

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОДРАТЮКА»

Факультет філології, психології та педагогіки
Кафедра українознавства, культури та документознавства

Кваліфікаційна робота

КОМУНІКАЦІЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ
В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ: ЗАВДАННЯ ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЯ (НА
ПРИКЛАДІ ПОЛТАВСЬКОЇ РАЙОННОЇ ВІЙСЬКОВОЇ
АДМІНІСТРАЦІЇ)

Студентка 6 курсу групи 601-ФД

спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна та справа»

_____ Вангельєва Ксенія Віталіївна

Науковий керівник
к. філол. н., доцент _____ Чередник Людмила Анатоліївна

Завідувач кафедри
д.і.н., професор _____ Передерій Ірина Григоріївна

Консультант
нач. юр.відділу _____ Білокінь Ігор Олегович

Консультант
нач. відділу
документообігу _____ Деркач Олена Леонідівна

Полтава 2025

Деканові факультету філології,
психології та педагогіки
Національного університету
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка
Анні АГЕЙЧЕВІЙ
студентки групи 601-ФД
спеціальності 029 «Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа»
Вангельєвої Ксенії Віталіївни

ЗАЯВА

Прошу затвердити тему кваліфікаційної (магістерської) роботи «Комунікація з громадськістю державних органів влади в кризових ситуаціях: завдання та їх реалізація (на прикладі Полтавської районної військової адміністрації)».

Науковим керівником прошу призначити Чередник Людмилу Анатоліївну, кандидата філологічних наук, доцента, доцента кафедри українознавства, культури та документознавства.

27.08.2024

Ксенія ВАНГЕЛЬЄВА

Завідувач кафедри УКД _____

Ірина ПЕРЕДЕРІЙ

Керівник _____

Людмила ЧЕРЕДНИК

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Факультет філології, психології та педагогіки
Кафедра українознавства, культури та документознавства
Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
українознавства, культури та
документознавства

_____Ірина ПЕРЕДЕРІЙ
«___» _____ 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (МАГІСТЕРСЬКУ) РОБОТУ
СТУДЕНТЦІ**

Вангельській Ксенії Віталіївні

1. Тема роботи: «Комунікація з громадськістю державних органів влади в кризових ситуаціях: завдання та їх реалізація (на прикладі Полтавської районної військової адміністрації)».

Керівник роботи кандидат філологічних наук, доцент Чередник Людмила Анатоліївна.

2. Термін подання студентом роботи 13.01.2025

3. Мета та завдання бакалаврської роботи: визначити основні завдання комунікації державних органів влади з громадськістю у кризових ситуаціях, проаналізувати ефективність їх реалізації та запропонувати рекомендації щодо вдосконалення комунікативних стратегій; дослідити історію зв'язків з громадськістю, їх основні функції та види; проаналізувати нормативно-правову базу для забезпечення зв'язків із громадськістю; узагальнити основні завдання, принципи, методи – комунікації з громадськістю в Полтавській РВА; виявити основні досягнення ведення комунікації в органі державної влади та розробити рекомендації щодо їхнього вирішення.

Дата видачі завдання 27.08.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки
1	Теоретична частина	01.11.24 – 20.11.24	46%
2	Аналітична частина	21.11.24 – 20.12.24	54%
3	Виготовлення ілюстративного матеріалу та підготовка дозахисту	22.12.24 – 13.01.25	100%
4	Захист роботи	20.01.2025	

Студентка _____

Ксенія ВАНГЕЛЬЄВА

Керівник роботи _____

Людмила ЧЕРЕДНИК

АНОТАЦІЯ

Вангельєва К.В. Комунікація з громадськістю державних органів влади в кризових ситуаціях: завдання та їх реалізація (на прикладі Полтавської районної військової адміністрації). Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна діяльність», спеціалізація «Документознавство та інформаційна діяльність». Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтава, 2025.

У кваліфікаційній роботі досліджено комунікації з громадськістю в державних органах влади. В роботі розглянуто історію розвитку комунікації в розрізі зв'язків з громадськістю, проаналізовано основні напрямки комунікації адміністрацій з населенням, їхня роль та функції.

Текст містить у собі аналіз актуальної нормативно-правової бази для публік рилейшнз. Також виявлено досягнення та недоліки в процесах організації комунікації з громадськістю Полтавської районної військової адміністрації.

Кваліфікаційна робота містить практичні рекомендації для вдосконалення комунікаційної стратегії Полтавської РВА, метою яких є: впровадження інтерактивних інструментів, розширення присутності у соціальних мережах, покращення доступності інформації для різних категорій громадян.

Рекомендації роботи сприятимуть підвищенню довіри громадськості до органів влади, забезпеченню відкритості їхньої діяльності та зміцненню зв'язків між владою і громадою в умовах кризових ситуацій.

Ключові слова: органи державної влади, районна військова адміністрація, комунікація з громадськістю, кризова ситуація, законодавство зі зв'язків з громадськістю.

91 с., 16 рис., 87 джерел.

ABSTRACT

Vanhelieva K.V. Communication with the public of state authorities in crisis situations: tasks and their implementation (on the example of the Poltava District Military Administration). Specialty 029 “Information, Librarianship and Archiving”, specialization “Documentation and information activity”. National University “Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic”, Poltava, 2025.

The qualification work examines public relations in state authorities. The work examines the history of the development of communication in the context of public relations, analyzes the main areas of communication between administrations and the population, their role and functions.

The text contains an analysis of the current regulatory framework for public relations. It also identifies achievements and shortcomings in the processes of organizing public relations in the Poltava District Military Administration.

The qualification work contains practical recommendations for improving the communication strategy of the Poltava DMA, the purpose of which is: implementing interactive tools, expanding presence in social networks, improving the availability of information for various categories of citizens.

The recommendations of the work will contribute to increasing public trust in authorities, ensuring the openness of their activities and strengthening ties between authorities and the community in crisis situations.

Keywords: state authorities, district military administration, public relations, crisis situation, public relations legislation.

91 p., 16 pic., 87 sources.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВСТУП 9

РОЗДІЛ 1 ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО
УПРАВЛІННЯ 13

1.1. Поняття «зв'язки з громадськістю»: історія, функції, види 13

1.2. Основні принципи та форми зв'язків з громадськістю в системі
державної влади..... 24

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ В
КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ 36

2.1. Нормативно-правова база органів державної влади для
забезпечення зв'язків із громадськістю під час кризових ситуацій 36

2.2. Основні завдання комунікації з громадськістю в органах
державної влади..... 47

РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ Й РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ
ПРОЦЕСІВ КОМУНІКАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ОРГАНАХ
ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ 60

3.1. Досягнення та недоліки в процесах комунікації з громадськістю в
Полтавській районній військовій адміністрації..... 60

3.2. Методичні рекомендації щодо удосконалення комунікації із
громадськістю в органах державної влади 67

ВИСНОВКИ..... 77

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ 81

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВПО	–	Внутрішньо переміщена особа
ЗМІ	–	Засоби масової інформації
ЗУ	–	Закон України
КЗпП	–	Кодекс законів про працю
КМУ	–	Кабінет Міністрів України
ОДВ	–	Органи державної влади
ОМС	–	Органи місцевого самоврядування
ОТГ	–	Об'єднані територіальні громади
РВА	–	Районна військова адміністрація
УСЗН	–	Управління соціального захисту населення
PR	–	Public Relations

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Натепер комунікація з громадськістю в органах державної влади є однією із сучасних форм співпраці в умовах новітнього суспільно-політичного розвитку України. Викликана вона тими змінами, які відбулися в соціумі, бажанням звичайних громадян не просто сприймати вказівки й розпорядження владних структур, а й бути здатним впливати на прийняття державних рішень.

Наше життя стало занадто буремним. Кризові ситуації, такі, як природні катаклізми, техногенні аварії, пандемії, соціально-економічні кризи, військові конфлікти постійно розбурхують увесь світ. Вони, на превеликий жаль, стають звичними для населення, але будь-які виклики ускладнюють спілкування між людьми, державами і потребують нових форм, методів і прийомів. До того ж в умовах швидкого розвитку інформаційних технологій та поширення соціальних мереж важливим завданням стає боротьба з дезінформацією, запобігання паніці та формування довіри до дій державних органів влади.

З огляду на все це, у сучасному світі роль ефективної комунікації між державними органами влади та громадськістю в кризових ситуаціях є надзвичайно важливою, оскільки виконує важливу соціальну функцію – формувати і підтримувати довіру до органів державної влади. Крім того, громадяни очікують не тільки правдивості інформації, але й можливості брати участь у процесі прийняття певних рішень, мати доступ до актуальної інформації, отримувати відповіді на звернення та запити. Загалом, комунікаційна діяльність напряду впливає на формування громадської довіри. Саме тому актуальність теми дослідження не викликає жодних сумнівів.

Проблемою комунікації між громадянами та органами державної влади, її розвитком та вдосконаленням цікавиться багато науковців. Серед

них можна виділити таких українських дослідників, як: М. Зяйлик, О. Сопіна, Л. Пашко, Є. Тихомирова, Т. Григорчук, С. Дуб, С. Савченко, Л. Ладонько, В. Юрченко, В. Рихлік, В. Гапоненко, Є. Романенко, В. Яблонський, О. Бажинова, Л. Загайнова, В. Латишева, О. Козакевич, Н. Дніпренко та інші.

Багато цікавих напрацювань є і в зарубіжних науковців, зокрема класичними є праці таких теоретиків комунікації, як: К. Шенон, Е. Тоффлер, В. Зигерт, П. Друкер, Б. Адамс, Л. Ланг та інші.

З огляду на аналіз наукових статей з цього питання, варто зауважити, що дослідження комунікації органів державної влади з громадськістю саме в умовах кризових ситуацій не користується популярністю, не дивлячись на важливість цієї проблеми. На нашу думку, в умовах сьогодення проблеми кризової комунікації громадян і влади є надзвичайно важливими, тому такі дослідження матимуть перспективу.

Мета нашої кваліфікаційної роботи: визначити основні завдання комунікації державних органів влади з громадськістю у кризових ситуаціях, проаналізувати ефективність їх реалізації та запропонувати рекомендації щодо вдосконалення комунікативних стратегій.

На основі сформованої нами мети можна поставити такі **завдання:**

1. Дослідити історію становлення зв'язків із громадськістю, з'ясувати їх основні функції та види.
2. Проаналізувати нормативно-правову базу для забезпечення зв'язків із громадськістю під час кризових ситуацій.
3. Узагальнити **основні завдання принципи, методи комунікації з громадськістю в Полтавській районній військовій адміністрації.**
4. Виявити основні досягнення і недоліки ведення комунікації в державній структурі та розробити рекомендації щодо їхнього вирішення.

Об'єкт дослідження – процес комунікації між державними органами влади та громадськістю в кризових ситуаціях.

Предмет дослідження – методи, принципи, стратегії комунікації, які використовуються державними органами для взаємодії з громадськістю під час кризових ситуацій (на прикладі Полтавської районної військової адміністрації).

Для одержання теоретичних та практичних результатів дослідження ми застосовували **загальнонаукові методи**, які передбачають наявність аналізу, синтезу, емпіричних досліджень, історико-генетичний, контент-аналізу.

Теоретичні методи були застосовані для аналізу фахової та додаткової літератури з предмету дослідження, вивчення справжнього стану теоретичних аспектів проблеми. Аналіз застосовувався для дослідження історичних даних щодо розвитку зв'язків з громадськістю, дослідження їх основних функцій і видів, діяльності органів державної влади та актуальної нормативно-правової бази. Синтез було застосовано для узагальнення кожного дослідженого пункту з обраної теми, а також для формування результатів дослідження комунікації в кризових ситуаціях. Емпіричні методи застосовувалися з метою спостереження процесу ведення комунікації з громадськістю, який відбувався в установі – Полтавській районній військовій адміністрації

Матеріалами для дослідження слугували роботи українських і зарубіжних науковців у сфері PR; нормативно-правові акти із досліджуваної галузі, цивільного та соціального захисту населення; низка допоміжних електронних ресурсів щодо цієї проблеми.

Наукова новизна полягає в дослідженні та узагальненні основних завдань органів державної влади у сфері комунікації з громадськістю у кризовий період. Також у розробленні рекомендацій щодо варіантів вирішення недоліків, які виявились в процесі дослідження обраної теми, спираючись на діяльність відділів Полтавської районної військової адміністрації.

Практичне значення отриманих нами результатів передбачає, що керівництво Полтавської районної військової адміністрації чи інших подібних структур зможуть зреалізувати запропоновані нами рекомендації щодо покращення комунікації з громадськістю, зокрема в період кризових ситуацій.

Апробація роботи. Окремі положення кваліфікаційної роботи були опубліковані в збірнику матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (21 листопада 2024 р. м. Полтава):

1. Вангельєва К. Види комунікації Полтавської РВА з населенням у звичайний та кризовий періоди. *Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми, перспективи* : матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 21 листоп. 2024 р. Полтава, 2024. С. 267–272.

Структура кваліфікаційної роботи: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел із 87 найменувань. Загальний обсяг роботи – 91 сторінка.

РОЗДІЛ 1 ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

1.1. Поняття «зв'язки з громадськістю»: історія, функції, види

Зв'язки з громадськістю, або публік рилейшнз, PR, багато важать у розвитку сучасного інформаційного соціуму. У час, коли інформація в суспільстві поширюється швидкими темпами, ефективна комунікація з громадськістю набуває характеру стратегічних цілей. Термін «публік рилейшнз» (англ. public relations, PR) охоплює широкий спектр дій, спрямованих на підтримку продуктивних і корисних відносин між суспільством та установами. Передусім, їхня головна функція – сприяти формуванню іміджу як окремих осіб, так і установ чи організацій.

Відомо, що зв'язки з громадськістю як поняття виникли на початку ХХ ст., хоча комунікація між владою, бізнесом і суспільством існувала значно раніше.

У дослідженнях розвитку зв'язків з громадськістю можна простежити розвиток елементів цієї діяльності ще в античному світі. Наприклад, грецькі ритори та римські політичні лідери використовували публічні виступи для формування підтримки серед населення, що можна вважати прототипом сучасних PR-кампаній [56]. Також важливу роль відіграли релігійні організації. Як зазначає американський дослідник PR Рекс Харлоу: «Церква в Середньовіччі активно використовувала комунікацію для просування своїх ідей і збереження влади» [87]. Це вказує на те, що зв'язки з громадськістю були інструментом влади ще з прадавніх часів.

Загалом, історія PR тісно пов'язана з розвитком масових комунікацій і демократичних інститутів, адже намагання впливати на громадську думку та формувати ставлення суспільства до важливих подій, ідей або осіб є невід'ємною частиною структури будь-якої влади.

На початку ХХ ст. у США PR почав формуватися як самостійна професійна діяльність. Головним поштовхом до цього став розвиток ринкової економіки, коли великі корпорації зіштовхнулися з потребою створювати та підтримувати свою репутацію перед громадськістю. Особливо це стало актуальним після різноманітних соціальних протестів і страйків, що відбувалися на початку століття, коли громадськість почала вимагати від бізнесу більшої відповідальності.

Вагомим етапом у розвитку PR було заснування в 1900 р. у Бостоні першої фірми, що почала займатися піаром. Її засновники Джордж В. С. Мікаеліс, Герберт Смолл і Томас Марвін організували Бюро з організації публіситі «Пабліситі-бюро» [52].

Однак переломним моментом вважається діяльність Айві Ледбеттера Лі (1877 – 1934), якого часто називають «батьком сучасних зв'язків з громадськістю». У 1906 році Айві Лі видав знамениту «Декларацію принципів», яка поклала початок етичному підходу до PR, фактично його етичним кодексом. Лі стверджував, що метою зв'язків з громадськістю має бути не маніпуляція чи обман громадськості, а тільки чесне і відкрите інформування суспільства. У своїй Декларації він наголосив, що «громадськість має отримувати достовірну інформацію, і лише на основі цього можна створити позитивний імідж організації» [84]. Цей підхід надалі став основним принципом у розвитку PR.

Ще одним важливим дослідником у сфері PR був австро-американський дослідник Едвард Бернейс (1891 – 1995), котрий у своїй діяльності поєднав ідеї психології та соціології з практикою зв'язків з громадськістю. Бернейс був прихильником активного впливу на масову свідомість, вважаючи, що громадською думкою можна і потрібно керувати. У своїй книзі «Кристалізація громадської думки» (1923) він описав методи роботи зі свідомістю мас, які дозволяли формувати суспільне ставлення до певних подій або компаній. Крім того, Е. Бернейс був одним із перших, хто запровадив наукові методи для аналізу і

прогнозування реакцій суспільства на PR-кампанії, тим самим заклавши основи сучасного підходу до роботи з громадськістю [81].

Бернейс активно працював над просуванням ідей PR як ефективного інструменту управління, доволі успішно кооперуючи з великими корпораціями, політичними партіями і навіть урядами. Наприклад, однією з його найвідоміших кампаній під назвою «Смолоскипи свободи» була PR акція для тютюнової компанії, коли він використав психологічні аспекти емансипації жінок для просування цигарок, що стало «одним із перших прикладів використання соціальних рухів у комерційних цілях» [43]. Зазначимо, що саме Е. Бернейс відстоював ідею, що PR – «це не лише комунікація, але й маніпуляція громадською думкою» [81], що, безумовно, часто викликало критику з боку прихильників етики.

Наступний важливий етап у розвитку PR припадає на період після Другої світової війни, коли PR став невід'ємною частиною діяльності урядів, корпорацій і міжнародних організацій. У той час в університетах з'явилися перші спеціалізовані навчальні програми з PR, були створені професійні асоціації, які почали регулювати етичні стандарти в цій сфері.

Так, в Європі важливий внесок у розвиток PR зробив британський дослідник Семюел Блек, чия праця «Public Relations» (1971) стала однією з найважливіших для фахівців у цій галузі. Прикметно, що Блек мав українське коріння: відомо, що він родом із Києва, його батьки мали прізвище Чорні й до 1911 року мешкали в столиці України.

Блек розглядав PR як засіб досягнення гармонії між організацією і громадськістю через двосторонню комунікацію та взаємне розуміння. Як і А. Лі, він наголошував на тому, що «PR має бути заснований на правді, чесності та повній інформованості громадськості» [42].

Ці всі дослідження стали підґрунтям для того, що розвиток PR після Другої світової війни ознаменувався більш етичним підходом до комунікацій та поширенням нових технологій і наукових підходів.

Американець Джеймс Грюніг є одним із найважливіших сучасних дослідників у сфері зв'язків з громадськістю. Його праця «Excellence in Public Relations and Communication Management» («Досконалість у зв'язках з громадськістю та комунікаційному менеджменті»), яка побачила світ у 1992 році, стала базовою для розроблення моделі «чотирьох парадигм», що стосується різних підходів до PR і містить чотири складники: пресагентство/пропаганда, публічна інформація, двостороння асиметрична і двостороння симетрична моделі [85 с. 105].

Варто підкреслити, що Дж. Грюніг висунув цікаву ідею щодо того, вважав, що PR має бути не лише інструментом впливу, але й засобом для створення конструктивного діалогу між організацією і суспільством. Він, зокрема, писав: «Ефективні зв'язки з громадськістю є результатом взаємного діалогу, коли організація не лише інформує, але й готова слухати своїх стейкхолдерів» [85, с.124]. Подальший розвиток піару підтвердив думки вченого.

Відомо, що особливу увагу Грюніг приділив симетричній моделі комунікації, яка передбачає рівноправну взаємодію між організацією та її аудиторіями. Він стверджував, що ця модель є «найбільш ефективною і етичною, оскільки дозволяє враховувати інтереси обох сторін» [85 с.177].

Отже, короткий екскурс в історію зв'язків з громадськістю відображає еволюцію галузі від маніпулятивних технік у найдавніші часи до сучасних практик, які ґрунтуються на прозорості, двосторонній комунікації та повазі до громадськості. Враховуючи на все вище сказане, можна зробити висновок, що сучасний PR є результатом напруженої діяльності багатьох вчених і практиків, які зробили свій внесок у розвиток цієї науки і навчальної дисципліни. Так, Айві Лі заклав основи етичного підходу до PR, Едвард Бернейс розробив наукові методи впливу на маси, Семюел Блек створив етичні стандарти, а Джеймс Грюніг запропонував модель двосторонньої комунікації, яка є важливою для сучасного PR. Слід наголосити, що кожен із цих дослідників не лише визначив важливі

аспекти зв'язків з громадськістю, але й допоміг зробити PR невід'ємним складником успішного бізнес-менеджменту та комунікації в сучасному суспільстві.

Крім того, важливим чинником публік рилейшнз, на думку сучасних дослідників цієї галузи, є процеси управління комунікацією між організацією та її різними цільовими аудиторіями з метою формування позитивного іміджу компанії, підтримки її репутації та досягнення стратегічних цілей. Зв'язки з громадськістю спрямовані на побудову і підтримку відносин між організацією і громадськістю, що включає клієнтів, співробітників, інвесторів, медіа, уряд і широку аудиторію загалом.

Безумовно, важливим чинником PR сьогодні є саме двосторонній процес комунікації, коли організація не тільки транслює інформацію, але й отримує зворотний зв'язок від аудиторії, коригуючи свої дії відповідно до її запитів.

На нашу думку, важливо проаналізувати основні функції піару, його роль у сучасному суспільстві та ключові завдання.

Беззаперечно, що одна з найголовніших функцій зв'язків з громадськістю є інформування. Тобто, кожна організація чи установа через PR-кампанії поширює важливу інформацію, щоб досягти своїх цілей, з-поміж яких є такі, як:

1. донести до клієнта новини про новий продукт, події або досягнення;
2. пояснити свої дії в кризових ситуаціях;
3. відреагувати на критику.

Наприклад, «під час кризової ситуації, PR може допомогти організації швидко і правильно передати необхідну інформацію для збереження її репутації» [49, с.285].

Інша функція PR – переконання. PR-кампанії можуть бути спрямовані на зміну думок, переконань чи поведінки аудиторії. Передусім,

організація прагне вплинути на сприйняття громадськістю своїх дій або продуктів, переконуючи людей у їх корисності чи важливості. Застосування доречних технік переконання базується на використанні різноманітних інструментів, зокрема, маркетингових досліджень, соціальної психології, реклами та цифрових медіа [57 с. 35].

Також професійні фахівці з піару та публік рилейшнз працюють над побудовою довготривалих відносин з різними зацікавленими групами: клієнтами, співробітниками, інвесторами, постачальниками та урядом [49, с.150], оскільки здавна відомо, що позитивні відносини сприяють досягненню стратегічних цілей організації, знижують ризики та підвищують лояльність громадської думки. Наприклад, внутрішні PR-кампанії можуть підвищити мотивацію співробітників, створюючи позитивну робочу атмосферу і просувати їхню відданість компанії.

Для успішної діяльності компанії потрібно, насамперед, створити її позитивний імідж, що зможе привернути клієнтів. Це включає в себе «взаємодію зі ЗМІ, організацію заходів, забезпечення спонсорства, участь у благодійних проєктах і підтримку відносин з ключовими людьми в галузі» [76, с. 95]. PR-фахівці повинні працювати над тим, щоб організація або її продукти сприймалися позитивно як споживачами, так і іншими зацікавленими сторонами.

Безсумнівно, що одним із ключових завдань зв'язків з громадськістю є підтримка репутації організації, що на думку науковців і бізнесменів, є її найціннішим активом. PR-фахівці мають докладати значних зусиль, щоб вона була завжди позитивною і стабільною. Важливо зазначити, що репутація формується на основі як зовнішніх, так і внутрішніх комунікацій. З огляду на це, відповідальність за корпоративну культуру, мотивацію співробітників і підтримку морального духу також частково лежить на плечах PR-департаменту.

Можливо, найскладнішим завданням є комунікація в будь-якій кризовій ситуації. Коли виникають непередбачувані події, які можуть

завдати шкоди репутації організації, PR-фахівці мають діяти швидко й ефективно, щоб мінімізувати негативний вплив. Це включає якнайшвидше розроблення планів комунікації у кризових ситуаціях, підготовку менеджерів до виступів у ЗМІ, а також створення прозорих і зрозумілих повідомлень для громадськості.

Ще одним не менш важливим завданням є вплив на громадську думку через лідерів думок і з використанням різноманітних інформаційних каналів для формування певного ставлення до продукції чи послуг компанії. У ситуаціях, коли конкуренція на ринку зростає, саме добре підготовлений і проведений PR уможливує вирішення бренду серед інших, акцентуючи увагу на його цінностях та унікальних характеристиках чи особливостях.

Важливо наголосити, що сутність зв'язків з громадськістю полягає в тому, що це «багатогранний процес, який містить інформування, переконання і побудову відносин з різними аудиторіями» [41]. PR допомагає організаціям формувати і підтримувати позитивний імідж, справлятися з кризами і впливати на громадську думку.

Тобто, в умовах сьогодення, в якому звичним вже стало надшвидке поширення інформації, яка, крім всього, є ще й легкодоступною, зв'язки з громадськістю відіграють важливу роль у досягненні стратегічних цілей, зміцненні репутації та підтримці довгострокових відносин між організаціями та їхніми аудиторіями.

Необхідно зазначити, що зв'язки з громадськістю (PR) мають різноманітні форми та напрями, залежно від цілей, завдань і типу аудиторії. Загалом, види зв'язків із громадськістю вчені класифікують з урахуванням кількох критеріїв, найголовнішими з-поміж яких є виокремлення за:

1. напрямками діяльності (зовнішні та внутрішні);
2. функціями (інформаційні, антикризові, комунікаційні);
3. каналами комунікації (традиційні та цифрові) [49].

Безумовно, що кожен із цих видів PR має свою специфіку і застосовується в залежності від ситуації та поставлених завдань.

Для подальших досліджень нам необхідно проаналізувати особливості таких вагомих видів спілкування, що широко використовуються у зв'язках із громадськістю, як зовнішні й внутрішні взаємодії.

Так, зовнішні зв'язки з громадськістю стосуються комунікації організації із зовнішніми аудиторіями, з-поміж яких клієнти, партнери, акціонери, постачальники, громадськість, засоби масової інформації, урядові органи тощо. Основна мета зовнішнього PR – це «формування позитивного іміджу організації на ринку, створення міцних відносин із зацікавленими сторонами та підтримка репутації» [75, с. 174].

У сучасному світі неможливо уявити успішний бізнес без взаємодії з медіа, які теж можуть впливати на імідж компанії, як в позитивному плані, так і негативно. Організація через пресрелізи, пресконференції, брифінги, інтерв'ю та інші засоби комунікує з представниками медіа, щоб донести до громадськості свої повідомлення, що містять інформацію про нові продукти, досягнення компанії, інновації, соціальні ініціативи тощо. Як зазначає Джеймс Грунінг у своїй концепції PR, «зовнішня комунікація спрямована на формування обізнаності та сприятливого ставлення з боку громадськості до організації» [86].

Зовнішні зв'язки з громадськістю також містять таке поняття, як «корпоративна соціальна відповідальність» (CSR). Багато компаній активно просувають CSR, долучаючись до участі в благодійних програмах, соціальних ініціативах або екологічних проєктах. Це дозволяє їм «зміцнювати зв'язки з цільовою аудиторією, демонструвати свою відповідальність перед суспільством і підвищувати довіру з боку споживачів» [74, с. 31].

Внутрішні зв'язки з громадськістю (внутрішній PR) стосуються комунікацій усередині організації, що спрямовані безпосередньо на

працівників та внутрішніх стейкхолдерів. Основною метою цього виду PR є «підтримка позитивної робочої атмосфери, мотивація працівників, підвищення їхньої лояльності до компанії, а також створення ефективної внутрішньої комунікації» [52, с. 132].

Вагомим чинником внутрішнього PR є інформування працівників щодо цілей та стратегії компанії, змін в її структурі, нових проєктів, заходів, різних івентів або інших важливих подіях. Внутрішні бюлетені, інформаційні зустрічі, внутрішні вебпортали та інші комунікаційні канали уможливають працівникам бути обізнаними про стан справ в організації, що, безперечно, сприяє підвищенню довіри та створює відчуття спільної мети і причетності до загальної діяльності.

Внутрішній PR також відповідає за корпоративну культуру. Метою публік рилейшнз є «підтримка корпоративних цінностей і норм, які впливають на поведінку співробітників» [68, с.4]. PR-фахівці працюють над тим, щоб ці цінності були інтегровані в усі аспекти діяльності компанії. Наприклад, внутрішні заходи, корпоративні свята чи тимбідлінг сприяють зміцненню корпоративного духу та робочих відносин.

Як уже зазначалося вище, надзвичайно складними є комунікації в режимі кризи. Щонайпершою метою антикризового піару є «захист репутації організації під час кризових ситуацій» [71, с. 189]. Варто зазначити, що кризові ситуації можуть виникати через різні обставини: фінансові проблеми, політичні катаклізми, воєнні дії, скандали, техногенні катастрофи, проблеми з продукцією, негативні публікації у ЗМІ тощо. Завдання антикризового PR полягає в тому, «щоб звести до мінімуму негативний вплив на імідж організації і відновити довіру з боку громадськості» [68, с. 6].

Схарактеризуємо основні етапи комунікацій в кризовий період. Найпершим кроком чітке планування дій. Оскільки життя зараз доволі нестабільне, то більшість великих організацій мають заздалегідь розроблені кризові плани, які містять детальні сценарії реагування на різні

ситуації. Ці плани допомагають діяти оперативно й уникати хаосу в діяльності.

Одним із ключових елементів антикризової комунікації є прозорість, про яку раніше вже згадували. У період надзвичайних ситуацій надзвичайно важливо забезпечити суспільство точною та достовірною інформацією щодо причин ті наслідків кризи, а також про те, які заходи вживаються для її вирішення. Наприклад, під час екологічної катастрофи компанія має якнайшвидше пояснити, як вона планує зменшити шкоду, відшкодувати збитки і шляхи запобігання подібних ситуацій у майбутньому. Як зазначають експерти, «оперативність і правдивість під час криз є вирішальними для збереження репутації» [72, с.134].

Сучасний розвиток технологій і зростаюча роль Інтернету спричинили виникнення нового виду зв'язків з громадськістю – цифрового PR, який тримається на використанні цифрових платформ і соціальних мереж. Такі платформи, як Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube та інші, стали значущими каналами для комунікації з аудиторіями.

Безумовно, цифровий PR дозволяє компаніям якнайшвидше поширювати інформацію, взаємодіяти з клієнтами в режимі реального часу й отримувати зворотний зв'язок. Важливим інструментом цифрового PR є управління репутацією в Інтернеті, складниками якої є моніторинг і реагування на відгуки в соціальних мережах, форумах і оглядових платформах. Цифровий PR також використовує інструменти контент-маркетингу: статті, блоги, відео та інші матеріали, що публікуються онлайн, які допомагають підвищити впізнаваність бренду і формувати його позитивний образ.

Варто зауважити, що однією з переконливих переваг цифрового PR є його доступність і гнучкість. З огляду на це, організація може швидко адаптувати свою стратегію відповідно до змін у суспільних настроях або нових ринкових умов. Крім того, цифрові платформи дозволяють більш

точно сегментувати аудиторії і спрямовувати повідомлення до конкретних груп споживачів.

Останнім часом набуває обертів політичний піар, що тісно пов'язано із тими змінами, які відбуваються в соціумі. Слід підкреслити, що це специфічний напрямок, який стосується комунікації між політичними організаціями, урядом і громадськістю. Безсумнівно, що політичні зв'язки з громадськістю спрямовані на формування позитивного іміджу політичних лідерів, партій, урядів, а також на просування їхніх програм і політик.

Найбільш поширеними інструментами політичного PR є такі:

1. промови;
2. політичні кампанії;
3. дебати;
4. зустрічі з виборцями;
5. реклама в ЗМІ та соціальних мережах.

Усі ці заходи проводяться з єдиною метою, що полягає у впливі на громадську думку і досягнення електоральної підтримки.

Отже, публік рилейшнз – є важливим складником сучасної взаємодії органів державної влади з суспільством.

Зв'язки з громадськістю представлені різними видами, кожен з яких має свою вагому роль у комунікації між організацією, установою та її цільовими аудиторіями. Так, зовнішній і внутрішній PR відповідають за підтримку позитивного іміджу як всередині, так і поза межами організації. Антикризові зв'язки допомагають знизити репутаційні ризики і зробити їх мінімальними під час криз, тоді як цифровий PR використовує інноваційні платформи для пошуку аудиторії в Інтернеті. Політичний PR, перш за все, покликаний впливати на суспільне сприйняття політичних програм і лідерів.

Загалом, сучасні зв'язки з громадськістю є комплексною діяльністю, яка має безліч інструментів і підходів для досягнення поставлених комунікаційних цілей.

1.2. Основні принципи та форми зв'язків з громадськістю в системі державної влади

Відомо, що комунікативна діяльність органів державної влади в Україні є важливим аспектом для підтримки прозорості, довіри громадськості та ефективного управління. Вона передбачає, насамперед, формування й підтримку діалогу між державою і громадянами, поширення інформації щодо діяльності органів влади, залучення громадян до прийняття рішень і забезпечення доступу до актуальної інформації. Нижче розглянемо основні напрями комунікативної діяльності, інструменти, що використовуються, а також виклики, з якими зіштовхуються українські державні органи.

Як уже неодноразово зазначалося, основними принципами зв'язків з громадськістю органів державної влади в Україні є:

1. прозорість;
2. оперативність;
3. відповідальність і доступність інформації;
4. двостороння комунікація;
5. неперервність;
6. орієнтованість [44, с.267].

Якнайчастіше державні органи зобов'язані інформувати громадян про свою діяльність, прийняті рішення і зміни в законодавстві.

Усі вище перелічені принципи зв'язків з громадськістю органів влади в Україні є фундаментом, на якому будується ефективна взаємодія між державою та громадянами. Безперечно, що дотримання цих принципів допомагає забезпечити прозорість державних процесів, підвищити довіру до державних інституцій, а також сприяє активному залученню

громадськості до обговорення та прийняття рішень. Нижче наведено основні принципи комунікації, які визначають її суть і спрямованість.

Варто наголосити, що сутність принципу прозорості полягає в тому, що в суспільстві наскільки високорозвинутий рівень взаємодії влади з громадянами, що останні мають доступ до «діяльності органів місцевого самоврядування, але в тому обсязі, яке дозволяє законодавство країни» [45, с. 82]. Крім того, громада має розуміти як саме приймаються важливі для неї рішення і яким саме проблем вони стосуються. Також кожна урядова ініціатива (проект закону, рішення, звіт тощо) повинні вчасно бути донесеними до людей і містити роз'яснення щодо проблемних питань, які є важливими для певного міста, регіону, країни загалом [44, с.268].

Одним із проявів цього принципу є онлайн платформа Prozorro («Прозоро»), де розміщуються всі дані про державні закупівлі. Метою її створення стало прагнення підвищити «довіру бізнесу до подібних процесів та боротьба з корупцією» [72]. Завдяки цьому е-ресурсу громадяни можуть відстежувати, як витрачаються державні кошти, що сприяє підвищенню довіри до урядових рішень.

Оперативність комунікації має критичне значення, передусім в умовах кризових ситуацій, коли затримка у поширенні інформації може спричинити зростання паніки або дезінформації. Державні органи повинні своєчасно реагувати на інформаційні виклики, публікуючи актуальні повідомлення та роз'яснення. Важливо, щоб громадяни отримували чітку інформацію про дії органів влади без зайвих затримок, особливо коли йдеться про надзвичайні ситуації, важливі реформи або зміни в законодавстві.

До прикладу, під час пандемії COVID-19 Міністерство охорони здоров'я України забезпечувало щоденне інформування громадян про кількість випадків, правила карантину та рекомендації щодо безпеки [83]. Така оперативність сприяла кращому інформуванню населення та зниженню рівня паніки.

Також надзвичайно змістовним є принцип доступності, який передбачає, що влада не може перешкоджати членам суспільства «мати доступ до суспільної активності будь-якого органу державної влади» [63, с.36]. Уся інформація, що надходить від владних структур, має бути легкою для сприйняття, зрозумілою та максимально охоплювати всі соціальні групи. Державні органи «мають комунікувати з громадянами мовою, зрозумілою більшості населення, уникати надмірної бюрократичної термінології та забезпечувати переклади для національних меншин» [45, с. 80]. Доступність також включає використання різних каналів комунікації, до переліку яких входять соціальні мережі, радіо, телебачення, вебсайти, щоб охопити максимальну кількість громадян.

Так, платформа «Дія» є прикладом забезпечення доступності державних послуг. Принцип її функціонування полягає в тому, щоб «бути зрозумілою і зручною навіть для тих, хто має низький рівень цифрової грамотності, і дозволяє користуватися широким спектром послуг в електронному форматі» [50].

Наступним правилом, яке стало дієвим упродовж останніх років, є відповідальність. Цей припис означає, що «державні органи мають нести відповідальність за свої слова і дії, уникаючи дезінформації та маніпуляцій». Передусім, передбачається, що інформація, яку державні органи надають громадянам, є перевіреною, достовірною та обґрунтованою. У будь-якому випадку виявлення помилок або невірної інформації посадові особи зобов'язані негайно виправити помилку. Це також стосується і готовності урядовців давати відверті відповіді на запитання громадськості та масмедіа.

У разі виникнення кризових ситуацій (наприклад, екологічних катастроф, загроз ракетної небезпеки тощо) державні органи, такі, до прикладу, як Державна служба з надзвичайних ситуацій, «несуть відповідальність за точність інформації та оперативне роз'яснення наслідків і запобіжних заходів» [65].

Досить важливо, що складником ефективної комунікації є принцип двостороннього зв'язку, який передбачає, що «органи державної влади не тільки поширюють інформацію, але й активно слухають громадян» [57]

Зокрема, зворотний зв'язок уможливорює органам влади отримувати дані про реакцію громадськості на їхні дії, коригувати свої стратегії, якщо це необхідно, і розуміти реальні потреби суспільства. З цією метою державні органи проводять опитування, приймають відгуки та працюють з громадськими організаціями, щоб залишатися чутливими до потреб громадян.

Наприклад, Міністерство освіти і науки України регулярно проводить громадські обговорення й опитування перед впровадженням освітніх реформ. Це дозволяє враховувати думки вчителів, батьків, науковців і студентів, що підвищує ефективність змін у сфері освіти [67].

Важливо, щоб зв'язки з громадськістю були неперервними, постійними, а не обмежувались лише періодами криз або важливих політичних подій. Державні органи мають регулярно інформувати громадян про свою діяльність, яка стосується різних сфер суспільного життя. Неперервність комунікації сприяє тому, що «громадяни можуть слідкувати за роботою державних органів, а це також підвищує рівень довіри до них» [71].

Прикладом регулярного сповіщення може слугувати вебсайт Верховної Ради України, який постійно оновлюється інформацією про нові законопроекти, засідання та рішення, що «дозволяє громадянам бути в курсі роботи цього законодавчого органу» [66].

Ще одним напрямком успішної комунікації органів влади і місцевого самоуправління з громадою є прагнення до оприлюднення результатів своєї діяльності, а саме: своєчасне інформування населення з будь-яких актуальних проблем, що, безумовно, допоможе підвищенню довіри до цих структур. Для досягнення цього необхідно ретельно планувати комунікаційну діяльність, оцінювати ефективність використаних каналів

та інструментів, а також враховувати реакцію громадськості. Наприклад, під час пандемії COVID-19 МОЗ України активно використовувало соціальні мережі, з метою донести до населення конкретні дії, необхідні для захисту здоров'я, насамперед, такі, як «вакцинація і дотримання протиепідемічних заходів» [61]. Або регулярна інформація щодо воєнної ситуації, зустрічі членів уряду та президента з главами іноземних держав, яка надається з перших же днів російсько-української війни.

Тобто, комунікація органів державної влади з громадянським суспільством в Україні базується на принципах, які забезпечують ефективну взаємодію з громадськістю. Тільки суворе дотримання цих принципів робить державу відкритою, відповідальною та гнучкою, що сприяє підвищенню довіри громадян до влади та загальному зміцненню демократичних процесів у суспільстві.

Наразі органи державної влади опановують форми для комунікації, які є доволі різноманітними й адаптованими до сучасних вимог цифрової доби. Їхня головна мета – «налагодити ефективний зв'язок між державою та громадянами, забезпечуючи інформування, зворотний зв'язок і залучення громадськості до обговорення актуальних питань» [60].

Схарактеризуємо найбільш поширені форми, які активно використовуються органами державної влади в Україні.

1. **Офіційні вебсайти.** Вебсайти державних органів є основним засобом оприлюднення офіційної інформації. Тут публікуються звіти, розпорядження, новини, пресрелізи та оголошення, що стосуються роботи конкретного органу. Варто наголосити, що кожний державний орган в Україні має офіційний сайт, на якому громадяни можуть знайти документи, які їх цікавлять, дізнатися про проекти чи ініціативи, а також отримати доступ до базових послуг. Зокрема, прикладом такого сайту можна назвати сайт Кабінету Міністрів України, що «містить актуальні новини уряду, плани реформ, рішення Кабінету Міністрів та іншу важливу інформацію для громадян і бізнесу» [58].

Прикметно, що офіційні вебсайти також надають можливість подавати електронні запити, що уможлиблює громадянам отримувати інформацію чи консультації щодо різних аспектів діяльності органів влади.

2. **Соціальні мережі.** Натепер соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram, Telegram та інші) стали важливим інструментом комунікації між державними службовцями та громадськістю. Використання соціальних мереж, насамперед, дозволяє своєчасно доносити громадянам інформацію, відповідати на запитання, спростовувати фейкові новини та забезпечувати швидкий доступ до актуальної інформації. Так, Міністерство охорони здоров'я України активно використовує соціальні мережі для інформування про стан захворюваності на сезонні респіраторні захворювання.

Соціальні мережі також допомагають отримувати відгуки громадян і вивчати їхню реакцію на ті чи інші заходи. Це важливий канал для побудови довірчих відносин з громадськістю.

3. **Платформи електронного урядування.** Уже згадані електронні платформи «Дія» та «ProZorro» сприяють взаємодії громадян з державою в онлайн-форматі, отримуючи адміністративні послуги та доступ до публічної інформації. Вони підвищують прозорість діяльності державних органів, спрощують спілкування та значно скорочують час доступу до державних послуг.

Більше того, додаток «Дія» дає змогу громадянам отримати доступ до документів, оформити субсидії, подати заявку на гранти чи державну допомогу, записатися на вакцинацію. Сьогодні «Дія» стала важливим елементом цифрової трансформації державних послуг в Україні.

Позитивним наслідком функціонування онлайн платформи «Прозоро» є можливість для українського бізнесу отримувати інформацію про кожну закупівлю, що робить процес більш відкритим і зменшує корупційні ризики.

4. **Пресрелізи, брифінги та пресконференції.** Вони є традиційними інструментами комунікації з медіа і громадськістю і використовуються для повідомлення про важливі рішення, події, плани чи зміни в законодавстві.

Поза тим брифінги та пресконференції дозволяють державним службовцям і представникам влади безпосередньо спілкуватися з журналістами, відповідаючи на запитання та надаючи коментарі щодо різних важливих подій чи зустрічей. Це особливо важливо під час кризових ситуацій, коли суспільство потребує оперативних роз'яснень.

5. **Опитування та громадські слухання.** Доволі часто заради забезпечення кращого зворотного зв'язку державні органи проводять опитування та громадські слухання, щоб ознайомлюватися і вивчати думки та пропозиції громадян з актуальних питань. Різні види опитувань дозволяють чиновникам зрозуміти позицію громадськості, а громадські слухання допомагають залучити громадян до обговорення нових проєктів чи реформ.

6. **Електронні запити та звернення.** Новацією сьогодення є те, що громадяни мають право звертатися до органів державної влади через електронні запити та звернення. Це напрочуд важливий інструментом комунікації, який дозволяє громадянам отримати офіційну інформацію чи консультацію з конкретного питання. Згідно з українським законодавством, будь-який громадянин може подати електронний запит, і державний орган зобов'язаний надати відповідь протягом певного визначеного терміну.

Варто нагадати, що через раніше згадувану платформу «Дія» або через сайти органів державної влади (наприклад, державні адміністрації), громадяни можуть подавати звернення або запити, що значно спрощує процес отримання інформації та підвищує ефективність комунікації між населенням і державними органами.

7. **Інформаційні кампанії.** Удосталь нині державні службовці проводять інформаційні кампанії для підвищення обізнаності

громадськості щодо певних питань, наприклад, таких, як вакцинація, соціальні права, освіта, медична реформа та ін. Ці кампанії можуть містити телевізійні та радіоролики, відеоролики, публікації в соціальних мережах, рекламу та інші форми інформаційного впливу.

8. **Пряма комунікація через гарячі лінії.** Багато державних установ мають гарячі лінії, за якими громадяни можуть отримати пряму консультацію чи роз'яснення з важливих питань. Гарячі лінії є важливим інструментом під час кризових ситуацій або для вирішення питань, які потребують швидкого реагування з боку державних структур. Приміром, Міністерство соціальної політики України «забезпечує гарячу лінію для консультацій щодо соціальних послуг, допомоги безробітним, пенсій та інших соціальних питань» [62].

9. **Внутрішні комунікаційні платформи для співробітників державних органів.** Для ефективної комунікації всередині державних структур використовуються внутрішні платформи та системи зв'язку, що дозволяють працівникам обмінюватися інформацією, документами та повідомленнями. Ці платформи забезпечують оперативну комунікацію та співпрацю між співробітниками, що підвищує ефективність роботи, координує спільні дії, спрямовані на досягнення загальних стратегічних цілей. Оскільки в державних структурах заборонено користуватися такими внутрішніми чатами, як Viber і WhatsApp, то для внутрішнього спілкування, наприклад, в Полтавській районній військовій адміністрації обрано альтернативу – внутрішню систему електронного документообігу АСКОД, що дозволяє оперативно обмінюватися документами чи діловою інформацією.

10. **Так само важливим аспектом комунікації є взаємодія з медіа та громадськими організаціями.** Загалом, засоби масової інформації виступають посередниками між державою та громадськістю, поширюючи інформацію, аналізуючи події та роз'яснюючи зміст урядових рішень. Для

цього державні службовці активно співпрацюють з журналістами, організовуючи брифінги, пресконференції, інтерв'ю, престури тощо.

Крім того, державні органи в Україні співпрацюють з громадськими організаціями та експертними групами для розроблення та обговорення реформ. Наприклад, до процесу розроблення реформи децентралізації активно залучалися громадські організації, які представляли інтереси різних регіонів України. Це дозволяло державі отримувати додаткові ідеї та експертизу, а також враховувати інтереси різних груп населення.

Слід особливо підкреслити, що комунікативна діяльність органів державної влади в Україні зіштовхується з численними викликами, які впливають на ефективність і якість взаємодії з громадянами. Це можуть бути проблеми, пов'язані зі складністю політичної та економічної ситуації, рівнем довіри до влади, швидкими змінами у сфері цифрових технологій та глобальним поширенням дезінформації. На нашу думку, виникає потреба детальніше дослідити основні виклики і причини їх виникнення. Окреслимо найголовніші та коротко схарактеризуємо їх.

1. Недостатній рівень довіри до державних інституцій.

Науковці суголосні в тому, що одним із найсерйозніших викликів є низька довіра громадян до державних інституцій. Це головно спричинено історичними факторами, періодичними кризами та відчуттям недостатньої прозорості державних структур. Дефіцит довіри робить таку комунікацію менш ефективною, оскільки громадяни часто сприймають офіційні повідомлення скептично, навіть із підозрою, що, безумно, знижує довіру до рішень уряду і державних органів.

2. Недостатній рівень цифрової грамотності серед населення.

Діджиталізація державних послуг стала важливим кроком щодо покращення комунікації між чиновниками та громадянами, але неоднаковий рівень цифрової грамотності населення залишається дотепер значною проблемою. Відсутність базових цифрових навичок у деяких груп населення, особливо серед людей старшого віку та у віддалених регіонах,

ускладнює доступ до електронних послуг та інформації, що надаються через Інтернет.

3. *Поширення дезінформації та фейків.* Дезінформація та фейки стали глобальним викликом, який особливо актуальний в Україні в умовах гібридної війни та інших кризових ситуацій. Фейкові новини часто спрямовані на дестабілізацію ситуації, зниження довіри до представників влади та маніпулювання громадською думкою. Соціальні мережі, де дезінформація швидко поширюється, безсумнівно, ускладнюють контроль над ситуацією.

Для ефективної протидії дезінформації урядовці, передусім, мають використовувати надійні канали комунікації, оперативно спростовувати фейкові новини та проводити інформаційні кампанії для підвищення медіаграмотності населення. Активна взаємодія з медіа та громадськістю, а також створення спеціальних команд для моніторингу інформації в соціальних мережах значною мірою полегшить цю роботу.

4. *Відсутність систематичного підходу до кризової комунікації.* Не можна не погодитися з фахівцями, які стверджують, що комунікація під час кризових ситуацій, з-поміж яких пандемії, техногенні катастрофи, військові конфлікти, потребує спеціального підходу. Головно, що відсутність чітко розроблених планів та механізмів розуміння кризової комунікації, може спричинити паніку, дезорієнтацію населення та посилення негативних наслідків. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато органів влади виявилися неготовими до оперативної взаємодії з громадськістю, що ускладнювало впровадження карантинних заходів.

5. *Недостатнє фінансування комунікаційної діяльності.* Загалом, фінансування є важливим бар'єром для реалізації ефективної комунікаційної діяльності. Через обмеженість чи брак фінансових ресурсів державні органи можуть зіткнутися з труднощами щодо наймання кваліфікованих спеціалістів із комунікацій, впровадженні сучасних технологій та організації комунікаційних кампаній. Це все в комплексі,

зазвичай, «спричинює зниження якості комунікації та ускладнює її доступність для широких верств населення» [52, с. 136].

6. *Складність узгодження інформаційних повідомлень.* У великих державних структурах, де задіяно багаточисленні структурні підрозділи та різні рівні керівництва, може виникати складність у координації інформаційних повідомлень. Відомо, що будь-яке несвоєчасне оновлення даних, різниця у тлумаченні нормативних документів або неповна комунікація між підрозділами можуть зумовити поширення неточних чи суперечливих повідомлень. Це може дезорієнтувати громадян і знижувати довіру до державних органів.

Для вирішення цього питання необхідно впроваджувати чітку систему внутрішньої комунікації, яка забезпечить узгодженість повідомлень. Важливо призначати єдину особу чи підрозділ, відповідальний за комунікацію в кризових ситуаціях, щоб уникнути протиріч у висвітленні подій.

7. *Повільне впровадження цифрових технологій.* Україна активно розвиває цифрові сервіси, з кожним роком розширюється е-урядування, однак, деякі органи державної влади все ще працюють за старими технологіями, що небезпідставно впливає на швидкість і зручність комунікації. Слабка автоматизація процесів і відсутність сучасних інструментів для збору і обробки даних створюють додаткові перешкоди в комунікації з громадянами.

8. *Недостатній зворотний зв'язок з громадськістю.* Як уже неодноразово зазначалося, тільки ефективна комунікація може забезпечити зворотній зв'язок, щоб посадовці могли зрозуміти настрої суспільства, врахувати його потреби та очікування. Однак на практиці зворотній зв'язок є або часто формальним, або погано структурованим, що, безперечно, знижує ефективність спілкування.

Отже, завдяки низці головних принципів, з-поміж яких прозорість, оперативність, доступність, відповідальність, відкритість, зворотний

зв'язок, з кожним роком міцніє комунікація органів державної влади різних рівнів з населенням країни.

Посадовці використовують різноманітні форми роботи, які постійно оновлюються й розширюються.

Комунікативна діяльність органів державної влади в Україні зіштовхується із низкою серйозних викликів, які обмежують її ефективність та вплив на громадськість. Вирішення цих проблем потребує всебічного підходу, що включає підвищення рівня цифрової грамотності населення, впровадження сучасних технологій, розроблення кризових комунікаційних стратегій і ще більше посилення прозорості в діяльності державних органів.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

2.1. Нормативно-правова база органів державної влади для забезпечення зв'язків із громадськістю під час кризових ситуацій

Як уже зазначалося в попередньому розділі, організація ефективної комунікації з громадськістю в кризових ситуаціях є важливим завданням органів державної влади. Безумовно, щоб усі дії мали легітимний характер, вони мають спиратися на нормативно-правові акти, що регулюють діяльність органів влади загалом та органів місцевого самоврядування (ОМС) зокрема. На нашу думку, доцільно буде розглянути це питання на прикладі Полтавської районної військової адміністрації.

Передусім підкреслимо, що Полтавська районна військова адміністрація має розгалужену структуру, яка включає як відділи апарату, так і окремі структурні підрозділи. Однак не всі з них безпосередньо залучені до комунікації з громадськістю. У цьому підрозділі ми зосередимося на тих відділах і підрозділах, чия діяльність безпосередньо стосується організації зв'язків із громадськістю, та проаналізуємо нормативно-правові акти, що регулюють їхню роботу в умовах кризових ситуацій. Цей аналіз дозволить кваліфікувати правові основи їхньої діяльності та ефективність комунікаційних процесів у сучасних викликах.

Так, у структурі органу місцевого самоврядування є відділ управління персоналом та організаційної роботи апарату, який забезпечує організацію внутрішньої комунікації між працівниками адміністрації. Обов'язком відділу є забезпечення доступу співробітникам до актуальної інформації, особливо в умовах кризових ситуацій.

Комунікаційна діяльність відділу в період кризових ситуацій регулюється низкою законів. Назвемо найголовніші з-поміж них.

Зокрема, це Кодекс законів про працю України (КзпП) «регулює трудові відносини, до яких включають й інформування працівників у кризових умовах» [2].

Закон України «Про державну службу» визначає обов'язки державних службовців щодо «підтримки інформаційної відкритості» [8].

Регламентація порядку роботи з кадрами, з урахуванням кризових ситуацій, відбувається згідно з Постановою Кабінету Міністрів України (КМУ) №106 «Про затвердження Положення про порядок роботи з персоналом у державних органах» [22].

Дотримання принципів рівності у внутрішній комунікації забезпечується Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» [17].

Постановою КМУ №65 «Про затвердження Типового положення про службу управління персоналом державного органу» визначаються «функції та обов'язки служб управління персоналом, з урахуванням роботи в кризових умовах» [21].

Оброблення звернень громадян, забезпечення доступу до публічної інформації, робота з вхідною та вихідною документацією, що пов'язана із кризовими ситуаціями перебуває у зоні відповідальності відділу документообігу, роботи із зверненнями громадян та доступу до публічної інформації апарату.

Нормативно-правовою базою, якою регулюється діяльність відділу, є Закон України «Про звернення громадян», що «встановлює порядок подання громадянами пропозицій, заяв і скарг до органів влади» [25]. Крім того, Закон встановлює обов'язок органів державної влади вчасно та оперативно реагувати на звернення та надавати вичерпні відповіді.

Забезпечення громадян правом на доступ до публічної інформації, що знаходиться у розпорядженні державних органів, регулюється Законом України «Про доступ до публічної інформації». Терміни та вимоги «до

надання відповідей на запити від громадян» встановлюється теж цим нормативно-правовим актом [9].

Важливим для діяльності державних органів влади є Закон України «Про інформацію» (1992, останні зміни і доповнення було внесено в жовтні 2024 року), який затверджує основні принципи інформаційних відносин, із-поміж них головню «порядок збору інформації, її зберігання, використання, поширення органами державної влади» [26]. Також дія закону стосується і «регулювання доступу до інформації про діяльність органів влади та її поширення серед громадян» [26].

Постанова КМУ №55 від 17 січня 2018 року «Деякі питання документування управлінської діяльності» регламентує ведення документообігу в установі [4].

Ще одним нормативно-правовим актом є Наказ Міністерства юстиції України № 1000/5 18.06.2015 «Про затвердження Правил організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях». Правилами, передусім, «встановлюються єдині вимоги до створення управлінських документів і роботи зі службовими паперами, порядок їх архівного зберігання в державних органах, органах місцевого самоврядування» [19].

Відділ мобілізаційної роботи апарату Полтавської районної військової адміністрації є відповідальним за організацію діяльності, пов'язаною з мобілізацією населення та інформування про різні мобілізаційні заходи через офіційні канали та оповіщення.

Нормативно-правовою базою відділу для комунікації з громадянами в період кризових ситуацій є Закон України «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію», що саме і «регулює організацію і проведення мобілізаційних заходів» [31].

У період воєнного стану, який встановлено в країні з 24 лютого 2022 року, було прийнято низку законів, що регулюють правові аспекти роботи ОМС та влади загалом у цей складний період.

Так, Закон України «Про правовий режим воєнного стану» визначає «зміст правового режиму воєнного стану, порядок введення та його скасування, правові засади діяльності органів державної влади, військових адміністрацій в умовах воєнного стану, гарантії прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб» [36].

У функції юридичного відділу в адміністрації входить відповідальність за правове забезпечення комунікацій та роботу з нормативними документами. Також цей структурний підрозділ слідкує за дотриманням всіх дій у правовому полі під час комунікації органів влади з громадськістю. Оскільки Конституція України є основним правовим документом держави, тож відділ, насамперед, керується у своїй роботі саме цим нормативно-правовим актом.

Крім того, визначення «правових засад реалізації прав, свобод і законних інтересів фізичних та юридичних осіб у сфері надання адміністративних послуг» здійснюється за допомогою Закону України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» [23]. Закономірно, що цей документ регулює й організацію роботи з конфіденційною інформацією.

Інший необхідний закон, зокрема, «Про адміністративні послуги», «визначає правові засади реалізації прав, свобод і законних інтересів фізичних та юридичних осіб у сфері надання адміністративних послуг» [6].

Є в Полтавській районній адміністрації підрозділ, який називається «Управління з питань забезпечення, координації національного спротиву, оборонної роботи та цивільного захисту». У його повноваження входить організація роботи щодо реагування на надзвичайні ситуації. Також важливою функцією відділу є й інформування населення про заходи з цивільного захисту.

Відомо, що Кодекс цивільного захисту України головно регламентує дії органів влади у надзвичайних ситуаціях пов'язані безпосередньо «із захистом населення, територій, навколишнього природного середовища та майна від кризових ситуацій, пожеж та небезпечних подій» [3].

Закон України «Про оборону України» встановлює, найперше, «засади оборони України, повноваження ОДВ, основні функції та завдання органів військового управління, місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування, права та обов'язки громадян України у сфері оборони та визначає порядок організації оборонної роботи» [34].

Наказ Міністерства внутрішніх справ України від 20.04.2017 №325 «Про затвердження Типового положення про підрозділ з питань цивільного захисту суб'єкта господарювання» допомагає «деталізувати найважливіші функції цього управління» [20].

Координація комунікацій з громадськістю та забезпечення діяльності через медіа є основною в діяльності відділу інформаційно-аналітичної діяльності, комунікацій з громадськістю та забезпечення взаємодії з органами місцевого самоврядування.

Варто наголосити, що цей відділ у своїй комунікативній діяльності послуговується, передусім, Законом України «Про інформацію», який саме і визначає як порядок поширення інформації органами державної влади, так і «регламентує право громадян на доступ до офіційної та правдивої інформації, що стосується кризових ситуацій і дій органів влади» [27].

Згадуваний вище Закон України «Про доступ до публічної інформації» є важливим у питаннях встановлення чітких вимог щодо надання громадянам доступу до публічної інформації, включно «з інформацією про стан безпеки, дії влади в умовах воєнного стану, надання гуманітарної допомоги тощо» [10].

Закон України «Про правовий режим воєнного стану» прозора описує повноваження органів державної влади у період воєнного стану та

об'єктивно формулює необхідність «інформування громадськості щодо заходів, які вживаються для захисту населення та територій» [36].

Регламентація діяльності щодо взаємодії з громадськістю, ЗМІ та органами місцевого самоврядування відбувається з огляду на дію Закону України «Про місцеві державні адміністрації». Закон також зобов'язує надавати «інформацію про реалізацію державної політики та реагування на кризові ситуації» [30].

Оскільки країна вже кілька років поспіль працює в режимі е-урядування, то цілком логічним є використання для оперативного й швидкого інформування громадян у кризових ситуаціях цифрових платформ і соціальних мереж, діяльність який регулюється Законом України «Про електронні комунікації». Нагадаємо, що Закон визначає також і «вимоги до захисту інформації, що поширюється через електронні канали» [12].

Значущим для нашої країни є Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [15], що регулює обов'язкове використання державної мови у комунікаціях з громадськістю. Він є важливим, як у звичайних комунікаціях, так і в кризових. Тим паче в умовах воєнного стану він набув глибокого політичного підґрунтя.

Правовідносини у сфері медіа та визначення порядку співпраці з засобами масової інформації керуються Законом України «Про медіа» [29], який встановлює правила поширення офіційної інформації, що сприяє інформуванню громадськості у кризових ситуаціях. Відділ використовує цей акт для надання офіційних роз'яснень, повідомлень та попереджень через ЗМІ, спростовує фейкову інформацію, гарантує право громадян на отримання достовірної інформації тощо.

Варто додати, що закон також регулює діяльність онлайн-медіа, що уможливорює відділу розширювати свої комунікаційні канали, як-от, через соціальні мережі, у цьому випадку, офіційна сторінка у Facebook або офіційний сайт адміністрації.

Відділ цифрової трансформації, державної реєстрації та комп'ютерних технологій забезпечує функціонування цифрових платформ для інформування населення. Розробка та підтримка електронних сервісів для комунікації з громадськістю теж на відповідальності цього відділу. Крім того, важливо, що відділ тісно співпрацює з іншим підрозділом – відділом інформаційно-аналітичної діяльності, комунікацій з громадськістю та забезпечення взаємодії з органами місцевого самоврядування задля технічного складника, що передбачає спільне використання деяких вище наведених нормативно-правових актів.

Крім того, для успішного функціонування і злагодженої роботи співробітники відділу керуються низкою інших державних документів.

Так, регулювання використання електронних підписів, печаток, сертифікатів та інших довірчих послуг з огляду на правове забезпечення гарантує Закон України «Про електронні довірчі послуги» [11]. Документ забезпечує ще й електронну ідентифікацію для підтвердження особи під час надання адміністративних та цифрових послуг, використання електронних підписів для офіційного оформлення документів, забезпечення довіри до електронних сервісів через сертифікованих постачальників довірчих послуг, уніфікацію та захист даних під час обробки інформації в цифровій формі.

Наступним є й ще один важливий Закон України «Про захист персональних даних», що налагоджує роботу з «даними громадян у цифрових платформах, обробку, зберігання та використання персональних даних з метою захисту прав і свобод громадян» [24]. Згідно Закону адміністрація має забезпечувати конфіденційність, безпеку і захист персональних даних, що є неподільно важливим у критичний період.

Наказ Державного агентства із питань електронного урядування України № 24 від 09.04.2019 «Про забезпечення реалізації деяких питань цифрового розвитку» [14] спрямовує роботу відділу на впровадження цифрових інновацій, що, безумовно, підвищують результативність інших

відділів, які взаємодіють з громадськістю. Наприклад, цим законом послуговуються, коли йдеться мова про організацію електронного документообігу у відділі документообігу, роботу із зверненнями громадян та доступ до публічної інформації апарату.

Є в районній військовій адміністрації і сектор освіти, культури, молоді та спорту, співробітники якого провадять значну роботу щодо комунікації із закладами освіти та культури, молодіжних та спортивних організацій з питань інформування про проведення різних освітніх та спортивних заходів, культурних івентів в умовах воєнного стану.

У своїй діяльності відділ керується Законом України «Про освіту» [35], що дозволяє сектору адаптувати форми, методи навчання, освітній процес до кризових умов (дистанційне, змішане навчання), допомагає «забезпечити координацію з органами місцевого самоврядування для відновлення освітнього процесу, культурних заходів що спрямовані на подолання стресу та збереження фізичної активності підростаючого покоління» [35]. Закон також регулює й створення безпечних умов у закладах освіти, контроль за облаштуванням укриттів або евакуацію під час надзвичайних ситуацій.

Закон України «Про культуру» є важливим інструментом для сектору. Він закріплює правові основи охорони та збереження культурної спадщини у воєнний час, культурно-освітньої діяльності, слугує базою для підтримки ініціатив молоді та «створює умови для розвитку творчості, що сприяє залученню молоді до культурної діяльності» [28]. Дотримання цього та інших законів, безсумнівно, сприяє стабілізації суспільства, уможливорює підтримувати моральний дух та формувати культурну єдність громади.

Окремий структурний підрозділ Полтавської районної військової адміністрації – Управління соціального захисту населення (УСЗН) є достатньо значущим в організації комунікації з громадськістю у період кризового періоду, оскільки охоплює у своїй діяльності велику кількість

напрямків, які є підтримкою та інформаційним джерелом для вразливих груп населення. Відомо, що саме УСЗН організовує роботу щодо надання соціальних послуг у кризових ситуаціях, інформує про доступні види допомоги, порядок отримання субсидій і соціальних виплат та інше.

Під час мирного життя і в період кризових ситуацій, зокрема під час війни, УСЗН послуговується низкою нормативно-правових актів, які регулюють надання соціальної допомоги.

Найперш, варто виділити Конституцію України, зокрема статтю 46, що «гарантує право громадян на соціальний захист, включно з правом на забезпечення в разі повної або часткової втрати працездатності, безробіття, старості тощо» [1].

Наступний державний документ, Закон України «Про соціальні послуги», окреслює «порядок надання соціальних послуг громадянам, що опинилися у складних життєвих обставинах через військові дії чи кризові ситуації» [39]. Акт також передбачає підтримку внутрішньо переміщених осіб (ВПО), надання їм житлової, психологічної або/та матеріальної допомоги.

Закон України «Про державну допомогу сім'ям з дітьми» забезпечує виплату допомоги від держави сім'ям, які «втратили основне джерело прибутків через військові дії або внаслідок інших кризових явищ» [7]. До того ж, регламентує надання допомоги матерям, що самостійно виховують дитину, багатодітним сім'ям та тим, хто виховує дітей з інвалідністю.

Механізми реєстрації, обліку та надання соціальних виплат для ВПО визначається Законом України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб». Закон забезпечує «право переселенців на отримання допомоги, відшкодування витрат на тимчасове житло та інші види підтримки» [13].

Варто додати, що Постанова Кабінету Міністрів України №709 (11 липня 2023 року) «Деякі питання підтримки внутрішньо переміщених

осіб» постановляє «порядок виплати щомісячної допомоги на проживання для ВПО» [5].

Постанова Кабінету Міністрів України №505 (1 жовтня 2014 року) «Про надання щомісячної адресної допомоги внутрішньо переміщеним особам для покриття витрат на проживання, зокрема й на оплату житлово-комунальних послуг» упорядковує «порядок виплат для компенсації витрат на вказані послуги для ВПО» [32].

Щодо внутрішньо переміщених осіб вагомою є і Постанова Кабінету Міністрів України №331 (20 березня 2022 року) «Про затвердження Порядку надання роботодавцю компенсації витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні», яка стосується періоду війни і визначає «порядок компенсації витрат роботодавцям, які працевлаштовують ВПО» [18].

На захисті інтересів людей пенсійного віку, які потрапили в район бойових дій чи втратили дім в результаті війни стоїть Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування», у якому чітко роз'яснено, що робити цих нещасним людям. Прикметно, що акт уможливорює «дистанційну подачу документів для нарахування пенсій» [16].

Важливим напрямком роботи натеper стала ветеранська політика, яка висуває нагальні вимоги щодо втілення в життя її основних напрямків, які передбачені національною стратегією. До її впровадження й реалізації долучилося й УСЗН. Нормативно-правовим підґрунтям став Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту», що окреслює «права військовослужбовців, ветеранів війни, членів їхніх сімей на отримання соціальної підтримки, пільг та допомоги, забезпечує організацію пільгового лікування, санаторно-курортного оздоровлення, компенсацій за шкоду здоров'ю» [40].

Цього питання стосується й Закон України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей», яким регулюються основні гарантії соціального та правового захисту військовослужбовців всіх категорій, включно з призовниками, військовозобов'язаними, а також членами їхніх сімей» [38]. Державний документ встановлює право військовослужбовців на гідну оплату праці, медичне забезпечення, можливістю отримати житло та соціальні пільги. Позитивним є й те, що члени сімей військовослужбовців також мають право на соціальну допомогу, компенсації та пільги у зв'язку з втратою годувальника.

Під час війни гостро постало ще одна болюча суспільна проблема – це ті люди, які пропали безвісти. Нині це питання регулюється Законом України «Про правовий статус осіб, зниклих безвісти за особливих обставин» [37], відповідно до якого, визначається правовий статус таких осіб та регулюються відносини, пов'язані з їх обліком, розшуком та соціальним захистом.

Згідно закону щодо прав та інтересів таких осіб, вони самі, їхнє майно «підлягають захисту до моменту припинення розшуку або оголошення їх померлими» [37]. Прикметно, що близькі родичі та члени сім'ї мають законне право на отримання достовірної інформації про хід та результати розшуку, а також на соціальний захист відповідно до законодавства України. Саме цими питаннями й опікується спеціаліст в Управлінні соціального захисту населення. Фахівець також відповідальний за координацію розшуку таких осіб та займається розшуком їхніх родин, оскільки вони теж мають перебувати під соціальним захистом.

Крім того, діяльність ветеранської політики в УСЗН регулює ще й Указ Президента України №512/2024 «Про невідкладні заходи щодо підтримки ветеранів війни, членів їх сімей, членів сімей загиблих (померлих) ветеранів війни, членів сімей загиблих (померлих) Захисників і Захисниць України», спрямований на «посилення соціального захисту та

підтримки ветеранів, їхніх родин, а також сімей загиблих захисників України» [33]. Показово, що фахівець соціальної служби орієнтується на основні положення щодо стратегії ветеранської політики на період до 2028 року та розроблені у 2024 році стратегії формування системи переходу від військової служби до цивільного життя на період до 2032 року.

Варто зазначити, що основними задачами указу є забезпечення «функціонування ветеранських просторів» що означає «створення умов для реінтеграції ветеранів у цивільне життя, їхньої реабілітації та адаптації, забезпечення надання інформаційно-консультативної та правової підтримки ветеранам та їхнім сім'ям» [33].

Отже, кожен із зазначених відділів апарату та структурних підрозділів Полтавської районної військової адміністрації виконує специфічні функції у зв'язках із громадськістю під час кризових ситуацій. Їхня діяльність базується на чітко визначених нормативно-правових актах, які регулюють різні аспекти комунікації, а саме: від оброблення звернень громадян до забезпечення цифрових сервісів та надання соціального захисту різних верств населення. Це дозволяє забезпечити ефективну та прозору взаємодію з громадськістю, а також сприяти подоланню кризових ситуацій.

2.2. Основні завдання комунікації з громадськістю в органах державної влади

Беззаперечно, що ефективна комунікація органів державної влади з населенням є основою функціонування сучасної демократичної держави. У світі, де інформація стала одним із головних ресурсів, здатність державних інституцій взаємодіяти з громадянами, бізнесом та громадськими організаціями визначає як успішність управління, так і рівень довіри до влади.

Загальновідомим є той факт, що в сучасному суспільстві роль комунікації значно зросла. Цьому сприяли і численні глобальні виклики,

що розбурхують увесь світ: економічні кризи, пандемії, збройні конфлікти, інформаційні війни. В Україні, особливо в умовах воєнного стану та процесу реформування, важливо забезпечити громадянам доступ до правдивої, точної та актуальної інформації. Це сприяє зміцненню довіри до державних інституцій і формує почуття відповідальності за спільне майбутнє.

Безумовно, що комунікація органів державної влади охоплює не лише передачу інформації, а й налагодження діалогу з громадськістю, забезпечення прозорості своєї діяльності, протидію дезінформації та створення умов для активної участі громадян у прийнятті рішень. Завдяки цьому державні органи здатні ефективніше виконувати свої функції, реагувати на суспільні запити та забезпечувати стабільність у кризових ситуаціях.

Завдання та цілі комунікації в державних органах є ключовими аспектами, що визначають ефективність взаємодії між державою та суспільством. Вони сформувалися на основі вже дослідженої діяльності державних органів, зокрема, їхніх комунікацій, програм і стратегій, спрямованих на задоволення потреб суспільства. Ці завдання та цілі є відображенням сучасних викликів та пріоритетів у сфері державного управління, де прозорість, чуйність, підтримка реформ та подолання криз є першочерговими напрямками роботи.

Крім того, комунікація з громадськістю не тільки дозволяє забезпечити населення актуальною інформацією, але й сприяє формуванню довіри, соціальної стабільності та громадянської свідомості. Зазначимо, що завдання та цілі, розглянуті в цьому підпункті, базуються на досвіді та практиках комунікаційної діяльності органів державної влади України, що застосовуються для досягнення стратегічних результатів у державному управлінні.

З огляду на дослідження науковців, першим і фундаментальним завданням державних органів варто назвати саме «інформування

громадськості про діяльність органів влади, що є базовим завданням комунікації органів державної влади і забезпечує прозорість їхньої роботи та обізнаність громадян про державну політику» [60]. Головна мета цього завдання – надати населенню чітку, актуальну та достовірну інформацію про рішення, заходи та ініціативи, які впливають на життя суспільства.

Державні органи використовують різні канали для інформування: офіційні вебсайти, соціальні мережі, засоби масової інформації (рис. 2.1) [69].

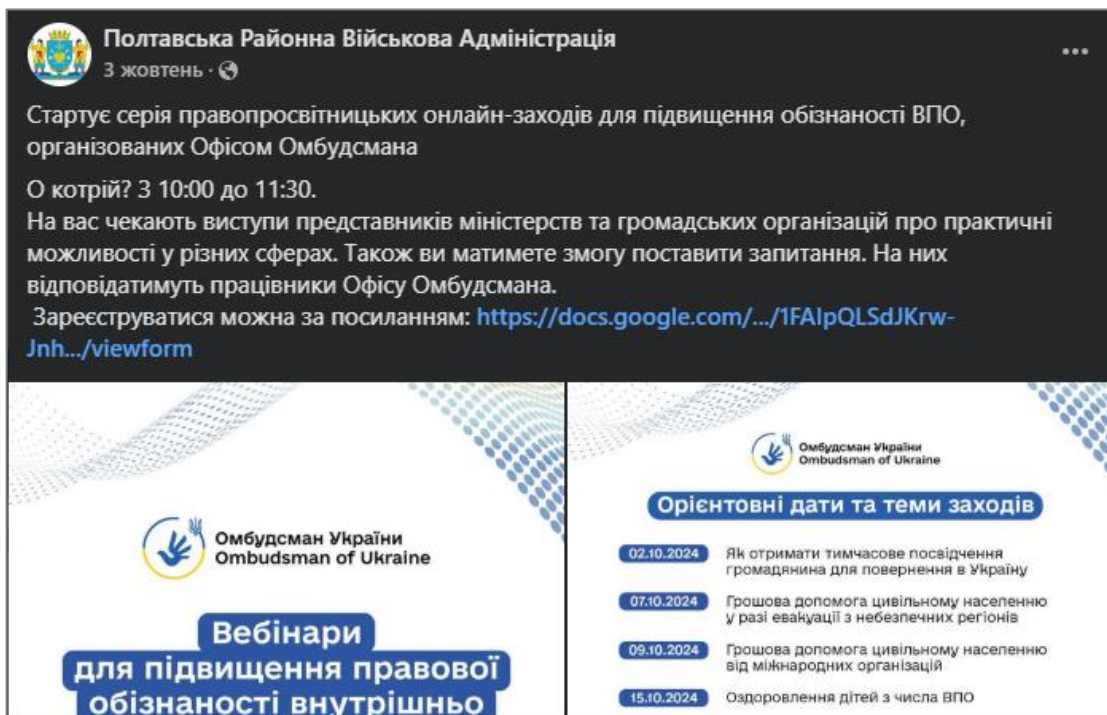


Рисунок 2.1 – Допис Полтавської РВА з інформацією для ВПО у Facebook [77]

Звісно, що інформування є особливо важливим у кризових ситуаціях, коли громадяни потребують оперативної та зрозумілої інформації для прийняття рішень. Завдяки якісному інформуванню влада не лише забезпечує обізнаність, але й сприяє зниженню рівня тривоги в суспільстві.

Як уже зазначалося в попередніх розділах, прозорість є одним із ключових завдань демократичного управління. Вона передбачає «відкритість у прийнятті рішень, доступ громадян до інформації про роботу органів влади та їхню фінансову діяльність» [79]. Це завдання,

передусім, спрямовано на зміцнення довіри до влади та запобігання корупції.

Для забезпечення прозорості державні органи публікують звіти, нормативно-правові акти, бюджети, інформацію про державні закупівлі тощо. Наприклад, система «Prozorro» дозволяє відстежувати державні закупівлі, що підвищує відповідальність органів влади перед суспільством [72] (рис. 2.2).

ЗВІТ про договір про закупівлю, укладений без використання електронної системи закупівель UA-2024-11-14-013560-a	
Дата договору/документа:	31 жовтня 2024 17:00
Номер договору/документа, що підтверджують придбання товару (товарів), робіт та послуги (послуг):	73
Найменування замовника	Полтавська районна державна адміністрація Полтавської області
Категорія замовника:	Юридична особа, яка забезпечує потреби держави або територіальної громади
Ідентифікаційний код замовника в ЄДР:	04057505
Місцезнаходження замовника:	38770, Україна, Полтавська обл., Полтавський р-н, село Великий Троянець, вулиця Центральна, будинок, 9
Найменування (для юридичної особи) або прізвище, ім'я, по батькові (за наявності) (для фізичної особи) постачальника товарів, виконавця робіт чи надавача послуг, з яким	СПИВАЧЕНКО ВАДИМ ВІКТОРОВИЧ

Рисунок 2.2 – Фрагмент звіту договору про закупівлю в електронній системі публічних закупівель «Prozorro» [70]

Крім того, прозорість діяльності влади підтримується завдяки громадським слуханням, консультаціям із громадянами та доступу до публічної інформації через офіційні запити. Усе це, безумовно, створює умови для підзвітності чиновників перед громадськістю.

Не менш важливим стратегічним завданням є формування позитивного іміджу владних структур, що сприяє зміцненню довіри до державних інституцій. Державні органи мають демонструвати професіоналізм, відкритість і здатність ефективно вирішувати проблеми суспільства.

Це завдання реалізується через активну участь у суспільно важливих заходах, висвітлення успішних кейсів та впровадження реформ. Наприклад, Міністерство цифрової трансформації України створило позитивний імідж завдяки впровадженню цифрових послуг через

платформу «Дія» [50], що значно полегшило взаємодію громадян із державою (рис. 2.3).

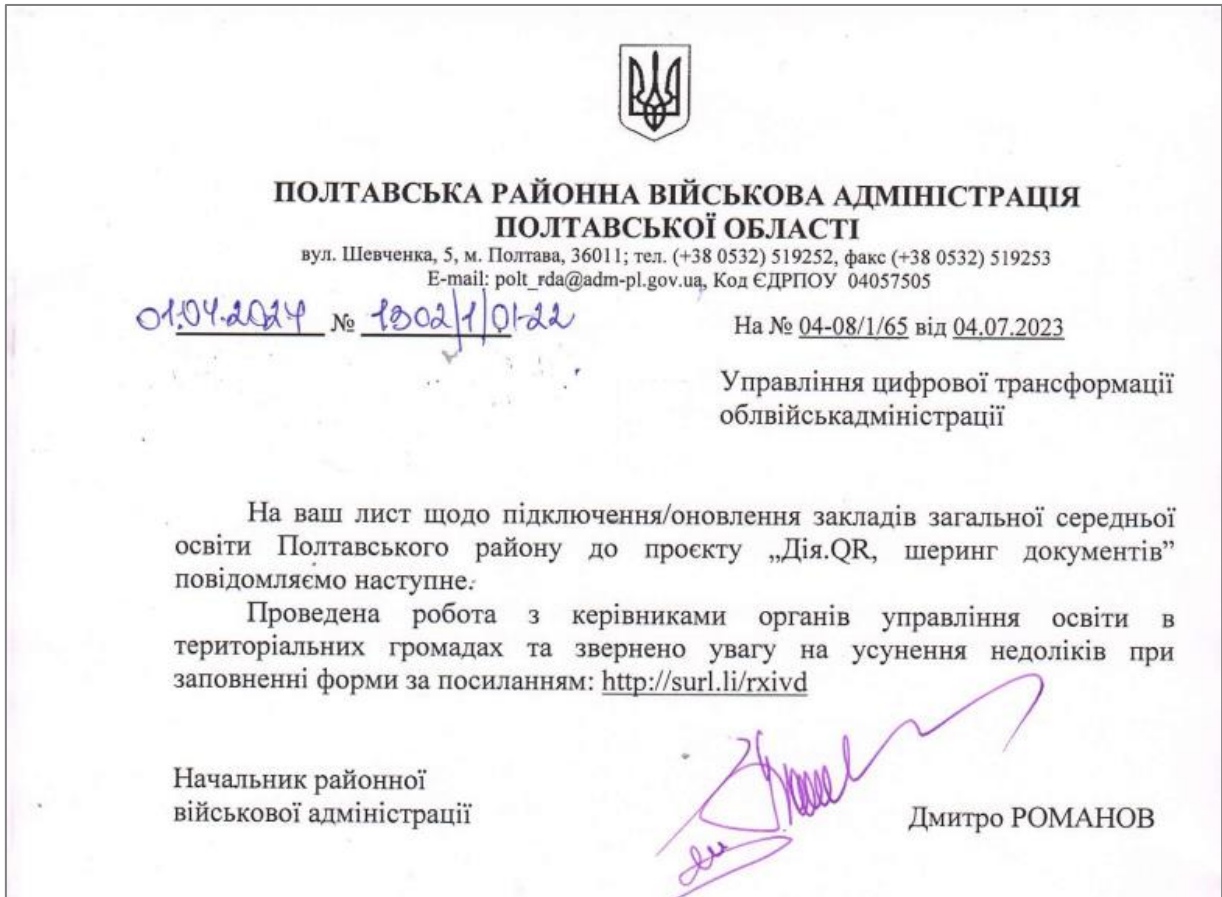


Рисунок 2.3 – Лист Полтавської РВА щодо підключення закладів загальної середньої освіти до проєкту «Дія.QR» [51]

Варто також пам'ятати, що формування позитивного іміджу також передбачає швидку й ефективну реакцію на критику або кризові ситуації, що, звичайно, дозволяє зміцнювати довіру громадян до влади.

Неодноразово у нашому дослідженні доводилася важливість зворотного зв'язку як важливого складника комунікації органів державної влади, оскільки він «дозволяє враховувати потреби та очікування громадян, адаптуючи державну політику до реальних запитів суспільства» [79]. Цей процес передбачає двосторонню взаємодію між владою та населенням, яка сприяє підвищенню довіри та формуванню партнерських відносин.

В умовах сьогочасся зворотний зв'язок реалізується через різні канали: громадські обговорення, онлайн-опитування, електронні звернення, гарячі лінії, а також роботу приймалень громадян (рис. 2.4).



Рисунок 2.4 – Фрагмент відповіді ПРВА на електронне звернення громадянки [54]

Такий підхід дозволяє владі оперативно реагувати на суспільні потреби, вирішувати проблеми громадян та формувати більш ефективну політику. Водночас, громадяни отримують можливість впливати на рішення, які стосуються їхнього життя.

З огляду на українське сьогочасся, варто зауважити, що в період кризових ситуацій, зокрема таких, як стихійні лиха, техногенні катастрофи, епідемії військові конфлікти, ефективна комунікація стає життєво необхідною для забезпечення стабільності у суспільстві та спрямування у правильному напрямку дій влади.

В умовах війни кризова комунікація містить, якнайперше, оповіщення про загрози, рекомендації щодо дій у надзвичайних ситуаціях

та забезпечення інформаційної безпеки. Це завдання реалізується через державні канали зв'язку, системи оповіщення, соціальні мережі та засоби масової інформації. Нині також джерелом інформації є мапа укриттів району, актуальність яких коригується громадянами [55] (рис. 2.5).


ПОЛТАВСЬКА РАЙОННА ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ
ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
 вул. Шевченка, 5, м. Полтава, 36011; тел. (+38 0532) 519252, факс (+380532) 519253
 E-mail: polt_rda@adm-pl.gov.ua, Код ЄДРПОУ 04057505

14.06.2024 № 2538/1/01-46 На №8872/0/01-57 від 10.06.2024 року

Полтавська обласна військова адміністрація

На ваш лист № 8872/0/01-57 від 10.06.2024 року щодо впровадження автоматизованих систем центрального оповіщення на території Полтавського району, Полтавська районна військова адміністрація в межах повноважень повідомляє наступне.

Інформація про стан створення МАСЦО в територіальних громадах Полтавського району станом на червень 2024 року:

Назва громади	Проектна - кошторисна документація	Виділення коштів на впровадження МАСЦО
Білицька	Розроблена	Виділено на виготовлення проектної документації. Після затвердження розробленої ПКД, будуть заплановані кошти на монтування системи МАСЦО
Великорублівська	Виділено 92,100 тис. грн. на виготовлення ПКД	Заплановано виділення коштів на суму 1 млн. грн.

Рисунок 2.5 – Фрагмент відповіді на лист Полтавської ОВА щодо стану створення місцевої автоматизованої системи центрального оповіщення (МАСЦО) на території Полтавського району [55]

Просвітницька діяльність державних органів є також одним із серйозних завдань, спрямованих на підвищення обізнаності громадян у різних сферах життя: права людини, здоровий спосіб життя, охорона навколишнього середовища, енергозбереження тощо. Завдання просвітництва – створити відповідальне суспільство, здатне приймати свідомі рішення. Місія просвітництва полягає у формуванні нового

покоління: свідомого, вільного, здатного критично мислити, спрямованого на розбудову нового демократичного суспільства.

Проблемою сьогодення є постійне поширення в інформаційному просторі фейків, маніпулятивних «вкидів», що становить серйозну загрозу для суспільства. Завдання протидії дезінформації полягає у виявленні, спростуванні та запобіганні поширенню неправдивих даних, які можуть дестабілізувати ситуацію і підірвати довіру до влади (рис. 2.6).



**ПОЛТАВСЬКА РАЙОННА ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ
ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

вул. Шевченка, 5, м. Полтава, 36011; тел. (+38 532) 51 92 53
E-mail: polt_rda@adm-pl.gov.ua, Код ЄДРПОУ 04057505

21.02.2024 № 01-28/349 На № _____ від _____ р.

Територіальні громади
(за списком)

На виконання листа Відділу протидії кіберзлочинам в Полтавській області Департаменту кіберполіції Національної поліції України №9568-2024 від 20.02.2024 року (копію додано), просимо Вас в найкоротший термін розмістити новину про проєкт «BRAMA» на офіційному сайті відповідної територіальної громади, з метою залучення суспільства до активної громадської позиції шляхом долучення до блокування інтернет-ресурсів, що становлять проросійську пропаганду, фейкові новини, а також інший протиправний контент.

Текст для публікації новини можна завантажити за посиланням https://drive.google.com/drive/folders/12aoYCKO9iwVgVw6x8tlaFzTI_B_PQcTS

Додаток на 1 арк.

Начальник районної
військової адміністрації


Дмитро РОМАНОВ

Рисунок 2.6 – Лист на ОТГ щодо проєкту «BRAMA», спрямованого на протидію фейкової інформації

Державні органи використовують різноманітні способи боротьби з дезінформацією: «моніторинг інформаційного простору, співпраця з медіа, запуск інформаційних кампаній для підвищення медіаграмотності населення» [59]. Протидія дезінформації є важливою складовою інформаційної безпеки, особливо в умовах військових конфліктів.

З огляду на досліджувані наукові матеріали та документи, можна окреслити ключові цілі органів державної влади в сфері комунікації з громадянами. З-поміж них на увагу заслуговують такі, що подано нижче.

1. Однією з головних цілей комунікації органів державної влади є формування та зміцнення довіри громадян. Саме довіра до інституцій «сприяє стабільності суспільства та забезпечує підтримку державних ініціатив» [80, с. 54].

Для досягнення цієї мети державні органи працюють над прозорістю своєї діяльності, оперативно надають громадянам достовірну інформацію та пояснюють свої рішення. Сприяють цьому, наприклад, відкриті звіти щодо використання державних коштів, прозорість у проведенні реформ, громадські обговорення тощо.

Позитивний імідж державних інституцій також формується через акцент на професіоналізмі та відповідальності чиновників, їхню готовність до діалогу з громадськістю і швидке реагування на суспільні запити.

2. На думку дослідника Яблонського В., «ефективна комунікація сприяє збереженню соціальної стабільності, особливо в умовах криз» [80, с. 53]. Відомо, що тільки та комунікація буде ефективною, яка заснована на взаємоповазі, врахуванні різних поглядів, взаєморозуміння з цільовою аудиторією. Такі форми роботи, як інформування населення про актуальний стан справ, інформація щодо соціальної підтримки, роз'яснення рішень та стратегій дозволяють уникнути паніки, конфліктів і напруги в суспільстві.

Позитивно, що державні органи регулярно комунікують із громадянами через офіційні джерела, публікують звернення до населення. Соціальна стабільність також підтримується через ефективну кризову комунікацію, яка враховує потреби та запити різних груп населення.

3. Ще одним важливим аспектом діяльності державних служб є залучення громадськості до процесу прийняття рішень.

Важливою ціллю комунікації під час вирішення цієї проблеми є активна участь громадян у процесі ухвалення рішень. Демократичне суспільство, передусім, «передбачає співпрацю між державними інституціями та населенням у розробленні політик і законодавчих ініціатив» [81, с. 127].

Шляхів вирішення цих питань вироблено чимало. Це досягається через публічні консультації, опитування, обговорення. Наприклад, Департамент екологічної оцінки Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України (Міндовкілля) регулярно проводить громадське обговорення звіту з оцінки впливу на довкілля, надсилаючи лист та текст оголошення на електронні адреси обласних і районних адміністрацій, зокрема і Полтавській РВА, для оприлюднення на сайті, надаючи змогу громадянам висловлювати свою думку (рис. 2.7).

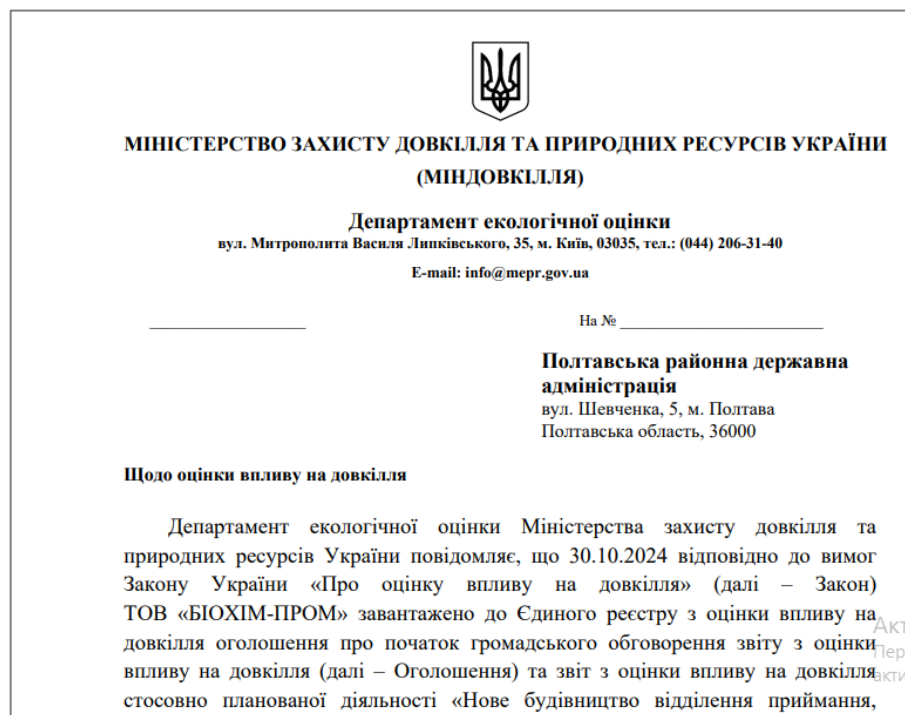


Рисунок 2.7 – Фрагмент листа Міндовкілля щодо оцінки впливу на довкілля

Варто зазначити, що залучення громадськості не лише сприяє ухваленню збалансованих рішень, але й формує довіру та відповідальність серед населення.

4. Формування громадянської свідомості.

Комунікація влади спрямована на підвищення рівня громадської свідомості, розвиток відповідальності та активної позиції в суспільстві. Ця мета досягається через просвітницькі кампанії, які допомагають громадянам зрозуміти свої права, обов'язки та роль у демократичних процесах. Прикладом можуть слугувати кампанії, спрямовані на підвищення виборчої активності або екологічної свідомості (рис. 2.8).

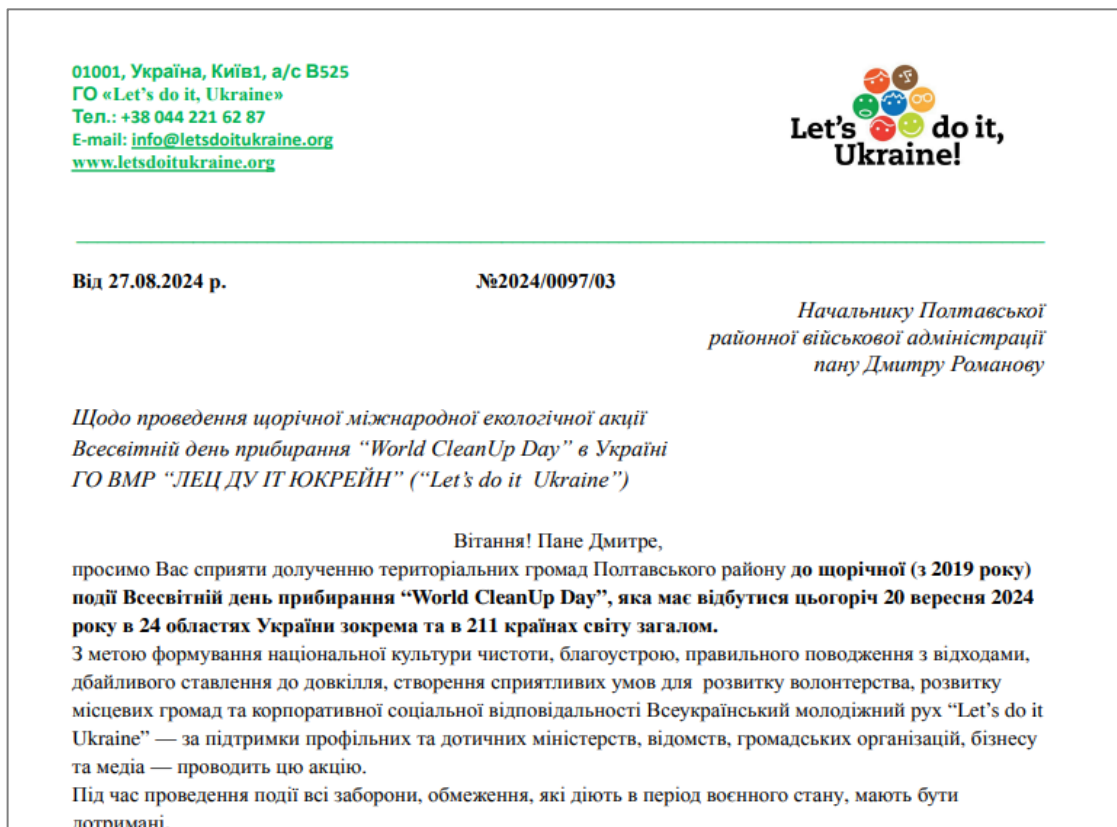


Рисунок 2.8 – Запрошення долучити ОТГ до екологічної акції

Крім того, поширеними є інформаційні програми з правової грамотності, які допомагають громадянам краще розуміти механізми взаємодії з органами влади.

Варто підкреслити, що формування громадянської свідомості також важливе для боротьби з дезінформацією, оскільки обізнане суспільство легше протидіє маніпуляціям.

5. Підтримка реформ і державних ініціатив

Насамперед слід наголосити, що для успішного впровадження реформ та нововведень необхідно забезпечити їх розуміння та підтримку

серед населення. Комунікація допомагає пояснити мету змін, очікувані результати та спосіб їх впровадження.

До того ж, підтримка державних ініціатив також забезпечується акцентованістю на їхню соціальну значимість, доступністю інформації щодо їхньої реалізації та залученням громадськості до моніторингу результатів.

6. Ефективне реагування на виклики та кризи

Оперативна комунікація під час криз – це одна з першорядних цілей державних органів. Забезпечення своєчасної інформації про поточний стан справ, рекомендації щодо дій у надзвичайних ситуаціях і підтримка відкритого діалогу – ці та інші дії допомагають уникнути хаосу та зберегти довіру громадян.

Варто наголосити, що в умовах війни або природних катастроф держава організовує інформаційні центри, системи оповіщення, гарячі лінії. Прикладом слугує розміщення інформації на офіційному сайті Полтавської РВА від УСЗН щодо гарячої лінії «Єдина ветеранська лінія» (рис. 2.9):

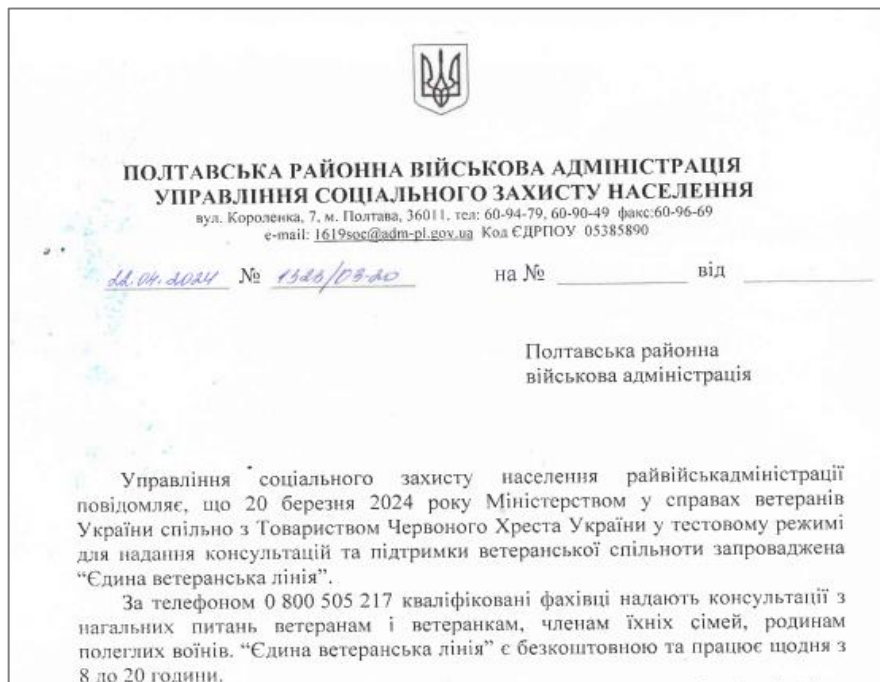


Рисунок 2.9 – Фрагмент листа УСЗН щодо гарячої лінії «Єдина ветеранська лінія»

Беззаперечно, що вчасна ефективна відповідь також є протидією дезінформації та є одним із чинників координації з іншими органами влади, ЗМІ та міжнародними партнерами.

Отже, комунікація органів державної влади є невід'ємним складником ефективного державного управління. Вона спрямована на забезпечення прозорості, оперативного інформування, підтримки соціальної стабільності та взаємодії з громадськістю. Завдання та цілі комунікації відображають потреби сучасного суспільства у відкритості, зворотному зв'язку та залученні громадян до процесів ухвалення рішень.

Успішна реалізація стратегічних завдань комунікації дозволяють органам державної влади бути ближчими до населення та адаптуватися до викликів сучасного світу. Завдяки якісному виконанню цих завдань формується довіра до влади, зміцнюється громадська свідомість і створюються умови для успішної реалізації реформ.

Звісно, що цілі комунікації демонструють стратегічне значення комунікаційної діяльності для суспільства, а їхнє досягнення сприяє гармонії відносин між владою і громадянами, знижує рівень соціальної напруги та підвищує якість державного управління.

В Україні, особливо в умовах воєнного стану, комунікація відіграє критично важливу роль у підтримці довіри до влади, протидії дезінформації та координації дій населення у кризовій ситуації, в якій перебуває вся країна уже четвертий рік поспіль. Позитивні приклади роботи органів державної влади показують, що ефективна комунікація стає запорукою соціальної єдності та стабільності.

Удосконалення комунікаційної діяльності державних органів влади має включати в себе розвиток цифрових платформ, впровадження інноваційних підходів до інформування та поглиблення зворотного зв'язку з громадськістю. Такі підходи сприятимуть підвищенню довіри до державних установ і покращенню взаємодії з суспільством.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ Й РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ КОМУНІКАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

3.1. Досягнення та недоліки в процесах комунікації з громадськістю в Полтавській районній військовій адміністрації

В умовах воєнного стану обласні та районні військові адміністрації виконують важливі функції щодо забезпечення достовірності, доступності, своєчасності інформації для населення своїх регіонів та дотримання прозорості у своїх діях.

Полтавська РВА, загалом, демонструє низку сильних сторін у своїй комунікаційній діяльності, однак існують аспекти, які потребують вдосконалення.

У цьому підрозділі проведемо аналіз комунікації Полтавської РВА, що уможливить виявити досягнення та недоліки в роботі Полтавської РВА.

Війна різко змінила налагоджену діяльність Полтавської районної військової адміністрації. На початку повномасштабного, за словами її начальника Дмитра Романова, «службовці були розгублені, майже безініціативними щодо оборони обласного центру» [46]. Однак за порівняно короткий час уся команда мобілізувала зусилля та включилася в роботу в кризовій для всієї країни ситуації.

Спочатку розглянемо досягнення у діяльності Полтавської РВА, до яких, на нашу думку, варто віднести такі аспекти.

1. **Регулярне оновлення інформації.** Однією з основних переваг Полтавської РВА є постійне оновлення новин на офіційному вебсайті (рис.3.3) [48].

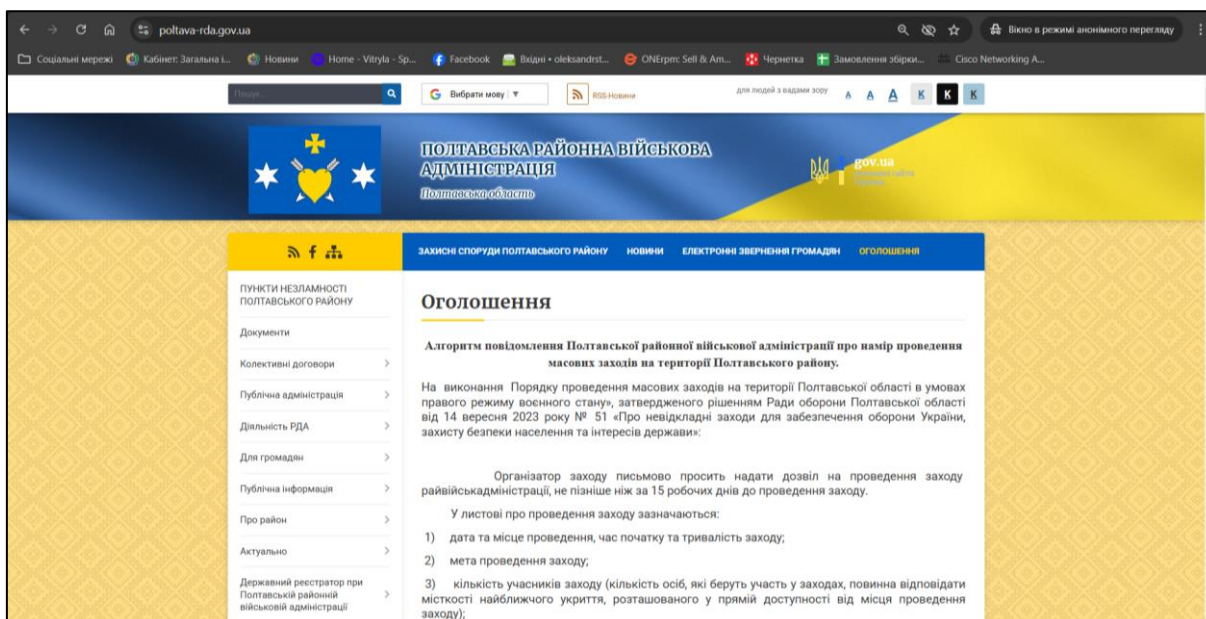


Рисунок 3.1 – Головна сторінка з оголошеннями на сайті Полтавської РВА

Відомо, що на сайті регулярно висвітлюються новини про діяльність адміністрації, заходи безпеки, а також важливі оголошення для громадян, що забезпечує їхню поінформованість. Така систематичність дозволяє мешканцям Полтавського району своєчасно отримувати інформацію щодо ухвалених рішень, графіки прийому очільників адміністрації, соціальні програми чи надзвичайні ситуації. Крім того, у розділ новин є рубрика, в якій розміщуються детальні оголошення про організацію заходів, зміни в роботі сервісів та оновлення нормативних документів – усе це слугує красномовним свідченням прозорості в роботі адміністрації.

2. Доступ до контактної інформації. На сайті Полтавської РВА розміщено чітко структуровану контактну інформацію, яка дозволяє громадянам швидко знайти потрібні телефони, електронні адреси відділів чи структурних підрозділів та інші способи зв'язку (рис.3.2) [78].

The screenshot shows the website of the Poltava Regional Military Administration. The header includes the organization's name and logo. The main content area is titled "Телефонний довідник" (Phone Directory) and lists contact information for various administrative positions. A table provides specific names and phone numbers for several roles.

ТЕЛЕФОННИЙ ДОВІДНИК		
Начальник районної державної адміністрації	Романов Дмитро Володимирович	51-92-53
Перший заступник голови районної державної адміністрації	Задворкін Дмитро Юрійович	51-92-55
Заступник голови районної державної адміністрації		
Керівник апарату районної державної адміністрації	Фисун Юрій Олексійович	(тел. відсутній)
Відділ управління персоналом та	Начальник відділу Ключко Наталія	51-92-64

Рисунок 3.2 – Телефонний довідник на сайті Полтавської РВА

Варто підкреслити, що наявність зручного довідника забезпечує оперативність у вирішенні питань, пов'язаних із адміністративними процедурами, і значно зменшує час на пошук необхідних контактів. Така відкритість сприяє зміцненню довіри громадян до адміністрації, оскільки демонструє готовність до прямої комунікації та швидкого реагування на запити.

3. **Достатня увага до доступності.** Вебсайт Полтавської РВА має функції, які б забезпечували зручний доступ для осіб із вадами зору.

Передусім, надаються можливості збільшення шрифту, зміни контрастності тексту, що робить інформацію доступною для громадян із порушеннями зору. Безумовно, такі опції є важливим кроком до інклюзивності, оскільки вони дозволяють людям з особливими потребами безперешкодно отримувати інформацію про діяльність адміністрації, її послуги та актуальні оголошення. Впровадження цих рішень свідчить про увагу Полтавської РВА до соціальної відповідальності та створення рівних умов для всіх категорій населення (рис.3.3).

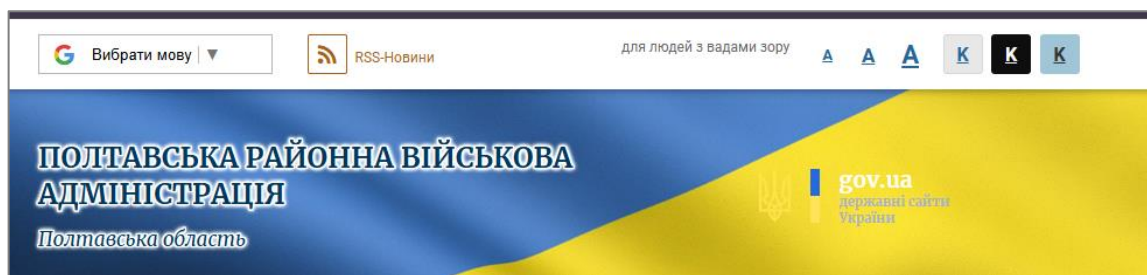


Рисунок 3.3 – Панель управління для людей з вадами зору на сайті Полтавської РВА

4. **Спрямованість на потреби місцевих громад.** Полтавська РВА активно висвітлює діяльність, пов'язану з місцевими громадами, зокрема, наприклад: проведення гуманітарних акцій, відновлення об'єктів інфраструктури після військових дій чи координація волонтерської допомоги. Регулярні публікації на офіційному вебсайті, передусім, забезпечують громадян актуальними даними про розподіл гуманітарної допомоги, ремонтні роботи та інші заходи, спрямовані на покращення умов життя в їхніх громадах. Такий підхід демонструє орієнтованість адміністрації на реальні потреби населення та сприяє зміцненню зв'язків із місцевими територіальними громадами через прозорість і своєчасність інформування.

5. **Орієнтація на соціальні ініціативи.** Відомо, що Полтавська РВА активно підтримує реалізацію загальнодержавних соціальних програм, які спрямовані на допомогу внутрішньо переміщеним особам, ветеранам війни, родинам загиблих військових, а також малозабезпеченим категоріям населення. Адміністрація постійно організовує гуманітарні акції, сприяє наданню фінансової підтримки та реалізації житлових програм для тих, хто потребує додаткової допомоги.

Також РВА координує роботу пунктів прийому гуманітарної допомоги, забезпечуючи переселенців продуктами харчування, одягом та іншими необхідними товарами. Особливу увагу приділено надзвичайно актуальним нині програмам професійної реабілітації для ветеранів та наданню психологічної підтримки членам їхніх родин. Звісно, що такі

ініціативи не лише допомагають покращити якість життя громадян, але й створюють позитивний імідж адміністрації, демонструючи її орієнтацію на соціальну відповідальність та турботу про населення.

Незважаючи на наявність низки сильних сторін у роботі Полтавської районної військової адміністрації, аналіз її діяльності виявляє також певні недоліки в організації комунікації з громадськістю. До них можна віднести, на нашу думку, такі.

1. **Дефіцит інтерактивної взаємодії.** Насамперед, на сайті Полтавської РВА взагалі відсутні інтерактивні інструменти, такі як онлайн-опитування, форми зворотного зв'язку чи можливість реєстрації на події. Хоча на сайті є форми для звернень громадян і контактна інформація, ці засоби забезпечують лише односторонню комунікацію. Інтерактивні елементи, які б дозволяли отримувати миттєвий зворотний зв'язок або залучати громадськість до обговорення важливих питань, наразі, на превеликий жаль, відсутні. Звісно, це дещо обмежує можливість більш активної участі громадян у діяльності адміністрації, що знижує ефективність її комунікаційної стратегії та може впливати на рівень довіри до влади.

2. **Відсутність в соціальних мережах.** Незважаючи на сучасні вимоги до багатоканальної комунікації, Полтавська РВА представлена лише у Facebook (рис.3.4) [69].

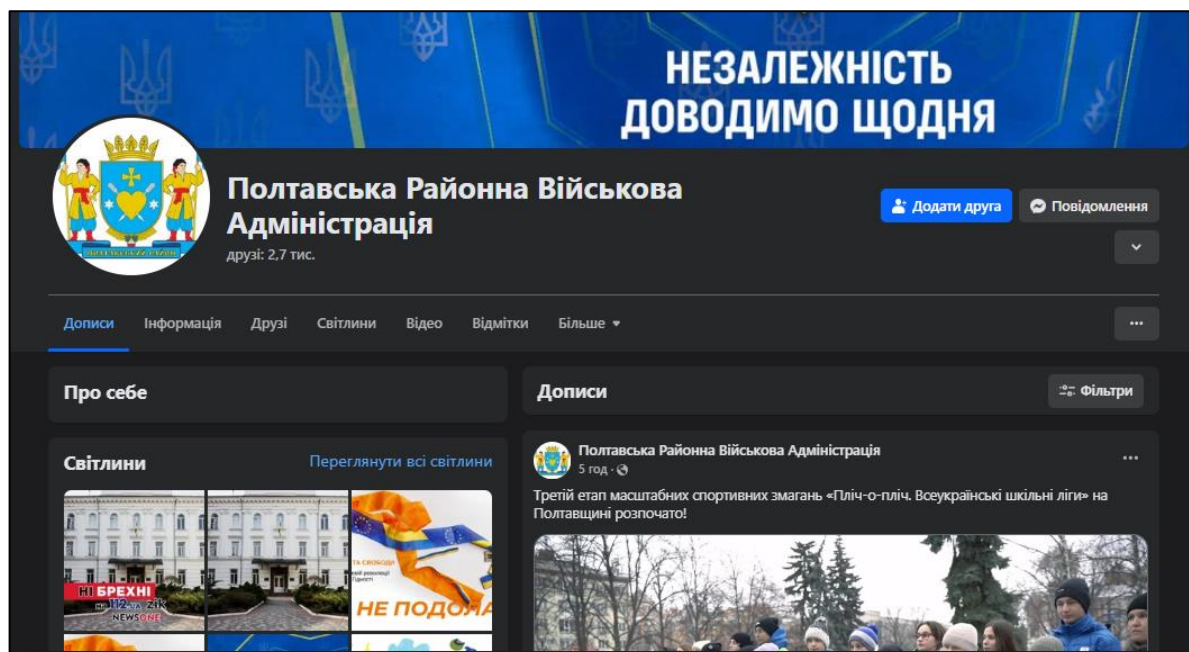


Рисунок 3.4 – Головна сторінка Полтавської РВА в соціальній мережі Facebook

Безперечно, це є вже недостатнім для ефективної взаємодії з різними категоріями населення. Відсутність офіційних сторінок у таких популярних соціальних мережах, як Twitter (наразі–X) чи Instagram, обмежує охоплення аудиторії, особливо молоді, яка переважно споживає інформацію через ці платформи. Така ситуація ускладнює швидке поширення інформації, зокрема, під час кризових ситуацій, та знижує рівень залученості громадськості до діяльності адміністрації. На наше переконання, розширення присутності в соціальних мережах сприяло б підвищенню ефективності комунікації та покращенню іміджу адміністрації.

3. Неактуальність даних стосовно звернення громадян та публічної інформації. Регіональним координатором щодо зв'язків із громадськістю Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини було проведено безвизну перевірку Полтавської РВА та направлено звіт із вказаними недоліками на основі опублікованих даних на сайті. Зокрема, у цьому важливому документі було вказано на такі недоліки:

- розділ «Звернення громадян» містить інформацію про графік прийому громадян керівництвом РДА станом на 2023 рік, графіки роботи постійно діючих гарячих ліній станом на квітень 2021 року;
- інформація про перелік та умови отримання послуг розміщено у розділі «Для громадян» та «Публічна інформація», водночас у розділі відсутні форми і зразки документів, інформація щодо правил їхнього заповнення, розташування місць, де надаються необхідні форми і бланки, теж відсутні;
- у вкладці «Для громадян» наявний підрозділ «Консультації з громадськістю», але інформація щодо їхнього проведення застаріла;
- звіти щодо задоволення запитів не оприлюднено в розділі «Публічна інформація», до того ж, останній звіт датовано 2022 роком, що є вже давно неактуальною інформацією [48].

4. **Відсутність мобільних додатків чи чат-ботів.** Сучасні тенденції вимагають впровадження зручних рішень для громадян, таких, до прикладу, як мобільні додатки чи чат-боти для надання консультацій і доступу до послуг. У Полтавській РВА такі інструменти наразі не використовуються, що, звісно, ускладнює доступ до інформації, особливо для переселенців та мешканців сільської місцевості.

5. **Недостатня увага до кризової комунікації.** У періоди кризових ситуацій (зокрема, зараз, під час повітряних тривог чи інших подій, пов'язаних з війною) адміністрація не забезпечує оперативного інформування громадян через спеціальні платформи, як-от: канали у месенджерах, SMS-розсилки.

6. **Майже відсутня співпраця зі ЗМІ.** Полтавська РВА не використовує повною мірою потенціал місцевих медіа для інформування населення. Пресрелізи виходять нерегулярно, а брифінги та пресконференції проводяться рідко, що знижує рівень поінформованості громадськості.

7. Відсутність аналізу ефективності комунікації. На жаль, із невідомих нам причини, адміністрація не здійснює постійного моніторингу та оцінювання ефективності своїх комунікацій. Відсутність опитувань чи аналізу зворотного зв'язку надзвичайно обмежує можливість виявлення проблемних сфер і безпосереднього вдосконалення комунікаційних стратегій.

Отже, Полтавська районна військова адміністрація здійснює певні види комунікації з громадою.

Водночас такого спілкування небагато. І наразі виникає багато проблем, які необхідно обов'язково виконувати, вносити зміни у форми роботи, посилювати спілкування через соціальні мережі тощо.

3.2. Методичні рекомендації щодо удосконалення комунікації із громадськістю в органах державної влади

В умовах сучасних викликів, зокрема воєнного стану, що, водночас, є і проявом кризової ситуації, значення комунікації значно зростає. У ці тяжкі для країни часи Полтавська районна військова адміністрація має відігравати знакову роль у забезпеченні підтримки населення, розвитку довіри до своєї діяльності.

Водночас, виклики вимагають удосконалення комунікаційної стратегії, що містить такі чинники, як:

1. розширення каналів зв'язку;
2. покращення доступності інформації;
3. активізацію роботи з громадськістю;
4. розвиток кризової комунікації;
5. налагодження співпраці з місцевими медіа;
6. впровадження механізмів моніторингу ефективності.

Реалізація цих заходів дозволить РВА не лише зміцнити свої позиції у взаємодії з громадськістю, але й забезпечити більш оперативне реагування на потреби населення.

Після детального аналізу діяльності Полтавської РВА в галузі комунікації з населенням, ми дозволили собі розробити певні важливі, на наш погляд, рекомендації щодо покращення якості цього процесу.

1. Першочерговим кроком має бути розширення каналів комунікації та впровадження офіційних сторінок у соціальних мережах, а саме:

– Створення та активне ведення сторінок в Instagram і Twitter, що стало б стимулом для молодого покоління звертати увагу на новини району, як в звичайних, так і критичних умовах.

– Запуск WhatsApp або Viber-каналу зумовив би швидке поширення екстрених повідомлень, розкладів евакуації, інформації про гуманітарну допомогу тощо.

Варто підкреслити, що створення Telegram-каналу є недопустимим. Згідно з розпорядженням голови Полтавської районної державної адміністрації від 30.09.2024 р. №270 (рис. 3.5), використання даного месенджера на пристроях, що використовуються в службових цілях, суворо заборонено.

– Поштовхом у розвитку комунікації та взаємодії з громадянами стало б створення чат-бота на будь-якій безпечній платформі. Нагадаємо, що бот значно спрощує доступ до інформації, а також може відповідати на поширені запитання, допомагати в пошуку інформації і надавати контакти відповідних структурних підрозділів.

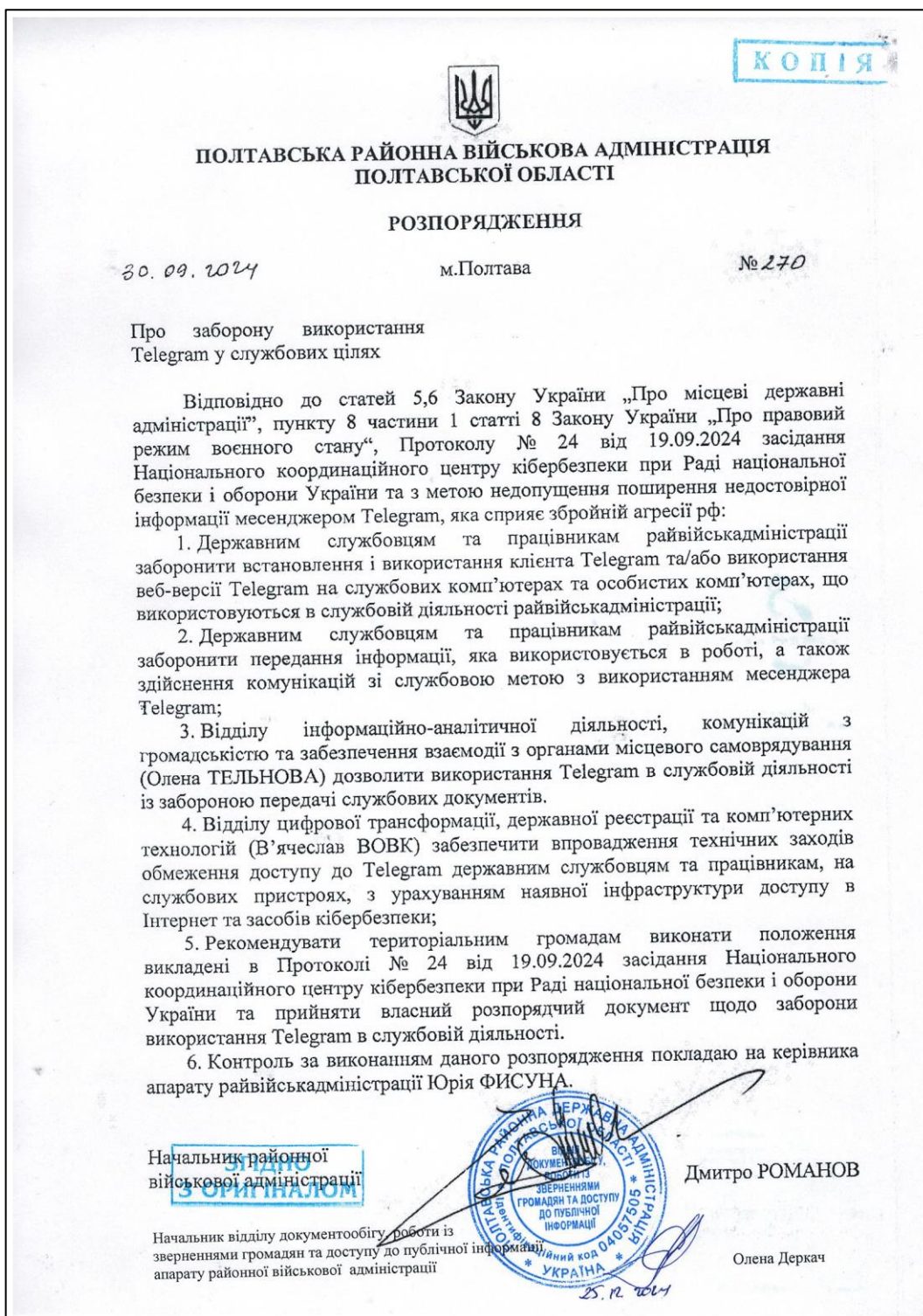


Рисунок 3.5 – Розпорядження голови Полтавської районної державної адміністрації №270 від 30.09.2024

2. *Нагальною потребою є вдосконалення вебсайту адміністрації.*

Для зручного користування сайтом адміністрації варто звернути увагу на такі аспекти, як:

– Покращення інтерфейсу вебсайту має надзвичайно важливе значення. Це обумовлюється достатньо незрозумілою навігацією в деяких інформаційних блоках.

– Створення інтерактивних інструментів у вигляді форми зворотного зв'язку, або ж онлайн-опитувань. Інтерактивна мапа, на якій позначено пункти прийому документів та послуг, незламності, видавання гуманітарної допомоги, медичні заклади також стала б у нагоді (рис. 3.6).

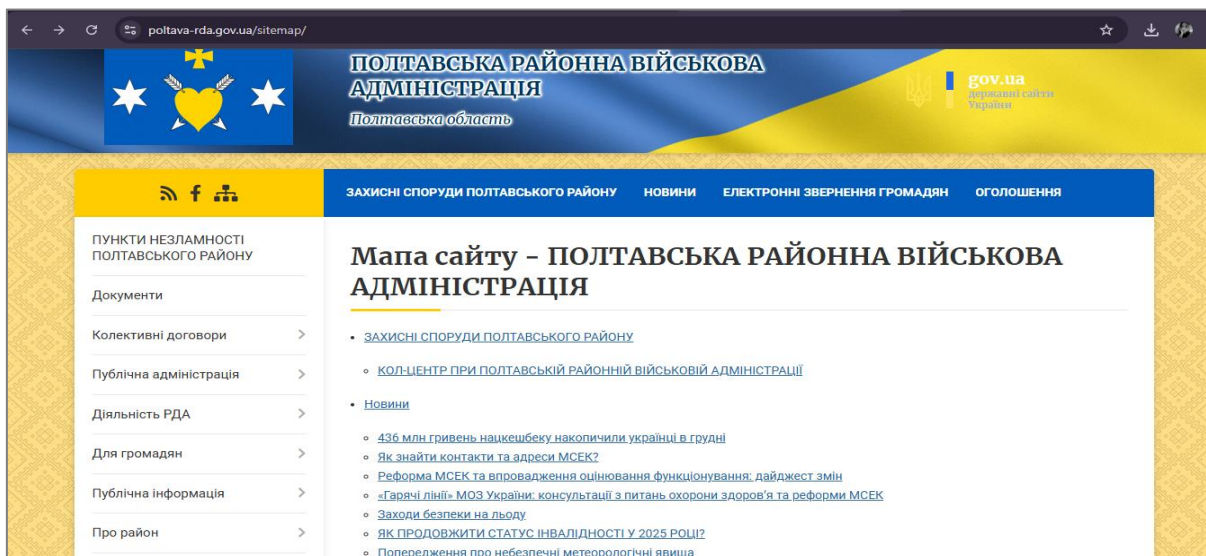


Рисунок 3.6 – Мапа сайту Полтавської РВА [48]

– Розширення інформаційного наповнення, з-поміж якого, зокрема, варто публікувати відеозвернення керівників адміністрації.

– Налагодження розміщення актуальної інформації щодо питань звернення громадян та доступу до публічної інформації. З огляду на звіт перевірки, який здійснили представники Регіонального координатора зі зв'язків з громадськістю Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, і наданими зауваженнями, насамперед, на сайті необхідно розмістити інформацію, що стосується:

4. графіків прийому громадян;
5. форм і зразків документів та правил їхнього заповнення;
6. розташування місць, де надаються необхідні форми і бланки;
7. систем обліку, видів інформації, яку зберігає розпорядник.

Крім того, слід оновити інформацію про механізми чи процедури, за допомогою яких громадськість може представляти свої інтереси або в інший спосіб впливати на реалізацію повноважень; оприлюднити звіти Полтавської РВА, зокрема, звіти щодо задоволення запитів на інформацію ще за 2023 рік.

3. Із метою покращення комунікації доречною буде активізація роботи із громадськістю, яка могла б містити:

– Організацію публічних зустрічей та консультацій керівництва РВА з громадянами для обговорення проблем району, проведення тематичних консультацій із залученням профільних експертів на заздалегідь задану тему (освіта, медицина, медіаграмотність, проблеми переселенців, ветеранів війни тощо).

– Запровадження громадських рад із представників громадських організацій, підприємців, волонтерів для обговорення важливих питань.

– Просвітницькі заходи, що передбачають організацію інформаційних кампаній із правової грамотності, екологічної обізнаності, безпеки під час війни не тільки для працівників, але й населення району.

4. Покращення кризової комунікації сприятиме збереженню стабільності у регіоні, мінімізації паніки та забезпеченню оперативного реагування на надзвичайні ситуації, тож необхідно організувати:

– Оперативне реагування на надзвичайні ситуації, що передбачатиме використання всіх доступних каналів для поширення інформації про загрози, евакуацію, допомогу. Також, варто розробити шаблони для повідомлень, які можна швидко адаптувати до конкретних криз.

– Спростування дезінформації, що міститиме регулярний моніторинг інформаційного простору для виявлення фейків та допоможе створити розділ «Боротьба з дезінформацією» на вебсайті для

спростування неправдивої інформації, як загальнонаціональної, так і в районі.

– Навчання співробітників РВА та основі проведення тренінгів із кризової комунікації та роботи з медіа.

5. Взаємодія з місцевими ЗМІ є достатньо проблемною частиною комунікації для Полтавської РВА, що простежується у відсутності ініціативних публікацій чи то через телеканали, чи то через газетні та журнальні видання. Розвитком для цього напрямку комунікації, на нашу думку, слугуватиме:

– Розширення співпраці з регіональними медіа, проведення пресконференцій, організація брифінгів для журналістів.

– Надання пресрелізів із чіткими та зрозумілими повідомленнями, що потенційно можуть зацікавити місцеві видання або медіа з метою публікації.

– Підтримка місцевих ініціатив в організації медіазаходів, які висвітлюють позитивні зміни в районі, успіхи реформ і волонтерську діяльність.

6. Моніторинг та оцінювання ефективності комунікації задля оприлюднення інформації, прозорості звітності перед громадянами передбачає низку необхідних дій, зокрема таких, як:

– Проведення соціологічних опитувань, оцінювання рівня довіри громадян до адміністрації, їхнього задоволення інформаційними послугами.

– Глибокий аналіз функціонування зворотного зв'язку й оцінювання кількості звернень, часу на їх опрацювання, рівня задоволеності громадян.

– Щоквартальний звіт про роботу відділу інформаційно-аналітичної діяльності, комунікацій з громадськістю та забезпечення взаємодії з органами місцевого самоврядування, у якому обов'язково мають бути відображені головні показники, а саме: кількість

опублікованих новин та пресрелізів, переглядів сайту, підписників у соціальних мережах.

7. Не менш важливою та нагальною є рекомендація створення відділу ветеранської політики для забезпечення необхідної та належної підтримки більш вразливих верств населення – ветеранів війни, їхніх сімей, а також членів родин загиблих захисників і захисниць України. На жаль, натепер на сайті діяльність розділу «Реалізація ветеранської політики» обмежується лише висвітленням новин (рис.3.7) [73].

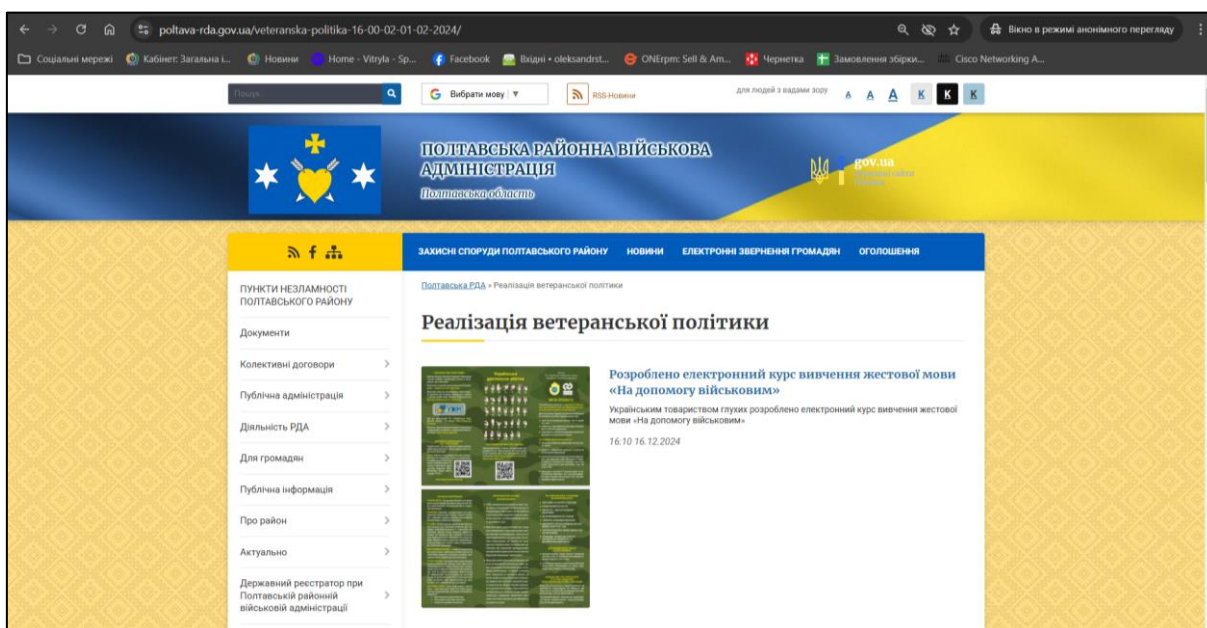


Рисунок 3.7 – Розділ «Реалізація ветеранської політики» сайту Полтавської РВА [73]

Враховуючи розпорядження уряду, зростання чисельності ветеранів війни внаслідок збройного конфлікту на сході України та повномасштабної війни, такий відділ, безперечно, має стати значущим сегментом у системі комунікації, соціального захисту та реінтеграції ветеранів у суспільство.

Відділ ветеранської політики дозволить створити єдиний центр, який координуватиме питання, пов'язані з наданням соціальних послуг ветеранам. Це значно спростить доступ до пільг, оформлення і видавання допомоги.

Крім того, ветерани без зайвих проблем матимуть змогу отримати консультації щодо правових, медичних, соціальних і психологічних питань в одному місці.

Відділ стане структурним підрозділом адміністрації, що є відповідальним за реалізацію загальнонаціональних програм, спрямованих на підтримку ветеранів, а саме: виплати, забезпечення житлом, професійну адаптацію та доступ до медичних послуг, впровадження програм реабілітації ветеранів через санаторно-курортне лікування або професійну перепідготовку тощо.

Важливість створення такого відділу полягає й у можливості впровадження персоналізованих підходів до потреб кожного ветерана, з урахуванням існуючих категорій (учасники бойових дій, особи з інвалідністю внаслідок війни, члени сімей загиблих).

Відділ ветеранської політики міг би забезпечити координацію та зв'язок між державними установами, громадськими організаціями та міжнародними партнерами, які надають допомогу ветеранам.

Крім того, з огляду на досвід впровадження таких відділів в інших містах України, цей структурний підрозділ мав би гарантувати низку важливих додаткових функцій, з-поміж яких насамперед такі:

- Психологічна підтримка. Вона передбачатиме організацію консультацій для ветеранів та їхніх родин із психологами та соціальними працівниками, допомогу в соціальній адаптації для ветеранів, які повертаються до мирного життя.

- Зосередження на інформаційно-роз'яснювальній роботі, що ґрунтується на поширенні інформації про права, пільги та можливості для ветеранів і проведенні тренінгів із медіаграмотності та правової обізнаності.

- Постійний аналіз запитів ветеранів, оцінювання ефективності існуючих програм та розроблення нових ініціатив для вирішення актуальних проблем.

Ми спробували окреслити позитивні очікувані результати внаслідок уведення відділу ветеранської політики в структуру Полтавської РВА. На нашу думку, це мають бути:

- Покращення якості життя ветеранів, завдяки адресній допомозі та індивідуальному підходу. Ветерани отримають реальну підтримку у вирішенні своїх проблем.

- Зміцнення довіри до влади за рахунок демонстрації уваги держави до потреб ветеранів

- Інтеграція ветеранів у мирне життя сприятиме зниженню рівня соціальної напруги та забезпечить їхню активну участь у житті громади.

Крім того, ми переконані, що створення відділу ветеранської політики є важливим кроком, який не лише покращить умови життя ветеранів, але й стане фундаментом для побудови соціального партнерства між державою, громадським суспільством та ветеранською спільнотою.

Тобто, удосконалення комунікації Полтавської районної військової адміністрації є невід'ємним складником підвищення ефективності її роботи. Реалізація рекомендацій, викладених у цьому підпункті, сприятиме зміцненню довіри громадян, забезпеченню прозорості діяльності установи та активному залученню населення до процесів прийняття рішень.

Впровадження нових каналів комунікації, зокрема, таких, як Viber-канал, чат-бот, офіційні сторінки у соціальних мережах, дозволить значно розширити аудиторію.

Удосконалення вебсайту РВА, зокрема через створення інтерактивних інструментів, зробить інформацію доступнішою для всіх категорій населення.

Активізація роботи із громадськістю, включно з організацією консультацій і громадських рад, сприятиме розумінню потреб населення.

Крім того, покращення кризової комунікації та співпраці з місцевими ЗМІ забезпечить оперативне реагування на надзвичайні ситуації та ефективне поширення важливої інформації. Моніторинг і оцінювання

ефективності комунікації дозволять аналізувати результати роботи адміністрації, виявляти недоліки та своєчасно вносити корективи до стратегії.

Отже, впровадження запропонованих нами заходів зробить комунікацію Полтавської районної військової адміністрації сучасною, багатоканальною та орієнтованою на потреби громадськості.

ВИСНОВКИ

У процесі нашого дослідження було зроблено низку висновків.

1. Дослідили історію становлення зв'язків з громадськістю як одного з механізмів взаємодії державних органів із населенням та проаналізували їх основні функції та види.

Зайве говорити, що в демократичному суспільстві мають бути механізми громадського контролю за діяльністю владних структур. Ефективність таких механізмів насамперед визначається рівнем відкритості та прозорості влади в інформуванні громадськості про свою діяльність. Від її дієвості залежить якість публічної інформації про діяльність державних органів. Такий варіант слугує єдиною можливістю створити справді результативну систему взаємодії влади та суспільства.

Під час написання кваліфікаційної роботи, ми дослідили історію виникнення PR від найдавніших часів до сьогодення. Було з'ясовано, що відносини в парадигмі «влада-народ» були відомі ще з античних часів, однак в сучасному розумінні термін «публік рилейшнз» сформувався на початку XX століття. Батьком «public relations» вважають американського репортера Айві Лі. Кожен новий виток розвитку людського суспільства вносив свої нюанси у розвиток теорії спілкування, які й стали основою зв'язків із громадськістю як виду професійної діяльності. В умовах сьогодення зв'язки із громадськістю (PR) є важливим компонентом функціонування державних інституцій.

До основних функцій PR, насамперед, відносять:

- 1) інформування;
- 2) формування громадської думки;
- 3) забезпечення зворотного зв'язку та підтримання довіри.

Сучасні види зв'язків із громадськістю містять такі напрямки, як:

- 1) внутрішні;
- 2) зовнішні;

- 3) кризові;
- 4) політичні та інші.

2. Проаналізовано нормативно-правову базу зі зв'язків з громадськістю.

Аналіз законодавчих актів та нормативних документів показав, що основою регулювання комунікацій у кризових ситуаціях є Конституція України та низка Законів України, зокрема:

- 1) «Про державну службу»;
- 2) «Про доступ до публічної інформації»;
- 3) «Про звернення громадян»;
- 4) «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні»;
- 5) «Про електронні комунікації»;
- 6) «Про соціальні послуги»;
- 7) «Про медіа»;
- 8) «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб»;
- 9) «Про правовий режим воєнного стану» та ін.

Крім того, було зосереджено увагу на різноманітних нормативних актах що є допоміжними, однак мають безпосереднє відношення до організації надійної комунікації з громадськістю.

Варто зауважити, що регламентуючи діяльність державних підрозділів зв'язку з громадянами, ці стандарти забезпечують прозорість, оперативність і достовірність інформації, що поширюється серед населення.

Однак слід наголосити, що у багатьох випадках, на превеликий жаль, відсутні чіткі алгоритми реагування на конкретні кризові ситуації.

3. Узагальнили досягнення в організації комунікації в Полтавській районній військовій адміністрації.

З огляду на детальне вивчення діяльності структурних підрозділів та відділів Полтавської районної військової адміністрації, нами було встановлено, що основними завданнями установи є:

- 1) оперативне інформування населення про актуальні події;
- 2) пояснення державної політики;
- 3) запобігання дезінформації;
- 4) координація з іншими органами влади для забезпечення ефективного управління в кризових умовах.

4. Під час дослідження було виявлено багато позитивних досягнень у галузі комунікації Полтавської РВА з населенням територіальних громад, але виявлено і низку недоліків.

Встановлено, що в арсеналі цієї державної установи є такі переваги:

- 1) регулярне висвітлення інформації;
- 2) доступ до контактної інформації;
- 3) адекватна спрямованість на доступність;
- 4) увага до потреб місцевих громад;
- 5) спрямованість на соціальні ініціативи.

До недоліків слід віднести такі чинники:

- 1) недостатність інтерактивної взаємодії;
- 2) відсутність у соціальних мережах;
- 3) доволі частими є представлення неактуальних даних щодо звернення громадян та публічної інформації;
- 4) відсутність мобільних додатків чи чат-ботів;
- 5) обмежена увага до кризової комунікації;
- 6) замала співпраця зі ЗМІ;
- 7) дефіцит аналізу ефективності комунікації.

На нашу думку, у кризових умовах сьогодення варто звернути увагу на посилення якості поширення інформації серед громадськості з боку районного органу влади.

Свої пропозиції ми оформили в рекомендації, які оприявили керівництву Полтавської районної військової адміністрації.

Для активізації роботи органу місцевого самоврядування ми пропонуємо таке:

1) створити та активно вести сторінки в популярних соціальних мережах (Facebook, Twitter (нині–X), Instagram), що значно підвищило б інтерес молоді до новин району;

2) вдосконалення вебсайту адміністрації для зручного користування, покращення його інтерфейсу, впровадження інтерактивних інструментів, розширення інформаційного наповнення контенту;

3) активізація роботи із громадськістю шляхом організації публічних зустрічей з громадянами, запровадження громадських рад та просвітницьких заходів;

4) покращення кризової комунікації, що сприятиме збереженню стабільності у регіоні, зменшенню паніки та забезпеченню оперативного реагування на надзвичайні ситуації;

5) проведення регулярних тренінгів для працівників, відповідальних за комунікацію.

Узагальнюючи наведені висновки, можемо зазначити, що результати нашої практичної частини кваліфікаційної магістерської роботи можуть стати підґрунтям для вдосконалення діяльності Полтавської РВА та для проведення наступних досліджень у сфері комунікації з громадськістю державних органів влади в кризових ситуаціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України : від 28.06.1996 № 254к/96-ВР : станом на 1 січ. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

2. Кодекс законів про працю України : Кодекс України від 10.12.1971 № 322-VIII : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

3. Кодекс цивільного захисту України : Кодекс України від 02.10.2012 № 5403-VI : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5403-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

4. Деякі питання документування управлінської діяльності : Постанова Каб. Міністрів України від 17.01.2018 № 55 : станом на 5 лип. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-п#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

5. Деякі питання підтримки внутрішньо переміщених осіб : Постанова Каб. Міністрів України від 11.07.2023 № 709 : станом на 1 берез. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/709-2023-п#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

6. Про адміністративні послуги : Закон України від 06.09.2012 № 5203-VI : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

7. Про державну допомогу сім'ям з дітьми : Закон України від 21.11.1992 № 2811-XII : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-12#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

8. Про державну службу : Закон України від 10.12.2015 № 889-VIII : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

9. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI : станом на 8 жовт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

10. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI : станом на 8 жовт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

11. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII : станом на 18 груд. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

12. Про електронні комунікації : Закон України від 16.12.2020 № 1089-IX : станом на 5 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

13. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб : Закон України від 20.10.2014 № 1706-VII : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1706-18#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

14. Про забезпечення реалізації деяких питань цифрового розвитку : Наказ від 09.04.2022 № 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0024883-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

15. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII : станом на 15 листоп. 2024 р.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

16. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України від 09.07.2003 № 1058-IV : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

17. Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні : Закон України від 06.09.2012 № 5207-VI : станом на 30 трав. 2014 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

18. Про затвердження Порядку надання роботодавцю компенсації витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні : Постанова Каб. Міністрів України від 20.03.2022 № 331 : станом на 30 груд. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-2022-п#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

19. Про затвердження Правил організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях : Наказ М-ва юстиції України від 18.06.2015 № 1000/5 : станом на 30 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0736-15#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

20. Про затвердження Типового положення про підрозділ з питань цивільного захисту суб'єкта господарювання : Наказ М-ва внутр. справ України від 20.04.2017 № 325. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0626-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

21. Про затвердження Типового положення про службу управління персоналом державного органу : Наказ Нац. агентства України з питань держ. служби від 03.03.2016 № 47 : станом на 1 лип. 2022 р. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0438-16#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

22. Про затвердження Типового положення про службу управління персоналом державного органу : Наказ Нац. агентства України з питань держ. служби від 03.03.2016 № 47 : станом на 1 лип. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0438-16#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

23. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах : Закон України від 05.07.1994 № 80/94-ВР : станом на 28 черв. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-вр#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

24. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

25. Про звернення громадян : Закон України від 02.10.1996 № 393/96-ВР : станом на 31 груд. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

26. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

27. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

28. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI : станом на 6 жовт. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

29. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

30. Про місцеві державні адміністрації : Закон України від 09.04.1999 № 586-XIV : станом на 8 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

31. Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію : Закон України від 21.10.1993 № 3543-XII : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3543-12#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

32. Про надання щомісячної адресної допомоги внутрішньо переміщеним особам для покриття витрат на проживання, в тому числі на оплату житлово-комунальних послуг : Постанова Каб. Міністрів України від 01.10.2014 № 505 : станом на 22 берез. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/505-2014-п#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

33. Про невідкладні заходи щодо підтримки ветеранів війни, членів їх сімей, членів сімей загиблих (померлих) ветеранів війни, членів сімей загиблих (померлих) Захисників і Захисниць України : Указ Президента України від 22.08.2024 № 512/2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/512/2024#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

34. Про оборону України : Закон України від 06.12.1991 № 1932-XII : станом на 5 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1932-12#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

35. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

36. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 12.05.2015 № 389-VIII : станом на 8 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

37. Про правовий статус осіб, зниклих безвісти за особливих обставин : Закон України від 12.07.2018 № 2505-VIII : станом на 10 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2505-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

38. Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей : Закон України від 20.12.1991 № 2011-XII : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2011-12#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

39. Про соціальні послуги : Закон України від 17.01.2019 № 2671-VIII : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

40. Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту : Закон України від 22.10.1993 № 3551-XII : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3551-12#Text> (дата звернення: 14.01.2025).

41. PR: визначення різними авторами. *PR і все, що з ним пов'язано*. URL: <https://pr-portal.com.ua/pr-viznachennya-352.html> (дата звернення: 14.01.2025).

42. Sam Black. Public relations. *Google Books*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Public_relations.html?id=Q0FyAAAACAAJ&redir_esc=y (date of access: 14.01.2025).

43. Torches of Freedom Campaign · American Women in Tobacco Advertisements 1929-1939 · Digital History - Histoire Numérique. URL: <https://omeka.uottawa.ca/jmccutcheon/exhibits/show/american-women-in-tobacco-adve/torches-of-freedom-campaign> (date of access: 14.01.2025).

44. Вангельєва К. Види комунікації Полтавської РВА з населенням в звичайний та кризовий періоди. *Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми, перспективи* : матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 21 листоп. 2024 р. Полтава, 2024. С. 267–272.
45. Венгер В. М. Прозорість як принцип діяльності органів публічної влади. *Наукові записки Національного університету "Києво-Могилянська академія"*. 2017. Т. 200. С. 79–84.
46. Військова адміністрація у Полтаві могла бути ще в березні 2022 - очільник Полтавської РВА Романов. *Суспільне Полтава*. URL: <https://susplne.media/poltava/411810-vijskova-administracia-u-poltavi-mogla-buti-se-v-berezni-2022-ocilnik-poltavskoi-rva-romanov/> (дата звернення: 14.01.2025)
47. Гапоненко В.А., Рихлік В.А. Зв'язки з громадськістю: навч. Посібник. Київ, КНЕУ, 2015. 238 с.
48. Головна. *Полтавська районна військова адміністрація*. URL: <https://poltava-rda.gov.ua/> (дата звернення: 14.01.2025).
49. Григорчук Т. В. Маркетинг. Частина друга: Навч. посіб. для дист. Навч. Київ, ВЦ «Україна», 2007. 312 с.
50. Державні послуги онлайн. *Дія*. URL: <https://plan2.diia.gov.ua/> (дата звернення: 14.01.2025).
51. Дія.QR. *Дія*. URL: <https://diia.gov.ua/services/diyaqr> (дата звернення: 14.01.2025).
52. Дрешпак В., Пісоцький В. «Комунікативна децентралізація» в Україні: умови та підходи до здійснення. *Запровадження комунікації органів державної влади: виклики та завдання* : Зб. матеріалів науково-практ. конф. Київ, 2016. С. 131-135.
53. Дуб С.К., Савченко С.В. Зв'язки з громадськістю в органах державного управління: історичний аспект: Конспект лекцій. Дніпро, НМетАУ, 2009. 51с.

54. Електронні звернення громадян. *Полтавська районна військова адміністрація*. URL: <https://poltava-rda.gov.ua/feedback/> (дата звернення: 14.01.2025).

55. Захисні споруди Полтавського району. URL : <https://poltava-rda.gov.ua/zahisni-sporudi-poltavskogo-rajonu-10-51-45-30-06-2023/> (дата звернення: 14.01.2025)

56. Зв'язки з громадськістю. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Зв'язки_з_громадськістю (дата звернення: 14.01.2025).

57. Зяйлик М. Ф. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. Актуальні проблеми публічного управління та адміністрування: Колективна монографія. Тернопіль, ФОП Паляниця В. А., 2020. С. 33–49.

58. Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/> (дата звернення: 15.01.2025).

59. Кібербезпека під час війни. *Кібер Брама*. URL: <https://stopfraud.gov.ua/cybersecurity-in-wartime> (дата звернення: 14.01.2025).

60. Ладонько Л. С., Михайловська Е.В., Кунденко А.В. Децентралізація державного управління як основа публічного менеджменту на місцевому рівні. Актуальні проблеми державного управління. Харків, 2016. №2 (50). С. 1-5.

61. Міністерство охорони здоров'я України. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/moz_ukraine/ (дата звернення: 15.01.2025).

62. Міністерство соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/23058.html> (дата звернення: 15.01.2025).

63. Невальонний Є.О. Сутність комунікації як процесу у сфері управління. Наука і оборона. 2019. №2. С. 35-38. URL: <http://nio.nuou.org.ua/article/view/179792>

64. Оптимізація роботи з документами. *АСКОД*. URL: <https://askod.ua/home> (дата звернення: 14.01.2025).

65. Останні новини. *Державна служба України з надзвичайних ситуацій*. URL: <https://dsns.gov.ua/news/ostanni-novini> (дата звернення: 15.01.2025).

66. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua/> (дата звернення: 15.01.2025).

67. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/> (дата звернення: 14.01.2025).

68. Перезозова, . І. В., Вітовський, . О. І., Хомик, . А. В., Ривак, О. І. Корпоративна культура як інструмент управління лояльністю персоналу підприємств. Львівський університет бізнесу та права. *Академічні візії*. №23, 2023. С. 1-9.

69. Полтавська районна військова адміністрація. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/polt.rda> (дата звернення: 14.01.2025).

70. Послуги з поточного ремонту приміщення будівлі за адресою: с. Розсошенці, вул. Геологічна, 1 Полтавського району Полтавської області. *prozorro.gov.ua*. URL: <https://prozorro.gov.ua/tender/UA-2024-11-14-013560-a> (дата звернення: 14.01.2025).

71. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Частина 1. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/advice/praktichniy-posibnik-dlya-pratsivnikiv-komunikatsiynih-struktur-v-organah-vladi-chastina-1-i2362> (дата звернення: 15.01.2025).

72. Про нас. *Prozorro*. URL: <https://prozorro.gov.ua/about> (дата звернення: 14.01.2025).

73. Реалізація ветеранської політики. *Полтавська районна військова адміністрація*. URL: <https://poltava-rda.gov.ua/veteranska-politika-16-00-02-01-02-2024/> (дата звернення: 14.01.2025).

74. Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник. Київ. Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480с.

75. Сопіна О. А. Зв'язки з громадськістю як чинник удосконалення комунікаційного механізму державного управління. Право та державне управління. 2021. № 2. С. 172–177.

76. Сопіна О. А. Зміст і сутність поняття «зв'язки з громадськістю» в контексті державного управління. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2020. Т. 31 (70). № 5. С. 93–98.

77. *Стартує серія правопросвітницьких онлайн-заходів для підвищення обізнаності ВПО, організованих Офісом Омбудсмана.* URL: <https://www.facebook.com/share/p/17ZFznQgRV/> (дата звернення: 14.01.2025).

78. Телефонний довідник. *Полтавська районна військова адміністрація.* URL: <https://poltava-rda.gov.ua/telefonnij-dovidnik-21-14-40-02-12-2020/> (дата звернення: 14.01.2025).

79. Щодо активізації взаємодії організацій громадянського суспільства із органами державної влади. Аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень.* URL: https://www.niss.gov.ua/doslidzhennya/gromadyanske-suspilstvo/schodo-aktivizacii-vzaemodii-organizaciy-gromadyanskogo#_ftn10.

80. Яблонський В. Комунікація органів державної влади України: виклики та завдання. *Запровадження комунікації органів державної влади: виклики та завдання* : Зб. матеріалів науково-практ. конф. Київ, 2016. С. 52–57.

81. Ярош О. Влада і громадськість: кроки моделювання ефективної комунікації. *Запровадження комунікації органів державної влади: виклики та завдання* : Зб. матеріалів науково-практ. конф. Київ, 2016. С. 126-130.

82. Bernays Edward L. Crystallizing Public Opinion. *Google Books*. URL: https://www.google.com.ua/books/edition/Crystallizing_Public_Opinion/OdPXЕАААQBAJ?hl=uk&gbpv=1&pg=PT1&printsec=frontcover (дата звернення: 14.01.2025).
83. COVID. URL: <https://covid19.gov.ua/> (дата звернення: 15.01.2025).
84. Declaration of Principles – Ivy Lee. *PR Pret-a-Porter*. URL: <https://prpretaporter.wordpress.com/2011/06/15/declaration-of-principles-ivy-lee/> (дата звернення: 14.01.2025).
85. Grunig J. E. Excellence in Public Relations and Communication Management. *Google Books*. URL: https://books.google.com.ua/books?id=RZKMAQAAQBAJ&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=snippet&q=stake&f=false (дата звернення: 14.01.2025).
86. Grunig J. E. Organizations, Environments, and Models of Public Relations. URL: https://www.researchgate.net/publication/234638441_Organizations_Environments_and_Models_of_Public_Relations (дата звернення: 14.01.2025).
87. Harlow R. F. Public Relations for Churches. *SagePub*. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769904502200216> (дата звернення: 14.01.2025)