

Є. М. Павленко, аспірант кафедри публічного управління та митного адміністрування Університету митної справи та фінансів

ПІДХОДИ ДО МОДЕРНІЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ

У статті досліджується сучасна модель комунікативної політики органів публічної влади. Аналізується використання наявних інструментів, ресурсів, за допомогою яких здійснюється комунікативна політика органів публічної влади та зацікавлених суб'єктів. Окреслено коло основних учасників комунікативної політики та наявні комунікативні моделі, в яких ці суб'єкти взаємодіють, із погляду ключових інтересів у галузі комунікативної політики. У статті досліджено реальні можливості суб'єктів комунікативної політики у визначених позиціях: організаційні, кадрові, фінансово-економічні, технічні, технологічні та інформаційні ресурси та інструменти, які використовуються під час здійснення комунікативних взаємодій.

Визначено ключові проблеми, які виникають під час циркуляції інформації у комунікативному полі суб'єктів дослідження. Встановлено, що діюча модель комунікативної політики ґрунтується на принципах одностороннього зв'язку, в основу якого покладено застарілий підхід – інформування. Цю деградуючу модель різною мірою використовують усі досліджені органи публічної влади, і це характерне явище для перехідного періоду від інформаційної до комунікативної політики.

З'ясовано, що нині інтереси суб'єктів державної комунікативної політики не є однорідними. Пропонуються зміни до діючої моделі комунікативної політики на основі аналізу ролі органів публічної влади, неурядових організацій, громадськості, засобів масової інформації, бізнесу у формуванні та виконанні комунікативних потреб, а також законодавчої бази, яка врегулює цей процес. Проведено аналіз сучасного наукового дискурсу щодо комунікативної діяльності органів публічної влади у нових структурних умовах трансформації органів публічної влади. Пропонується модернізована модель комунікативної політики. Вона ґрунтується на принципі двостороннього зв'язку та взаємовпливу визначених нами зацікавлених суб'єктів комунікативної політики України. Довгостроковість моделі передбачає кардинальні зміни в принципах підходу до розуміння комунікативних процесів задіяних у ньому суб'єктів, компетентностей відповідальних за комунікацію підрозділів органів публічної влади. Наведено пропозиції щодо змін у використанні ресурсів та інструментів, які є чи потрібні органам публічної влади, територіальним громадам, об'єднанням громадян, засобам масової інформації, бізнесу та окремим громадянам для ефективного забезпечення комунікативних процесів. Перспективними напрямками досліджень за спорідненою тематикою є розроблення власної моделі комунікативної політики органів публічної влади України.

Ключові слова: комунікативна політика, модель, модернізація, органи публічної влади.

Ye. M. Pavlenko. Approaches to the modernization of the modern model of communication policy of public authorities of Ukraine

The article examines the modern model of communication policy of public authorities. The use of available tools, resources, through which the communication policy of public authorities and stakeholders is implemented, is analyzed. The range of main participants in communication policy and the existing communication models in which these actors interact in terms of key interests in the field of communication policy are outlined. The article examines the real capabilities of the subjects of communication policy in certain positions: organizational, personnel, financial and economic, technical, technological and information resources and tools used in the implementation of communicative interactions. The key problems that arise during the circulation of information in the communicative field of research subjects are identified. It is established that the current model of communication policy is based on the principles of one-way communication. It is based on an outdated approach – informing. This degrading model is used to varying degrees by all studied public authorities and is a characteristic phenomenon for the transition period from information to communication policy. It was found that today the interests of the subjects of state communication policy are not homogeneous. Changes to the current model of communication policy are proposed based on the analysis of the role of public authorities, non-governmental organizations, the public, mass media, business in the formulation and implementation of communication needs, as well as legislative base that will regulate this process. The analysis of modern scientific discourse concerning the communicative activity of public authorities in the new structural conditions of transformation of public authorities is carried out. A modernized model of communication policy is proposed. It is based on the principle of bilateral communication and mutual influence of the interested subjects of communication policy of Ukraine. The long-term nature of the model implies radical changes in the principles of the approach to understanding the communicative processes of the subjects involved in it, the competencies of the departments of public authorities responsible for communication. There are proposals for changes in the use of resources and tools that are or are needed by public authorities, local communities, associations of citizens, the media, business and individual citizens to effectively ensure communication processes. Promising areas of research on related topics are the development of its own model of communication policy of public authorities of Ukraine.

Key words: communication policy, model, modernization, public authorities.

Постановка проблеми. Комунікативна політика органів публічної влади перебуває у стані переходу від традиційної інформаційної політики, яка діє за принципом «інформувати та висвітлювати діяльність», до справді комунікативної політики, що ґрунтується на значущому зворотному зв'язку та використовує широкий набір комунікативних каналів. Однією з характерних ознак перехідного періоду є ототожнення інформаційної та комунікативної політики. Це може призводити до консервації поширеної практики органів публічної влади у створенні інформаційно-комунікативних моделей та стратегій з акцентом на одностороннє інформування громадськості. Комунікативна політика має на меті здійснення двостороннього зв'язку у комунікативному просторі між владою та суспільством, враховуючи й інформування. Описана проблема і зумовлює актуальність завдання сутнісної модернізації моделі комунікативної політики органів публічної влади.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом українські дослідники повертаються до проблематики формування та здійснення комунікативної політики органів публічної влади на різних рівнях, розвитку комунікативних зв'язків, які б якісно забезпечували її функціонування. Варто виділити роботи Є. Романенка [1], І. Шовкун та Я. Дибчинської [2. с. 510–529], В. Дрешпака, Н. Липовської, В. Ковальова, Н. Бабаченко [3; 4], А. Баровської [5], Н. Драгомирецької [6], Т. Гузенко [7], О. Крутій [13] та інших авторів. Дослідженню комунікативної політики органів публічної влади у сучасних умовах багато уваги приділяють і зарубіжні науковці. Так, Мартін Лодж та Кай Вегріч [8] велику увагу приділяють неієрархічним способам управління та роблять акцент на посередництві, переговорах та спільному виробництві державних послуг, ключові проблеми, що виникають у контексті медіаполітики у світлі нових просторів для публічного управління описує Петрос Йосифідіс [10]. Маріанна Гай Діглевсен та Пітер Кастберг [9] досліджують концепцію комунікативної політики з погляду корпоративного спілкування в межах державного сектору, англійський вчений Пітер Джон [11] звернувся до аналізу активної та пасивної прозорості ОПВ і як це узгоджується з дотриманням законодавства щодо надання інформації різними комунікативними каналами. Сандра Якобс та Томас Шиллеманс [12] акцентують на ролі ЗМІ у публічних комунікаціях, розкривають проблематику інтегративної ролі та завдань ЗМІ у фрагментованих системах державних служб, досліджують проблеми взаємодії ЗМІ та громадських організацій.

Метою статті є розроблення підходу щодо актуальних напрямів модернізації сучасної комунікативної політики органів публічної влади України (далі – ОПВ). Реалізація цієї мети передбачає виконання таких завдань: виявити суб'єктів цієї комунікативної політики, їхні ключові інтереси та чинники, що ускладнюють функціонування сучасної комунікативної моделі, з'ясувати ключові інтереси зацікавлених суб'єктів у здійсненні комунікативної політики, проаналізувати наявні ресурси та інструменти цих суб'єктів, окреслити потреби кардинальних змін в комунікаціях ОПВ, як внутрішніх, так і зовнішніх, запропонувати зміни функціоналу для суб'єктів комунікативної політики; на основі аналізу чинної моделі комунікативної політики запропонувати модернізовану модель із необхідними змінами в принципових завданнях цієї політики, шляхи її реалізації, переважанення комунікаційних структур ОПВ.

Виклад основного матеріалу. У дослідженнях щодо комунікативної політики ОПВ є різне бачення змісту моделі такої політики. Так, власний підхід до розуміння сутності моделі комунікативної політики ОДВ пропонує Є. Романенко, який розглядає окремо моделі зовнішньої та внутрішньої комунікативної політики: «Зовнішня комунікативна політика має бути спрямована на забезпечення корпоративної ідентичності органу державної влади, пропагувати його ідею прозорості та відкритості, аби це сприяло балансу його інформаційної безпеки. Реалізація зовнішньої моделі комунікативної політики щодо забезпечення взаємодії органів державної влади та громадськості базується на дотриманні таких двох параметрів, як: ключове послання громадськості з боку органів державної влади; засоби, які забезпечують донесення цих послань до цільової аудиторії відповідних груп громадськості. Під внутрішньою моделлю комунікативної політики держави потрібно розуміти комунікативні прийоми взаємодії персоналу органів державної влади з громадськістю, між громадськістю у державі, між інституційними структурами окремого органу державної влади, а також між окремими представниками органів державної влади та представниками політичних партій, законодавчих структур» [1. с. 6]. Водночас комунікативну політику ОПВ ми розуміємо як таку, що формується та здійснюється у руслі цілісної державної комунікативної політики. І саме у рамках державної політики можуть формуватися певні моделі комунікативної політики ОПВ.

О. Крутій розробила діалогову модель взаємодії між органами влади та суспільством в Україні, в основі якої – концепція розвитку державно-громадського й державно-приватного партнерства, які відповідають інтересам широкого кола суб'єктів соціально-політичного та економічного розвитку в Україні [13]. Таке розуміння справді є актуальним, але не конкретизує безпосередньо змісту поняття «модель комунікативної політики».

З урахуванням різних підходів до розуміння сутності моделі будь-якої публічної політики модель комунікативної політики будемо надалі розглядати як певну сукупність систематизованих умов та характеристик формування і здійснення цілеспрямованої комунікативної діяльності ОПВ та інших суб'єктів, залучених ними до комунікативного процесу, що орієнтована на попередження або подолання конкретних проблем, пов'язаних із повноваженнями цих органів влади комунікативними засобами, на основі властивих їм функцій та структур та із застосуванням наявних ресурсів і інструментів. Модернізація чинної моделі комунікативної політики

ОПВ України зумовлена насамперед тим, що суттєвих змін протягом останніх років зазнали умови формування та здійснення цієї політики, а також її характеристики, зокрема її суб'єкти, їхні ресурсні можливості та інструменти комунікації, що використовуються цими суб'єктами.

Умови, в яких формується певна модель комунікативної політики ОПВ, є внутрішніми та зовнішніми щодо власне системи публічної влади. Наприклад, Н. Шотурма доходить висновку, що «головною проблемою комунікативної діяльності влади всіх рівнів є відсутність системності у виробленні комунікативної політики. До проблемних питань також належить відсутність координації в роботі служб зі зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування, не завжди ефективний зворотний зв'язок з аудиторією, нестача гнучкості та оперативності у процесі» [14, с. 174]. Це є прикладом тривалої невизначеності внутрішньосистемних умов такої діяльності, попри неодноразові спроби це зробити.

У зв'язку з процесом децентралізації суттєвих змін зазнали моделі комунікативної політики органів місцевого самоврядування. Зокрема на рівні територіальних громад, як зауважують В. Дрешпак та Н. Липовська, налагоджений процес залучення громадян спонукає окремих осіб і окремі групи активніше брати участь у справах громади. У такий спосіб поширюється відповідальність і підзвітність за те, що відбувається в громаді, на ще більшу кількість громадян. Включення громадян до процесу ухвалення рішень, особливо тих, кого безпосередньо торкнуться ухвалені питання чи програми, підвищує взаєморозуміння та мінімізує конфлікти [3, с. 63]. Це є прикладом зміни зовнішніх умов, актуальних для сучасної ситуації. Процес децентралізації разом із реформуванням комунальної преси нині є важливими чинниками, що трансформують модель комунікативної політики органів місцевого самоврядування та потужно мотивують до зміни у моделі комунікативної політики усіх ОПВ України загалом.

У процесі досліджень сучасного наукового дискурсу ми дійшли висновку, що потреби модернізувати комунікативну діяльність ОПВ найчастіше зумовлені невисоким ефектом використання під час цього процесу інструментів та ресурсів суб'єктів відповідної комунікативної політики. У цьому розрізі ключовим питанням є виявлення способів та інструментів для досягнення максимального ефекту від комунікативної діяльності органів публічної влади в Україні. При цьому наголосимо, що суб'єктами комунікативної політики ОПВ є не лише вони, а й неурядові організації, ЗМІ, медіабізнес. Саме це є відправним положенням у дослідженні чинної моделі комунікативної політики та розроблення пропозицій щодо її модернізації. Нові форми та підходи до комунікативної політики ОПВ повинні надати новій динаміці відносин між державою, ринком, громадянами та засобами масової інформації.

З огляду на мету та завдання цього дослідження ми виділили дев'ять суб'єктів, які перебувають у постійному комунікативному зв'язку: Верховна Рада України, органи виконавчої влади (ОВВ) центрального рівня, ОВВ регіонального рівня, органи місцевого самоврядування (ОМС), територіальні громади, об'єднання громадян (громадські організації, політичні партії, профспілкові, релігійні організації), засоби масової інформації (ЗМІ), бізнес, окремі громадяни як виборці та споживачі інформації. Кожен із наведених суб'єктів, на нашу думку, має власні ключові інтереси в галузі комунікативної політики, а також ресурси та інструменти для її здійснення. Серед таких ми виділили: організаційні, кадрові, правові, фінансово-економічні, технічні, технологічні, інформаційні.

Ключовими інтересами Верховної Ради України є інформування аудиторії про власну діяльність, формування позитивного іміджу парламенту та депутатів. У листопаді 2017 року у Верховній Раді України набула чинності «Комунікаційна стратегія парламенту на 2017–2021 роки». В цьому документі передбачалося до 2021 року запровадження кодексу етики українського парламентарія, поліпшення умов роботи парламентських кореспондентів, створення єдиного комунікаційного центру всередині парламенту з вільним доступом для громадян, неурядових організацій, журналістів. Одними з основних стратегічних завдань визначено «покращення іміджу парламенту, підвищення обізнаності громадян щодо парламентських процесів» [15, с. 1].

За аналогічними принципами побудована комунікативна модель ОВВ центрального та регіонального рівня. Додатковою опцією тут є формування позитивного іміджу керівництва. Органи місцевого самоврядування свої ключові інтереси у галузі комунікативної політики здійснюють шляхом: інформування аудиторії про власну діяльність, формування позитивний іміджу ОМС, керівництва їх виконавчих органів та депутатів місцевих рад.

Об'єднання громадян за місцем проживання (територіальні громади) зацікавлені: в отриманні інформації про діяльність ОПВ, брати участь у просуванні власних інтересів, вирішувати питання місцевого значення. Інститути громадянського суспільства (громадські організації, політичні партії, профспілкові, релігійні організації) ми розглядаємо як єдиний суб'єкт комунікативної політики. Адже вони мають схожі ключові інтереси, правові можливості та цілі у здійсненні комунікативної політики: здійснюють громадський контроль над органами публічної влади, мають доступ до публічної інформації, формують громадську думку щодо своєї діяльності, формують власний позитивний імідж та просувають власні ідеї.

ЗМІ як суб'єкт комунікативної політики, на наш погляд, являє собою найбільш стабільну комунікативну підсистему. Адже завданням засобів масової інформації і є комунікація між владою та іншими суб'єктами. Більшість

ЗМІ вже багато років поспіль спираються у своїй діяльності на основні цінності та принципи роботи, передусім європейських колег. Цей досвід планомірно входить до редакційних політик телевізійних каналів, радіо, друкованої преси та Інтернет-видань. На цьому етапі ми бачимо ключові інтереси ЗМІ у галузі комунікативної політики в формуванні та розширенні власної аудиторії, мати максимально можливу політичну та фінансову незалежність від інших суб'єктів комунікативної політики.

Бізнес-структури в Україні вже тривалий час вважаються суб'єктом комунікативної політики. Вони впливають на управлінські рішення влади, взаємодіють з інститутами громадянського суспільства, ЗМІ, відіграють чималу роль в розвитку та стабільності соціально-економічного стану регіонів та держави в цілому. З погляду комунікативної політики свою діяльність бізнес намагається здійснювати односторонньо – інформувати аудиторію про власну діяльність, формувати позитивний імідж з метою отримання максимального прибутку від власної економічної діяльності. Фактично бізнес використовує комунікативне поле з рекламною метою.

Окремі громадяни, як виборці та споживачі інформації, є одним з зацікавлених суб'єктів комунікативної політики. Ключові інтереси цього суб'єкта полягають в отриманні об'єктивної, оперативної та повної інформації про діяльність ОПВ. Діюча модель задовольняє потреби громадян шляхом надання відповідної інформації на офіційних сайтах держустанов, відповідей на інформаційні запити, через особистий прийом громадян уповноваженими особами, шляхом поширення інформації у ЗМІ.

Усі суб'єкти комунікативної політики в досягненні своїх ключових інтересів використовують широкий набір ресурсів та інструментів. Організаційні ресурси ОПВ: прес-служби, підрозділи роботи зі зверненнями громадян і забезпечення доступу до публічної інформації. Кадрове забезпечення цих структур переважно є проблемним. Персонал органів публічної влади не має достатнього рівня комунікативних компетенцій. Такого висновку дійшли фахівці, які розробляли «Концепцію реформи урядових комунікацій». Підґрунтям для запропонованої концепції стало дослідження, яке було проведене «Групою реформ комунікацій» з 10 серпня по 30 вересня 2015 року серед представників міністерств та інших ОПВ, у тому числі регіональних. Дослідження показало, що «спеціалісти з комунікацій, які нині працюють у структурах міністерств і відомств, в основному не мають профільної освіти – частіше освіта журналістська, філологічна або юридична. Досвід співробітників прес-служб – від 0 до 9 років, а керівників – більше 10 років, однак це не завжди є показником професіоналізму. 45% опитаних не проходили ніяких тренінгів. Після будь-яких навчальних ініціатив не проводиться оцінка отриманих знань та змін ефективності роботи» [16].

Суттєвою проблемою щодо правового ресурсного забезпечення комунікативної політики ОПВ є те, що галузь публічних комунікацій в Україні, з одного боку, не має не має чітко визначених нормативно-правових норм, а з іншого – може вважатися достатньо зарегульованою. Вона, зокрема, регулюється Законами України «Про інформацію», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про звернення громадян», «Про доступ до публічної інформації». Загалом чинне законодавство дає можливість громадянам брати участь в управлінні суспільними справами та комунікувати із владою. Проте влада зберігає за собою значною мірою право самостійно встановлювати окремі умови такої комунікації та у відносно законний спосіб за потреби обмежувати таку взаємодію.

Фінансово-економічні ресурси суб'єктів комунікативної політики ми розділяємо на дві категорії: бюджетне фінансування та приватне. ОПВ отримують бюджетне фінансування, окремі програми можуть фінансуватися донорськими організаціями. Громадські організації, політичні партії, профспілкові та релігійні організації існують за рахунок приватного фінансування (пожертви, членські внески, допомога закордонних донорських організацій). ЗМІ – виключно приватне фінансування, як і бізнес. Окремі громадяни задовольняють комунікативні потреби за власний рахунок.

Технічні можливості ОПВ вже тривалий час в Україні є обмеженими. Причина – брак фінансування. Такі обмежені можливості призводять до технічної та технологічної відсталості структурних підрозділів, які відповідають за комунікації, та не дають можливості впровадження якісного двостороннього зв'язку з іншими суб'єктами комунікативної політики. У результаті двосторонній зв'язок здійснюється за досить консервативними інструментами та технологіями, які не дозволяють іншим суб'єктам отримувати необхідну інформацію. ОПВ використовують загальнодоступні технології з обробки інформації, застаріле програмне забезпечення та апаратні засоби, локальні інформаційні системи.

Інформаційні ресурси та технології органи публічної влади використовують для аналізу інформації, яка надходить від інших структурних підрозділів та ззовні – від суб'єктів, з яким комунікують ОПВ, як реакція на прийняті рішення органами влади. Обробляють, систематизують інформацію, а потім використовують для внутрішнього та зовнішнього середовища відповідні фахівці різноманітних підрозділів, які відповідальні за взаємодію з громадськістю. Надання інформації відбувається за допомогою: власних веб – сайтів ОПВ, які працюють в режимі інформування, відповіді на інформаційні запити, особисті прийоми громадян, співпрацю зі ЗМІ. «Основною вимогою до системи інформаційного забезпечення органів державної влади є те, що вона повинна

мати відкритий характер і забезпечувати інтерактивну взаємодію між підрозділами всередині окремої державної установи, між органами державної влади та місцевого самоврядування по вертикалі й по горизонталі, між органами влади та громадянами й підприємствами» [17. с. 276].

Органи публічної влади використовуються усталені прийоми збирання, обробки та надання інформації. У цій парадигмі діалогу між суб'єктами комунікативної політики не відбувається.

У процесі модернізації комунікативної політики ОПВ України їхня комунікативна діяльність має стати більш ефективною: максимально мають бути задоволені ключові інтереси суб'єктів цієї політики, при тому, що їх ресурсне забезпечення не потребуватиме суттєвого нарощення. На нашу думку, якісна комунікація означає, що процеси, й інститути надають результати, що відповідають потребам суспільства, з максимальним використанням ресурсів, які наявні у їх розпорядженні. Насамперед цього можна досягти шляхом розвитку елементів громадянського суспільства та ефективно забезпечувати комунікативні процеси. Запровадження чіткої та зрозумілої моделі дасть можливість відійти від традиційної моделі інформування про досягнення та наміри чинної влади та запровадити модель збалансованої комунікативної взаємодії суспільства та органів публічної влади.

З цією метою має відбутися коригування ключових інтересів суб'єктів комунікативної політики ОПВ. На наш погляд, Верховна Рада України цілком зацікавлена в комунікації з суспільством. Потрібно відійти від застарілої форми інформування суспільства про власну діяльність до форми комунікації з аудиторією щодо власної діяльності. У цій парадигмі комунікаційні взаємодії ґрунтуються на можливості громадян мати ширший доступ до публічної інформації, це зумовить розуміння законотворчого процесу, структури Верховної Ради, з'являться можливості залучення інших суб'єктів комунікативної політики до обговорення законотворчих ініціатив. Це дасть змогу прогнозувати суспільну реакцію та ефект від прийнятих рішень. Нині суспільство лише дізнається про прийняття законів, але достатньої можливості впливати на цей процес, брати у ньому хоча б опосередковану участь не має. Також увагу потрібно приділити комунікації зі ЗМІ шляхом сприйняття їхньої діяльності, відкритості, налагодження з пресою двостороннього зв'язку. Тоді ЗМІ стануть потужним комунікативним каналом між суспільством та Верховною Радою, яка зможе доносити інформацію до своєї аудиторії.

У модернізованій моделі комунікативної політики органи виконавчої влади центрального рівня мають зосередитися на поширенні офіційної інформації, формуванні її позитивного сприйняття через різні комунікативні канали, які використовуються для налагодження зворотного зв'язку. Ми вважаємо, що здійснювати ефективну комунікацію більше можливостей мають регіональні органи публічної влади та органи місцевого самоврядування. Це пов'язано зі значною кількістю зобов'язань перед людьми, постійним контактом із населенням громад на місцях та регулюванням суспільних процесів. Тому важливий розвиток, вдосконалення та гнучкість комунікативних моделей на різних рівнях органами публічної влади у парадигмі комунікативних відносин між суспільством, бізнесом та державою.

Органи виконавчої влади регіонального рівня насамперед зацікавлені в комунікації з аудиторією щодо власної діяльності, при цьому мають враховувати інтереси громад під час прийняття публічних рішень шляхом налагодження зворотного зв'язку. Тотожні завдання мають і органи місцевого самоврядування. Додатково у полі їх інтересу має бути регулювання суспільних процесів у відповідних регіонах. Саме це зумовлено таким фактором змін у комунікативній політиці як процес децентралізації. У суспільному контексті децентралізація означає перехід багатьох владних повноважень на місцевий рівень, що тягне за собою відповідальність місцевих органів влади перед громадами.

Такі зміни потребують більш ефективного використання наявних ресурсів. Ці ресурси мають бути спрямовані на забезпечення комунікативних процесів у сфері надання публічних послуг, управління суспільними процесами та на забезпечення функціонування підрозділів і фахівців, які би здійснювали комунікативні функції на більш високому професійному рівні. Процес децентралізації відповідно змінює функції, методи та завдання органів публічної влади, а відповідно спонукає до модернізації моделі комунікативної політики.

Ключовим елементом тут є фаховий персонал, який виконує комунікативні завдання. Тому ми пропонуємо впровадити інститут спеціалістів із комунікацій (комунікаторів), що передбачає зміни у структурі апарату ОПВ. Комунікатори працюють відповідно до прийнятих загальних стандартів. Завдяки окремому фінансуванню комунікативної діяльності, а це може бути змішане фінансування (приватне та бюджетне), комунікативні підрозділи отримують модернізовану технічну базу, навчаються використовувати сучасні загальнодоступні технології з обробки інформації, модернізовані прийоми збирання, обробки та надання інформації. Штатні працівники комунікативного підрозділу мають акцентувати різницю між комунікацією та інформуванням. Мати інструменти трансформації від державної комунікативної політики в регіональну, з урахуванням особливостей та потреб громад. Мати точки контакту зі ЗМІ, громадськими організаціями. Вільно працювати у мультимедійних комунікаційних платформах, комунікувати через соцмережі із громадськістю та вибирати форми подачі інформації для відповідної аудиторії.

Комунікативні підрозділи тісно працюють із територіальними громадами. Новоутворенні об'єднання громадян за місцем проживання потребують комунікації з ОПВ. Комунікації здійснюють шляхом створення власних

комунікативних підрозділів для обміну інформації та популяризації власних інтересів, вирішення питань місцевого значення, утворення комунальних (громадських) ЗМІ.

Громадські організації, політичні партії, профспілкові, релігійні організації комунікують з ОПВ та іншими суб'єктами комунікативної політики шляхом обміну інформацією, беруть участь у створенні та роботі комунальних (громадських) ЗМІ, беруть участь у визначенні напрямів публічної політики.

Засоби масової інформації у модернізованій моделі комунікативної політики формують та розширюють власну аудиторію, згідно з принципами прозорості мають відкрити для суспільства джерела фінансування, політичні та економічні умови діяльності, працюють з експертним середовищем, займаються протидією ворожій пропаганди, конкурують за аудиторію з комунальними (громадськими) ЗМІ, розробляють нові комунікативні канали.

Український бізнес все більше створює комунікативні зв'язки в системі відносин з органи публічної влади та суспільством. Вони полягають у просуванні ідей, концепцій, програм, стратегій, проєктів з урахуванням інтересів бізнесу та соціального консенсусу з суспільством. Це досягається шляхом використання певних механізмів та ресурсів: фінансових, економічних, людських, комунікативних. Це можуть бути публічні договори про партнерство, які дієво знімають проблемні питання, незлагодженість та протиріччя у комунікативних відносинах.

Громадськість має стати активним, а не пасивним суб'єктом комунікативної політики. Нова модель має працювати за принципом спілкування з різними верствами суспільства, надавати можливість впливати на управлінські рішення, відновлювати довіру до ОПВ, попереджати конфлікти між владою та громадськістю. Соціальні мережі, офіційні веб-сторінки ОПВ, громадських організацій, окремих громадян мають стати потужним комунікативним каналом обміну інформацією. Виникнення двостороннього зв'язку на цих платформах може стати передумовою відпрацювання єдиної комунікативної стратегії між державою, суспільством та ЗМІ. Нині досвід двостороннього зв'язку активно використовує бізнес, окремі громадяни створюють групи у соцмережах за територіальним принципом, в яких жваво обговорюють нагальні проблеми та шукають шляхи їх вирішення. Осторонь від цього залишаються ОПВ. Публікації в мережі є виключно інформативними та позитивними. Реакцію громадськості на рішення в ОПВ фахово не відстежують. Штатні працівники не мають на це прописаних повноважень, а часто діють із власної ініціативи, чи, навпаки, такі дії характеризуються бездіяльністю. Соціальні мережі та соціальні медіа мають стати основою для впровадження нової моделі комунікативної політики ОПВ.

Загалом на цей час органи публічної влади мають законні інструменти для здійснення комунікативної політики за новою моделлю, але, на наш погляд, вони обмежені відсутністю єдиного нормативно-правового акту, який унормує відносини між усіма суб'єктами комунікативного простору та встановлює окреслені тут нові пріоритети для кожного із суб'єктів.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Одним із найбільш нагальних питань, з яким стикається держава та суспільство, формуючи новітню комунікативну систему відносин, є визначення позиції органів публічної влади у напрямках розвитку комунікативного процесу, використання ресурсу та потенціалу суб'єктів та заміни ієрархічної моделі взаємодії до інтерактивної. Для цього необхідно розробити та ухвалити єдиний закон, який би врегулював проблемні питання комунікативної взаємодії органів публічної влади та суспільства та окремий закон «Про медіа», який врегулює діяльність ЗМІ. Нині законодавча база є невизначеною та розмитою. Кожен суб'єкт регулює ці відносини доступним набором інструментів. Існуюча модель комунікативних відносин все ще діє в рамках односпрямованої системи взаємодії з основними суб'єктами комунікативного поля. Натомість сучасна комунікативна політика має відійти від застарілої форми «інформування» та змінити роль держави у комунікативних процесах, а саме здійснювати двосторонній зв'язок із ключовими зацікавленими суб'єктами. Тому комунікативна політика ОПВ України потребує переходу до нової збалансованої моделі. Якісна комунікація означає, що процеси й інститути надають результати, що відповідають потребам суспільства, з максимальним використанням ресурсів, які наявні у їх розпорядженні. Ці висновки на цей час обмежені лише окресленням підходів до модернізації сучасної моделі комунікативної політики органів публічної влади України. Перспективними напрямками досліджень за спорідненою тематикою нами вбачається розроблення авторської моделі комунікативної політики органів публічної влади України.

Список використаних джерел:

1. Романенко Є.О. Моделі комунікативної політики держави та інструментальне забезпечення взаємодії органів державної влади та громадськості. *Демократичне врядування*. 2014. Вип. 14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_11 (дата звернення: 17.04.2021).
2. Шовкун І. Дибчинська Я. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія / Запоріжжя. Запоріж. держ. інж. акад., 2016. С. 510-529.
3. Дрешпак В. М., Липовська Н. А. Забезпечення діалогу органів публічної влади з територіальною громадою: теоретичні та прикладні аспекти. *Аспекти публічного управління*. 2015. № 5–6 (19–20). С. 57–65.
4. V. Dreshpak, V. Kovalov, N. Babachenko, E. Pavlenko. () Communicative policy of public authorities in european countries: comparative analysis. *International Journal of Management*. 2020. Vol. 11, No. 06, P. 529-543.

5. Баровська А. Комунікація влади та громадськості: інституційний аспект. Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/293> (дата звернення: 17.04.2021).
6. Драгомирецька Н. Сучасні тенденції комунікацій у державному управлінні. *Публічне урядування*. № 1(1). 2015. С. 85–96.
7. Гузенко Т. Основні засади формування комунікативної стратегії м. Києва: Теоретичні та практичні аспекти. *Інтегровані комунікації*. 2018. №. 2 (19). С. 14-20.
8. Lodge M. Wegrich K. Public administration and executive politics: perennial questions in changing contexts. *Public Policy and Administration*. 2012. Vol. 27, No.3. P. 212–229.
9. Marianne Grove Ditlevsen. Peter Kastberg. When Corporate Communication Goes Public: Communication Policies in Public Communication. *Hermes (Denmark)*. 2007. Vol. 38, No. 38. P. 11–40.
10. Iosifidis, P. European Media Policy for the Twenty-First Century: Assessing the Past, Setting Agendas for the Future. *European Journal of Communication*. 2017. Vol. 32, No.1. P. 74–77.
11. Gimmelikhuijsen, S., John, P., Meijer, A., & Worthy, B. (). Do freedom of information laws increase transparency of government? A replication of a field experiment. *Journal of Behavioral Public Administration*. 2019. Vol. 2, No. 1. P. 1–10.
12. Jacobs, S., & Schillemans, T. Media and public accountability: typology and exploration. *Policy & Politics*. 2016. Vol. 44, No. 1. P 23–40.
13. Крутий О.М. Державно-управлінський аспект діалогу органів влади та громадськості: від форми спілкування до методологічної основи. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vamsu_du/2011_2/Krutii.htm (дата звернення: 10.03.2021).
14. Шотурма Н.В. Комунікативна політика органів місцевого самоврядування (на прикладі України та Республіки Польща) : автореф. дис. ... канд. політ. наук. Львів, 2016. 20 с.
15. Про додаткові заходи з реалізації Декларації відкритості парламенту. Розпорядження Голови Верховної Ради України від 21.11.2017 № 486. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0486004-17> (дата звернення: 10.03.2021).
16. Audit of the communication resources of the Government of Ukraine conducted by The Communication Reform Group in August. September 2015. URL: <https://www.slideshare.net/CommReformGroup/audit-of-the-communication-resources> (дата звернення: 10.02.2021).
17. Галаган Л. Специфіка інформаційно-аналітичних систем органів державної влади в контексті впровадження технології електронного урядування. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. Київ. 2012. № 33. С. 268–276.

References:

1. Romanenko Ye.O. (2014). Modeli komunikativnoi polityky derzhavy ta instrumentalne zabezpechennia vzaiemodii orhaniv derzhavnoi vlady ta hromadskosti [Models of communication policy of the state and instrumental support of interaction of public authorities and the public]. *Demokratychnе vriaduvannia – Democratic governance*, 14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_11 [in Ukrainian].
2. Shovkun I. Dybchynska Ya. (2016). Publichne upravlinnia ta administruvannia v umovakh informatsijnoho suspilstva: vitchyznianyj i zarubizhnyj dosvid [Public administration and administration in the information society: domestic and foreign experience]. *Zaporizhzhia: ZDIA* [in Ukrainian].
3. Dreshpak V. Lypovska N. (2015). Zabezpechennia dialohu orhaniv publichnoi vlady z terytorial'noiu hromadoiu: teoretychni ta prykladni aspekty [Ensuring the dialogue of public authorities with the territorial community: theoretical and applied aspects]. *Aspekty publichnoho upravlinnia*. issue 5–6, 57–65.
4. V. Dreshpak, V. Kovalov, N. Babachenko, E. Pavlenko. (2020). Communicative policy of public authorities in European countries: comparative analysis. *International Journal of Management*. Vol. 11, 6, 529–543.
5. Barovska A. Komunikatsiia vlady ta hromadskosti: instytutsijnyi aspekt [Communication between government and the public: the institutional aspect]. Analytical note -Analytical note -Analytical note. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/293> [in Ukrainian].
6. Drahomyretska N. (2015). Suchasni tendentsii komunikatsij u derzhavnomu upravlinni [Current trends in communications in public administration]. *Publichne vriaduvannia*, issue 1, 85–96 [in Ukrainian].
7. Huzenko T. (2018). Osnovni zasady formuvannia komunikativnoi stratehii m. Kyieva: Teoretychni ta praktychni aspekty [Basic principles of formation of communicative strategy of Kyiv: Theoretical and practical aspects]. *Intehrovani komunikatsii*, issue 2, 14-20 [in Ukrainian].
8. Lodge M. Wegrich K. (2012). Public administration and executive politics: perennial questions in changing contexts. *Public Policy and Administration*. Vol. 27, 3, 212–229.
9. Marianne Grove Ditlevsen. Peter Kastberg. (2007). When Corporate Communication Goes Public: Communication Policies in Public Communication. *Hermes*. Vol. 38, 38, 11-40.

10. Iosifidis P. (2017). European Media Policy for the Twenty-First Century: Assessing the Past, Setting Agendas for the Future. *European Journal of Communication*. Vol. 32, 1, 74–77.
11. Grimmelhuijsen S. John P. Meijer A. Worthy B. (2019). Do freedom of information laws increase transparency of government? A replication of a field experiment. *Journal of Behavioral Public Administration*. Vol. 2, 1, 1–10.
12. Jacobs S. Schillemans T. (2016). Media and public accountability: typology and exploration. *Policy & Politics*. Vol. 44, 1, 23–40.
13. Krutij O.M. (2010). Derzhavno-upravlinskyj aspekt dialohu orhaniv vlady ta hromads'kosti: vid formy spilkuвання do metodolohichnoi osnovy [Public administration aspect of the dialogue between the authorities and the public: from the form of communication to the methodological basis]. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vamsu_du/2011_2/Krutii.htm [in Ukrainian].
14. Shoturma N.V. (2016). Komunikatyvna polityka orhaniv mistsevoho samovriaduvannia (na prykladi Ukrainy ta Respubliky Polscha) [Communicative policy of local governments (on the example of Ukraine and the Republic of Poland)]. *Candidates thesis*. Lviv [in Ukrainian].
15. Pro dodatkovi zakhody z realizatsii Deklaratsii vidkrytosti parlamentu: Rozporiadzhennia Holovy Verkhovnoi Rady Ukrainy vid 21.11.2017 № 486. (2017). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0486004-17> [in Ukrainian].
16. Audit of the communication resources of the Government of Ukraine conducted by The Communication Reform Group in August. (2015). URL: <https://www.slideshare.net/CommReformGroup/audit-of-the-communication-resources> [in Ukrainian].
17. Halahan L. (2012). Spetsyfika informatsijno-analitychnykh system orhaniv derzhavnoi vlady v konteksti vprovadzhennia tekhnolohii elektronnoho uriaduvannia [The specifics of information and analytical systems of public authorities in the context of the introduction of e-government technology]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*. Kyiv, issue 133, 268–276 [in Ukrainian].