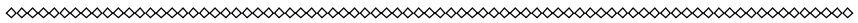


DOI 10.34132/pard2023.20.09

COMMUNICATION POLICY OF PUBLIC AUTHORITIES DURING THE WAR

Tetyana Lushahina, Candidate of Political Science, Senior Lecturer,
Department of Sociology and Political Science, Petro Mohyla Black Sea
National University, Mykolaiv, Ukraine.



Forming an effective communication policy of public authorities is the key to building a high level of trust among citizens towards their activities. During peacetime, this contributes to the economic development of the state and the formation of the capacity of united territorial communities. However, during the crisis and war in Ukraine, the communications policy of public authorities showed that approaches to communication with the public, businesses, and international partners need to be changed. In this context, internet communication, which can be implemented through social networks and various messengers, chatbots, and websites that allow for rapid response to events, mobilization of the population, and explanation of necessary instructions, is becoming increasingly important. However, along with the positive aspects, there are also significant risks, such as the spread of false, fake information, disinformation, and manipulation, which necessitates raising the level of qualification of public authorities in the field of effective communication with the public and media literacy. It is worth mentioning certain aspects, such as the ability to respond and be prepared for various crises and wars. Therefore, an essential aspect of forming effective communication is understanding crisis communication. Thus, the main goal of this research is to uncover the peculiarities of the communication policy of public authorities with the public and to demonstrate which communication policy tools are the most effective during crisis situations. The research concludes that important aspects of effective communication include feedback from citizens, which is manifested in real actions and assistance to the authorities in making effective decisions.

Key words: *communication policy, communication tools, war, community, trust, public authorities.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток інформаційно-комунікативних технологій показав, що їх застосування є необхідним в сфері публічної служби, не тільки для прямої комунікації з громадськістю, а і для створення позитивного образу органів публічної влади, що має забезпечити високий рівень довіри громадян. Ефективна комунікативна політика органів публічної влади із населенням є запорукою спроможності об'єднаної територіальної громади. Адже, створення спільного інформаційного простору, постійна комунікація з населенням, моніторинг громадської думки, проведення громадських слухань, дозволяє органом публічної влади розуміти потреби громад, відповідати на них шляхом надання якісних адміністративних послуг, отримати високий рівень довіри громадян до своєї діяльності, а також залучати громадян до прийняття рішень місцевого значення. Всі ці аспекти формують партнерські відносини в громаді між владою та населенням. Проте, під час війни, комунікативна політика в громадах та розвиток комунікативних інструментів набувають особливого значення, адже кризовий період суспільство особливо вразливе перед маніпуляціями, фейками, неправдивою інформацією, що може спричинити панічні настрої в громаді. Тому саме органи публічної влади мають стати підтримкою і основним джерелом інформації для населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Саме питання ефективної комунікації органів публічної влади з громадськістю стало новим напрямком наукових досліджень, особливо, що стосується кризових комунікацій, зокрема під час військових конфліктів. Особливості комунікативної політики державних службовців досліджують Г. Бондар, В. Волошин, Ю. Вороніна, Л. Ладонько, Н. Мірко, Н. Новікова, Н. Шотурма. Питання комунікативної політики як інструменту створення позитивного образу публічної служби розглядають Г. Кириченко, Л. Кочубей. А особливості здійснення комунікативної політики органів публічної влади із громадськістю під час воєнного стану та кризових ситуацій розкривають Ю. Богач, М. Волосюк, В. Ковпак, К. Таточенко.

Формулювання цілей статті (постановка завдання).

Отже, у цьому дослідженні пропонується визначити особливості комунікативної політики органів публічної влади із громадськістю та показати, які інструменти комунікативної політики є найбільш ефективними під час військового стану та криз.

Виклад основного матеріалу дослідження. В основі успішного розвитку будь якої громади лежить ефективна комунікативна політика органів публічної влади з активною громадськістю, бізнесом, громадськими організаціями тощо. Повномасштабне вторгнення росії на територію України стало черговим викликом для об'єднаних територіальних громад, які постраждали від окупаційного режиму, руйнування інфраструктури, масової міграції населення, знищенням робочих місць і т.д. Значною мірою саме від внутрішньої і зовнішньої комунікативної політики органів публічної влади залежить процес відбудови громад, які постраждали від російської агресії. Як зазначають М. Волосюк та Ю. Богач, «специфічна риса комунікаційної політики у нових умовах – це визначення спільних цінностей і надання можливості громадськості бути залученими до рішень, які вплинуть на їхнє життя» [17, с. 87].

Отже, для цього дослідження необхідно операціоналізувати основні поняття «комунікативна політика» та «кризові комунікації». Щодо поняття комунікативна політика, то тут досить дискусійна ситуація, адже процес комунікації між органами публічної влади з громадськістю часто ще визначають як «комунікаційна політика». Тому серед науковців існує перша дискусія щодо того, яке поняття є доцільнішим – комунікаційна політика чи комунікативна політика. Другий напрямок наукової полеміки пов'язаний із дефініцією зазначених понять.

Так, А. Баровська та І. Коваль зазначають, що необхідно розрізнити поняття «комунікаційний» та «комунікативний» за інтегральним принципом, що означає:

- комунікаційний – приналежність до визначення комунікації як системи засобів, ліній зв'язку; комунікативний – процес створення спільних смислів, комунікування з метою забезпечення участі;
- за лінгвістичною пасивністю-активністю станів дій, пов'язаних з комунікацією в другому значенні: дія, здійснювана

над комунікацією (пасив) створює непроцесуальну ознаку – комунікаційний процес; а активна дія, здійснювана за допомогою комунікації, у спосіб налагодження комунікації, здійснення комунікативних дій створює непроцесуальну ознаку – комунікативний процес [1, с. 153].

Тож, для цього дослідження буде використовуватися термін «комунікативний» як щодо політики, так і щодо інструментів. Оскільки в процесі дослідження основна увага приділятиметься саме якісній складовій процесу комунікації.

Отже, комунікативна політика органів публічної влади – це інструмент «взаємодії між владою й громадськістю, діяльністю, спрямованою на формування довіри до влади та підтримки реформаційного процесу, що відповідає принципам прозорості, відкритості й транспарентності» [14, с. 66].

М. Якимчук визначає комунікативну політику органів влади як «систему комунікативних дій органів публічної влади, урядовців, політиків, державних службовців з метою інформаційного впливу на формування сприятливої громадської думки та забезпечення необхідного рівня суспільної довіри й підтримки рішень та дій влади» [19, с. 28]. А Є. Павленко приходять до висновків, що комунікаційна політика органів влади «являє собою цілеспрямовану діяльність або бездіяльність органів державної влади та інших суб'єктів, залучених ними до комунікативного процесу, є орієнтованою на запобігання конкретним проблемам або подолання проблем, пов'язаних із діяльністю (повноваженнями) цих органів державної влади комунікативними засобами, на основі властивих їм функцій та структур» [12, с. 91].

З огляду на вищезазначені дефініції, можемо зробити висновок, що в основі комунікативної політики органів публічної влади є формування високого рівня довіри громадян до діяльності влади на різних її рівнях. Якщо ефективна комунікативна політика органів публічної влади в мирний час сприяє розвитку спроможності територіальних громад, то у військовий період саме високий рівень довіри громадян до органів публічної влади формує стабільність та є основою безпеки в громаді.

Процес комунікації між органами публічної влади і громадськістю під час війни відповідає класичному процесу комунікації, включаючи наступні компоненти:

- відправник-комунікатор (в залежності від ініціювання комунікаційного процесу ним можуть бути як органи державного управління різних гілок і рівнів влади, так і організації громадянського суспільства чи окремі громадяни);
- повідомлення (офіційна публічна інформація, усна або письмова, вербальна і невербальна);
- одержувач (суспільство в цілому, різні інститути громадянського суспільства, окремі громадяни);
- канали передачі/поширення повідомлень (міжособистісні, інституційні, масові; формальні, неформальні);
- канали зворотного зв'язку (прохання, звернення громадян, різні форми громадянської участі тощо);
- процес кодування-декодування інформації (підготовка інформаційних повідомлень, їхня адекватна інтерпретація аудиторією тощо);
- різного роду комунікаційні перешкоди (технічні, семантичні, психологічні, невербальні, соціокультурні) [11].

Як ми зазначали у попередніх дослідженнях, комунікативний процес у об'єднаних територіальних громадах може здійснюватися на чотирьох рівнях – інформування, консультації, діалог і партнерство [20, с. 454]. Для об'єднаних територіальних громад велике значення має налагоджена система інформування від органів місцевого самоврядування про рішення, які приймаються в громаді, про події які мають відбуватися тощо. З цього приводу Н. Шотурма зазначає, що головними завданнями інформаційної системи місцевого самоврядування в робочому режимі функціонування є:

- забезпечення представницької та управлінської діяльності сільської, селищної, міської ради;
- забезпечення управлінської діяльності голови та виконавчих органів місцевого самоврядування;
- забезпечення інформаційної взаємодії влади та громади;
- забезпечення інформатизації органів місцевого самоврядування [15].

Зазначені аспекти функціонування інформаційної системи як органів місцевого самоврядування, так органів публічної влади в цілому, залежать від низки зовнішніх та внутрішніх чинників, що формують здатність проведення ефективної комунікативної політики в державі. Зовнішні чинники, що впливають на ефективність комунікативної політики органів публічної влади, пов'язані із загальними аспектами діяльності публічної служби, починаючи від економічних ресурсів, закінчуючи гарними відносинами із мас-медіа (рис. 1).

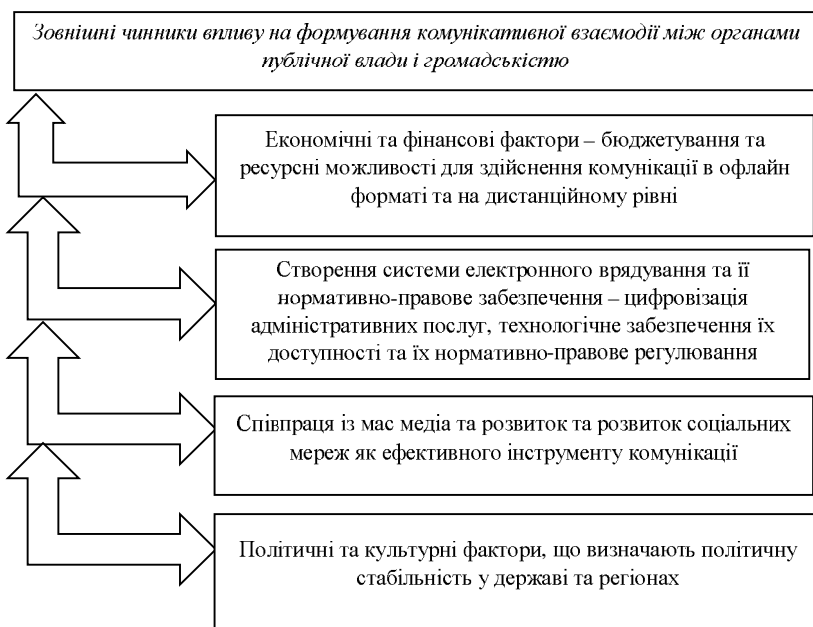


Рис. 1. Зовнішні чинники впливу на комунікативну політику органів публічної служби

Джерело: авторська розробка.

Джаїн Прадіп Кумар наводить приклад внутрішніх загальних чинників впливу на рівень комунікативної взаємодії органів публічного управління, зокрема:

- моральні цінності влади;

- прозорість й відкритість діяльності органів публічного управління;
- задоволеність населення послугами, що надаються;
- використання інформаційно-комунікаційних технологій;
- наявність комунікативної стратегії;
- участь громадян та наявність громадських ініціатив;
- застосування сучасних форм і засобів комунікації, у тому числі соціальних мереж;
- наявність навчальних програм для громадян у сфері використання інформаційно-комунікаційних технологій [4, с. 49].

Проте, процес інформування населення під час воєнного стану та кризових ситуацій набуває дещо інших рис і характеристик. Так, пандемія Covid-19 перенесла більшість сфер діяльності у дистанційний формат, а повномасштабне вторгнення росії на територію України показало важливість безперервної комунікації між владою та населенням, особливо, що стосується окупованих територій. Адже, як зазначають В. Ковпак та К. Таточенко, з 24 лютого 2022 року по-новому постали «великі можливості та значущість соціальних комунікацій, адже тимчасово окуповані території опинилися в «інформаційному вакуумі», коли відсутність телефонного зв'язку, інтернет-комунікації, відсутність національних засобів масової інформації (через знищення телевеж, закриття газет, «заглушки» радіо) породжувало деструктивні «інформаційні капсули» (коли в місяця скупчення людей – черги за водою, гуманітарними наборами – впроваджувалися окупаційними силами колаборанти як поширювачі дезінформації щодо так званої повної окупації України, нібито агресії української влади до людей, які перебували в полоні чи окупації тощо)» [9, с. 211-212].

Одним із важливих аспектів комунікації органів публічної влади з громадськістю під час кризових ситуацій є наявність кризової комунікативної стратегії, що включає в себе план реагування на кризову ситуацію, основні канали комунікації, групи реагування і т.д.

Як зазначає Л. Кочубей, кризові комунікації — не тільки реакція на кризові ситуації, вони починаються з підготовки до кризових комунікацій і закінчуються аналізом того, що було зроблено.

Державні установи гарантують, що оприлюднена громадськості інформація містить огляд ситуації та вказівки щодо поведінки, а державні інституції мають забезпечити безперервний потік інформації, аж поки ситуація не буде вирішена [7, с.156]. Ефективна комунікація органів публічної влади з громадськістю під час кризових ситуацій, дає можливість громадянам відчути себе перш за все захищеними, активними учасниками у житті своєї громади, а отже, і своєї держави.

Оскільки кризова ситуація – це завжди серія швидких несподіваних подій, що здаються абсолютно неконтрольованим і мають невідомий результат, тому важливо мати план реагування на кризу. Основою будь-яких кризових комунікацій є попередня підготовка до ймовірних і навіть найменш імовірних кризових ситуацій. Така підготовка передбачає аналіз і оцінку ситуації щодо можливості виникнення кризи в певному регіоні при певних умовах. Не завжди на кризову ситуацію необхідно відразу реагувати, інформувати суспільство, оскільки в певних випадках інформування про подію може викликати більше ризиків, ніж сама криза.

Саме в цьому контексті провідну роль відіграють соціальні мережі як найефективніший і найшвидший канал для прямої комунікації влади та громади. У цілому, сучасні комунікаційні технології дозволяють створювати різні формати прямого спілкування між владою та громадою, а також інформування населення. До основних інтернет каналів комунікації можемо віднести:

- інформаційні портали та сайти, що містять інформацію про діяльність органів влади, законодавчу базу, статистичні дані тощо;
- соціальні мережі, тобто, це такі платформи, які надають можливість швидко та ефективно зв'язатися з громадами, відповісти на запитання, надати необхідну інформацію;
- засоби масової інформації як канал комунікації із широкими верствами населення про діяльність публічної влади чи пояснення якоїсь важливої інформації;
- мобільні застосунки як ефективна платформа передачі необхідної основної інформації для населення, наприклад, розклад руху транспорту, графік відключення електроенергії, графік роботи критичної інфраструктури тощо.

Як показують дослідження, значна частина українців за період воєнного стану, отримує інформацію із соціальних мереж та менеджерів. Так, громадська організація «Детектор медіа» провела дослідження щодо індексу медіаграмотності серед українців за 2020-2022 роки. Згідно даного дослідження цікавим є питання «Звідки громадяни отримують інформацію про суспільно-політичне життя?». За даними цього дослідження у порівнянні з 2020 роком, у 2022 році кількість споживачів суспільно-політичного контенту саме у месенджерах зросла в 2,5 рази, тобто від 19 % до 49 %. Аудиторія соціальних медіа зросла з 50 % до 61 %. Чисельність українців, які користуються інформаційним інтернет-ресурсами також збільшилася з 24% до 32 %. А національний телемарафон «Єдині новини» дивляться 41 % українців [5].

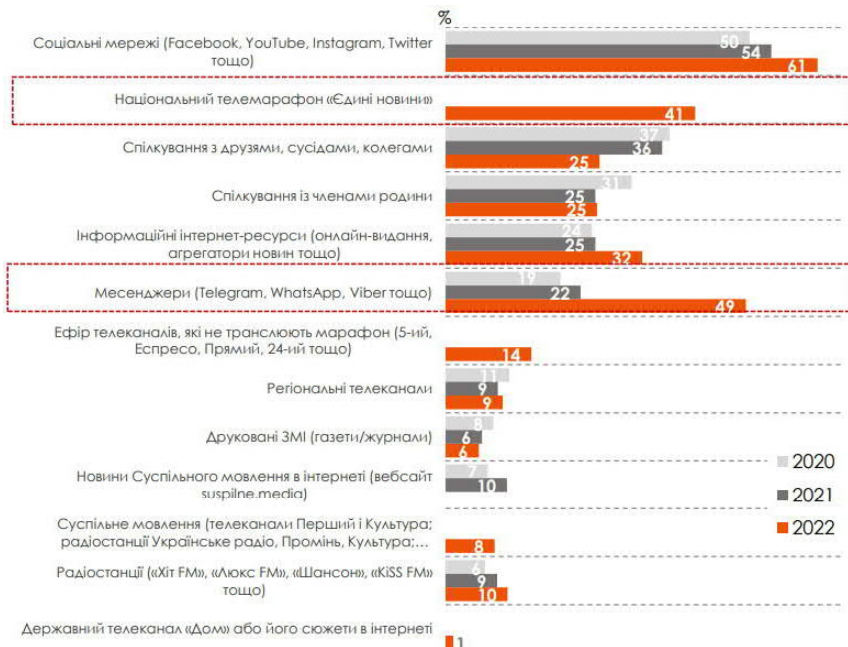


Рис. 2. Джерела інформації про суспільно-політичне життя.
Джерело: [5].

Як бачимо з вищезазначених даних, під час військового стану значний відсоток українців надає перевагу саме соціальним мережам, месенджерам та національному телемарафону «Єдині новини» в отриманні будь-якої соціально-політичної інформації. З огляду на вищезазначене, можемо зробити висновок, що найкращим інструментом комунікації між громадою та органами публічної влади під час військового стану є соціальні мережі та месенджери.

Також за результатами зазначеного дослідження бачимо, що за 2022 рік значно збільшилася відсоток населення, які довіряють саме органам публічної влади як першоджерелу інформації. Найбільше українці довіряють інтерв'ю з очевидцем подій (55 %), посиланням на українські органи влади (43 %) та офіційним повідомленням на Інтернет-ресурсах урядових інституцій (29 %) [5] (рис. 3).



Рис. 3. Надійні джерела інформації.

Джерело: [5].

Як зазначають деякі науковці, основною метою використання інформаційних технологій у державному управлінні є підвищення ефективності механізмів даного управління на основі створення загальної інформаційно-технологічної інфраструктури, що включає державні інформаційні системи, ресурси та засоби, що забезпечують їх функціонування, взаємодію між собою, населенням і організаціями в рамках надання державних послуг [6, с. 64].

Комунікація з громадськістю через соціальні медіа в громадах має включати наступні етапи:

- оновлення інформації про саму подію та контактні дані;
- формування ключових цитат відповідальних осіб для підтримки громадян;
- створення візуальних якорів для чіткого емоційного сприйняття інформації;
- поширення повідомлення про інформаційні ресурси, з яких громадяни можуть дізнатися всю необхідну інформацію;
- висловлення співчуття людям, які постраждали під час кризи.;
- здійснювати постійну комунікацію та уникати інформаційного вакууму.

Комунікація органів публічної влади під час кризових ситуацій та військового стану повинна мати декілька напрямків:

- перший напрямок – внутрішній – це всередині держави і кожної громади;
- другий напрямок – зовнішній – орієнтований на закордонних партнерів, які сприяють вирішенню багатьох питань щодо підтримки України у війні;
- третій напрямок – безпосередньо робота всередині структури публічної влади, психологічна підтримка публічних службовців, створення оптимістичного настрою для роботи та мотивації до ефективної діяльності незважаючи на складні умови.

Щодо першого напрямку, то тут доцільно згадати комунікацію голів ОТГ з громадою через месенджери, телеграм канали чи Фейсбук-сторінки, що сприяло швидкій мобілізації населення для вирішення нагальних питань. Якщо розглядати комунікацію загалом, всередині держави, то тут також важливим інформаційними

каналами були відеозвернення очільників держави та розміщення всієї необхідної інформації на офіційних порталах та веб-сторінках державних інституцій.

Окремим надважливим комунікаційний інструментом під час війни виступила цифрова платформа «Дія» – онлайн-сервіс державних послуг, що дозволив людям, які постраждали від війни, отримувати онлайн адміністративні послуги на високому якісному рівні.

У зовнішньополітичному напрямку комунікативна політика органів публічної влади має бути спрямована на формування позитивного образу не тільки владних інститутів, а й держави в цілому. Як зазначає Л. Кочубей, що «безпосередньо органи влади як ніхто інший мають гідно представляти країну на міжнародній арені, аби сформувати правильну репутацію. У кризовий період, увага ЗМІ до органів влади посилюється. Будь-які кризові ситуації влада повинна прогнозувати та готувати антикризову стратегію для своєчасного реагування. Без сумніву, криза провокує напружену ситуацію серед населення та політичну нестабільність, а також впливає на рівень довіри до державних органів» [7, с. 155-156].

Так, під час російсько-української війни зовнішньополітична комунікація органів публічної влади має декілька напрямків:

- військова політика – отримання безпосередньої військової підтримки від партнерів у вигляді озброєння та тактичних навчань, які сприяють підготовці військовослужбовців та підрозділів до ведення бою;

- дипломатична політика – зустрічі та переговори на вищому рівні, використання дипломатичних каналів зв'язку, а також використання міжнародних організацій для впливу на військові події та створення нового пакету санкцій проти країни-терориста;

- культурна політика – для розвінчування історичних міфів, штучно створених попередніми режимами; підвищити свідомість населення про культуру та історію не тільки своєї країни, а й безпосередньо громади з якою себе ідентифікує громадян; підтримка європейської ідентичності та європейських цінностей;

- боротьба проти пропаганди у інформаційній війні – комунікативна політика органів публічної влади може бути

спрямована проти пропаганди та маніпуляцій, що виникають під час інформаційної війни для визначення образу країни в міжнародному середовищі;

– гуманітарна допомога та розвиток – комунікативна політика у цій сфері орієнтована на підтримку населення під час військового стану шляхом надання прихистку біженцям, фінансової допомоги, медичного забезпечення тощо.

Третій напрямок комунікаційної політики застосовуються безпосередньо для налагодження ефективної роботи самої структури публічної служби під час кризових ситуацій. Метою таких внутрішніх комунікацій є визначення психологічного стану публічних службовців та координація їх роботи, щоб не допустити кризи всередині структури. Основним інструментом, що забезпечує ефективну комунікацію всередині публічної служби є кризові регламенти, що мають на меті полегшити діяльність публічних службовців під час кризових ситуацій, оптимізувати всі необхідні процеси, координувати всі заходи та зменшити витрати часу на прийняття рішень і оприлюднення необхідної інформації. Успішність проведення таких регламентів має забезпечуватися навчальними процесами, що передбачають участь публічних службовців у різного роду тренінгах та психологічних консультаціях. Так, за ініціативи Національного агентства України з питань державної служби (НАДС), Міністерства цифрової трансформації, національного проекту Дія.Цифрова освіта за підтримки Програми розвитку ООН (ПРООН) в Україні, за фінансування урядів Данії та Німеччини на платформі «Дія. Цифрова Освіта» розміщені навчальні освітні серіали для публічних службовців щодо кризових комунікацій в управлінні персоналом; онлайн курси щодо кризових комунікацій та міжнародного гуманітарного права і забезпечення міжнародних стандартів прав людини під час війни [3].

Комунікація органів публічної влади на рівні об'єднаних територіальних громад має бути орієнтована на співпрацю з громадськістю, бізнесом, громадськими та волонтерськими організаціями, внутрішньо переміщеними особами. Адже, як зауважує О. Плахова, «кризова комунікація означає взаємодію комунікантів, що є рівноправними носіями певних сенсів, між

якими встановлюються суб'єкт-суб'єктні відносини. Така взаємодія – це не просто процес прийняття або неприйняття умов, що пропонуються іншою стороною. Мова йде про взаємовплив інтересів та потреб сторін. В результаті такої взаємодії формується адаптаційний потенціал комунікантів, що дає можливість прогнозувати, виявляти, оцінювати природні, економічні, політичні та інші ризики, формувати адекватну комунікаційну політику з метою вирішення наявних проблем. Тому зростання адаптаційного потенціалу учасників взаємодії можна розглядати як основний критерій якості та ефективності стратегії кризової комунікації» [13, с. 35].

Основні принципи кризових комунікацій під час війни включають:

1. Швидкість, точність, лаконічність – органи публічної влади зобов'язані надавати оперативну та точну інформацію про події, що відбуваються на полі бою, стан національної безпеки та інші важливі питання. При цьому уникати складної термінології, канцеляризмів, зайвого пафосу та недоречних емоцій. Надання недостовірної інформації може призвести до погіршення ситуації та зменшення довіри до органів публічної влади.

2. Управління інформацією – органи публічної влади повинні відслідковувати та контролювати потік інформації, що надходить до громадськості та ретельно обирати способи, канали її розповсюдження. Інформація має бути персоналізованою, щоб кожен член громади відчув особливе ставлення до себе, власну цінність та емоційний зв'язок із своєю громадою. Але, якщо інформація може створити панічні настрої чи загострити конфлікт, то вона повинна бути надана з обережністю.

3. Підготовленість – органи публічної влади повинні мати розроблені плани дій в разі кризових ситуацій, включаючи плани комунікацій з громадськістю та засобами масової інформації, що може допомогти забезпечити швидку та ефективну реакцію на кризову ситуацію. В основі такої комунікативної політики в громадах має бути розроблений план кризових комунікацій (рис. 4).

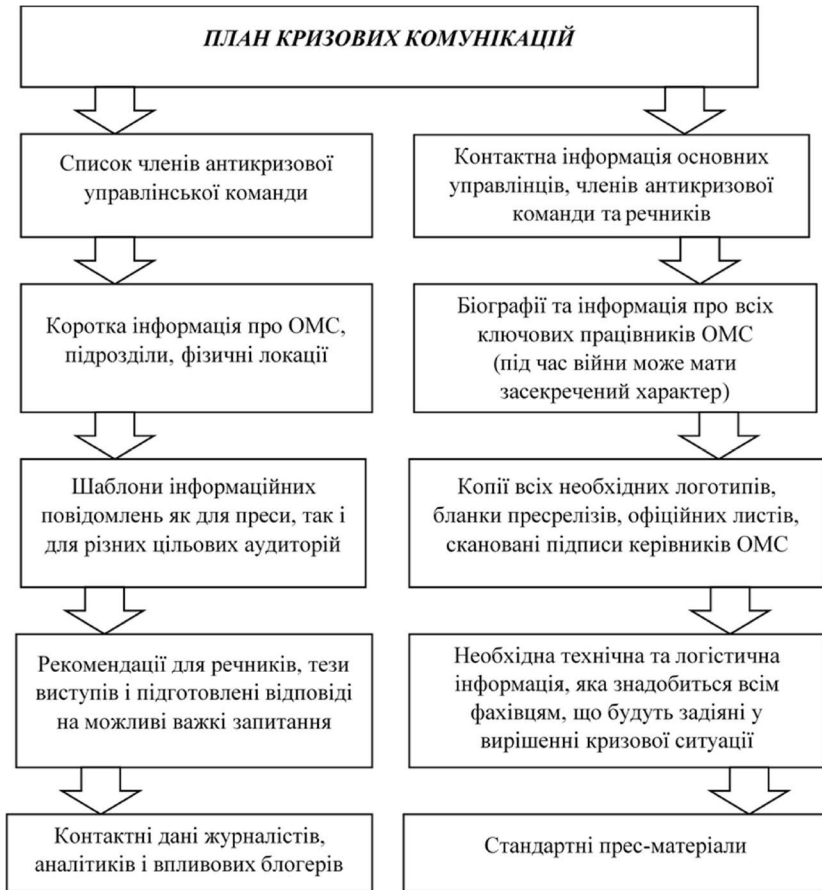


Рис. 3. План кризових комунікацій в громадах.
Джерело: [8].

1. Відкритість для медіа – органи публічної влади повинні співпрацювати зі засобами масової інформації, щоб забезпечити подання швидкої та точної інформації про події, що відбуваються чи мають відбутися. Така співпраця має здійснюватися згідно наступних принципів:

- повнота швидкість правдивість інформації – при співпраці

із засобами масової інформації необхідно подавати інформацію повно та правдиво, не можна замовчувати факти, що можуть стати відомими і тоді органи публічної влади втратять довіру ЗМІ;

– доступність інформації для медіа – у цьому випадку необхідно призначити доповідача який постійно буде комунікувати зі ЗМІ, оскільки якщо медіа не отримують необхідну інформацію від відповідного органу публічної влади, вони знайдуть її в іншому місці. Це може негативно вплинути на довіру громадян до органів публічної влади. Тому основні меседжі необхідно надсилати раніше, ніж утворюється «новинна діра»;

– канали комунікації зі ЗМІ – для ефективної кризової комунікації необхідно спілкуватися не лише письмовими повідомленнями (прес-релізи, електронні листи тощо), а й організувати прес-конференції та брифінги для безпосереднього спілкування із журналістами, надання відповідей на гострі питання.

Війна в Україні показала, що пряма комунікація органів публічної влади з громадськістю може швидко мобілізувати населення для виконання необхідних завдань щодо організації безпекового середовища в громадах, гуманітарної чи волонтерської допомоги. Ефективність такого комунікативного процесу вимірюється не кількістю відеозвернень, розсилкою прес-релізів, організованих брифінгів чи прес-конференцій. Ефективність комунікації під час кризових ситуацій вимірюється здатністю населення давати зворотній зв'язок: зорганізуватися в громадський актив, допомагати владі приймати важливі рішення і нести відповідальність за них. Як приклад, під час війни в Україні громадяни не тільки створили громадські організації різного спрямування (від медичного забезпечення до соціальної підтримки), а й здійснюють волонтерські акції, підтримують збройні сили України за допомогою донатів інших видів матеріальної допомоги, допомагають внутрішньо переміщеним особам та ін. Як зазначає Н. Шотурма, що «пряма взаємозалежність відкритості влади й довіри до неї є вагомим причиною для того, щоб приділяти постійну увагу комунікативному складникові в діяльності місцевої влади» [14, с. 94].

Отже, комунікаційна політика органів публічної влади включає в себе комплекс дій та заходів що спрямовані на встановлення ефективних зв'язків між органами влади та громадою. Основне

роду месенджерів, чат-ботів, веб-сайтів, що дозволяють швидко реагувати на події, мобілізувати населення, пояснити необхідні інструкції. Проте, разом з позитивними аспектами є і великі ризики. Зокрема, поширення неправдивої, фейкової інформації, дезінформації, маніпулювання, що зумовлює необхідність підвищення рівня кваліфікації органів публічної влади у сфері ефективних комунікацій з громадськістю та медіаграмотності. Окремим аспектам тут варто назвати вміння реагувати і бути готовим до різного роду криз та війни. Тому надважливим моментом формування ефективної комунікації є розуміння кризових комунікацій. Отже, основна мета цього дослідження – розкрити особливості комунікативної політики органів публічної влади з громадськістю та показати, які інструменти комунікативної політики найбільш ефективні під час кризових ситуацій. У результаті дослідження зроблено висновки, що важливими аспектами ефективної комунікації є зворотній зв'язок від громадян, який проявляється в реальних діях та допомозі владі приймати ефективні рішення.

Ключові слова: комунікаційна політика, комунікаційні інструменти, війна, громада, довіра, публічна влада.

Received: 19.02.23

References

1. Barovska, A., Koval, I. (2016). Komunikatyvnyi i komunikatsiyni: obsiah ta mezhi poniat. [Communicative and communicational: extension and limits of notions]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Current issues of humanitarian science*, 15, 145-155. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2016_15_19 [in Ukrainian].
2. Bondar, H.L. (2015). *Komunikatyvna polityka v diialnosti derzhavnoho sluzhbovtsia* [Communicative policy in the activity of a civil servant]. Mykolaiiv: Vyd-vo ChDU im. Petra Mohyly [in Ukrainian].
3. Diia. Tsyfrova Osvita: Natsionalna onlain-platforma dlia rozvytku tsyfrovoi hramotnosti. Retrieved from <https://osvita.diia.gov.ua/> [in Ukrainian].
4. Dzhain Pradip Kumar (2022). Obgruntuvannia chynnykiv vplyvu na riven komunikatyvnoi vzaiemodii orhaniv publicznego upravlinnia

[Justification of the influence factors on the level of communicative interaction of public administration bodies]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriya: Publichne upravlinnia ta administruvannia* - Taurian Scientific Bulletin. Series: Public management and administration, № 3. Retrieved from <https://doi.org/10.32851/tvn-pub.2022.3.6> [in Ukrainian].

5. Indeks mediahramotnosti ukraintsiv: 2020-2022. Zvit na osnovi danykh kilkisnoho doslidzhennia, zdiisnenoho doslidnytskoiu ahentsiieiu «New Image Marketing Group», sklala spivrobotnytsia Instytutu sotsiologii NAN Ukrainy Marta Naumova. HO «DETEKTOR MEDIA» [Media literacy index of Ukrainians: 2020-2022. A report based on quantitative research data, carried out by the New Image Marketing Group research agency, was compiled by Marta Naumova, an employee of the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine. GO «MEDIA DETECTOR»]. *detector.media*. Retrieved from https://detector.media/doc/images/news/58855/ua_report_medialiterasy_index-dm_20-21-22_final.

6. Karetna, O., Myloserdna, I. & Ihnatieva, I. (2020). Rol ta osoblyvosti informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii u vzaiemodii orhaniv derzhavnoi vlady z hromadianskym suspilstvom [The role and features of information and communication technologies interaction of public authorities with civil society]. *Politikus*, 5. [in Ukrainian].

7. Kochubei, L. (2020). Mediareputatsiia orhaniv derzhavnoi vlady v Ukraini: antykryzovi instrumentarii [Government authorities media-reputation in Ukraine: anti-crisis tools]. *Ukrainskyi informatsiinyi prostr* – Ukrainian Information Space, 2(6). Retrieved from [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(6\).2020.219845](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(6).2020.219845) [in Ukrainian].

8. Konyk, D. (2020) Dovira hromady: kryzovi komunikatsii orhaniv mistsevoho samovriaduvannia [Community trust: crisis communications of local self-government bodies]. Kyiv: PROMIS [in Ukrainian].

9. Kovpak, V. & Tatochenko, K. (2022). Ofitsiini chat-boty telegram, viber yak zasoby publichnykh kryzovykh komunikatsii [Official chatbots telegram, viber as a means of Public crisis communication]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriya Filolohiia. Sotsialni komunikatsii* – Scholarly notes of V. I. Vernadsky Tavri National University. Philology series. Social communications, 33 (72) [in Ukrainian].

10. Kyrychenko, H. (2019). Informatsiino-komunikatsiini mekhanizmy yak innovatsii v systemi formuvannia pozytyvnoho imidzhu orhaniv derzhavnoi vlady [Information and communication mechanisms as innovation in the system of formation positive image of government authorities]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriya:*

Derzhavne upravlinnia -Academic notes of V. I. Vernadsky Tavri National University. Series: Public administration, 30 (69), 6 [in Ukrainian].

11. Ladonko, L., Novikova, N. & Mirko, N. (2020). Osnovni aspekty komunikatsiinoi vzaiemodii orhaniv derzhavnoi vlady z hromadskistiu [Main aspects of communication interaction of state authorities with the public]. Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok – Public administration: improvement and development, 4. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2020_4_3 [in Ukrainian].

12. Pavlenko, Ye. (2019). Derzhavna komunikatyvna polityka ta komunikatyvna polityka orhaniv derzhavnoi vlady: spivvidnoshennia poniat [Public communication policy and communication policy of public authorities: relationship of concepts]. Teoriia ta praktyka derzhavnogo upravlinnia – Theory and practice of public administration, 3(66) [in Ukrainian].

13. Plakhova, O. (2023). Kryzova komunikatsiia v sotsialnii roboti v umovakh viiny [Crisis communication in social work during the war]. Socioprostir: mizhdystsyplinaryni elektronnyi zbirnyk naukovykh prats z sotsiologii ta sotsialnoi roboty – Socioprostir: the Interdisciplinary Online Collection of Scientific Works on Sociology and Social Work», 12, 33-39. Retrieved from <https://doi.org/10.26565/2218-2470-2022-12-04> [in Ukrainian].

14. Shoturma, N.V. (2016). Komunikatyvna polityka orhaniv mistsevoho samovriaduvannia (na prykladi Ukrainy ta Respubliky Polshcha) [Communication policy of local authorities (on the example of Ukraine and the Republic of Poland)]. Candidate's thesis. Ivano-Frankivsk: DVNZ «Prykarpatskyi natsionalnyi universytet imeni Vasylia Stefanyka» [in Ukrainian].

15. Shoturma, N.V. (2021). Osoblyvosti zabezpechennia komunikatyvnoi polityky orhaniv mistsevoho samovriaduvannia [Peculiarities of providing communicative policy of local government bodies]. Rehionalni studii – Regional studios, 26. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/regst_2021_26_8 [in Ukrainian].

16. Voloshyn, V. (2017). Udoskonalennia mekhanizmiv derzhavnogo upravlinnia informatsiino-komunikatsiinoiu diialnistiu orhaniv publichnoi vlady [Improving the mechanisms of state management of information and communication activities of public authorities]. Candidate's thesis. Khmelnytskyi: Khmelnytskyi universytet upravlinnia ta prava [in Ukrainian].

17. Volosiuk, M. & Bohach, Yu. (2022). Lokalna komunikatsiina polityka v umovakh voiennoho stanu ta pisliavoiennoi vidbudovy [Local communication policy in the conditions of martial law and post-war reconstruction.]. Materialy dopovidei Vseukrainskoi nauково-praktychnoi konferentsii z mizhnarodnoiu uchastiu: Aktualni problemy menedzhmentu ta publichnoho upravlinnia v

umovakh viiny ta pislivoiennoi vidbudovy Ukrainy – Materials of reports of the All-Ukrainian scientific and practical conference with international participation: Actual problems of management and public administration in the conditions of war and post-war reconstruction of Ukraine. Ternopil: Zakhidnoukrainskyi natsionalnyi universytet [in Ukrainian].

18. Voronina, Yu. (2018). Komunikatyvna polityka v systemi publichnoho upravlinnia [Communicative policy in the public administration system]. Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia – Scientific view: economics and management, № 3(61) [in Ukrainian].

19. Yakymchuk, M. (2021). Zakonodavche rehuliuвання komunikatyvnoi polityky v Ukraini [Legislative regulation of communication policy in Ukraine.]. Sotsiologhiia prava – Sociology of law, 3-4, 38–39 [in Ukrainian].

20. Yevtushenko, O., Lushahina, T., Soloviova, A. & Suslov, M. (2022). The communication capacity index of united territorial communities in the context of Ukraine's European integration policy. Viešoji politika ir administravimas, 21(4), 120-134 [in English].

Відомості про автора / Information about the Author

Лушагіна Тетяна Вікторівна: Чорноморський національний університет імені Петра Могили: вул. 68 десантників 10, м. Миколаїв, 54003, Україна.

Tetyana Lushahina: Petro Mohyla Black Sea National University: 68 Desantnykiv str. 10, Mykolaiv, 54003, Ukraine.

ORCID.ORG./ 0000-0001-8599-2923

E-mail: t.lushagina@gmail.com