задачі дослідження.** Мета роботи полягає у теоретичному та методологічному обґрунтуванні механізмів здійснення комунікативної взаємодії в галузі публічного управління України та розробці конкретних рекомендацій для поліпшення діяльності органів влади в цьому контексті.

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань:

- аналіз теоретичних підходів до визначення та класифікації термінів у сфері комунікативної взаємодії;
- визначення впливу комунікативної взаємодії на ефективність публічного управління;
- огляд сучасного стану комунікативної взаємодії в органах публічного управління;
- аналіз практичних прикладів ефективних комунікаційних стратегій в органах публічного управління;
- ідентифікація існуючих тенденцій та виявлення основних проблем в практиці комунікацій в органах влади;
- формулювання перспектив та рекомендацій для подальшого розвитку комунікативної ефективності в сфері публічного управління.

**Предметом дослідження** є механізми реалізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління в Україні.

**Об'єкт дослідження** – система комунікативної взаємодії в сфері публічного управління.

**Наукова новизна отриманих результатів** проявляється у теоретико-методологічному обґрунтуванні механізмів реалізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління України та у розробці конкретних практичних рекомендацій для вдосконалення цих механізмів.

уперше:

- класифіковано функції комунікативної взаємодії на внутрішні, що стосуються формування та утримання комунікативних зв'язків у системі публічного управління, та зовнішні, такі як номінативна і соціальне управління;

- охарактеризовано механізм комунікативної взаємодії як послідовну реалізацію правових та організаційних дій, спрямованих на задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення та організацію діяльності органів влади.

удосконалено:

- диференціацію підходів до розуміння поняття комунікації в організаційній системі, розглядаючи її як явище та процес. При цьому вказано на важливість стабільності та стійкості комунікативних відносин для ефективності роботи організації;

- методологію ідентифікації сутності комунікації як системного процесу пізнання та дії, спрямованого на взаємодію всіх суспільних структур з метою відтворення життєдіяльності та управління соціальним порядком.

набули подальшого розвитку:

- понятійно-категорійний апарат науки публічного управління, такі як «комунікативні практики» та «комунікативна взаємодія», зокрема, щодо їхнього визначення та розуміння.

– класифікація функцій представників органів публічної влади у системі комунікативної взаємодії, що сприяло ідентифікації різних аспектів їхньої ролі, включаючи демонстрацію приналежності до групи, вираження своїх намірів та відношення до чинної влади чи опонентів.

**Методи дослідження.** Для ретельного вивчення завдань, визначених у роботі, використано різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз та синтез: використовувався для детального опису обраного об'єкту дослідження; узагальнення: використано для розкриття теоретико-методологічних засад механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; порівняльний метод та систематизація: використані для вивчення нормативно-правового забезпечення комунікативної взаємодії в сфері публічного управління; системний метод: використовувався при розкритті концептуальних засад комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; логічний, діалектичний, метод узагальнення, комплексний і системний підходи: використані для вдосконалення окремих дефініцій; статистичний аналіз, порівняння та узагальнення: використані для дослідження особливостей формування комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; графічний метод: використовувався для наочного представлення отриманих результатів; метод моделювання: використовувався при розробці напрямів удосконалення оптимізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; абстрактно-логічний метод: використовувався для теоретичного узагальнення та формулювання висновків та пропозицій.

Методологічну основу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, а також офіційні публікації міжнародних організацій. Інформаційна та емпірична база дослідження включає нормативні документи органів державної та регіональної влади, статистичні та соціологічні дані, а також матеріали, опубліковані в періодичних виданнях та в інтернеті.



**Практичне значення отриманих результатів** кваліфікаційної роботи полягає в тому, що теоретичні положення, висновки та рекомендації, розроблені автором у кваліфікаційній роботі, можуть служити основою для вдосконалення механізмів реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління. Це сприятиме ефективному встановленню діалогу між органами публічної влади і громадськістю.

**Публікації.** Олефір С.О. Комунікативна взаємодія в публічному управлінні. *Дебют*: Збірник тез доповідей студентів Навчально-наукового інституту управління МДУ за результатами участі у Декаді студентської науки 2024 / За заг. ред. к.політ.н., проф. Трофименка М.В., д.е.н., проф. О.В. Булатової. Київ, 2024. – у друці.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота містить вступ, три розділи основної частини та висновки до них, висновки та пропозиції, список використаних джерел. Основний текст роботи викладено на 87 сторінках. Список використаних джерел включає 114 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

### 1.1. Поняття та основні терміни у сфері комунікативної взаємодії

В контексті сучасних дослідницьких підходів особливу увагу привертає докладний аналіз понять «комунікація» та «комунікативна взаємодія». Більшість з цих підходів визначається глибоким теоретичним та методологічним розробленням, що призвело до формування нового підходу до розуміння функціональної ролі цих понять. Протягом останньої третини століття актуалізація цього аспекту спричинила створення нової парадигми, яка переглядає роль комунікативістики у сучасному глобальному світі.

У Всесвітній доповіді про соціальні науки, представленій експертами Світового банку, зазначено, що «суспільства в сучасному світі переживають значущі зміни через нову парадигму, що базується на інформаційних та комунікативних технологіях, включаючи поширення інтернету та ЗМІ» [1, с. 301]. Це вказує на те, що інформація та комунікації формують систему для орієнтації людини і виступають ядром для утвердження соціальної причинності, яка визначає нову соціальну органіку сучасного світу.

Комунікація впливає на всі сфери суспільного життя, що породжує безліч питань. Найактуальніші серед них — це питання, пов'язані із «дослідженням особливостей поширення комунікативних процесів на розвиток сучасного суспільства, що в результаті призводить до трансформації різних ціннісних систем, на яких базуються відповідні процеси спілкування» [2, с. 19].

Загальноприйнятим є тотожність спілкування та комунікації, розглядаючи перше як складний взаємозв'язок та вплив комунікаційних компонентів. Кожен компонент відіграє роль у створенні, перетворенні, кодуванні, передачі, декодуванні та прийомі повідомлень. Якщо

феноменологія спілкування складна і повною мірою розкривається через взаєморозуміння та взаємовплив, то поняття комунікації та його соціальна суть вимагають уточнень [3].

Термін «комунікація» з'явився на початку ХХ століття. Чарльз Кулі, засновник американської соціології, розглядав комунікацію як механізм для існування та розвитку міжлюдських відносин, включаючи різні елементи, такі як жести, міміка, мовлення, письмовість, технічні засоби, інше [4, с. 354]. Джон Б. Уотсон, засновник біхевіоризму, визначав комунікацію як систему мовних сигналів, які можуть впливати на людину, ототожнюючи поведінку людини з системою реакцій на стимули [5].

В антропології британської та американської соціології вивченням процесів комунікації займалися Дж. Барнз, Е. Ботт, К. Мітчел та інші. Вони використовували аналіз соціальних мереж для вивчення взаємодії та комунікації в різних соціальних групах. Зокрема, аналіз мереж акцентує увагу на вивченні мереж, що виникають у процесі соціальної взаємодії та комунікації. Але цей підхід обмежений описом об'єктивно спостережуваних форм поведінки без врахування суб'єктивно-психологічних факторів.

Більшість сучасних вчених вказують на значущу різницю між концептуальним аспектом та функціональним призначенням терміну «комунікація». Це вказує на низький теоретичний та методологічний рівень «комунікативного оснащення» соціальних процесів, що суттєво впливає на їх стратегічну ефективність. Таке відставання гуманітарних наук від сучасних комунікативних технологій вказує на розрив між технологічним суперрозвитком і соціальним розвитком, призводячи до інституційного ослаблення політичних, адміністративних та правових систем.

Відсутність комунікативної мобільності, яку розглядає М.Н. Богомолів, може обмежити здатність адекватно та своєчасно реагувати на зміни в соціальному середовищі. Комунікативна мобільність дозволяє ефективно управляти соціальною ситуацією через аналіз і використання комунікативних каналів інформації.

У контексті публічного управління важливо розглядати концептуальні аспекти комунікації, ідентифікувати системні ланки комунікативного процесу та впроваджувати нові ідеї та управлінські моделі. Концептуалізація «комунікації» в «Сучасному Великому Британському словнику» визначає її як засіб повідомлення та спілкування, акцентуючи увагу на взаємодії через мовлення та інші знакові системи [6, с. 66].

У цьому дослідженні важливо відокремити семантичний зміст термінів «комунікабельність» і «комунікабельний», що визначають ключові терміни у нашій роботі. Також слід зазначити, що поняття «комунікаційний» має свої унікальні концептуальні аспекти, які часто виділяються деякими дослідниками чи комунікативними школами. Згідно з цим «комунікаційний» визначається як властивий комунікації в її обмеженому розумінні, коли йдеться лише про засоби з'єднання і лінії зв'язку [7].

Вважаємо недоречним вважати «комунікаційний» і «комунікативний» синонімами, особливо в ігноруванні їх концептуальної та семантичної відмінності. Такий підхід є порушенням, і наш погляд, і підкреслює важливість розрізнення між ними.

Маклюен чітко проілюстрував цей контекст, розглядаючи взаємодію масової комунікації і масової свідомості. Зокрема, він вказав, що розвиток суспільства визначається рівнем розвитку технічних засобів інформаційних зв'язків [7, с. 41].

«Теорія засобів» грає ключову роль у визначенні поняття «комунікація», зокрема, відділяє комунікаційний аспект від комунікативного. Це свідчить і про свідоме ігнорування технологічного аспекту впровадження відповідних комунікативних засобів.

Сучасні визначення більш універсально трактують комунікацію, а Ю.П. Аверін визначає її як обмін інформацією між індивідами за допомогою системи символів, враховуючи комунікативні інтенції [8, с. 11]. Це розширює уявлення, зменшує невизначеність і сприяє взаєморозумінню.

Особливий інтерес викликає концепція Г. Почепцова, який розглядає комунікацію як процес перекодування інформації між вербальною і невербальною сферою. Це вказує на перехід від мовлення до дій, що характеризує істотний аспект комунікативної взаємодії [9, с. 14]. Розглядаючи ці підходи, можна визначити різноманітні контексти соціальної взаємодії, залежно від позицій та цілей дослідження.

У розгляді концепції комунікації визначається її ключова роль як суттєвого атрибуту соціальності. Зокрема, Т.В. Науменко розглядає комунікацію як «основну ознаку суспільства», що відрізняє його від простого агрегату індивідів і полягає в здатності учасників взаємодіяти в узгоджених діях. Вчений стверджує, що комунікація та постійна комунікативна взаємодія між людьми формують загальні уявлення про оточуючих, їх цінності та утримують відповідні комунікативні знання.

Дж. Дьюї підтримує це твердження, вказуючи, що суспільства існують завдяки комунікативній практиці, і комунікація можлива лише в суспільстві. Вчений наголошує на комунікативній патетиці як важливій складовій розвитку суспільства, визначаючи суспільство через комунікативні взаємодії між людьми [10]. За цим підходом, суспільство можливе лише за умови досягнення відповідного рівня комунікативної взаємодії.

А.П. Назаров докладно розглядає системні зв'язки в структурі комунікативного процесу, підкреслюючи вразливість комунікативного процесу та необхідність спільної соціальної історичної пам'яті для спілкування. Вчений відзначає різницю між текстами, призначеними для «всіх» і тими, які враховують конкретні знання та досвід особи [11, с. 64]. У цьому контексті міжособистісна комунікація вимагає збігу обсягу знань і досвіду для успішної взаємодії [11, с. 77].

Отже, комунікація виступає як необхідна передумова функціонування та розвитку соціальних систем, забезпечуючи зв'язок між людьми та передачу сукупного суспільного досвіду.

У сучасному світі комунікація в усіх сферах суспільства визначається як пріоритет та цінність. Вона виявляється у комунікативних поведінкових та управлінських мотивах, характері комунікативних дій та сприйнятті соціальної реальності як структури з комунікативними функціями. У цьому контексті комунікацію розглядають як «соціальний процес, що відображає громадську структуру і виконує в ній сполучну функцію» [12, с. 4]. Дослідники вказують на деконструкцію поняття комунікації, що супроводжується розширенням його традиційного визначення. Так, Т.Р. Лоусон зауважує на новому контексті розуміння комунікації, що включає «взаємодіяльне спілкування» і підкреслює важливість спільної діяльності та організації в комунікаційному процесі [13, с. 98].

У сфері організаційної системи комунікацію слід розглядати як явище і процес. Як явище, вона визначається нормами взаємодії, встановленими в рамках організацій, відповідно до організаційних форм. Як процес, вона відображає принципи та закономірності відносин між людьми в організації. Важливо враховувати різноманітність комунікаційних відносин, особливо через призму їх впливу на стабільність та стійкість роботи організації.

Комунікація в суспільстві грає ключову роль у функціонуванні соціальної структури. Тенденції у сучасному суспільстві визначаються формуванням стійких суспільних груп, взаємодією громадських груп, високим рівнем технологізації та масовістю комунікації. Важлива роль приділяється ефективності комунікації у вирішенні конфліктів, формуванні позитивних установок у суспільстві, використанню її суспільно значущими суб'єктами [14].

Таким чином, аналіз комунікації виявляє її як системний процес пізнання та дій, що об'єднує засоби спілкування для відтворення життєдіяльності людей та управління соціальним порядком в суспільстві.

Аналіз визначень поняття «комунікація» зазвичай полягає в їх угрупованні за різними ознаками. Так, Т.В. Науменко розподіляє їх у три основні групи: як зв'язок між об'єктами, як аналог спілкування та як аналог

впливу. Ця класифікація об'єднує звичайне та наукове сприйняття комунікації, розглядаючи її як інформаційний вплив у суб'єкт-об'єктному процесі.

Однак, виходячи із сказаного, можна перейти до іншого аспекту проблеми – класифікації видів комунікацій. Зокрема, за дослідженнями А. Бабайцева виділяють чотири різновиди: комунікацію в широкому сенсі, інформаційний обмін у технологічно організованих системах, мислекомунікацію та екзистенціальну комунікацію. Вони відображають різні аспекти взаємодії людей та визначають комунікацію як основу екзистенційних відносин.

Класифікація комунікацій може також ґрунтуватися на їх статусі: формальні та неформальні. Перші виникають внаслідок ієрархії влади та слугують забезпеченню функціонування організації. Другі, несанкціоновані керівництвом, забезпечують соціальну взаємодію та швидкий обмін інформацією.

Зокрема, горизонтальні комунікації, що відбуваються між членами однієї групи або рівних рангів, можуть бути розглянуті як неформальні та важливі для полегшення обміну повідомленнями в організації.

Отже, різні підходи до класифікації комунікацій враховують різноманіття аспектів їхнього функціонування та взаємодії в організаційних та соціальних контекстах.

А. Акайомова зауважує, що всі види комунікацій сприяють поширенню наукових знань і культурних цінностей, об'єднують людей у спільноті та формують особистий, діловий та професійний досвід взаємодії. З урахуванням цього, класифікація комунікацій може бути більш комплексною, зокрема за ознаками внутрішніх та зовнішніх комунікацій, рівня взаємодії суб'єктів, цільової аудиторії, форм комунікації та способів передачі інформації [15, с. 38].

Згідно з думкою А.В. Соколова, суб'єкти комунікації можуть переслідувати три цілі: отримання результатів від комуніканта, повідомлення

результатів реципієнту та взаємодія для обміну результатами. Ці цілі можуть виявлятися через форми комунікативної дії, такі як наслідування, діалог та управління [16].

Однак в умовах сучасного світу, засилля впливу масових комунікаційних засобів та інтернету, наслідування набуває нових властивостей. Завдяки розширенню комунікативного простору, наслідування стає складнішим, оскільки інформаційний потік стає більш різноманітним та важливим для вибору життєвих траєкторій.

Таким чином, аналізуючи класифікацію комунікацій, можна визначити різні аспекти їхнього функціонування та взаємодії, зокрема враховуючи їх роль у сучасному інформаційному середовищі [17].

Адекватність організації комунікацій та їхніх функцій розглядається вченими за різними точками зору, і це розмаїття поглядів є природнім і суб'єктивним, вимагаючи пояснення своєї обґрунтованості. І.А. Ільєва наводить приклад, який свідчить про розбіжність підходів до розуміння комунікації в контексті культури. Деякі дослідники розглядають спілкування як «буферну зону» між свідомістю та соціальною реальністю, але в науці комунікацію часто розглядають або як суб'єктивне явище (психологія), або як об'єктивне (соціологія) [18].

Насправді, комунікація може розглядатися як «буферна зона» і в науковому висвітленні. Навіть ті, хто не вважає спілкування повноцінною частиною комунікації, визнають певні комунікативні функції у комунікативних актах.

За словами Є. Романенка, комунікація має інтегративний потенціал у розвитку сучасного суспільства, сприяючи системній організації суспільства та підвищуючи його інтеграційний потенціал [19, с. 26].

Незважаючи на позитивні аспекти соціальних комунікацій, існують перешкоди для їх ефективності, такі як фільтрування, вибіркоче сприйняття, семантичні бар'єри, емоції, інформаційне перевантаження та поганий зворотний зв'язок. Зазначені фактори можуть викривати комунікаційний



процес. Основні ознаки ефективного комунікативного процесу включають наявність мети, постійність, відносність, базування на нормативних та культурних кодах, а також важливість зворотного зв'язку [20, с. 151].

Узагальнюючи вищесказане, можна визначити, що комунікація представляє собою суттєвий аспект соціальної взаємодії, що охоплює різні сфери діяльності, включаючи управлінську. Це ключовий елемент політичної, наукової, організаційної та технічної влади в суспільстві, який використовується для взаємодії з зовнішнім середовищем та обміну думками та інформацією з метою досягнення взаєморозуміння. Поняття комунікації охоплює широкий спектр тлумачень, включаючи його розгляд як форму зв'язку або як вияв інформаційного обміну між живими істотами під час спілкування, в тому числі через технічні засоби.

У недавніх дослідженнях спостерігається зростаюче усвідомлення комунікації не лише як передачі інформації від одного соціального суб'єкта до іншого, але й як конструювання нових сенсів і інтерпретацій, а також як механізму формування нових норм і правил. Розгляд комунікації як інтерсуб'єктивних соціальних відносин сприяє розвитку тенденції до більш глибокого розуміння особистості в контексті соціальних зв'язків. Наше дослідження базується на єдності трьох аспектів дослідження комунікації: діалогічного, діяльнісного та семіотичного, що визначає три основні напрямки моделей комунікації.

Діалогічна модель комунікації виникла в контексті полеміки із теорією інтерсуб'єктивності та концепціями відчуження. Вона розглядає комунікацію як альтернативу відчуженню світу і покладає наголос на взаємодії та діалозі як основних аспектах взаєморозуміння. Роботи К. Ясперса, М. Бубера, М. Бахтіна та Ю. Габермаса розкривають, що саме комунікація, а не інститути чи системи, є основою теорії суспільного існування .

Семіотичний підхід до комунікації розглядає її як рух сенсів у соціальному просторі і часі. Засоби комунікації вважаються ключовим елементом цього підходу. Комунікація в цьому контексті спрямована на

створення значень і сенсів у соціальному середовищі. Аналіз простору безперервного смислопоходження в процесі взаємодії мов і текстів вказує на важливість культурного аспекту у комунікативній культурі [21, с. 43].

Діяльнісний підхід до комунікації виник на основі системної теорії суспільства і визначає комунікацію як обмін інформацією між суб'єктами. Головна мета – розуміти місце комунікації у суспільстві як вид і рівень соціальної дії, розглядаючи її як об'єднуючий фактор. Цей підхід вирізняється від лінійного, розглядаючи комунікацію як спільну діяльність, результатом якої є непередбачуваний спільний наслідок.

На нашу думку, комунікативна взаємодія тісно пов'язана з концепцією «комунікативної практики», яка визначає спілкування. Серед науковців існує різне розуміння «комунікативної практики». Деякі вважають, що це будь-які соціальні практики з обміном інформацією, тобто процес відтворення. Інші стверджують, що це ідентично «комунікативним діям».

Наприклад, В.В. Зотов та В.А. Лисенко визначають комунікативні практики як системи раціональної діяльності, спрямованої на передачу соціально-значущої інформації та відтворення систем комунікацій різного рівня [22, с. 123].

Зміни у повсякденних комунікативних практиках людини характеризуються суперечностями. Хоча вільний доступ до інформації розширює можливості для креативного пошуку та розвитку індивідуальності, глобальні мережі сприяють встановленню міжособистісних контактів, з іншого боку, традиційні зв'язки руйнуються. Збільшується обсяг анонімного, формального спілкування через електронні технології, де втрачаються соціальні характеристики особистості.

На сучасному етапі розвитку цивілізації інтернет та мережеві спільноти стали неот'ємною частиною повсякденного життя. Кіберпростір доповнює та розширює реальне життя, надаючи безмежні можливості для віртуальної комунікації [23, с. 71].

А.Л. Радкевич підкреслює, що комунікативні інтернет-практики представляють собою способи взаємодії людей за допомогою новітніх інформаційно-технічних засобів [24, с. 87]. Т. Титаренко розглядає їх як повторювані дії, що відображають культурне оточення кіберпростору, відкриті, постійно розвиваються та різноманітні [25, с. 174]. Л. Бевзенко визначає комунікативну практику як основну функцію сучасного стилю життя, що характеризується відкритістю та самоорганізованістю.

Н. Малєєва вважає комунікативні інтернет-практики набором знань і навичок для взаємодії за допомогою інформаційно-технічних технологій. Аналіз різних підходів до поняття «комунікативні практики» дозволяє нам визначити їх як впорядковані сукупності зразків раціональної діяльності, спрямованої на передачу соціально значущої інформації та відтворення систем комунікацій особистісного рівня [23, с. 201].

Концепція комунікативної раціональності визначає комунікацію як спосіб здійснення зв'язку та взаємодії через продуктивний діалог. Цей діалог вимагає від учасників високого рівня критичної рефлексії та здатності до раціонального прогнозування, спрямованих на досягнення розуміння та конструктивного консенсусу [26].

Важливою складовою будівництва ефективних комунікативних практик є розгляд ключових аспектів комунікативної раціональності. Ця раціональність націлена на розробку нових підходів до соціальної реальності, методів раціонального прогнозування та формування нових цінностей, норм і культурних смислів. Комунікативна раціональність розглядається як творчий процес, що породжує соціокультурні моделі і проекти, що піддавалися практичній перевірці та відкривають можливості для модернізації та гуманізації суспільства.

Ключове значення комунікативної раціональності в методології соціального пізнання виявляється в тому, що вона розглядається як засіб діяльності не лише у сфері пізнання, але й у сфері цінностей, сприяючи

соціалізації та гармонізації відносин між людьми. Кінцевою метою комунікативної раціональності є здійснення скоординованих соціальних дій. Як діалогова концепція раціональності, вона співвідноситься з етичними та гуманістичними принципами людської діяльності, покладаючи акцент на моральну відповідальність, толерантність і дотримання етичних правил у проведенні дискусій.

Соціальний досвід, визначаючи сутність взаємодії, залежить від можливостей взаємодії та спільного простору. Забезпечення цього простору, як фізичного, так і соціального та символічного, стає ключовим елементом. Використання сучасних засобів масового зв'язку сприяє розширенню можливостей особистої комунікації, тісно пов'язаної з масовими засобами комунікації та інформації [27].

Мережеве суспільство формує особливий інтернет-простір для соціальних практик, який відображається у віртуальних спільнотах. Комунікація в інтернеті відтворює соціальну реальність, базуючись на комунікаційних практиках та інформаційно-комунікативних технологіях. Вона спрямована на досягнення різних цілей, від забезпечення соціальної згуртованості до задоволення особистих потреб членів спільноти [28].

Вивчаючи погляди дослідників на поняття «комунікативна взаємодія», можемо виокремити декілька підходів. Зокрема, М. Каймакова розглядає комунікативну взаємодію як процес обміну інформацією між різними суб'єктами, що включає динамічні етапи передачі, прийому, розширення та дослідження інформації [29].

Є. Романенко визначає комунікативну взаємодію як важливий аспект будівництва діалогу, спрямований на поширення конкретної інформації в суспільстві та забезпечення прав і свобод громадян [30].

За словами В. Сергєєвої, комунікативна взаємодія - це спілкування, що спрямоване на створення сприятливого психологічного клімату та оптимізацію відносин і діяльності [31].

I. Жадан розглядає комунікативну взаємодію як спосіб цілераціонального відтворення комунікативних відносин, формування взаєморозуміння та ефективних поведінкових моделей [32].

Основаючись на аналізі думок вчених, можемо визначити комунікативну взаємодію як діяльність учасників комунікативної практики, спрямовану на обмін інформацією та узгодження рішень для покращення управлінської діяльності. Це охоплює спілкування на різних рівнях - соціальному та професійному. Зазначений аспект важливий для взаємодії з різними категоріями осіб та ефективного управління.

Загалом, для забезпечення ефективної та рівноправної комунікативної взаємодії важливо враховувати ряд передумов [33, с. 45–46]:

- Забезпечення «конгруентності» в спілкуванні, враховуючи природність та щирість.
- Визнання і дотримання принципу безоціночного приймання особи партнера.
- Формування настанови на прийняття партнера як рівноправного.
- Дотримання принципу рівної психологічної безпеки.
- Створення умов для обов'язкового дотримання проблемного, дискусійного характеру спілкування.
- Забезпечення партнерської «підготовленості» до діалогу (інформаційної та психологічної).
- Дотримання правил і стандартів «персоніфікованих» форм, стилю та характеру спілкування.
- Створення засад розуміння та готовності допомагати.
- Утвердження принципу досягання «схожості» в інтерпретації дійсності.

При організації комунікації [34], важливо враховувати:

- Точність та ясність мети взаємодії та рівень підготовки особистості до комунікації.

- Виділення основного при передачі інформації та акцентування уваги на ньому.
- Вибір часу, місця та форми комунікації, адаптація до змінливих умов середовища.
- Залучення всіх учасників групи у процес комунікації.
- Інтонія та впевнений виклад для забезпечення цікавості аудиторії.
- Інформація повинна бути актуальною та цінною для слухачів.
- Комунікація повинна спрямовуватися на вирішення актуальних проблем та мати перспективний характер.

Отже, комунікативна взаємодія представляє собою складне когнітивно-комунікативне явище, яке вимагає ретельного дослідження, зосередженого на моделюванні різних типів дискурсу, а також розробці методики для розвитку вмінь і навичок у сфері комунікативної взаємодії.

## **1.2. Роль комунікативної взаємодії в публічному управлінні**

У контексті адміністративних змін в Україні спостерігається суттєве перетворення у публічному управлінні та відносинах між державою та громадянським суспільством. Органи влади виступають як адміністративні структури, що надають послуги, тоді як громадськість розглядається як клієнт, що їх отримує. Зміни в парадигмі функціонування органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування вимагають переорієнтації їхньої діяльності на задоволення потреб громадян у публічних послугах. Це також передбачає переосмислення концепції управління суспільною інформацією та забезпечення надійного зворотного зв'язку з громадськістю.

Поділ влади, що є одним із ключових принципів правової держави, визначає межі повноважень влади. Для цього необхідно спочатку розглянути поняття «публічне управління». Цей термін вперше був використаний Десмондом Кілінгом, який визначає його як пошук оптимального

використання ресурсів для досягнення пріоритетних цілей державної політики [35, с. 15].

Вибір європейського розвитку для України передбачає перехід до європейської цивілізаційної моделі, що включає демократичний перехід до політично організованого, відповідального суспільства нового типу. Це передбачає зміни у формі та змісті держави, зокрема в системі публічного управління, з метою забезпечити ефективне спілкування між державою та громадянами [36].

Поняття «публічне управління» відображає інтегральний системний механізм, що включає політичні орієнтації, регулювання, фінансування та управлінські структури. Це визначається як галузь практики та теорії, яка зосереджена на внутрішній діяльності державних установ і вирішенні управлінських питань. Підходи до управління можуть бути схожими у приватному та публічному секторах. У цілому, розвиток ефективної системи публічного управління визначається необхідністю адаптації до українських реалій та світових тенденцій [37, с. 84].

Професор С. Чернов дефініцію публічного управління розглядає як вплив держави на суспільну життєдіяльність з метою впорядкування, збереження чи перетворення, ґрунтуючись на владній силі, яка обмежує ефективний суспільний контроль. Іншими словами, публічне управління суттєво означає управління людьми. Органи публічної влади взаємодіють з громадянами як індивідуально, так і через різні колективи, що формуються природно або за бажанням людей, таких як партії. З свого боку, громадяни, їхні групи та суспільство реагують на публічне управління та встановлюють зворотні зв'язки з органами влади, загалом із державою [38].

А. Волков розглядає публічне управління як владу, що відкрита для громади та спрямована на її інтереси, здатну залучати широкі верстви населення до управлінських процесів. Однак концепція залучення широких верств населення до управління викликає обговорення через можливість порушення керованості соціально-економічної системи.

Узагальнюючи вищезазначене, можна визначити, що публічне управління є складним та багатогранним явищем, основою якого є концепція, випливаюча з тісного взаємозв'язку політики, права, управління, влади, політичної системи та суспільства в цілому.

Узагальнимо ключові риси публічного управління як нової моделі публічного управління в Україні (табл. 1.1).



### Ключові риси публічного управління

Ознака	Публічне управління
Тип цивілізації	Солідаристична цивілізація
Тип формації	Змішана формація
Тип держави	Демократична правова соціальна держава
Місія ПУ	Реалізація цінностей суспільства (політичних рішень та впроваджень у життя положень Конституції та законів України)
Цілі ПУ	Створення, підтримка і забезпечення умов для належного економічного добробуту та позитивного розвитку добробуту громадян, суспільства (і його соціальних груп) і країни загалом; забезпечення та реалізація імперативів соціальної держави, зокрема надання (перерозподіл) благ і надання якісних публічних послуг; гарантування, охорона і захист прав та свобод людини і громадянина; створення умов для комфортності конфесій у публічному просторі; реалізація, забезпечення, охорона та захист правопорядку і громадського порядку, боротьба зі злочинністю та її профілактика; реалізація та забезпечення функціонування і відтворення національного публічного порядку; легітимне самовідтворення системи публічної влади і ПУ, забезпечення підзвітності діяльності органів публічної влади та можливості участі громадян держави в процесі прийняття політичних рішень; забезпечення цілісності системи публічної влади, належної функціональності, продуктивності та ефективності діяльності по здійсненню ПУ, а також ефективне управління публічними фінансами, майном і іншими ресурсами; охорона та оборона держави від зовнішніх загроз, забезпечення державної безпеки тощо
Суб'єкти ПУ	Громадянське суспільство, недержавні організації та їхні органи), органи державної влади
Специф. елемент ПУ	Населення країни як визначальна складова серед суб'єктів публічного управління
Об'єкт ПУ	Політична, господарська, соціальна, культурна (духовна) та інші найважливіші сфери суспільного життя
Рівні ПУ	Міжнародний; державний; регіональний; місцевий; корпоративний
Засади ПУ	Забезпечує взаємодію інтересів держави та народу; опирається на державну владу, підкріплюється та забезпечується нею; залучення суспільства до участі в соціально-економічному та громадському, суспільному та політичному процесах; поширюється на все суспільство і за його межі у сфері проведення міжнародної політики; держава наділяє публічне управління системною якістю; здійснюється в межах панування верховенства права, завдяки законодавчо відрегульованому і практично діючому механізму контролю суспільства над усіма органами державної влади та місцевого самоврядування; публічне управління діє системно, поєднуючи функціонування таких структур, як механізм держави, державний апарат, державну службу і публічні прояви суспільства
Принципи ПУ	Верховенство закону; перманентність; транспарентність; рівність всіх перед Законом і судом; ефективність; підзвітність і підконтрольність; демократичність; соціальність; світськість
Види ПУ	Втручальне; сприятливе; забезпечувальне; делеговане; виконавче; розпорядче
Результативність і ефективність ПУ	Висока ефективність, тобто продуктивність, якість, ресурсозбереження та здатність розвиватися в умовах глобалізації
Спрямування публічної політики	Рекомендаційний спрямування політики спільнотам, інститутам, суспільним сферам, що є самостійними (тобто вільними і відповідальними)

Управління країною, розглядане як соціально-економічна система, включає в себе широку участь представників громадянського суспільства у процесі ухвалення управлінських рішень. Цей підхід ґрунтується на принципах демократії та на публічному рівні набуває рис публічності. Очевидно, що розвиток публічного управління є неможливим без опори на архетипи демократії, які, в свою чергу, сприяють суспільним трансформаціям, прозорості представницької влади та відповідності демократичним стандартам управління.

Усе це гарантує ефективність регіонального управління, його природний характер, що стає особливо актуальним у сучасних умовах цивілізаційних трансформацій [39].

Загалом, система публічного управління соціально-економічними процесами представляє собою багаторівневу структуру:

- міжнародний (недержавний) рівень;
- державний рівень, регіональний та муніципальний рівень, де національна система публічного управління розробляє та втілює стратегії сталого соціально-економічного розвитку;
- корпоративний рівень, який виокремлюється для підвищення соціальної відповідальності корпорацій перед суспільством;
- значущими суб'єктами публічного управління є населення та групи інтересів, які визначають, контролюють та оцінюють цілі, шляхи задоволення потреб колективу та результативність публічного управління.

Формування сучасного публічного управління, що відповідає потребам сьогодення, представляє собою складне завдання, що постає перед всім суспільством і вимагає розробки методології як системи знань про метод. Метод в даному випадку розглядається як сукупність практичних або розумових прийомів, кроків та інструкцій, які, дотримуючись, забезпечують досягнення бажаних результатів [40]. Ця методологія є основою діяльності, об'єднуючи компетентності, знання принципів, підходів, методів та інструментів діяльності.

В умовах сучасного суспільного розвитку та оптимізації функціонування національних систем публічного управління стратегічно важливим стає елемент комунікативної політики. Така політика призначена забезпечити демократичні форми взаємодії між органами державної влади та громадськістю. Особливий акцент слід робити на розумінні громадянського суспільства як інституційної структури, що відображає певний тип комунікативної взаємодії між державою та громадянином. Ця взаємодія стає можливою лише за умови дискурсивних відносин між суб'єктами публічного управління, що відзначається розвитком самого громадянського суспільства.

Аналіз тенденцій у сфері комунікативних відносин та впливу глобального росту комунікаційних мереж на них дозволяє говорити про нову комунікативну парадигму. Однак, окрім цього, існує переконання, що сучасне інформаційне суспільство передбачає «збільшення, прискорення і глобалізацію комунікацій» [41].

На сучасному етапі розвитку України одним із ключових завдань є залучення громадськості до процесу ухвалення рішень і, в результаті, досягнення ефективності та прозорості діяльності органів публічної влади. Україна має певні можливості для взаємодії органів влади з громадськістю, але технології та методи цієї взаємодії ще потребують вдосконалення.

В Україні пропонується курс глибоких реформ і системної модернізації, що охоплює всі аспекти суспільного життя. Цей курс фокусується на ролі людини як унікальної особистості та громадянина. Невід'ємною умовою функціонування правової держави та демократичного управління є щоденна активність громадянського суспільства та його організацій. Важливо відзначити, що будь-яка модернізація суспільства буде марною, якщо населення стикається із неефективною владою та слабкою державою.

У цьому контексті основна мета України – створення справжньої республіки як спільної справи громадян, об'єднаних загальним інтересом у розвитку країни та розумінням суспільства як спільного блага. В умовах

будівництва громадянського суспільства до процесів політичного управління повинен бути включений кожен громадянин, система державних інститутів повинна бути піддана контролю громадян, а завданням державної політики – створення умов для зміцнення громадянського суспільства та розвитку громадських організацій як повноправних учасників у вирішенні соціально-економічних та соціокультурних питань [42].

На сьогоднішній день, усвідомивши реальну появу нової парадигми комунікативної взаємодії, важливо відмовитися від стереотипів управлінського мислення. Замість цього потрібно розпочати освоєння методології творчого рівня, коли суспільство та влада розуміють важливість зближення своїх інтересів та розробляють ефективні механізми громадської участі у справах держави.

Поки суспільство продовжує визнавати можливість влади шукати соціальний компроміс при наявності соціальної несправедливості, а влада в обмін готова надавати громадянам обмежений соціальний контроль, ситуація залишається нестійкою. Зараз необхідно визначити новий етап соціальної самоорганізації, який висуває високі вимоги до кожної особистості та суспільних інститутів. Система влади повинна сприяти розмаїттю соціальних інтересів та стимулювати самоорганізацію населення, використовуючи його різноманітність і творчий потенціал. Водночас, мирна згода та суспільна солідарність повинні стати ключовими характеристиками кожної особистості.

Взаємодія органів публічного управління з громадськістю визнається як необхідна умова для їхньої ефективної та прозорої діяльності. Сучасний досвід свідчить, що лише при постійній взаємодії органів влади з громадськістю вони можуть ефективно виконувати свої функції.

За словами української науковиці О. Крутій, державне управління існує у різних формах взаємодії влади та громадськості. Традиційний підхід полягає в установленні зворотного зв'язку між суспільством і владою через загальне виборче право та парламентський механізм. Однак ця форма

взаємодії, яка існує вже з ХІХ століття, вже не відповідає вимогам сучасного суспільства, включаючи Україну [43, с. 9].

В Енциклопедичному словнику з публічного управління наголошується, що «відкритість влади» визначається як «прозорість», яка передбачає піддавання дій влади публічному контролю, «доступність», що означає доступність для всіх у будь-який час та місце, і «чутливість», що передбачає готовність швидко реагувати на нові ідеї та вимоги. Відкритість влади визначається трьома ключовими факторами.

По-перше, це якість чинного нормативно-правового забезпечення, на якому базується робота публічного апарату. По-друге, це існування ефективних механізмів та процедур реалізації прав громадян на отримання інформації про діяльність державної влади. По-третє, це рівень політичної культури в суспільстві та, зокрема, в публічному апараті. Забезпечення інформаційної відкритості влади є взаємним процесом, який визначається як публічним запитом на об'єктивну та повну інформацію про роботу владних органів, так і бажанням влади легітимізувати себе через краще інформування громадськості.

Відкритість державної влади має важливе значення для демократизації держави, формування громадянського суспільства та встановлення демократичних норм і правил у взаємодії між владою та громадськістю. Зазначимо, що інституціоналізація демократії потребує серйозної наукової роботи і створення умов для ефективної комунікації між органами влади та громадськістю. Аспект комунікативної взаємодії влади і суспільства, спрямований на формування постійного конструктивного діалогу для забезпечення легітимності і стабільності існуючого порядку, практично не досліджений.

Взаємини в системі «керуючі – керовані» активно обговорювалися в ході дискусій про громадянське суспільство, особливо в період демократичних змін у колишніх соціалістичних країнах у 90-х роках ХХ століття. Це свідчить про великий інтерес до питань побудови діалогу між

владою та суспільством, включаючи його інформаційну складову. Аналізуючи еволюцію поглядів на комунікативний процес у системі публічного управління, можна зауважити, що підхід до державної комунікації змінився в напрямку більшого наголосу на зворотний зв'язок. Цей аспект надає політичній системі стійкість і ефективність розвитку. Комунікація розглядається як ключова функція будь-якої системи, і дослідники приходять до висновку, що взаєморозуміння та згода, досягнуті через комунікативну взаємодію, є важливими для будь-якої соціальної системи, зокрема політичної.

Україна стикається з проблемою недостатнього врахування громадської думки органами влади, і це недостатньо досліджується. Вивчення громадської думки здійснюється через соціологічні дослідження, спостереження, аналіз ЗМІ та інші методи. Результати цього дослідження враховуються при прийнятті рішень органами влади.

Наразі у країні виникає громадянське суспільство, що є ключовою складовою цього процесу. Діалогові комунікації із державою можуть бути визнані як найважливіший інструмент управління, але потрібно усвідомлювати обмеження та ризики цього підходу.

Важливо уникати надмірної технологізації управлінської системи суспільства та держави, оскільки будь-яка організованість може перетворитися на заорганізованість, а інформованість може стати нав'язливою. Соціологи, такі як Ю. Хабермас, попереджають про небезпеку зростання інструментального розуму, який може загрожувати перетворенню суспільства в утопію, де експерти вирішують питання суспільства [44].

Д. Белл та інші вчені розглядають діалог між владою та громадськістю в інформаційному суспільстві. Белл висловлює думку про необхідність нових моделей управління, але ставиться скептично до «демократії участі», вважаючи її не панацеєю. Він підкреслює, що питання, кому і на яких рівнях урядування приймати рішення, залишається актуальним [45].

М. Маклюен та Г. Лассуел розглядають роль медіапростору та інформаційного обміну в сучасному суспільстві. М. Маклюен виділяє роль медіапростору у розширенні можливостей людини та сприянні комунікації [46]. Г. Лассуел підкреслює важливість відкритості та представництва еліти в демократії [47].

У суспільствах, які переживають трансформації, взаємодія між органами влади та громадськістю здебільшого обмежується лише зверненнями та скаргами. Це призводить до існування спеціальних служб у державних та місцевих органах, спрямованих на роботу зі скаргами та зверненнями, що забезпечує встановлення обвідного зв'язку з громадськістю. Зазначається, що у сучасних умовах «перетворення громадянського суспільства виникають від держави і відбуваються переважно на користь держави, а не громадянина».

Це призводить до втрати потенціалу громадянського суспільства для власного розвитку, оскільки воно перебуває під контролем держави та не може захиститися від бюрократичного свавілля та олігархічного тиску. Це свідчить про необхідність розвитку ефективних комунікативних механізмів взаємодії між владою та громадськістю, що сприяли б двосторонньому впливу: від органів влади на громадськість і від громадськості на органи влади.

Вчені класифікують рівні комунікативної взаємодії на довгострокові, середньострокові та короткострокові, визначаючи два види комунікативної взаємодії: один спрямований на стратегічні цілі, інший - на зворотний зв'язок в будь-якій формі. Дослідники вказують на важливість цих взаємодій для формування об'єктивних умов для активної участі громади у визначенні та реалізації державної політики.

Такий підхід також підтримує нову парадигму, де людина, завдяки ефективній комунікативній взаємодії з органами влади, визначає перспективи суспільних змін і стає основним критерієм для влади. Класифікація рівнів комунікативної взаємодії враховує суспільний, публічний (асоціативний) та

особистий рівні, розглядаючи відносини між суб'єктами суспільної та політичної діяльності, громадськими організаціями та особистими інтересами відповідно [48].

Існують певні тенденції, які вже зараз вказують на:

а) активний розвиток глобальної комунікаційної мережі, що кардинально змінює доступ до інформації для кожного громадянина та дає можливості впливати на суспільну свідомість і систему взаємодії;

б) виникнення для громадянського суспільства значно більших можливостей контролю над діями влади та досягнення кращого захисту інтересів громадян;

в) зміну політики держави стосовно інститутів громадянського суспільства та розширення контактів органів влади з громадськими структурами;

г) виникнення масових комунікацій на муніципальному рівні, що підсилюють взаємодію з населенням;

д) формування управлінського партнерства та договірної системи управління;

е) введення нових форм політичних і соціальних комунікацій на рівні муніципалітетів;

ж) закріплення в громадській думці уявлень про ієрархію демократичної влади та її відносини з громадянським суспільством на всіх рівнях.

Підбиваючи підсумки, можна зазначити, що комунікативна діяльність розглядається як не лише складова повсякденної діяльності, але і як зовнішньо спрямована робота, яка повинна слідувати певним правилам і підлягає оцінці. Важливо враховувати, що комунікативна діяльність спрямована на взаємодію, яка будується за конкретними принципами. Таким чином, не лише відносини самі по собі породжують потребу в комунікативній діяльності, але й активна комунікативна взаємодія може сприяти формуванню та розвитку різних відносин.



Сучасний розвиток демократії в Україні вимагає удосконалення механізмів взаємодії між громадянами та державою, включаючи методи та форми цієї взаємодії. У контексті активізації формування громадянського суспільства найбільш актуальними є питання ефективної взаємодії між владою та суспільством, а також створення ефективних механізмів для цього процесу.

## Висновки до Розділу 1

Проведений теоретико-методологічний аналіз комунікативної взаємодії у сфері публічного управління призвів до наступних висновків.

1. Визначено авторське розуміння комунікацій як системного процесу обміну інформацією засобами спілкування. Цей процес націлений на відтворення життєдіяльності людей, управління соціальним порядком та підтримку гуманістичних принципів співпраці та діалогу. Виокремлено ключові етапи комунікації та визначено активну роль кожного учасника у досягненні розуміння та сприйняття інформації.

2. З'ясовано, що комунікативна взаємодія в сфері публічного управління означає спілкування як на соціальному, так і на професійному рівнях. Виділено важливість взаємодії з різними категоріями осіб, включаючи посадовців, підлеглих та населення регіону, що вимагає дотримання етики, ввічливості та здатності вирішувати конфліктні ситуації.

3. Виявлено, що комунікації переплітаються з усіма управлінськими функціями, а неефективна взаємодія може призвести до помилкових рішень та деформації міжособистісних стосунків. Зазначено, що для ефективного функціонування будь-якої організації необхідно забезпечити належні комунікації, що в управлінській практиці є однією з найскладніших проблем. Підкреслено важливість комунікаційної ефективності для успішної роботи публічного службовця.

## РОЗДІЛ 2

### ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

#### **2.1. Стан комунікативної взаємодії в органах влади**

У сучасних умовах одним із ключових аспектів будівництва демократичного суспільства є ефективна комунікація між органами державної влади та громадськістю. Це не лише сприяє політичній стабільності, але й надає можливість спільно вирішувати питання управління державою.

Влада, яка є абстрактною формою існування організованих відносин суб'єктів суспільства, має на боці явне домінування сил і ресурсів у визначеному просторі справ і подій. Використання потенціалу влади впливає на її реноме і може призводити до змін у взаємодії з громадськістю.

Комунікативна взаємодія між органами державної влади та суспільством є необхідною для налагодження відносин у межах системи влади та громадянського суспільства. Ця взаємодія передбачає певне співвідношення між владою, її політикою та легітимізацією в очах суспільства.

Концепції американських теоретиків, таких як Гамільтон, Медісон і Дежев, підкреслюють важливість походження влади від народу та систему стримувань і противаг. Ці принципи були закріплені в конституції США 1787 року, що визначала механізми контролю громадськістю за інститутами держави та способи притягнення правлячих осіб до відповідальності [49, с. 346–347].

У структурі комунікативної взаємодії виділяються суб'єкти, такі як громадяни, органи влади, громадські організації та ЗМІ. Важливо розробляти законодавчо регламентовані моделі взаємодії для уникнення ризиків.

Ідеальною вважається двостороння симетрична комунікація у формі діалогу, що включає в себе активну участь органів влади та залучення громадськості до управлінських процесів [50, с. 126].

Загалом, комунікативна взаємодія визначається як важливий елемент конструктивних відносин між владою та громадськістю для досягнення спільних цілей управління державою.

В структурно-функціональному аспекті комунікативної взаємодії в системі публічного управління В. Дрешпак виділяє чотири основні складові. Перша — соціальна — визначає учасників комунікації та визначає характеристики комунікативної діяльності. Друга — технологічна — включає методи та прийоми обміну повідомленнями. Третя — технічна — охоплює системи та засоби обміну інформацією. Четверта — семіотична — стосується знаків та систем, що використовуються для передачі контенту [51].

Інший вчений, І. Василенко, визначає структурні складові комунікативної взаємодії, такі як спільне обговорення та виявлення спільності під час обговорення, що є етапом збирання інформації. Він підкреслює важливість використання прикладних методик конфліктології та правил раціональної дискусії для ефективного процесу прийняття рішень [52].

З нашого боку, ми виділяємо структурні компоненти комунікативної взаємодії, такі як реагування на інтереси груп, розуміння та трактування інформації з акцентом на вивчення поведінки людей, а не лише управлінських структур. Ми також визначаємо функції державної комунікативної взаємодії, такі як консервативна, координуюча, інтегруюча, мобілізаційна та соціальна, що спрямовані на забезпечення стабільності, координації, врахування інтересів, легітимації та соціалізації.

Вважаємо, що функції комунікативної взаємодії можна розглядати в контексті внутрішніх і зовнішніх аспектів. Внутрішні функції включають формування та утримання комунікативних зв'язків між елементами

публічного управління та їх середовищем, а також створення та зберігання смислового контексту для інформації системи.

Зовнішні функції спрямовані на вплив системи публічного управління на оточуюче середовище. Серед них важливі номінативна функція, що передбачає відображення через елементи системи предметів, явищ і процесів, а також соціальне управління, яке використовує комунікативні засоби для організації та направлення діяльності людей.

В межах основних функцій комунікативної взаємодії в публічному управлінні можна виділити додаткові функції на різних рівнях конкретизації, залежно від характеру зв'язків та змін у системі. Наприклад, функція соціального управління може включати легітимізацію системи, створення ідеологічного каркасу та інші.

Процес комунікативного впливу може бути представлений як послідовність змін в комунікації, громадській думці та поведінці. Зазначені функції сприяють легітимізації системи та встановленню “рамок поведінки” для суспільства через використання відповідних комунікативних засобів, каналів інформації та семіотичних елементів.

Узагальнюючи, модель комунікативної взаємодії включає цільовий, змістовний і етапи спільної діяльності, а змістовність базується на трьох рівнях: індивідуальній взаємодії, спільній комунікації та колективній діяльності.

Ефективність комунікативної взаємодії залежить від психофізіологічних особливостей, рівня розвитку психічних процесів, особистісних властивостей та комунікативних здібностей. Цілісність системи підтримується об'єктивними чинниками, такими як рівноправні відносини, поощрення індивідуального розвитку та свобода висловлювання думок.

Концентрація цінностей відбувається відповідно до ієрархічних особливостей, використання методів, таких як «система як цінність», «Я як цінність» та «ціннісний релятивізм». Взаємодія в системотворчості може

бути горизонтальною (між учасниками одного способу) або вертикальною (між носіями різних способів).

Втрата ідентичності призводить до кризового стану зменшення тотожності та впевненості в своїй соціальній ролі. Характеристики ідентичності і ціннісне ставлення до них розміщені в особистісних ієрархіях, де ідентичність знаходиться в центрі.

Комунікативна політика держави має на меті забезпечити ефективну взаємодію органів влади та громадськості, що визначає форми взаємодії та інструментальне забезпечення. Моделі комунікативної політики класифікуються за рівнями управління: державна влада – громадянське суспільство та муніципальна влада – громада. Взаємодія має трирівневий ефект: довгостроковий, середньостроковий та короткостроковий, і включає форми взаємодії, діалогу та договірному партнерства [53].

У цьому контексті важливо зауважити, що комунікативна політика держави повинна спрямовуватися на розвиток громадянського суспільства. Це виправдовує виокремлення громадської моделі комунікативної політики, яка описується трьома основними моделями формування громадянського суспільства.

Перша модель визначається як формування громадянського суспільства під захистом абсолютної держави, що історично відноситься до епохи Середньовіччя, де громадянське суспільство було органічно залежним від держави.

Друга модель описує зародження громадянського суспільства знизу, через активний розвиток громадських рухів, з але ризиком тривалості їхньої участі у формуванні та реалізації державної політики, який, за думкою дослідника, завершився лише у середині XIX століття.

Третя модель, яку називають моделлю міжкорпоративної інтеграції, є одним із варіантів громадянського суспільства, що формується через залучення корпорацій та корпоративних структур, що ставляться у протиставлення об'єднанню населення та владним структурам.

В контексті комунікативних досліджень варто відзначити підхід О. Сунгурова, який ідентифікує сім моделей комунікативної політики для опису взаємодії органів державної влади та громадянського суспільства. Ці моделі включають підтримку розвитку інститутів громадянського суспільства, партнерську модель, модель архітектора, патерналістську модель, модель приводних ременів, модель ігнорування та модель боротьби з противником і громадською непокорою [54].

Окрім вже згаданих моделей, важливу теоретико-методологічну цінність має концепція О. Белокурова, який розрізняє три основні моделі взаємодії інститутів громадського суспільства з органами державної влади. Ці моделі включають нормативну, легітимаційну та інструментальну.

Відповідно до теоретичного аналізу, вважаємо за доцільне класифікувати ідеальну модель взаємодії держави та громадянського суспільства. За думкою В. Ледяєва, ця модель характеризує відносини, в яких громадянське суспільство має можливість реалізувати свої ініціативи та приватні інтереси, при цьому органи державної влади діють в межах закону. Ця модель захищає зони свободи громадян від публічного втручання, забезпечуючи при цьому ефективність дії влади для гарантування прав і свобод громадян. Держава повинна долати незаконні спроби впливу на громадянське суспільство, зберігаючи баланс і захищаючи інтереси різних груп [55].

А.В. Кулінченко вважає, що оптимальною моделлю комунікативної взаємодії між органами державної влади та громадськістю є модель правового партнерства та діалогу. Аналіз показує, що ця модель передбачає розширення кола суб'єктів комунікації, координацію дій через експертні ради, поглиблення співпраці між ЗМІ та громадськими організаціями, а також моніторинг реакції суспільства на державну політику [56, с. 111].

Важливим аспектом є розрізнення моделі внутрішньої та зовнішньої комунікативної політики держави, де зовнішня модель визначає стратегію та технологію взаємодії з зацікавленими суб'єктами в процесах публічного

управління та її основною метою є створення стабільного іміджу держави в кризових ситуаціях.

Для успішної зовнішньої комунікативної політики держави важливо використовувати різні види PR-комунікацій. Ці комунікації слід чітко розмежовувати як інструмент підтримки маркетингу, спрямований на залучення підтримки та лояльності цільової аудиторії громадськості, так і як інструмент формування репутації для органів державної влади та громадських організацій, сприяючи отриманню довіри від зацікавлених груп.

До основних факторів успішної репутації органів державної влади входить якість їхніх послуг, відповідність діяльності соціально-значущим ідеям, а також сприйняття громадськістю через ЗМІ та лідерів громадської думки.

У контексті зовнішньої комунікативної політики Є. Медведєв виокремлює дві моделі: індиферентно-маніпулятивну та інформаційну. Перша передбачає імпульсивні акції та маніпуляції через ЗМІ, щоб впливати на громадськість. Деякі PR-акції можуть переорієнтуватися на антикризовий PR, якщо не отримають достатню підтримку. Друга модель передбачає системну роботу органів державної влади зі ЗМІ, проте не визначає чітких осіб для комунікації та не обробляє професійно публічні виступи топ-менеджерів [57]

Внутрішня модель комунікативної політики охоплює взаємодію персоналу органів державної влади з громадськістю, між громадськістю в державі, між інституційними структурами та представниками органів державної влади. Різні моделі, такі як «інклюзивне», «корпоративне» та «опонуюче», позначають комунікативні взаємодії на різних рівнях, від паритетних стосунків до відносин опозиції, визначаючи роль держави у взаємодії з громадськістю.

Виокремлення трьох типів адресанту визначає три основні функції представників органів державної влади у комунікативній взаємодії:



демонстрація приналежності до референтної групи, виявлення своїх намірів стосовно цієї групи та вираження ставлення до діючої влади чи опонентів.

Комунікативні моделі, як інструкції, визначають взаємодію органів державної влади та громадськості. Згідно з Є. Шейгалем, ці інструкції повинні включати стилістичні особливості тексту, такі як неповні речення та модальні безособові предикатні слова, що створюють категоричність.

Внутрішня модель комунікативної політики держави відображає комунікативний зміст органів влади, їхні наміри та зусилля в демонстрації довіри та цінностей для конкретної групи. Ця модель спрямована на зрозумілість діяльності органів влади для громадськості та підтримку їхніх інтересів.

Органи влади повинні впроваджувати механізми зворотного зв'язку та взаємного контролю, створюючи системний моніторинг громадської думки та ефективності влади. Це допомагає забезпечити баланс між державно-управлінськими, державно-громадськими та державно-приватними інтересами в суспільстві.

Отже, комунікативна взаємодія грає важливу роль у взаємодії між органами державної влади та громадськістю, забезпечуючи ефективність державної діяльності та сприяючи розвитку суспільства.

Комунікативна взаємодія моделює систему та механізм функціонування всіх елементів у сфері суспільного життя як самоврядної системи, що передбачає координацію дій у межах цілого. Соціальна система складається з різних відтворюючих підсистем, об'єднаних взаємозв'язками та визначаючих систему цінностей та мотивів.

ЗМІ, як основне джерело інформації, формує якість дискурсу та визначає критерії оцінювання, впливаючи на глибину висвітлення подій і контекст їхнього місця в загальній картині світу. Взаємодія моделей самоідентифікації в інформаційному просторі може викликати навіть відторгнення щодо джерел інформації [58, с. 2].

Інфокомунікаційні технології є потужним інструментом суспільних змін, але їх соціальний вплив та форми ще не повністю розкриті [59, с. 3]. Розвиток Інтернету відкриває можливості для інтерактивного тексту та участі читача у створенні його змісту, розширюючи можливості сприйняття тексту та побудови поствіртуальної реальності [58, с. 6].

Сьогодні існує понад 200 сайтів для створення соціальних мереж. Загалом можна передбачити, що з часом соцмережі стануть більш спеціалізованими. Їх можна умовно розділити на загальнотематичні (зорієнтовані на підтримку і налагодження контактів та пошук нових знайомих), ділові (покликані до професійного розвитку та кар'єрного зростання), та спеціалізовані (збирають аудиторію за конкретними інтересами, такими як музика, мистецтво, хобі) [60].

У сучасних умовах, коли інформаційний бум охоплює весь світ, країни шукають шляхи впровадження єдиних стандартів для своїх інформаційних інфраструктур та будують державну політику, враховуючи новітні комунікаційні технології. Це вимагає відповідних технічних та технологічних баз.

Термін «інформаційний простір» об'єднує «простір» та «інформація». Це структуроване поле інформаційних ресурсів, яке забезпечує доступ до результатів комунікаційної діяльності людей. Інформаційний простір, розширюючись, стає цілісним полем взаємодії між реальним і віртуальним, впливаючи на норми поведінки та світосприйняття.

Комунікаційний простір, як форма соціального руху, зазнає змін внаслідок революційних технологічних зрушень. Нові канали комунікації змінюють кількісний склад учасників та обсяг інформації. Винахід нових засобів комунікації формує зони в комунікаційному просторі, які концентрують різні види соціальної інформації та відіграють важливу роль для соціального управління [61].

Визначаючи «комунікаційний простір», маємо на увазі форму існування інформаційних систем, яка сприяє швидкій взаємодії між

виробниками і споживачами інформації, трансляції та збереження знань. Щодо інформаційного простору управління, відзначаються його швидкість, відкритість, зворотний зв'язок, сегментація та інформаційна ієрархія [61].

Інформаційний простір політики стає все більше трансграничним, а віртуалізація його можливостей веде до штучного моделювання політичних подій. Це породжує нові виклики, такі як необхідність законодавчого обмеження можливих деструктивних політичних наслідків.

Трансформація суспільно-політичної системи через вплив інформаційно-комунікаційних технологій включає зміни в управлінні, інститутах демократії та соціально-політичних характеристиках суспільства [61]. Україна, враховуючи свої цілі та перспективи, може спрямувати зусилля на формування електронного уряду, з урахуванням тенденцій розвитку електронної демократії та інформаційного суспільства у віддаленій перспективі.

Висока швидкість інформаційного обміну, разом із зростанням можливостей цифрового моделювання образів, призвели до трансформації політичної реальності у медію. Віртуальні образи стають домінуючими в інформаційному просторі, що утворює сприятливі умови для створення інфобалансу між державою та суспільством, що є основою легітимації та стабілізації політичних відносин.

О. Захарова вказує на важливість розвитку нової інформаційної культури в сучасному інформаційному просторі. Ця культура впливає не лише на економіку, управління і комунікацію, а й на ментальність та поведінку людей. Використання терміну «інформаційна культура» в прикладному контексті розкриває соціокультурний аспект і підкреслює історичні механізми самоадаптації до змін інформаційно-комунікативного середовища [62].

У розвитку інформаційного суспільства одним із пріоритетів є створення інформаційної системи «Електронний уряд», яка дотримується принципів електронного урядування. Ця система повинна об'єднувати всі

рівні влади за допомогою електронного документообігу та забезпечувати доступ до інформації через Єдиний портал органів влади. Національний депозитарій електронних інформаційних ресурсів має бути ключовим резервуаром для зберігання важливих ресурсів [63].

Структура електронного урядування включає технічну, внутрішню урядову та зовнішню інформаційну інфраструктури. Концепція передбачає створення нових форм взаємодії органів влади з громадянами та підприємствами через доступ до інформації, надання електронних адміністративних послуг і звертання до органів влади через Інтернет [64].

Згідно з концепцією «е-урядування», система органів публічної влади має функціонувати як єдина сервісна організація, спрямована на надання послуг населенню. Ця система повинна бути відкритою, інформаційно прозорою та доступною для громадян, з особливим акцентом на зворотний зв'язок, швидкість і якість надання послуг через використання Інтернету. Основна мета - покращити якість адміністративних послуг і ефективність роботи органів влади.

Реалізація концепції «е-урядування» пов'язана з реформою публічного управління. Це передбачає перебудову адміністративної системи з метою підвищення оперативності та ефективності управлінських рішень, зменшення витрат, боротьби з корупцією та інші заходи [65].

У контексті європейського досвіду «е-урядування» виглядає привабливим завдяки спрощенню бюрократичних процедур, скороченню термінів видачі документів, впровадженню єдиної системи електронного обліку, що призводить до збільшення бюджетних надходжень та підвищення довіри бізнесу та громадян до владних інститутів [66].

Електронний уряд, взаємодіючи з громадськістю, розширює принцип «єдиного вікна», забезпечуючи доступ до різноманітних послуг, включаючи інформаційні, фінансові та юридичні транзакції. Це також передбачає легку доступність інформації від апарату міської влади для громадськості [67].

Для успішної реалізації «е-урядування» важливі умови, такі як нормативно-правові акти, доступ до Інтернету, інфраструктура, фінансування та кадрові ресурси. Також важливо уникнути можливого використання «е-урядування» в антисупільних цілях. Недавно в Україні активізувалися заходи з розвитку «е-урядування», включаючи реформу інформаційно-комунікаційних технологій та створення умов для інтеграції до Єдиного цифрового ринку ЄС [68].

Проблеми впровадження електронної взаємодії органів влади в Україні включають різноманітність інформаційних систем, їх низьку якість та відсутність єдиної ідентифікації. Також відзначається брак мінімальних вимог до інтероперабельності державних інформаційних ресурсів і невизначеність вимог до електронної взаємодії.

1. Багато інформаційних систем органів влади не призначені для електронної взаємодії, а їхні дії не координуються, що призводить до технічних і нормативних неузгоджень.

2. Більшість інформаційних систем в органах влади введені з порушенням законодавства, зокрема, вимог щодо захисту інформації.

3. Відсутність єдиних ідентифікаторів у різних державних ресурсах створює проблему координації інформації.

4. Брак мінімальних вимог до інтероперабельності ускладнює електронну взаємодію систем органів влади.

5. Відсутність єдиної концепції для електронної взаємодії призводить до несумісних проектів та стандартів.

Автори теорій комунікації акцентують роль аудиторії у власному сприйнятті повідомлень, розглядаючи текст як сукупність знакових засобів, що створюються читанням та змінюють уявлення про реальність залежно від спостерігача [69].

Сучасна соціокультурна реальність визначається новими взаєминами між людьми, лібералізацією системи цінностей та втратою визначеності

критеріїв культури. У цьому контексті важливе нове співвідношення між різними видами культури, а також поява нових соціально-художніх відносин.

Учасники соціальної комунікації, такі як громадяни, організації та соціальні групи, взаємодіють у суспільному житті, впливаючи на інших та викликаючи зміни в суспільній системі. Основні суб'єкти соціальної комунікації включають громадян, державу, громадські організації, ЗМІ, групи інтересів та інші.

Соціальна комунікація - це складний процес, який включає операції опредмечування та розпредмечування змістів, а також взаємодію інформації між різними елементами. Важливо враховувати, що реципієнт оцінює зміст повідомлення з етичної та прагматичної точок зору.

Інформація виступає предметом взаємозв'язку та взаємодії, а її тлумачення можна розглядати з різних точок зору, таких як сукупність відомостей, об'єкт зберігання та передачі, кількісні дані, сигнали, що сприймаються організмами, і багато інших. У всіх визначеннях інформація розглядається як об'єднуюча категорія, що відображає реальність та інтелектуальну діяльність.

Роль комунікації в сучасному суспільстві визначається комунікаційним простором, що включає етичні, мовні, культурні аспекти і засоби комунікації. Унаслідок технологічного прогресу, комунікація переважно здійснюється через технологічні засоби, такі як телебачення, радіо, друковані видання та Інтернет, що значно розширило комунікаційний простір.

Сучасний комунікаційний простір технічно включає в себе Інтернет, апаратні та програмні комплекси для масової комунікації та засоби взаємодії інформаційних систем. Ця динамічна структура відкриває нові можливості для групової та індивідуальної комунікації, а також забезпечує продуктивний інформаційний обмін.

Зараз важливо формувати уніфікований комунікаційний простір для зручного доступу до необхідної інформації. Інтернет відповідає цим

вимогам через універсальні протоколи передачі інформації, можливість особистого та професійного використання, організацію складної комунікації та продуктивний обмін інформацією.

Усе це свідчить про те, що комунікація визначається не лише засобами передачі, але й самим простором, де вона розгортається. Розвиток громадських комунікаційних систем та технологій інформаційної передачі збільшує роль комунікації в суспільстві, роблячи її все більш важливою для ефективного обміну інформацією та взаєморозуміння.

## **2.2. Ефективні інструменти та практики комунікації в органах публічного управління**

Державна комунікація є важливою складовою системи публічного управління. У демократії влада повинна дотримуватися прозорості та інформаційної відкритості, сприяти діалогу з громадянами та узгоджувати інтереси держави і суспільства.

Ефективне формування та втілення державної політики вимагає вміння влади ефективно спілкуватися з громадськістю, обговорювати альтернативні варіанти політики та використовувати громадські пропозиції для покращення якості політики.

Органи влади повинні визначати пріоритети у співпраці з громадськістю. Взаємодія має забезпечувати обмін інформацією між урядом і громадянським суспільством для створення програм і проектів, що відповідають потребам суспільства. Важливо, щоб цей діалог був систематичним та мав виважене методичне підґрунтя [70].

Проте проблеми порозуміння залишаються актуальними в забезпеченні діалогічності публічного дискурсу. Обмеження можливостей ефективної участі громадськості у політичних питаннях та відсутність суворого

дотримання процедурних методологій ускладнюють ситуацію. Недостатня реалізація механізмів діалогу, політизація відносин та відсутність збалансованих діалогічних форм сприяють соціальній невдоволеності діяльністю влади на всіх рівнях.

Концептуальні засади діалогічності потребують більш чіткого виконання для забезпечення прозорості інноваційної взаємодії та спільного розуміння питань державної політики.

Україна на публічному рівні закріпила визначення категорії соціального діалогу. Закон визначає його як процес визначення позицій, досягнення спільних домовленостей та узгоджених рішень між працівниками, роботодавцями та владою з питань соціальної та економічної політики.

Сутнісні ознаки діалогу включають свідому та взаємну спрямованість, взаємно зрозумілу дискусію, наявність зворотного зв'язку та взаємне визнання «позитивної інакшості». Досліджуючи соціальний діалог, О. Петрос вказує на його потенціал вирішення економічних та соціальних завдань, таких як демократизація відносин, досягнення соціального консенсусу та економічна стабільність [71, с. 24].

Соціальний діалог, який є специфічною формою соціальної комунікації, відрізняється складною структурою та ускладненою передачею повноважень від соціальних груп до окремих осіб, що діють як посередники у цьому діалозі [72, с. 36].

Законодавство про соціальний діалог в Україні ґрунтується на Конституції [73] та включає такі закони, як «Про професійні спілки» [74], «Про організації роботодавців» [75], «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» [76], а також трудове законодавство та інші нормативно-правові акти.

Основні принципи соціального діалогу, визначені законом, включають законність та верховенство права, репрезентативність та правоспроможність сторін, незалежність та рівноправ'я, конструктивність та взаємодію,



добровільність та прийняття реальних зобов'язань, взаємну повагу та пошук компромісів, обов'язковість розгляду пропозицій сторін, пріоритет узгоджувальних процедур, відкритість та гласність, обов'язковість дотримання узгоджених рішень [77].

Роль соціального діалогу в регулюванні та розвитку суспільних відносин визнається як важлива, а сам процес діалогу формує цінності суспільства та визначає роль держави. На етапі реформ в Україні виникають протиріччя між органами влади та громадськістю, і їх розв'язання можливе через поєднання інтересів та зусиль сторін за умови громадянського компромісу та нового «суспільного договору» [78].

Сучасні умови реформування в Україні акцентують увагу на діалогічних відносинах між органами влади та громадськістю, враховуючи розвиток комунікаційного простору, інформаційний обмін, та підвищену роль громадянського суспільства у владних справах. Це вимагає постійної комунікації та підтримки зворотного зв'язку, утворюючи нове діалогове середовище між державними службовцями та громадянами [78].

Процедури діалогічної взаємодії визначаються як просторово-часові, оскільки вони передбачають висловлювання та дії учасників в різних місцях та часах, а також застосування різних методологічних засобів. Таким чином, дискурсивний простір повинен бути простором постійного діалогу, оскільки відносини між «політиком» та «управлінцем» вимагають партнерства, а не лише підпорядкування [78].

Участь громадян у публічному управлінні може відбуватися через різноманітні форми, такі як загальні збори громадян, громадська ініціатива, громадські ради при органах виконавчої влади, громадська експертиза, громадський моніторинг, індивідуальні та колективні звернення громадян, а також діяльність громадських організацій та політичних партій [79].

Низка моделей діалогу розроблена для дослідження поняття, але наш підхід акцентує на ситуаційності і контекстuality як ключових ознаках діалогічної взаємодії в політичній та управлінській сферах. Структура моделі

«діалог політика/управління» включає історію взаємодії та модель взаємодії, де історія взаємодії допомагає інтерпретувати пропозиції у визначеному контексті, а модель передбачає стратегію діалогу, побудовану на контрасті між свободою ініціативи та повністю заданими діями [80].

Діалогічний характер дискурсивних просторів владних структур визначається необхідністю досягнення дискурсивного консенсусу, що охоплює різноманітні сфери дискурсів. В умовах глобалізації, модернізації публічного управління та децентралізації владних відносин, діалогічна взаємодія вимагає розширення кількості учасників та зміни їх дискурсивних ролей [80].

Отже, в авторському розумінні, концепт діалогу відображає трансформацію владних відносин та актуалізує нові форми участі. У зв'язку зі складністю відносин політика-управління-суспільство виникають нові форми, наприклад, діалогічне посередництво. Ця роль може бути відіграна в межах державно-управлінського дискурсу, сприяючи передачі інформації та зміцненню взаєморозуміння між владою та суспільством.

Участь громадян в управлінні відбувається через різні форми, такі як загальні збори, громадська ініціатива, громадські ради, громадська експертиза, моніторинг владних рішень, звернення громадян, діяльність громадських організацій та політичних партій, а також обговорення та дискусії [79].

Соціальні мережі виступають ефективним інструментом для комунікації та діалогу в суспільстві, сприяючи вирішенню актуальних проблем. Забезпечуючи оперативний обмін інформацією, вони підвищують участь громадян у формуванні рішень та взаємодії з владою [81].

Створення постійної та ефективної моделі інформаційно-комунікативної взаємодії між органами влади та громадянами є важливим елементом формування ціннісної системи та активності громадян [82].

Нові інформаційні технології впливають на відносини на політичному полі, сприяючи інтерактивній взаємодії еліт та громадян. Інтеграція

мережових відносин стає важливим інструментом політичної участі та ідентифікації громадян [83].

У широкому спектрі комунікацій та способів взаємодії формуються нові концепти влади, виникають нові ціннісні системи, відносини та політичні норми. Впливаючи на зростання інформаційного капіталу в політиці, комунікації трансформують середовище влади та культурний рівень учасників. Крім того, сучасне покоління через складні комунікації не лише відтворює, але і трансформує основні риси політичної культури, формуючи образи, символи і смисли для майбутніх поколінь.

У соціально-комунікативному діалозі, порівняно з індивідуально-особистісним, важливо враховувати обставини, які визначаються не лише особистісними характеристиками, але й реальними умовами життя, такими як кризовий стан суспільства та неефективність соціальних інститутів, що призводять до кризової свідомості [84, с. 184].

Світова мережа, серед інших каналів комунікації, є новим, якісно відмінним каналом. В контексті соціальних комунікацій всі канали можна поділити на природні і штучні, а Інтернет відноситься до штучних електронних каналів. Зростання штучних каналів, зменшення ролі природних та постійне розширення їхнього технічного аспекту є історичними тенденціями.

Багато дослідників визнає, що соціальні мережі є платформою консолідації груп на основі спільних інтересів та створюють синергетичний ефект через комунікативну взаємодію, яка впливає на структуру комунікативного простору та формує віртуальні співтовариства [85]. Соціальний діалог, представлений в соціальних мережах, відбувається в неінституціоналізованій формі.

В Україні необхідно активізувати діалог та владу в таких напрямках:

1. Покращення комунікації органів державної влади шляхом впровадження прозорості, доступності, транспарентності, демократизму та гласності. Ці принципи визначають ефективність органів виконавчої влади.

2. Забезпечення можливості громадян участь у публічному управлінні у контексті демократичної системи. Комунікації влади є основним інструментарієм для підсилення ефективності та розвитку політичної культури.

3. Використання новітніх інформаційних технологій для поліпшення діалогу та ефективності управління. Інформатизація владних органів має сприяти прозорості, ефективності та демократизації влади.

4. Поширення уваги на комунікативну складову органів виконавчої влади. Важливість ефективної комунікації полягає в розумінні, сприйнятті та довірі до владних органів, легітимізації їхньої діяльності.

5. Боротьба з корупцією у чиновницькому апараті. Подолання корупційних явищ влади вимагає комплексних заходів, таких як підвищення правової культури населення, реформи у державних органах та встановлення взаємодії між державою та громадянами [79].

Аналіз діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні, які відповідають за інформаційно-аналітичні функції та зв'язки з громадськістю, свідчить про несуттєву задоволеність сучасним станом взаємодії влади з громадськістю. Проблеми включають відсутність системності в комунікативному діалозі, відсутність взаємодії між інформаційними службами та іншими структурними підрозділами, а також правову нечіткість функціонального статусу інформаційних служб.

Для вирішення цих проблем важливо гармонійно поєднувати політичні, правові та організаційні механізми управління процесом комунікації. Сприяти цьому може перехід від монологічного мислення до діалогового, а також створення публічних деліберативних процесів. Комунікативний діалог може вирішити завдання передачі достовірної інформації, створення позитивного ставлення до проблем, стимулювання громадських дискусій та формування попиту на інформацію.

Підсумовуючи, ефективна комунікація між владою та громадськістю в Україні вимагає комплексного підходу, що враховує політичні, правові та

організаційні аспекти, спрямований на побудову діалогового взаємодії із засобами масової інформації та громадськістю.

Соціальна реклама сьогодні є не лише важливим засобом спрямування повідомлення до цільової аудиторії, але й актуальною формою роботи державних і громадських соціальних організацій. Її метою є нагадування про соціальні проблеми, формування громадської думки, вплив на поведінку та інформування різних категорій населення.

Система публічного управління включає соціальну, технологічну, технічну та семіотичну складові. Вивчення соціальної реклами у системі державно-управлінської комунікації з позицій системного підходу дозволяє розглядати її функціонування у контексті цих складових.

Соціальна реклама визначається як інформація, спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, розповсюдження загальнолюдських цінностей і не має на меті отримання прибутку. В українському законодавстві їй встановлені певні вимоги, спрямовані на позитивний вплив на суспільство і громадян.

Актуальність соціальної реклами полягає в тому, що вона є потужним інструментом взаємодії на соціумі. Її завдання включає корегування суспільної поведінки та створення позитивного іміджу фірм, організацій і суспільних інститутів. Такий вид реклами є важливим елементом формування суспільної думки і супроводження соціальних проектів.

Соціальна реклама, яка є однією з форм державно-управлінської комунікації, виступає інструментом формування уявлень суспільства щодо соціальних проблем. Вона спрямована на залучення громадян до участі у рішенні цих проблем, формування відповідної поведінкової моделі та досягнення стабільності в суспільній системі.

Соціальна реклама визначається як форма державно-управлінської комунікації, яка транслює повідомлення через комунікативні канали для досягнення визначених цілей управлінського впливу. Об'єктами такої

реклами можуть бути реформи та соціальні питання, такі як охорона здоров'я, освіта, трудова міграція, екологія, культурна спадщина та інші [86].

Суб'єктами соціальної рекламної комунікації у публічному управлінні виступають владні органи, посадовці, соціальні групи та організації, які є цільовою аудиторією. Законодавство передбачає умови розміщення соціальної реклами у засобах масової інформації, фінансовані з публічного або місцевих бюджетів.

Хоча соціальна реклама спрямована на масову свідомість, важливо, щоб вона мала адресний характер і враховувала конкретні потреби та особливості соціальних груп. Ефективність соціальної реклами визначається її спрямованістю на розв'язання конкретних суспільних проблем і зміни у свідомості конкретних груп населення.

Технології соціо-реklamної комунікації у сфері публічного управління визначаються як засоби та прийоми створення, передачі, сприйняття та розуміння соціальної реклами в контексті державно-управлінських комунікацій. Ці комунікативні технології спрямовані на вплив на суспільство та включають спеціальні прийоми, що застосовуються органами влади та іншими суб'єктами в сфері соціальної реклами.

При правильній організації соціальна реклама стає ефективним інструментом розвитку різних сфер діяльності, таких як підприємництво, політика та суспільство. Вона сприяє досягненню стратегічних та тактичних цілей, а також може взаємодіяти із іншими управлінськими заходами для отримання синергетичного ефекту.

Основна мета соціальної реклами – зміна ставлення суспільства до конкретної проблеми та формування нових соціальних цінностей у довгостроковій перспективі. Її перевагами є формування громадської позиції, передача цінностей, залучення громадян до соціального життя та гуманізація суспільства.

Мінуси соціальної реклами пов'язані з фінансовою невизначеністю в законодавстві, складнощами розміщення та неможливістю ефективної оцінки

результатів. Замовниками соціальної реклами переважно виступають державні органи та неприбуткові організації.

Соціальна реклама може включати різні напрями, такі як інформація про діяльність владних органів, соціальна інформація щодо святкових заходів, реклама заходів із соціальною спрямованістю та інші. Проте, важливо враховувати, що пріоритетний зміст та форма соціальної реклами можуть залежати від різноманітних факторів, таких як політична ситуація, рівень життя населення та інші чинники.

Реклама є ефективним засобом впливу на громадянську свідомість та соціальну поведінку. Розробка практичних підходів до формування позитивної поведінки через соціальну рекламу та виважений вибір її засобів та технік є важливим завданням.

Створення соціальної реклами – це керований процес, що вимагає організаційно-методичного, фінансового забезпечення та ефективності оцінки, контролю. У цьому контексті важливо враховувати наявність управлінських технологій. Державне управління включає соціальні технології, що охоплюють методи впливу на соціальні процеси. Соціальна технологія може реалізовуватися через соціальну рекламу, яку можна розглядати як соціальну технологію управлінського типу, оскільки вона впливає на модель поведінки громадян та суб'єктів господарювання [87].

У комунікативному просторі сучасної людини реклама виконує вагомую роль, формуючи стереотипне мислення та впливаючи на цінності та орієнтації. Зокрема, реклама органів державної влади має різні функції, включаючи формування громадської думки, привертання уваги до актуальних проблем, створення позитивного іміджу та об'єднання громадян для розв'язання соціальних проблем.

Технологія соціальної реклами органів влади – це сукупність засобів та методів, спрямованих на управлінський вплив на соціальну систему з метою формування та зміни цінностей та поведінкової моделі суспільства. Важливо підкреслити, що для успішної соціальної реклами необхідні обґрунтована

стратегія, дослідження, креатив, виробництво, розповсюдження та оцінювання, і її вплив залежить від готовності суспільства до змін у поведінковій моделі [88].

Спрямування соціальної реклами в системі державно-управлінських комунікацій обґрунтовано поділом на внутрішньо та зовнішньо орієнтовану. Це визначається виконанням різних завдань у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Г. Гулакова розглядає два рівні проблем: ефективність управління та управління соціальними процесами [86].

Сучасна українська соціальна реклама спрямована на задоволення культурних запитів через впровадження конкретних цінностей і стандартів, часто виступаючи як приклад цінностей, що слід наслідувати. Реклама формує стереотипне мислення, особливо у молодого покоління, впливаючи на цінності та орієнтації адресатів [89].

Українська соціальна реклама, яку часто розробляють представники третього сектору, не завжди відповідає вимогам. Зокрема, відсутність професійного підходу до розробки повідомлень, визначення каналів комунікації та проведення комплексних рекламних кампаній є актуальними проблемами [90, с. 26].

Соціальна реклама, як технологія управління, є важливим інструментом демократичного розвитку. Вона формує психологічні настанови у громадян, створюючи передумови для реалізації соціальної політики держави [91]. Нестандартний підхід у соціальній рекламі, хоча вимагає додаткових ресурсів, може бути реалізованим, особливо через вірусний маркетинг та соціальні мережі [92].

Соціальна реклама впливає на життя українців через державне регулювання, але результати могли б бути кращими, якби були запропоновані альтернативи шкідливим звичкам. Спорт, культурно-розважальні програми та інші ініціативи мали б позитивний вплив, хоча їх реалізація потребує фінансових ресурсів, яких не вистачає в бюджеті.



Україна використовує кілька моделей соціальної реклами. Модель «дифузії» недостатньо ефективна через перенасичення медіаринку рекламою алкоголю та тютюнових виробів. Модель «комунікації поведінкових змін» також обмежена, оскільки важко впливати на поведінку без прямого бажання особи.

В Україні існують проблеми в розвитку соціальної реклами, включаючи відсутність стандартів, розмитість законодавства, проблеми розміщення та недостатній моніторинг ефективності. Існують також проблеми в правовому регулюванні, такі як нечітке розмежування від політичної та комерційної реклами, недофінансування та використання в комерційних або політичних цілях [93, с.7].

Фінансові труднощі є значною перешкодою для розвитку соціальної реклами в Україні. Відсутність єдиного бюджету на державну соціальну рекламу та відсутність комерційного інтересу від бізнесових структур є основними факторами. На відміну від західних держав, де компанії отримують податкові пільги за фінансування соціальних проєктів, в Україні немає механізму фінансової підтримки на рівні держави. Для покращення ситуації, пропонується законодавче врегулювання оплати послуг соціальної реклами та забезпечення публічного фінансування.

Соціальна реклама в Україні є предметом досліджень і обговорень, включаючи конференції, конкурси, фестивалі та інші заходи. Однак тема залишається малорозробленою в літературі. Інформаційні структури в Україні розвиваються швидше, але спільна зацікавленість та обмін досвідом можуть сприяти подальшому розвитку соціальної реклами в країні. ЗМІ відіграють ключову роль у цьому процесі, отримуючи нові можливості в інформаційній ері.

## Висновки до Розділу 2

Після проведення структурно-функціонального аналізу комунікативної взаємодії у сфері публічного управління, можна зробити наступні висновки:

1. Комунікативна взаємодія в сфері публічного управління включає в себе внутрішні і зовнішні функції, які взаємодіють і відображають властивості цієї підсистеми. Модель формування комунікативної взаємодії має цільовий, змістовний та етапний компоненти, що визначають її спрямованість, інформаційний зміст і характер спільної діяльності.

2. Комунікативний простір у сфері публічного управління є складним утворенням, характеризується цілісністю, структурністю та автономією компонентів. Учасники комунікативного процесу інтерпретують інформацію суб'єктивно, враховуючи свої знання і вміння, що призводить до різних сприйнятів і актуальності обсягу та форми інформації.

3. Комунікативний діалог між органами влади та громадянським суспільством впливає на демократизацію держави та ефективність управлінських рішень. Для активізації діалогу потрібно поліпшити функціонування органів влади, забезпечити участь громадян у управлінні, використовувати інформаційні технології та підвищити комунікативну діяльність.

4. Соціальна реклама виступає як засіб комунікативної взаємодії в сфері публічного управління. Вона спрямована на популяризацію моральних цінностей і вирішення суспільних проблем. Структура соціальної реклами дозволяє впливати на різні цільові аудиторії та вирішувати актуальні проблеми за допомогою психологічного впливу.

## РОЗДІЛ 3.

### ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

#### **3.1. Огляд основних проблем та труднощів, що існують у комунікативній взаємодії в публічному управлінні**

Глибокі системно-структурні зміни в українському суспільстві, пов'язані з політичними та соціально-економічними реформами, вимагають адекватної оцінки в усіх сферах діяльності. Ця оцінка пов'язана із суспільною свідомістю та новими парадигмами поведінки різних соціальних груп.

Влада взаємодіє з громадською думкою, і важливо розуміти, що комунікація тут самостійна. Однак використання терміну «громадська думка» може бути політично завдатковим, адже влада може впливати на сприйняття цієї думки. Важливо рахуватися з громадською думкою, оскільки вона існує незалежно від влади, і враховувати її в управлінських стратегіях.

Використання опитувань громадської думки є засобом для політиків удосконалення комунікації та реагування на суспільні настрої. Важливо розрізняти реальні тенденції в громадській думці від політично нав'юваних ілюзій.

На сучасному етапі важливо враховувати вплив громадської думки на політичні процеси та використовувати її для досягнення політичних та ідеологічних цілей влади. Формування такого підходу розпочалося з моменту проведення опитувань громадської думки.

Влада намагається продемонструвати включеність громадської думки у прийняття та реалізацію політичних рішень для запобігання сумнівам в їх ефективності. Проте важливо розуміти, що актуальність досліджень громадської думки може бути обумовлена зацікавленістю сторін, а

результати опитувань можуть піддаватися впливу «поширених позицій і оцінок, виражених через ЗМІ.

Механізми впливу на громадську думку включають наступні етапи:

1. Поширення «множинності думки» через факти або «політичні легенди», щоб створити враження загального інтересу до певного факту, незалежно від соціального статусу.

2. Газети формують більш виражену думку про події, надаючи «очікувані результати», що закріплює думки пересічних громадян.

3. У дебатах відкидаються непотрібні аргументи на користь одного рішення.

4. Впровадження фактів чи оцінок подій, які представляються як «сформовані переконання» в інтересах пересічних громадян.

Цей порядок роботи передбачає цілеспрямований вплив на громадську думку та вимагає ретельного вивчення динаміки цих думок. Грамотне використання комунікативної взаємодії дозволяє підтримувати управлінський вплив над суспільством і враховувати трансформаційні процеси.

Тісна взаємодія політики та громадської думки залишається ключовою проблемою в ефективності політичного процесу, включаючи управлінські інституції, політичні партії, громадські організації та інші актори. Питання впливу громадської думки на прийняття політичних рішень залишається актуальним і визначальним для всіх учасників політичного процесу.

Щодо розуміння громадської думки науковцями, Е. Бернайз визначав її як «ледь вловиму, рухливу та нестійку сукупність індивідуальних суджень». В. Королько додає, що громадська думка може бути аморфною, амбівалентною, суперечливою та швидкоплинною. С. Чукут розглядає громадську думку як сукупність роздумів та відповідей на сучасні питання, функціонуючу як логічна і емоційна система [94, с.80].

У сучасному розумінні громадська думка представляє собою:

1. Стан масової свідомості, включаючи відношення до подій і процесів.

2. Судження суспільства або його груп про якесь явище, що виражає позицію схвалення або засудження, регулює поведінку і встановлює норми суспільних відносин.

Важливі аспекти громадської думки включають:

- Визначення громадської думки подіями, які на неї впливають.
- Реакція громадської думки на події у вигляді вимоги дії.
- Вплив на людей через їхні інтереси та рівень довіри до керівництва.
- Освіта і інформація як фактори здорового глузду і поміркованої поведінки.

- Громадська думка як духовне відношення та духовно-практичне відношення, яке можна оцінити за спрямованістю, інтенсивністю, стабільністю, інформаційною насиченістю та соціальною підтримкою.

Ці аспекти визначають і формують громадську думку в сучасному суспільстві.

Громадська думка, є складнішим явищем, ніж проста сума індивідуальних точок зору. З практичної точки зору дослідника важливо вивчати спрямованість, інтенсивність, стабільність, інформаційну насиченість і соціальну підтримку громадської думки.

У процесі взаємодії формальної та неформальної спадкоємностей, технологізація ідентифікації громадської думки стає важливою. Інститут Геллапа використовує процедури фіксації ознак громадської думки. Громадська думка може взаємодіяти з індивідуальною думкою в різних сценаріях, включаючи спільне прийняття, ідентифікацію, або відсутність знань про думку інших [95, с. 41].

Аналіз соціального диморфізму, розділу суспільства на публічну і приватну сфери, важливий для розуміння впливу формальної спадкоємності на ідентифікацію громадської думки. Сприяння цьому поділу може виникати зовнішнім тиском та економічною монокультурою, що підкреслює роль централізованого прийняття рішень.

Можна зробити висновок, що зі збільшенням монополії політичної сили та обмеженням суспільних інститутів, регулюючих відносини в суспільстві, соціальний диморфізм стає більш напруженим і поширеним. Навпаки, вільніше публічне життя і більша роль інститутів приводять до меншого соціального диференціювання і обмеженої його прояву.

У моноцентричному суспільстві важливий контроль правлячої еліти в публічній сфері. Це досягається за допомогою офіційного семантичного коду, правового впливу та примусової лояльності індивідів і спільнот. Офіційний семантичний код визначається такими рисами, як заміщення дискусії гаслами, залежність від політичних потреб еліти, відсутність альтернатив через контрольовані інститути та створення «ідеологічної дійсності». Це призводить до блокування реальної громадської думки та інформації, яка виходить за межі офіційного коду, і розглядається як девіантна або навіть як державний злочин [95, с. 46].

Підсумовуючи щодо соціального диморфізму, важливий його зв'язок із громадською думкою виникає через їх спільну природу формальної спадкоємності в суспільстві. Громадська думка є більш динамічною та чутливою до потреб людей, тоді як соціальний диморфізм характеризується жорсткою регламентацією суспільного життя та ігноруванням потреб окремих громадян.

Індивідуальні орієнтації визначають узгодженість комунікативних дій та грають ключову роль у формуванні ціннісних установок. Орієнтації, що виникають з різноманітних характеристик, включаючи особистісні, культурні, освітні, сімейні, релігійні, соціально-класові, національні та расові, допомагають впливати на формування установок.

Більшість людей залишаються нейтральними в ставленні до проблеми, утримуючись від вираження активних позицій. Цю «мовчазну більшість» можна керувати залежно від їх установок, які впливають на їх реакцію на інформацію та думки.

Типізація формування громадської думки, враховуючи індивідуальні орієнтації, корисна для структур управління, пов'язаних із виборчим процесом. Управлінські структури прагнуть взаємодіяти з громадською думкою та впливати на установки виборців.

Важливою є усвідомлена узгодженість комунікативних дій, яку визначають індивідуальні орієнтації, формуючи установки та впливаючи на результат ціннісного вибору багатьох. Технології виявлення громадської думки стають одночасно і технологіями її формування, нав'язуючи певні уявлення та спонукаючи «розділити думку» виборця, що робить громадську думку об'єктивним фактом завдяки цілеспрямованому впливу.

Механізм комунікативної взаємодії можна розглядати як послідовну реалізацію правових та організаційних дій, спрямованих на задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення і організації діяльності органів влади. На рис. 1 представлені механізми реалізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління.

Структура механізму включає чотири основні елементи: механізм нормативно-правового забезпечення, механізм організаційного забезпечення, механізм ресурсного забезпечення, механізм інформаційного забезпечення.

Мета впровадження цих механізмів у сфері публічного управління полягає в задоволенні інформаційно-комунікативних потреб суб'єктів комунікативної взаємодії.

1. Механізм нормативно-правового забезпечення включає в себе використання юридичних засобів для підвищення ефективності комунікації. Це включає опрацювання нормативних актів, регулювання функціональних та правових відносин у процесі задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення та органів влади, а також державне регулювання та підтримку комунікативної взаємодії [96].



**Рис. 1. Механізми реалізації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління**

Питання взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю регулюється рядом законодавчих актів, включаючи Конституцію України, Закони про засоби масової інформації, порядок висвітлення діяльності владних органів, державну таємницю, інформацію, об'єднання громадян, звернення громадян, засади державної регуляторної політики, Кабінет Міністрів України, а також постанови Кабінету та міжнародні документи.

Мета впровадження механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління полягає в задоволенні інформаційно-комунікативних потреб суб'єктів цієї взаємодії. Структура механізму включає елементи



нормативно-правового, організаційного, ресурсного та інформаційного забезпечення.

Органи влади, громадськість, інші суб'єкти комунікації у публічному управлінні здійснюють взаємодію відповідно до принципів гарантованості прав на інформацію, відкритості, доступності, об'єктивності, повноти і точності інформації, законності.

Механізм нормативно-правового забезпечення включає в себе застосування юридичних інструментів для підвищення ефективності комунікації, таких як обробка нормативних актів та державне регулювання комунікативної взаємодії.

Механізм організаційного забезпечення включає управління структурою підрозділів владних органів, забезпечення організаційного управління та координації.

Вдосконалення взаємодії держави та громадськості досягається через застосування методів, таких як громадські приймальні, інтернет-чати, громадські комітети, які сприяють активній участі громадян у прийнятті рішень та регулярному обміну інформацією між владою та суспільством [97].

Існують два типи зворотного зв'язку від громадськості: добровільний та запитання. Добровільний зворотній зв'язок передбачає збір від громадян їхніх думок про певні проблеми. Зворотний зв'язок за запитом означає звернення влади до громадян із запрошенням висловлювати свої думки.

Щодо добровільного зворотного зв'язку, використання різних методів може поліпшити комунікацію у сфері публічного управління. Поштові скриньки, електронні звернення та переліки питань, що часто повторюються (FAQ), є ефективними інструментами для збору вільної думки громадськості. Вони дозволяють громадянам надсилати свої пропозиції та скарги щодо управлінських ідей та політики.

Механізм ресурсного забезпечення включає кадрове, технічне та науково-методичне забезпечення. Крім того, обласні цільові програми розвитку громадянського суспільства стають важливим інструментом

підтримки взаємодії влади та громадськості, надаючи фінансову підтримку для публічних консультацій та ініціатив громадян.

Механізм інформаційного забезпечення включає етапи одержання, використання, поширення та зберігання інформації. Програма моніторингового дослідження включає методологічний та процедурний розділи, орієнтовані на актуалізацію проблем, визначення мети та завдань дослідження, попередній аналіз об'єкту, інтерпретацію понять та розробку робочих гіпотез.

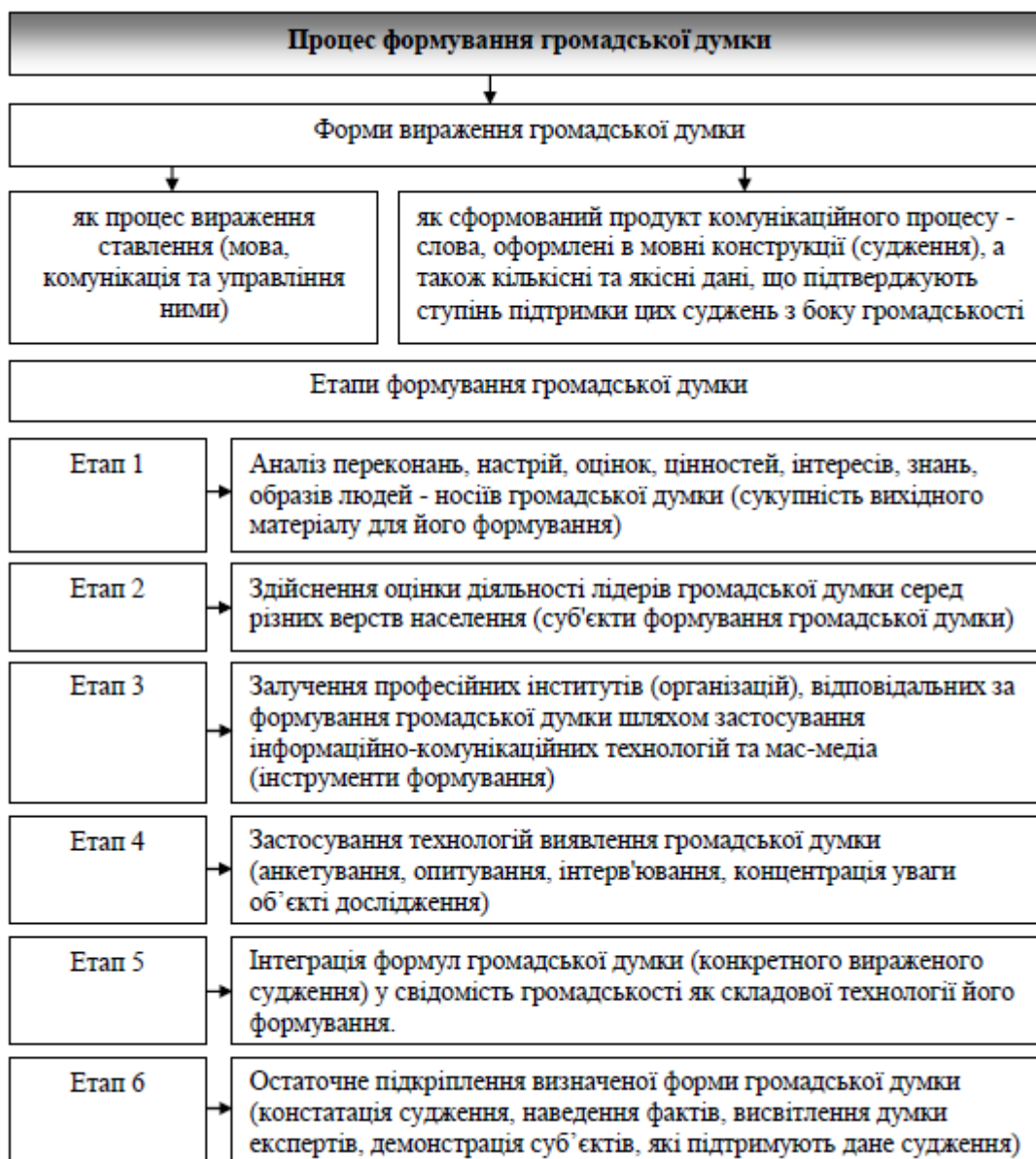
Процедурний розділ програми включає два основних компонента: принципний план дослідження та методи, інструментарій та процедури для збору й аналізу первинних даних. У ході моніторингу дослідник використовує різноманітні теоретичні і емпіричні методи для досягнення цілей та завдань.

У теоретичних методах використовуються типологічний, системний, структурно-функціональний, логіко-аналітичний та фактографічний методи. У групі емпіричних методів найбільш важливими є опитування, спостереження, вивчення документальних джерел, метод експертних оцінок, фокус-груп, дискурс-аналіз та контент-аналіз мас-медіа.

Опитування виступає ключовим у комплексі емпіричних методів, дозволяючи отримати повну і достовірну інформацію про громадську думку. Вибірковий метод допомагає забезпечити якість вибірки та отримання надійних результатів.

Зокрема, принципи гарантованості прав на інформацію, відкритості та об'єктивності є важливими у реалізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління. Усі ці заходи сприяють удосконаленню діяльності органів влади через оптимізацію комунікативної взаємодії держави та громадськості.

Процес формування громадської думки включає певні етапи формування громадської думки, які є ключовими елементами у комунікативній взаємодії (рис.2).



**Рис. 2. Процес формування громадської думки шляхом реалізації механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління**

Штучно інтегрована громадська думка фіксує увагу тільки на одному вирваному з контексту питанні, тому носить загострений і нетривалий характер. Штучно створена громадська думка, як результат маніпулювання, служить тимчасовим цілям перемоги на виборах або реалізації інших громадських подій.

Відповідно до принципів комунікативної діяльності мають бути відібрані і форми, методи і технології комунікації. Варто виділити такі інструменти комунікативної взаємодії:

- випуск і поширення інформаційних бюлетенів, прес-релізів, оглядів, фото-відеоматеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформації;
- проведення прес-конференцій, брифінгів, політичних діалогів, телевізійних дебатів, “круглих столів”, прес-клубів, інтерв’ю з керівниками органів державної влади;
- підготовка й проведення теле- і радіопередач; забезпечення публікацій (виступів) у ЗМІ керівників або інших відповідальних працівників органів державної влади;
- створення архівів інформації про діяльність органів публічного управління;
- розміщення веб-сторінок про орган влади та його діяльність в інтернеті;
- інші форми поширення офіційної інформації, що не суперечать чинному законодавству [98].

На нашу думку, особливості комунікативної взаємодії в сфері публічного управління визначаються наступним чином:

- Взаємодія між органами влади в більшості випадків є обов'язковою і підпорядковується впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, а також нормативним актам чи розпорядженням вищих організацій.
- Комунікативні процеси на місцях споживання публічних послуг є необхідною складовою частиною процедури користування цими послугами (управлінськими, громадськими, соціальними та іншими).
- Органи влади, через встановлення комунікативних процесів, здійснюють оперативний контроль за ефективністю свого впливу на вирішення суспільних проблем.
- Органи влади повинні задовольняти не лише свої власні інформаційно-комунікативні потреби, пов'язані з завданнями та необхідністю ухвалення ефективних управлінських рішень, але й потреби фізичних та юридичних осіб, а також центральних органів державної виконавчої влади.

Паралельно з цим важливою вимогою до комунікативної взаємодії є врахування особливостей місцевості, таких як галузева структура виробництва, пріоритетні напрямки розвитку території, наявність ресурсів, інфраструктури економіки та її розвитку, а також демографічні та міграційні особливості регіону.

Таким чином, ми розглядаємо комунікативну взаємодію як систему методологічних, методичних і організаційно-технічних процедур в межах механізмів, пов'язаних з метою отримання достовірних даних про досліджуване явище чи процес. Це необхідно для подальшого підвищення ефективності комунікативного діалогу між владою та інститутами громадянського суспільства. При цьому важливо враховувати два різні, але однаково раціональні моменти:

1. По-перше, послідовне й системне вивчення громадської думки може сприяти успішності самої влади.

2. По-друге, важливим є знаходження комунікативного діалогу з використанням громадської думки в контексті розвитку сучасної соціології.

Комунікативна взаємодія слугує засобом усвідомлення впливу мас-медіа на населення та суспільство. Соціологічні дослідження часто фокусуються на політичній рекламі перед виборами, проте її ефективність застосовується в різних політичних контекстах. Важливо, щоб державна політика сприяла демократичним стандартам у медійному ринку та чітко визначала відносини між владою та мас-медіа. Органи влади та спеціалізовані установи відповідають за розробку та виконання державної інформаційної політики, забезпечуючи інформаційну безпеку та участь у формуванні ринку товарів та послуг. Однак правова неврегульованість може призводити до втручання приватних посередницьких організацій у сферу інформаційних послуг, порушуючи законодавство та кошти [99].

Питання свободи вибору в історії суспільства завжди було актуальним, і розвиток медіа та інформаційних технологій породжує нові виклики для особистої свободи. Незважаючи на визначення Конституцією

особистості як найвищої соціальної цінності та обов'язок держави забезпечити її права, існує маніпулятивний вплив на свідомість людини, обмежуючи її свободу навіть у демократичних країнах.

Суспільні процеси, представлені медіа, стають менш прозорими для громадян, ускладнюючи об'єктивну оцінку змін. Політичні лідери використовують засоби комунікації для посилення свого впливу, створюючи новий тип лідера – публіциста, який взаємодіє з аудиторією та впливає на голосування через медіа. Рейтинги та соціологічні опитування стають підтвердженням легітимності влади, а інтернет відіграє важливу роль у сучасних масових комунікаціях та формуванні суспільно-політичних стандартів.

Інформаційна привабливість України вимагає створення сприятливих умов для роботи як національних, так і іноземних ЗМІ. Незалежно від політичних змін, імперативом залишається державний поступ, гарантований конституцією, щоб він залишався європейським та українським. Ключовим елементом державної інформаційної політики є забезпечення незалежності ЗМІ, прав журналістів та зміцнення громадянського суспільства.

Онлайн середовище та ЗМІ мають численні переваги: доступність 24/7, можливість змінювати інформацію необмежену кількість разів, швидкість обробки великих обсягів інформації, полегшення комунікації та взаємодії в режимі реального часу. Розвиток Web 2.0 призвів до формування нових медіа та змін у сфері PR, де важливо розуміти специфіку спілкування з новою аудиторією та використовувати різноманітні інформаційні формати.

Мас-медіа, впливаючи на масову свідомість через інформаційне поле, формують культуру та соціально-психологічну обстановку. Засоби масової комунікації стають “постачальниками” колективного знання, а їх власники визначають пріоритетні теми та спрощують подачу інформації для впливу на громадськість. У цьому контексті важливо розуміти, як мас-медіа

використовуються для формування суспільно-політичних стандартів та впливу на громадян.

Функції ЗМІ включають об'єктивність інформації, свободу слова, контроль за владою та формування громадянської позиції. Оцінки впливу ЗМІ на суспільство варіюють, але їхня роль у формуванні цінностей та використання як засобу політичного впливу визнається дослідниками.

ЗМІ також відіграють важливу роль у соціальній сфері, інформуючи про соціальні програми та допомагаючи формувати свідомість громадян. Доступність інформації сприяє демократичним змінам та активізації участі громадян у владних процесах [100].

На сьогодні вже проведено багато досліджень щодо впливу мас-медіа на особу, суспільство та державу, але не було систематизовано і розглянуто методи маніпулювання свідомістю. Це актуальне завдання для науки. Існує кілька дефініцій терміну «маніпуляція», включаючи психологічний вплив, створення ілюзій, вплив на підсвідомість, управління проти волі та психологічний вплив, що викликає приховане пробудження намірів.

Мас-медіа контролюють інформацію, що дозволяє маніпулювати масовою свідомістю, формуючи модель вигідної суб'єкту впливу дійсності. Створюється медіа-свідомість, що спотворює реальність через маніпулятивні інтерпретації та подвійну мораль.

Мас-медіа, як інструмент владних структур, конструюють реальність у своїх інтересах. Шляхом відбору фактів та блокування небажаної інформації створюється певна картину, яку сприймає аудиторія як реальність. Хоча існує вибір інформаційних джерел, рівень інформованості загалом знижується, а оцінка подій базується на стереотипах.

Мас-медіа, орієнтовані на суспільну думку, можуть підсилити протестні теми та впливати на громадську думку. Готовність ЗМІ висвітлювати конфлікти сприяє формуванню громадської думки, і протестні рухи використовують це для звернення уваги, але не завжди для рекрутування прихильників.

Становлення глобального комунікаційного простору впливає на роль та функції мас-медіа. Традиційні функції мас-медіа, такі як інформаційна, критична, контролююча, політичної освіти населення, артикуляції та інтеграції суспільних потреб та інтересів, та мобілізації, залишаються актуальними. З'явлення нових форм мас-медіа змінює психологію суспільства, оскільки нові комунікаційні технології формують або пригнічують певні риси соціального характеру. Поява інтернету та демасифікація виробництва призвели до посилення атомізації суспільства, перетворюючи його в самотню та ізольовану масу.

Щодо нових форм мас-медіа, до них можна віднести блоги, інтранет, підкасти, сервіси для публікації та обміну відео-матеріалами (YouTube), соціальні мережі (Facebook, MySpace і ін.), мікроблоги (Twitter), відеоконференції, системи обміну миттєвими повідомленнями (ICQ, AOL Messenger) та інші.

Розглядаючи взаємодію мас-медіа та органів державної влади, важливо розуміти це як узгоджену діяльність зі спільними цілями, де кожен учасник виконує свої функції професійно. Аналіз впливу мас-медіа на суспільство та політику включає концепції тотального впливу, обмежених ефектів, глобалістської орієнтації, семіотичну концепцію та постмодерністські підходи.

Сучасні мас-медіа відкривають можливості для інформаційного та технологічного управління свідомістю, що передбачає непомітне впливання на погляди людей через їх взаємодію з конкретним інформаційним оточенням. Завдяки новим мережевим технологіям транснаціональні компанії можуть накопичувати та якісно аналізувати інформацію, яку ми споживаємо через телефони, комп'ютери, автомобілі, банківські картки та інші пристрої. Ця інформація, яка формує нашу особистість, може слугувати основою для поневолення, як вказує С. Ягодзінський [101].

Мас-медіа виступають соціальним інститутом, який організовує політичний діалог та сприяє досягненню громадянського консенсусу.



Сучасні події вимагають від засобів масової комунікації служіння громадським інтересам та працювання на користь єдності суспільства, а не для досягнення власних економічних чи політичних цілей. Громадські інтереси мас-медіа визнаються як потреби суспільства, і важливо забезпечити свободу публікацій, розмаїття інформації, представлення різних поглядів та підтримку демократичної системи [102].

Однак слід ставити під сумнів можливість сучасних мас-медіа відповідати вимогам суспільства, і якщо цього не відбувається, то може бути необхідна кардинальна зміна у функціонуванні цього соціального інституту. Завдання мас-медіа повинно включати не лише збір, обробку та поширення інформації, але й врахування усіх стандартів професійної діяльності та забезпечення невігідності, подаючи інформацію без спотворень.

Вирішення багатьох актуальних конфліктів та проблем у сучасному світі значною мірою обумовлене використанням інструменту мас-медіа – інтерактивності, що передбачає взаємодію та наявність механізму зворотного зв'язку. Без отримання суспільного запиту на необхідну інформацію мас-медіа не можуть відповідати потребам своєї аудиторії. Традиційні засоби масової комунікації, незважаючи на зростання популярності нових медіа, залишаються найвпливовішими та користуються великим рівнем довіри. Інтерактивність, розглядана як механізм, що відображає суспільні інтереси та сприяє розв'язанню громадських проблем, дозволяє чітко визначити вимоги суспільства до медіа, ефективно втілювати основні функції комунікації у суспільстві та виступати посередником у цьому процесі, при цьому самі засоби масової інформації виступають активним ініціатором комунікації [103].

Завдяки можливості взаємодії через Інтернет виникають віртуальні спільноти, які базуються на онлайн-комунікації, нові моделі соціальних відносин та відмова від прив'язаності до конкретної території. Однак зростання використання Інтернету може також вести до соціальної ізоляції,

руйнування реальних соціальних зв'язків та сімейного життя, зменшення обсягу особистих спілкувань у реальному житті. Крім того, акцент на соціальному обміні, побудованому на фальшивих ідентичностях та рольових іграх, може впливати на психологію та змінювати сприйняття реального спілкування [104].

Масовою інформацією можна вважати будь-яку інформацію, що розповсюджується серед необмеженого кола осіб. Враховуючи це, очевидно, що будь-яка особа, яка створює веб-сторінку, блог, форум чи інший ресурс в Інтернеті, фактично є власником засобу масової інформації [105].

Відповідальність в сфері мас-медіа можна класифікувати як індивідуальну (журналісти окремо) та колективну (журналістська спільнота взагалі). З точки зору соціальної відповідальності мас-медіа, можна виділити чотири аспекти: морально-етичний, правовий, корпоративний та економічний.

Реалізація державної політики у сфері мас-медіа включає законодавчо-правовий, організаційний, економічний та соціальний механізми. Законодавче закріплення основ цієї політики стає актуальним завданням, хоча складним через потребу у збалансованому підході до інформаційних прав та контрольних заходів.

В контексті обмежень використання мобільних пристроїв, як засобу контролю, ситуація з Інтернетом виявляється складнішою через обмежені можливості публічного контролю в Україні. З розвитком технологій і Інтернету, законодавство у цій сфері вимагає постійного оновлення.

Розвиток інформаційно-комунікативних технологій потребує нових поглядів на поняття «сучасні інформаційно-комунікаційні технології» та їхнє використання в публічному управлінні. Високий темп змін вимагає оновленого аналізу та рекомендацій [106].

Розповсюдження соціальних мереж трактується як феномен нових соціальних відносин - «конвергентної інтерактивної комунікації», яка

змінює способи взаємодії та обміну інформацією. Глобалізація інформаційних процесів впливає на свідомість та активність людей в умовах сучасного українського суспільства [107].

Представники публічної влади використовують ЗМІ як інструмент пропаганди та мобілізації громадської підтримки для власних інтересів. Суб'єктами публічної влади є громадяни, ЗМІ та обрані політичні діячі. У сучасному суспільстві, засоби масової інформації виконують функції, які колись виконували політичні партії, відображаючи інтереси різних соціальних груп та впливаючи на формування суспільної думки [108].

Індивіди взаємодіють із соціальним простором через ЗМІ, які впливають на їхнє сприйняття світу та політики. Прозорість влади важлива для демократизації суспільства, і ЗМІ грають ключову роль у висвітленні діяльності державних органів. Однак деякі особливості представлення інформації можуть свідчити про її необ'єктивність, такі як полемічність, тенденційність та ненадійність.

Мас-медіа є важливим каналом для засвоєння соціального досвіду, але їхні можливості також можуть використовуватися для маніпулювання суспільством та впливу на громадську думку. У висвітленні роботи державних органів важливо враховувати інтереси суспільства та прагнути до об'єктивності та прозорості.

Засоби масової інформації впливають на формування цінностей не лише через зміст, а й за допомогою відбору, коментування та розташування повідомлень. У якісній демократичній журналістиці розмежовується факт від думки, дозволяючи аудиторії самостійно робити висновки. Взаємодія влади і ЗМІ залежить від культури журналістів, а також від уміння аудиторії користуватися ЗМІ для формування власної позиції.

Мас-медіа є ключовим інструментом управління державою, але його ефективність залежить від політичного режиму. Важливою є відкритість та доступ громадян до інформації про діяльність влади. Мас-медіа мають можливість впливати на сприйняття громадянами влади та політики.

Проблема фінансової незалежності ЗМІ призводить до негативних наслідків, таких як обмежений доступ до інформації та можливість маніпулювання інформацією. У висвітленні політичної інформації важливо дотримуватися об'єктивності та враховувати інтереси суспільства.

У сучасному суспільстві взаємодія влади і ЗМІ визначає ефективність публічного управління. Демократичні зміни можливі лише за умови відкритості суспільства та свободи слова. Необхідно теоретично осмислити суспільно-владну взаємодію для досягнення нових рівнів розвитку.

### **3.2. Основні тенденції розвитку комунікативної взаємодії у сфері публічного управління**

У нашій країні триває процес формування демократичного урядування та вдосконалення моделі публічного управління за європейськими стандартами. Ключовими аспектами ефективності управління вважаються відкритість та прозорість в системі публічної влади, а також нормативно-правове закріплення комунікаційної взаємодії між усіма суб'єктами.

Україна також переживає розвиток комунікаційної взаємодії адміністративних та політичних організацій із суспільством. Це сприяє формуванню динамічного суспільства, де комунікація виступає ключовим елементом соціального життя. Зросла роль комунікації в державотворенні та взаємодії владних інститутів із громадянським суспільством.

Взаємодія влади та суспільства через комунікацію сприяє створенню постійного конструктивного діалогу для забезпечення легітимності та стабільності існуючого порядку. За часів незалежності України комунікативна політика пройшла важливі зміни, зокрема, спрямовані на встановлення зворотного зв'язку з громадськістю та партнерських відносин із громадянським суспільством.

Використання інформаційно-комунікативних технологій взаємодії з громадськістю є важливим атрибутом діяльності сучасних органів влади.

Застосування підходів «нової публічної служби» та теорії політичних мереж сприяє зміцненню авторитету влади, підвищенню громадської активності та обґрунтованості управлінських рішень. Такий підхід також покликаний підвищити якість життя громадян та забезпечити їхню активну участь у суспільних процесах.

Ділове спілкування визначається взаємодією інтересів та соціальним регулюванням в рамках правових норм. Люди часто вступають у ділові відносини, щоб юридично закріпити свою взаємодію. Ідеальним результатом такої взаємодії є партнерські відносини, засновані на взаємній повазі та довірі. Основна мета ділового спілкування полягає в впливі на партнера, здійсненні взаємодії, яка може бути орієнтована на контроль чи розуміння.

Стратегії в діловому спілкуванні поділяються на «контролера» – орієнтовану на контроль та домінування, і «розуміючого» – спрямовану на розуміння та уникання конфліктів, дотримуючись рівності партнерів [109, с. 11].

У партнерствах органів публічного управління з іншими суб'єктами владної вертикалі важлива участь громадськості та забезпечення балансу самоврядування та зовнішнього впливу.

Соціальне партнерство визначає конструктивну взаємодію держави, бізнесу та громадянського суспільства, що потребує врахування різних інтересів та спільних рішень. Однак, фактор особистого інтересу, закритість прийняття рішень у публічному секторі та інші проблеми заважають ефективному партнерству, що впливає на ресурси національного розвитку.

Існує кілька точок зору, що розкривають сутність та особливості соціального партнерства.

По-перше, учасниками соціального партнерства є політичні та суспільно-політичні інститути, які мають зв'язки з політичною сферою, такі як держава та органи влади. Ця діяльність має політизований характер, а профспілки виступають буфером, іноді виходячи за межі компетенції державних органів.

По-друге, взаємодія учасників соціального партнерства визначається як ключовий фактор ефективного виконання їхніх обов'язків. Тристоронній союз, включаючи державу, об'єднання працівників і роботодавців, стає важливим для забезпечення захисту інтересів працівників та балансу економічних, соціальних і політичних цілей.

По-третє, взаємодія суб'єктів соціального партнерства часто має політичний зміст та спрямованість. Офіційні документи підкреслюють мету створення єдиної стратегії соціальної політики для гарантування соціальних прав працівників, соціального захисту населення та стабільності в суспільстві.

Схожу схему можна застосувати і до комунікативного партнерства, заснованого на організаційних принципах, таких як єдність владних структур, координація компетенцій, консолідація влади та цивільних сил, спільність і паритет інтересів, баланс керованості, сумісність політичних та комунікативних практик, єдність інформаційного простору та вільний вибір форм партнерства та його організації.

У сучасних умовах розбудови системи професійної освіти партнерство, як форма соціальної взаємодії між державними інститутами та суспільними групами, зосереджується на конструктивному діалозі між учасниками. Це дозволяє вільно висловлювати інтереси та шукати цивілізовані способи їх вирішення. Особливо це відрізняє сучасну систему від підходів соціалістичної економіки.

Стратегічною метою у впровадженні комунікативних проектів у взаємодії з громадськістю є досягнення рівноправного партнерства з громадськістю та бізнесом для задоволення інтересів всіх учасників. Для цього необхідно вдосконалити законодавчу базу, аналізувати недоліки існуючої системи взаємодій, та враховувати досвід зарубіжних країн.

Управління у даному процесі повинно базуватися на підходах школи наукового управління. Комунікативний проект повинен бути адаптивним та

необхідною умовою його успішності є діалог між структурами місцевого самоврядування та громадськістю.

Взаємодія у комунікативній політиці має сприяти розвитку громадянського суспільства та покращенню управлінських процесів на місцевому рівні. Ключовим елементом в цьому процесі є діалог, що вимагає розвитку психологічних навичок та компетентності в проблемі для ефективного функціонування партнерства [110, с. 114].

Комунікація в сучасному суспільстві виступає ключовою функцією, що виникає з взаємодії людей та спрямована на досягнення взаєморозуміння та узгодження. Це нервова система публічного управління та головний засіб передачі інформації між громадянами та державними інститутами. Грамотна комунікація є необхідною умовою успішного управління, визначаючи ефективність, подібну до володіння передовими засобами виробництва.

У діяльності органів влади комунікація відіграє важливу роль у процесі ухвалення рішень, що впливають на рівень життя громадян. Ефективність цих рішень залежить від розуміння причин та підтримки громадськістю використовуваних методів для розв'язання проблем.

Дослідження щодо соціокультурної компетентності державних службовців вказує на важливість дискурсивного спілкування, що характеризується відкритістю і консенсусом. Для практики громадянського самовизначення важливим є діалог як інструмент впливу на діяльність органів влади та визначення розвитку країни.

Розвиток сучасного суспільства вимагає нових форм комунікації, що характеризуються оперативністю, відкритістю та ефективністю. Це можливо завдяки рівноправному та активному співробітництву суб'єктів комунікації, які створюють ефективний майданчик для взаємовигідного спілкування.

Експерти визнають, що інформаційна відкритість державних органів є недостатньою, а практика взаємодії між владою і громадянським сектором обмежена. Однак для розвитку громадянського суспільства потрібно

впроваджувати нові методи взаємодії та підвищувати прозорість діяльності державних інституцій.

За думкою більшості дослідників, ефективність публічного управління залежить від оптимізації комунікативної взаємодії між органами влади, громадськістю та самоврядними структурами. Це можливо за умови побудови єдиного комунікативного простору на основі партнерства та повної довіри з боку громадськості до владних органів. Взаємодія повинна передбачати відповідальність влади перед суспільством за прийняті рішення.

Для налагодження комунікативного партнерства важливо мати організаційно-правову спроможність громадянського суспільства артикулювати соціальні інтереси та бути готовим до співробітництва. Громадські об'єднання грають ключову роль у впливі на державну політику та демократизації суспільства.

Становлення нової парадигми публічного управління можливе через комунікативний менеджмент, який спрямований на максимально ефективне вирішення питань публічного рівня. Ця парадигма враховує засади партнерства та взаємодії між владою та громадянами [111].

Одним із способів налагодження конструктивних відносин є забезпечення транспарентності діяльності державних органів на всіх етапах прийняття політичних рішень, включаючи інформування, консультації, діалог та партнерство з громадськістю [112, с. 24.].

Комунікативне партнерство є формою соціальної взаємодії, ґрунтованої на взаємній довірі та повазі, спрямованої на рівноправний діалог і спільну взаємовигідну діяльність. Це означає взаємну суб'єктну орієнтацію учасників комунікації, спрямовану на гармонійний та раціональний характер обміну інформацією. Комунікативне партнерство між органами публічного управління та громадськістю через Інтернет включає такі напрямки:

1. Використання соціальних мереж і блогів для взаємодії та обміну інформацією. Політики активно використовують ці інструменти для взаємодії з громадськістю та забезпечення легітимності своєї діяльності.



Блоги слугують як платформа для висловлення позицій, реакції на ситуації та вираження соціальної солідарності.

2. Реалізація електронного уряду (e-Governance) для покращення надання послуг громадянам та підвищення ефективності публічного управління. Е-уряд також сприяє збільшенню контролю громадян за діяльністю влади та залученню їх до публічно-управлінських процесів.

3. Розвиток електронного громадянського суспільства та підтримка громадських ініціатив в Інтернеті. Це стає основним комунікативним майданчиком для громадянських ініціатив, які діють у віртуальному просторі на засадах самоорганізації та самоврядування.

Довіра виступає як ключовий елемент відносин партнерства, сприяючи утворенню соціального капіталу та підвищенню ефективності взаємодії між владою та громадянами. Залучення громадянських організацій до діяльності влади та розвиток культури відкритості сприяють гармонізації відносин у суспільстві [113, с. 13]

Партнерство між державними інституціями, органами місцевого самоврядування та громадянським суспільством, яке базується на взаємовідповідальності та вимогливості, сприятиме створенню ефективної системи взаємодії. Це партнерство, ґрунтоване на демократичних засадах, забезпечить владі необхідну публічність, прозорість та легітимність, сприяючи її управлінській ефективності та визнанню громадянами [109, с. 34].

Важливим аспектом демократичного розвитку України є ефективна комунікація між органами влади та громадянським суспільством. Цей взаємозв'язок дозволяє не лише краще інформувати суспільство про діяльність влади, але й отримувати зворотній зв'язок від активних верств населення через інститути громадянського суспільства.

Діалог між владою та громадянами є фундаментально важливим для демократичного управління. Цей діалог дозволяє владі краще розуміти

потреби та погляди суспільства, а громадянам – впливати на процеси управління та захищати свої інтереси через громадські організації [114, с. 79].

Ключовим аспектом успішного комунікативного партнерства є зворотний зв'язок, що забезпечує двосторонній характер спілкування. Здійснюючи діалог, важливо надавати можливість кожній стороні слухати та розуміти позицію іншої. Такий підхід сприяє не лише обміну інформацією, а й конструктивному вирішенню питань, сприяючи демократичному розвитку суспільства.

Щоб покращити взаємодію влади та громадянського суспільства в контексті безпосередньої демократії, необхідно враховувати наступні аспекти:

1. Забезпечення відкритості та прозорості в діяльності органів влади.
2. Розробка та впровадження інноваційних механізмів для взаємодії з громадянами та громадськими організаціями.
3. Застосування сучасних методів дослідження політичних та соціально-економічних процесів.
4. Підвищення відповідальності влади через міжсекторне соціальне партнерство та участь громадських організацій.
5. Сприяння взаємній довірі, соціальній згоді та консолідації.

Для досягнення цих цілей, органи влади повинні реалізувати наступні заходи:

1. Створення консультативних та дорадчих рад для участі громадян у прийнятті та реалізації рішень.
2. Проведення наукових досліджень щодо ефективних форм соціального партнерства.
3. Розвиток громадського моніторингу та механізмів контролю за державною політикою.
4. Організація спільних заходів та акцій, включаючи громадські діалоги та слухання.

5. Залучення громадських організацій до розробки та виконання цільових програм.

6. Підтримка громадських організацій через виділення грантів та соціального замовлення.

7. Розширення участі громадян у благодійній діяльності.

8. Сприяння розвитку фондів територіального розвитку та організація інтерактивних бірж громадських проектів.

9. Створення цільових сайтів та соціальних мереж для обговорення соціальних проектів.

10. Проведення моніторингових досліджень ефективності спільної діяльності.

11. Реалізація освітніх та просвітницьких програм для розвитку взаємодії і соціального партнерства.

Важливо відзначити, що для повноцінної ефективності взаємодії між органами влади та громадськими організаціями необхідно вирішити ряд питань, зокрема щодо завершення формування відповідної правової бази цієї взаємодії, розподілу «зон відповідальності» між ними та деталізації фінансової підтримки, наданої громадським організаціям державою. У підсумку можна зробити висновок, що використання інформаційно-комунікаційних технологій може стати новим інструментом для розкриття потенціалу громадських структур, забезпечення активної участі громадян у діяльності державних органів, а також підвищення відповідальності та підзвітності влади, сприяючи побудові сучасної демократичної системи комунікативного партнерства.

### Висновки до Розділу 3

Проведений аналіз механізмів оптимізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління призвів до ряду важливих висновків.

1. Під час вивчення механізмів впливу громадської думки на оптимізацію комунікативної взаємодії в сфері публічного управління стало відомо, що формування комунікативних відносин у цьому контексті є складним та багатограним процесом. Цей процес включає в себе забезпечення інформаційного обслуговування діяльності публічної влади, встановлення комунікації зі «внутрішніми клієнтами» (державними службовцями) та «зовнішніми клієнтами» (громадянами та громадянським суспільством). Це визначається як передумова для розбудови демократичного суспільства, побудованого на діалозі. Тільки організована та ефективна комунікативна взаємодія дозволяє виконувати всі завдання комунікативної політики держави, сприяючи виконанню конституційного права громадян на прозорість.

В цьому контексті рекомендується використовувати інноваційні комунікативні форми та технології, спрямовані на покращення відносин з громадськістю. Такий підхід допомагає розвивати суспільні зв'язки, враховуючи загальну комунікативну політику держави з метою відновлення довіри до владних структур та налагодження ефективної взаємодії з населенням.

2. Щодо оптимізаційного впливу мас-медіа на комунікативну взаємодію в сфері публічного управління, важливо відзначити, що електронна та друкована преса продовжують мати перевагу у формуванні громадської думки та електоральних уподобань. Зауважується, що існує взаємозалежність: громадяни залежать від обсягу та характеру циркулюючої інформації, а влада має здатність керувати цим інформаційним потоком, уникати критичної ентропії соціального порядку.

Використання оновлених засобів мас-медіа сприяє сучасному формуванню громадських структур та думки.

3. За аналізу шляхів впровадження комунікативного партнерства як механізму оптимізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління стало відомо, що діяльність, ґрунтована на партнерстві, є важливим фактором розвитку суспільства, економіки та культурних цінностей. Це сприяє створенню інтегрованої спільноти та розвитку громадянського суспільства, сприяючи позитивному іміджу місцевих влад, заснованому на довірі та відповідальності перед громадою.

## ВИСНОВКИ

У рамках кваліфікаційної роботи вирішено важливе наукове завдання, яке полягає в теоретико-практичному обґрунтуванні особливостей використання механізмів реалізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління України та розробці практичних рекомендацій для органів влади щодо поліпшення їхньої діяльності у цьому контексті. Отримані результати підтверджують досягнення поставленої мети та вирішення завдань, що дає змогу сформулювати висновки та практичні рекомендації.

1. Шляхом аналізу артикуляції проблеми комунікацій в сучасному суспільстві визначено нове розуміння сутності цього явища. «Комунікації» тепер розглядаються як системний процес пізнання та дії, що об'єднує всі структури суспільства з метою забезпечення різних аспектів життєдіяльності людей. Це включає у себе управління соціальним порядком, ретрансляцію соціокультурного досвіду та розвиток гуманістичних цінностей через широкий громадський та цивільний діалог. Комунікації представляють собою складний процес, де кожен учасник відіграє активну роль, ігнорування якої може призводити до низької ефективності.

2. Під час дослідження комунікативної взаємодії визначено, що цей термін особливо характеризується спілкуванням між людьми на соціальному та професійному рівні. Після завершення навчання державний службовець знаходиться в постійній взаємодії з різними особами, що включає посадовців, підлеглих та громадськість. Ефективна комунікативна взаємодія вимагає відповідності правилам, етиці, ввічливості та дипломатичності, а також навичок вирішення конфліктних ситуацій.

3. Підбито підсумки аналізу реалізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління, виявлено, що обмін інформацією пронизує всі

аспекти управлінської діяльності. Погано налагоджені комунікації можуть призводити до помилкових рішень, непорозуміння завдань та деформації міжособистісних відносин. Забезпечення належних комунікацій є важливою умовою ефективного функціонування будь-якої організації, включаючи державні структури.

4. Аналізуючи структуру, функції та моделі комунікативної взаємодії в публічному управлінні, встановлено, що цей процес включає в себе різні функції, що взаємодіють зі структурою та функціями публічного управління. Модель формування комунікативної взаємодії враховує цільовий та змістовний компоненти, що визначаються етапами спільної діяльності та взаємодії учасників у процесі комунікації.

5. За допомогою аналізу комунікативної взаємодії як функціонального інструменту побудови комунікативного простору в сфері публічного управління визначено, що цей простір складається з різних зв'язків та системних властивостей, таких як цілісність, структурність, автономія. Він є складним утворенням, де суб'єктивне сприйняття інформації має важливе значення, і кожен учасник комунікації інтерпретує повідомлення відповідно до своїх знань та розуміння ситуації.

6. Вивчення ролі та значення комунікативного діалогу в сфері публічного управління та його структурних елементів свідчить про те, що механізм формування діалогу між органами державної влади та громадянським суспільством є ключовим чинником демократизації держави. Цей механізм сприяє ефективності управлінських рішень, сприйняттю їх громадянами та формуванню системи прав на основі ціннісного розуміння прав та свобод людини, громадянина, а також захисту їх законних інтересів. Зазначено, що активізація діалогу між владою та громадськістю в Україні вимагає удосконалення функціонування органів державної влади, забезпечення участі громадян у управлінні справами держави, використання інноваційних інформаційних технологій для

поліпшення управління, посилення комунікативної діяльності органів влади та подолання корупції в чиновницькому апараті.

7. Особливості соціальної реклами як структурної складової комунікативної взаємодії в сфері публічного управління вказують на те, що соціальна реклама спрямована на популяризацію моральних цінностей та вирішення суспільно важливих проблем. Її складна структура орієнтується на різні цільові аудиторії та може регулювати взаємини між різними прошарками населення та суспільством. Соціальна реклама включає засоби психологічного впливу, що дозволяє не лише ефективно подати інформацію, але й закликати до рішучих дій та вирішення актуальних проблем.

8. Під час вивчення механізмів комунікативного впливу громадської думки на оптимізацію комунікативної взаємодії в сфері публічного управління виявлено, що формування комунікативних відносин у системі публічного управління є складним процесом, який передбачає забезпечення інформаційного обслуговування, взаємодію з державними службовцями та громадянами. Комунікативна взаємодія є передумовою розбудови демократичного суспільства, адже лише організована та ефективна комунікативна взаємодія дозволяє виконувати завдання комунікативної політики держави.

9. Аналіз шляхів упровадження комунікативного партнерства як механізму оптимізації комунікативної взаємодії в сфері публічного управління підтверджує, що діяльність, заснована на партнерстві, є важливим стимулом для розвитку соціальної, економічної та культурної сфер. Вона сприяє формуванню інтегрованої спільноти, розвитку громадянського суспільства та створенню позитивного іміджу органів влади. Розвинута комунікативна політика сприяє відновленню довіри громадян до владних структур та налагодженню взаємодії з громадськістю.

10. При дослідженні оптимізаційного впливу мас-медіа на комунікативну взаємодію в сфері публічного управління виявлено, що



електронна та друкована преса залишаються ключовими у формуванні громадської думки та вподобань. Існує двостороння залежність: громадяни залежать від обсягу та характеру інформації, але влада має здатність впливати на цей інформаційний потік. Використання мас-медіа та їх критичне осмислення громадськістю сприяє формуванню громадських структур та думки.

Результати дослідження комунікативної взаємодії в сфері публічного управління вказують на важливість встановлення ефективного діалогу між органами влади та громадянським суспільством. Комунікація виявляється ключовим елементом демократизації держави, сприяючи ефективності управлінських рішень та формуванню системи прав на основі ціннісного визначення прав і свобод людини.

Механізми комунікативного впливу громадської думки в системі публічного управління підкреслюють складність формування комунікативних відносин, що вимагає симетричності та активності в інформаційному обслуговуванні, спілкуванні з державними службовцями та громадянами, а також взаємодії з інститутами громадянського суспільства. Це визначає роль комунікації як передумови розбудови демократичного суспільства.

Загальною тенденцією видається необхідність активної, симетричної та добре налагодженої комунікативної взаємодії для побудови діалогічного суспільства та зміцнення демократичних принципів управління.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Роджерс Э., Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях. Киев, 2011. 424 с.
2. Романенко Є. Комунікація як необхідна складова розвитку сучасного суспільства. *Демократичне врядування*. 2012. Вип. 9. URL: <http://www.lvivacademy.com/visnik9/fail/Romanenko.pdf>. (дата звернення: 05.09.2023 р.).
3. Акаймова А. Інформаційно-комунікативні процеси. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса*, 2012. Вип. 2. С. 77–84.
4. Кули Чарльз. Общественная организация. Изучение углубленного разума. Тексты по истории социологии XIX–XX веков: хрестоматия / сост. В.И. Добренъков, Л.П. Беленкова. Наука, 1994. С. 350–357.
5. Біхевіоризм. *Академик*. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/бихевиоризм](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/бихевиоризм). (дата звернення: 08.09.2023 р.).
6. Rivers W., Christians C., Schramm W. Responsibility in Mass Communication. N.Y., 2017. 723 p.
7. McLuhan M. Understanding Media. N.Y., 2011. 517 p.
8. Аверин Ю., Дмитриева Е., Волкова О. Социологические исследования: место и роль в коммуникативных кампаниях, методология и методика проведения. 2006. 578 с.
9. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. К.: Ваклер. 2003. 656 с.
10. Джон Дьюи. О статье “их мораль и наша”. *Спільне*. 25 травня 2011.

11.Назаров А.П. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Едиториал – УРСС, 2016. 623 с.

12.Соколов А. Актуализация сферы культуры и массовых коммуникаций как важнейшего элемента стратегии социально-экономического развития. *Государственная служба*. 2015. № 4. С. 3–6.

13.Лоусон Т.Р. Социополитическая трансплантационная модель. Социально-технологическая культура как феномен XXI века: материалы междунар. науч.-практ. конф. В 2-х ч. Белгород, 2015. Ч. 1. С. 97–108.

14.Web Summit 2018: 10 главных трендов в коммуникации и технологиях. URL: <http://retailplatforma.com/texts/web-summit-2018-10-glavnyh-trendov-v-kommunikatsii-i-tehnologiyah>. (дата звернення: 14.09.2023 р.).

15.Акайомова А. Інформаційно-комунікативні процеси. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса*, 2012. Вип. 2. С. 77–84.

16.Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. М, 2002. 461 с.

17.Вебер М. Избранные произведения. М: Прогресс, 1990. Т. 199. С. 808.

18.Ильяева И.А. Общение от Сократа до наших дней (философско-социологический анализ): монография. 2005. С. 11.

19.Білоус Т. Натуралізм у сучасній філософії науки: когнітивні засади. *Науковий вісник Чернівецького університету. Філософія*. 2013. Вип. 663–664. С. 246–252.

20.Менеджмент: консп. лекц. Тернопіль: ТНЕУ, 2011. 281 с.

21.Романенко Є.О. Моделі комунікативної політики держави та інструментальне забезпечення взаємодії органів державної влади та громадськості. *Демократичне врядування*. 2014. Вип. 14. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr\\_2014\\_14\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_11) (дата звернення: 15.09.2023).

22.Зотов В.В., Лысенко В.А. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества. *Теория и практика общественного развития*. 2010. № 3. С. 53–55.

23.Малєєва Н. Комунікативні інтернет-практики в сучасному суспільстві. *Навчання і виховання обдарованої дитини*. 2015. Вип. 1. С. 128–135.

24.Радкевич А.Л. Социальные Интернет-практики как объект социологического анализа. URL: <http://www.zpu-journal.rU/e-zpu/2009/3/Radkevich> (дата звернення: 17.09.2023).

25.Титаренко Т.М. Особистісні практики конструювання життя: зміна фокусування. *Педагогічна і психологічна наука в Україні* : зб. наук. пр.: у 5 т. Т. 2: Психологія, вікова фізіологія та дефектологія. Київ: Педагогічна думка, 2012. С. 175–186.

26.Dmytrenko, K. (2014). Комунікативна раціональність і контекстуальність аргументації. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*, (8), 28-33. Retrieved із <https://fip.dp.ua/index.php/FIP/article/view/368> (дата звернення: 18.09.2023).

27.Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ. *Комунікативна практична філософія*. К.: Лібра, 1999. С. 237–324.

28.Бойченко М.І. Подолання неймовірності соціального досвіду. *Альманах. Філософські проблеми гуманітарних наук*. 2014. № 24. С. 18–24.

29.Теоретичні засади філософії комунікації: практикум / уклад.: Л. Г. Дротянко, С. С. Орденов. К.: НАУ, 2021. 42 с.

30. Романенко Є. Комунікативна взаємодія органів державної влади та громадськості: сутність та особливості налагодження. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2014. Вип. 2. С. 190–201.

31. Сергеева В. Педагогічна комунікативна взаємодія в системі “учитель – учні” та її виховна цінність в умовах спільної творчої діяльності. *Педагогічний часопис Волині*. 2015. № 1. С. 57–63.

32. Жадан І.В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження. *Проблеми політичної психології*. 2016. Т. 3. №. 17. С. 3–11.

33. Казіміренко В.П. Засади когнітивної психології спілкування : монографія / В.П. Казіміренко, В.М. Духневич, О.Ю. Осадько та ін. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. 390 с.

34. Шашкова Л.О., Злочевська М.В. Діалогічний вимір гуманітарного знання. монографія. К.: Видавничий дім «Професіонал», 2011. 176 с.

35. Keeling D. Management in Government, London: Allen&Unwin, 1972.

36. Глосарій Програми розвитку ООН. URL: <http://www.unpan.org/Directories/UNPublicAdministrationGlossary> (дата звернення: 20.09.2023).

37. Державне управління: підручник: у 2 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; ред. кол.: Ю.В. Ковбасюк (голова), К.О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. К.; Дніпропетровськ: НАДУ, 2012. Т. 1. 564 с.

38. Чернов С.І., Гайдученко С.О. Текст лекцій з дисципліни “Публічне адміністрування”. Харків: ХНУМГ, 2014. С. 7.

39. Публичное управление: теория и практика: сб. науч. тр. Специальный выпуск. Харьков: Изд-во “ДокНаукДержУпр”, 2015. 226 с.

40. Сурмін Ю.П. Методологічні аспекти реформування державного управління в Україні. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10synduu.pdf> (дата звернення: 10.10.2023).

41. Інформаційне суспільство: навчально-методичний комплекс з дисципліни / Уклад.: В.В.Зеліч (Яцко). Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2015. 100 с.

42. Бажинова О.А. Взаємодія органів публічної влади з громадськістю як чинник демократизації державного управління. *Державне будівництво*. 2011. № 2.

43. Крутій О.М. Діалогова взаємодія органів державної влади та громадськості: монографія. Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2008. 302 с.

44. Habermas J. Legitimation crisis. Boston, 1975. P. 327.

45. Клімушин П.С., Спасібов Д.В. Механізми електронного урядування в інформаційному суспільстві: монографія. Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ "Магістр", 2017. 116 с.

46. Іван ЧИЖ Теорія масових комунікацій Герберта Маршалла Маклюена: Проекція на сучасні тенденції суспільного розвитку. URL: <http://slovoprosvity.org/2018/11/07/teoriya-masovyh-komunikatsij-herberta-marshalla-maklyuena-proektsiya-na-suchasni-tendentsiji-suspilnoho-rozvytku/> (дата звернення: 15.10.2023).

47. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.

48. Рачинська О.А. Сучасні підходи в організації комунікативної взаємодії у сфері публічного управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 2. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1384> (дата звернення: 21.10.2023).

49.Шведа Ю. Теорія політичних партій та партійних систем: навч. посібник. Львів: Тріада плюс. 2004. 528 с.

50.Балынская Н. Коммуникативные риски в сфере управления. *Гос. служба*. 2008. № 5. С. 121–136.

51.Дрешпак В.М. Структура та функції комунікативної підсистеми державного управління. *Аспекти публічного управління*. 2013. № 1. С. 22–27.

52.Петрінко В.С. Конфліктологія: курс лекцій, енциклопедія, програма, таблиці. Навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2020. 360 с.

53.Каретна О. О. Теоретичний аналіз інтерації влади і громадянського суспільства та їх прояви в українському суспільстві. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 63. С. 48-59.

54.Сунгуров А.Ю. Модели взаимодействия органов государственной власти и структур гражданского общества: российский опыт. *RELGA*. 2008. № 9 (172). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2204&level1=main&level2=articles> (дата звернення: 28.10.2023).

55.Громадянське суспільство: політичні та соціально-правові проблеми розвитку: монографія / Г. Ю. Васильєв, В. Д. Воднік, О. В. Волянська та ін.; за ред. М. П. Требіна. Х.: Право, 2013. 536 с.

56.Гапоненко В.А., Рихлік В.А. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2015. 238 с.

57.Дуб С.К., Савченко С.В. Зв'язки з громадськістю в органах державного управління: історичний аспект: Конспект лекцій. Дніпропетровськ, НМетАУ, 2009. 51с.

58.Плющ О. Трансформація ролі ЗМІ в умовах глобалізації. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=75&c=1769> (дата звернення: 10.11.2023).

59.Коляденко В.А. Інфокомунікаційні технології як чинник політичної модернізації: автореферат. дис. на здобуття наукового ступеня канд. політ. наук: 23.00.02 – політині інститути та процеси. Одеса, 2002.

60.Кулешук О. Комунікативні особливості взаємодії/протидії медіа і суспільства. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2011. №. 34. С. 130–136.

61.Дубас О.П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ, 2010. Вип. 19. С. 223–232.

62.Прудникова О.В. Інформаційна культура: концептуальні засади та світоглядний сенс: монографія. Х. : Право, 2015. 352 с.

63.Дніпренко Н.К., Різун В.В. Запровадження комунікацій у суспільстві. Київ: ТОВ “Вістка“, 2009. 56 с.

64.Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні : розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2010 року № 2250-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010-p>. (дата звернення: 17.11.2023).

65.Електронне врядування в Україні: аналіз та рекомендації. Результати дослідження / О.А. Баранов, І.Б. Жиляєв, М.С. Демкова, І.Г. Малюкова; за ред. І.Г. Малюкової. Київ: Поліграф-Плюс, 2007. 254 с.

66.Дрожжинов В., Штрик А. Электронное правительство информационного общества. URL: [www.pcweek.ru/year2000/n15/cp1251/strategy/index.htm](http://www.pcweek.ru/year2000/n15/cp1251/strategy/index.htm). (дата звернення: 17.11.2023).

67.Pro zatverdzhennia stratehii rozvytku mista Kyieva do 2025 roku: Rishennia Kyivs'koi mis'koi rady vid 11 hrudnia 2011 roku № 824/7060. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/MR11160Z.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MR11160Z.html). (дата звернення: 18.11.2023).



68. На парламентських слуханнях були названі пріоритетні напрями розвитку електронного урядування в Україні. Державне агентство з питань електронного урядування України. URL: <http://e.gov.ua/content/priorytetni-napryamy-rozvytku-elektronnogo-uryaduvannya-v-ukrayini> (дата звернення: 20.11.2023).

69. Эко У. К семиотическому анализу телевизионного сообщения. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/eco.htm> (дата звернення: 22.11.2023).

70. Науково-методичне забезпечення зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади: метод. рек. / авт. С.А. Чукут; Т.В. Джига, А.В. Баровська та ін. Київ: НАДУ, 2008. 72 с.

71. Петроє О.М. Соціальний діалог як інститут державного управління: навч.-метод. матеріали; упоряд. В.В. Святненко. Київ: НАДУ, 2013.

72. Довгаль І.В. Принципи створення ефективної комунікативної моделі соціального діалогу. *Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія "Соціологічні науки"*. Харків, 2012. Т. XV. № 1, 2.

73. Конституція України: Закон України від 02.10.1996 р. Із змінами, внесеними Законом України від 08.12.2004 р. № 2222-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 23.11.2023 р.).

74. Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності: Закон України від 15.09.1999 р. № 1045-XIV. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. № 45. ст.397.

75. Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності: Закон України від 22.06.2012 р. № 5026-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 22. ст.216.

76.Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів): Закон України від 03.03.1998 р. № 137/98-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1998. № 34. ст.227.

77.Про соціальний діалог в Україні): Закон України від 23.12.2010 р. № 2862-VI. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 28. ст.255.

78.Соціальне партнерство і державна політика: від теорії до практики деполітизації державного управління: монографія / В.М. Мартиненко, О.М. Крутій, С.Л. Кирій та ін. Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ “Магістр”, 2009. 252 с.

79.Дніпров О.С. Діалог органів державної виконавчої влади та громадянського суспільства. *Вісник національного університету “Львівська політехніка”*. 2015. № 825. С. 26–30.

80.Попович Н. Діалог як форма дискурсивної взаємодії у структурі політико-адміністративної комунікації. *Актуальні проблеми державного управління*. 2013. Вип. 3 (55). С. 26–29.

81.Цилюрик С.В. Соціально-комунікативний діалог в соціальних мережах як елемент формування демократичних засад в українському суспільстві. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2015. Вип. 19–20. С. 103–111.

82.Садовська А. Комунікативна сфера в соціогуманітарному просторі: архетипний підхід. *Публічне управління: теорія та практика*. 2014. Вип. 2 (спец. вип.). С. 156–161.

83.Шейко В.М. Формування інформаційного простору та зовнішньої культурної політики України в роки незалежності. *Вісник ХДАК*. 2010. Вип. 29. С. 4–17.

84.Цвях В.Ф., Неліпа Д.В. Соціальний діалог: основні підходи до визначення. *Вісник Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка*. 2006. № 81–83.

85.Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив [URL:http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikhinitiatiiv&catid=127&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikhinitiatiiv&catid=127&Itemid=460) (дата звернення: 26.11.2023 р.).

86.Гулакова Г.В. Моделі ефективності соціальної реклами в процесі реалізації управлінських рішень: шляхи використання. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2012. № 12. [URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=514](http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=514) (дата звернення: 27.11.2023 р.).

87.Ревенко Т.В. Сутність і перспективи розвитку технологій соціальної реклами органів влади. *Теорія та практика державного управління*. 2010. Вип. 4. С. 81–87. [URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpdu\\_2010\\_4\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpdu_2010_4_14). (дата звернення: 28.11.2023 р.).

88.Ромат Є. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю у перехідних умовах: монографія. Київ: Вид-во УАДУ, 2003. 380 с.

89.Колядюк Р. Соціальна реклама – інструмент впливу на масову свідомість та стиль життя у суспільстві. *Теорія і практика соціальної реклами в Україні*: тези доп. наук. конф. Київ, 2004. С. 44–45.

90.Курбан О.В. Соціальна реклама: держзамовлення, ринок маркетингових комунікацій чи сфера громадської відповідальності суспільства? *Дзеркало тижня*. 2007. № 16 (625). С. 26.

91.Ромат Є.В. Соціальна реклама. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / НАДУ при Президентові України. Т. 4: Галузеве управління. Київ: НАДУ, 2011. С. 589.

92.Грицюта Н.М. Етика рекламної діяльності: навч. посіб. Київ: Ін-т журналістики Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка; Харків: Оберіг, 2008. С. 198–201.

93. Михайлов М. Законодавчі новації у сфері соціальної реклами. *Юридичний вісник України*. 2008. № 12. С. 7.
94. Чукут С.А. Сутність і роль громадської думки в процесах державотворення. *Грані*. 1999. № 3(5). С. 80.
95. Осовський В. Проблема ідентифікації громадської думки. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 1998. № 1–2. С. 36–52.
96. Терещенко Д.А. Організаційно-правове забезпечення комунікативної діяльності місцевих органів влади: дис. ... канд. наук з державного управління: 25.00.02. Харківський РІДУ. Харків, 2009. 207 с.
97. Суспільство та влада: механізми взаємодії : навч.-метод. матеріали для слухачів дисципліни “Механізми взаємодії суспільства і влади” / А.М. Михненко, С.О. Кравченко, І.В. Пантелейчук та ін. Київ: НАДУ, 2013. 80 с.
98. Малиноський В.Я. Державне управління: навч. посіб. Луцьк: Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, 2000. 558 с.
99. Галаджун З.В. Правові норми журналістики України: навч. посіб. Львів: СПОЛОМ, 2016. 190 с.
100. Корнієнко В.І. Особливості кадрової роботи в органах соціального захисту населення (на прикладі Сумської області). Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. Вип. 2 (14). Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ “Магістр”, 2006. С. 347–351.
101. Ягодзінський С.М. Людський потенціал мережевих технологій. *Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія*: зб. наук. пр. Київ : НАУ, 2011. № 2 (14). С. 81.
102. Блінцова В.О. Процес медіатизації політики та функції мас-медіа у сучасному суспільстві. *Актуальні проблеми політики*: зб. наук. пр. Одеса, 2013. Вип. 49. С. 126–131.

103. Трегуб К.С. Особливості функціонування мас-медіа у період трансформації сучасного українського суспільства: проблема соціальної відповідальності. *Вісник Львівського університету*. 2015. Вип. 9. С. 138–146.
104. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Київ: “Вид-во “Ваклер“, 2007. С. 129.
105. Кульчій О.О. Правове регулювання державної політики у сфері мас-медіа України. *Форум права*. 2015. № 3. С. 131–134.
106. Лашкіна М.Г. Конвергентна інтерактивна комунікація. Політологічний енциклопедичний словник. Львів: Новий Світ, 2013.
107. Петровський П. Теоретико-методологічне значення гуманітарної парадигми для діяльності соціального суб’єкта. *Публічне управління: теорія та практика*: зб. наук. пр. Харків: Вид-во АДНДУ, 2011. № 7. С. 224–229.
108. Радченко О.В. Держава і демократія: перший мультисемантичний політичний словник: навч. посіб. Харків: Вид-во Асоціації докторів держ. упр., 2011. 312 с.
109. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування: навч. посіб. / уклад.: Гошовська В.А. та ін. Київ: К.І.С., 2016. 130 с.
110. Крутій О.М. Комунікативна парадигма партнерської взаємодії суб’єктів державного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 6. С. 113–116.
111. Хлебнікова А.А. Комунікативний менеджмент як найважливіший компонент державного управління в умовах глобалізації: теоретико-методологічний контекст. *Державне будівництво*. 2013. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/jpdf/DeVu\\_2013\\_1\\_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/DeVu_2013_1_13.pdf) (дата звернення: 04.12.2023 р.).
112. Романенко Є.О. Публічна комунікація як засіб транспарентності державного управління. *Збірник наукових праць Національної академії*

*державного управління при Президентіві України*. Київ: НАДУ, 2014. Вип. 1. 132 с.

113. Манжола П.Г. Форми участі громадськості у діяльності органів влади та прийнятті політичних рішень. *Стратегічні пріоритети*. 2007. № 4. С. 13–14.

114. Козаков В.М., Рашковська О.В., Ребкало В.А., Романенко Є.О., Чаплай І.В. Державно-громадянська комунікація: шлях від кризи до взаємодії: монографія. *Серія “Публічне адміністрування”*. Вип. 1. Київ: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2017. 288 с. Бібліогр.: С. 267–287.