

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Кафедра публічного управління, адміністрування та права

Кваліфікаційна робота

на тему: **«ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНУ
ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ»**

Виконав:

студент академічної групи 201м – ДС
освітньо-професійної програми
«Публічне управління та адміністрування»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 281

«Публічне управління та адміністрування»

_____ М.В.Гніденко

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

_____ А.О.Глебова

Полтава – 2021 рік

Бібліографічний опис та анотація кваліфікаційної роботи

Бібліографічний опис: Гніденко Микола Вікторович. Формування комунікаційної політики органу державної влади в умовах пандемії: причини, наслідки та шляхи протидії. Спеціальність: 281 «Публічне управління та адміністрування». Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права. Кафедра публічного управління, адміністрування та права. Науковий керівник: Глебова Алла Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент. Полтава. 2021 рік.

Зміст роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Анотація. У роботі розглянуті теоретико-концептуальні засади формування комунікаційної політики органу державної влади в умовах пандемії; розглянуто процес комунікаційної політики органів державної влади та самоврядування; визначено особливості формування та реалізації комунікаційної політики органів державної влади та самоврядування в умовах пандемії COVID – 19; проведено аналіз нормативно-правового забезпечення комунікаційного процесу органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії; охарактеризовано комунікаційну політику органу державної влади та самоврядування (на прикладі Полтавської обласної ради); здійснено аналіз реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами; запропоновано удосконалення комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах розвитку кризових комунікацій; запропоновано розвиток комунікаційних навичок і знань працівників органів державної влади в умовах пандемії.

Ключові слова: комунікація, комунікаційний процес, комунікаційна політика, стратегічні комунікації, кризові комунікації, цільова аудиторія, стейкхолдери, ефективне спілкування, інфодемія, дезінформація, фейки, інформаційно-комунікаційний простір.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	9
1.1. Сутність та значення комунікаційної політики органів державної влади в умовах пандемії COVID-19.....	9
1.2. Процес комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування: етапи та їх характеристика.....	18
1.3. Особливості формування та реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії COVID – 19.....	27
Висновок до розділу 1.....	41
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	43
2.1. Аналіз нормативно-правового забезпечення комунікаційного процесу органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії	43
2.2. Характеристика комунікаційної політики органу державної влади та самоврядування (на прикладі Полтавської обласної ради).....	55
2.3 Аналіз практики реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами	67
Висновок до розділу 2.....	77

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ	78
3.1. Удосконалення комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування на основі розвитку кризових комунікацій.....	78
3.2. Розвиток навичок і знань працівників органів державної влади та місцевого самоврядування щодо підготовки виходу із кризових ситуацій	88
Висновок до розділу 3.....	96
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101

ВСТУП

Сьогодення характеризується великою увагою багатьох урядів держав світу до комунікативної діяльності суб'єктів державного управління, оскільки завдяки цьому вирішується низка завдань щодо побудови взаємовідносин держави з суспільством. Оскільки бурхливий розвиток цифрових технологій обумовив необхідність формування нових підходів, методів та інструментів у практиці державних органів та установ, органів місцевого самоврядування. Адже комунікаційна діяльність дозволяє державним органам реалізувати свої функції та повноваження, а державному службовцю будувати міцні соціальні зв'язки.

Розвиток сучасного суспільства неможливий без інформаційного простору, що передбачає використання великого масиву інформації, яка дозволяє не тільки приймати управлінські рішення, але і забезпечувати комфортність життя, підвищувати рівень прозорості влади, розширювати ринки, створювати нові робочі місця, створювати нові можливості для розвитку громад. І саме головне, прискорення темпів обміну інформацією дозволяє створювати передумови для інновацій. Тому сьогодні інформаційний простір пов'язаний із такими поняттями як «Інтернет речей», «блокчейн», «електронне урядування», «Big data» тощо.

У зв'язку з цим виникає необхідність у дослідженні комунікаційної політики держави, яка формує механізм що переводить індивідуальний процес передавання і сприйняття інформації в соціально значущий процес персональної та масової дії. Адже, комунікаційна політика держави передбачає формування ефективних механізмів взаємодії між органами державної влади, місцевого самоврядування, громадянами, засобами масової комунікації, бізнесом. Це одна із самих складних видів державної політики, адже вона є основою всіх комунікаційних процесів у державі. Саме від неї буде залежати ефективність державного управління в цілому, адже вона передбачає врегулювання як рутинної (щоденної) діяльності державних службовців, так і зовнішніх та внутрішніх комунікацій. Нині комунікаційну політику як держави, так і органів

державної влади розглядають у двох площинах: публічному просторі та інформаційному. Адже, публічний простір неможливий без спілкування, взаємодії, а інформаційний – даних, які потребують збереження, обробки та систематизації. Адже комунікації є невід’ємним елементом публічного управління. Тому, в умовах реформування державного управління та поширення процесів децентралізації, формування суспільних інститутів виникає необхідність дослідження комунікаційної політики органів державної влади, яка відіграє стратегічну роль для її розвитку та функціонування.

Комунікаційна політика дозволяє не тільки забезпечувати громадян інформацією, залучати громадян до вирішення нагальних проблем, але і сприяє розвитку громадянського суспільства. Вона набуває особливого значення як для органів державної влади, так і громадянських інституцій. Тому, тема дослідження є актуальною і потребує подальших досліджень. Значний внесок у дослідження теоретичних та практичних аспектів комунікацій у державному управлінні зробили науковці та практики, а саме: Т.Василевська, В.Воронкова, Н.Грицяк, Н.Гудима, О.Дмитренко, А.Кохан В.Карлова, Л.Климанська, В.Козаков, В.Королько, В.Куйбіда, М.Логунова, Т.Пахомова, І.Пантелейчук, О.Петроє, Г.Почепцов, В.Різун, Є.Романенко, А.Савков, Г.Ситник тощо.

Метою кваліфікаційної роботи є узагальнення теоретичних аспектів та внесення авторських пропозицій щодо вдосконалення комунікаційної політики органів державної влади в умовах пандемії.

Об’єктом дослідження є процес управління комунікаційною політикою органів державної влади.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти процесу управління комунікаційною політикою органів державної влади.

Для досягнення зазначеної мети у роботі будуть виконані такі завдання: дослідити:

розглянути сутність та значення комунікаційної політики органів державної влади в умовах пандемії COVID-19;

досліджено процес комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування: етапи та їх характеристика;

визначено особливості формування та реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії COVID – 19;

проведено аналіз нормативно-правового забезпечення комунікаційного процесу органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії;

охарактеризовано комунікаційну політику органу державної влади та самоврядування (на прикладі Полтавської обласної ради);

здійснено аналіз практики реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами;

удосконалено комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування на основі розвитку кризових комунікацій;

запропоновано розвиток навичок і знань працівників органів державної влади та місцевого самоврядування щодо підготовки виходу із кризових ситуацій.

У процесі дослідження використовувалися такі методи: теоретичного узагальнення; класифікації; аналізу та синтезу; графічні тощо.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є законодавча база України, літературні джерела вітчизняних та зарубіжних авторів з питань комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування, періодичні видання. Результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані для удосконалення процесу комунікації органів державної влади та місцевого самоврядування.

Кваліфікаційна робота включає вступ, 3 розділи, висновки, список використаних джерел. Обсяг роботи – 114 сторінок. Містить 18 таблиць, 26 рисунків, список використаних джерел – 60 найменувань, додаток.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

1.1. Сутність та значення комунікаційної політики органів державної влади в умовах пандемії COVID-19

На даному етапі розвитку громадянського суспільства комунікації відіграють стратегічну роль і є об'єктом дослідження багатьох галузей наук, але у публічному управлінні їм не приділялося великої уваги. Однак, в умовах розбудови громадянського суспільства саме комунікації забезпечують взаємодію, партнерство та подальший розвиток суспільства. Однак, в умовах сьогодення в Україні відсутня єдина, сформована, затверджена комунікаційна політика для органів державної влади, що призводить до того, що у суспільстві поширюється велика кількість фейків, пропаганди і державі складно досягати поставлених цілей. Політики цю недосконалість використовують як інструмент для досягнення власних цілей, а громадськість не розуміючи, що відбувається, не прагне забезпечувати ефективну взаємодію з органами державної влади. Це потім проявляється у не бажанні підтримувати громадські ініціативи, надавати інформацію, співпрацювати, розвивати свою громаду. Відповідно втрачається зворотній зв'язок між суспільством і державою.

Встановлення зворотного зв'язку з громадськістю, публічного діалогу, партнерських стосунків органів влади та інститутів громадянського суспільства, підвищення ефективності механізму залучення громадськості до розроблення та реалізації державної політики, налагодження системності у здійсненні політичних комунікацій – це першочергові завдання, від вирішення яких буде залежати їх майбутнє та майбутнє нашої держави. Аналіз наукових доробків та документів

нормативно-правового характеру дозволив встановити, що в Україні на законодавчому рівні відсутнє поняття «комунікаційна політика органів державної влади» як і «державна комунікаційна політика».

У 2010 році було прийнято розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» від 13 січня 2010 р. № 85-р [42], яким передбачалося врегулювати процес її розробки та формування. Встановлення партнерських відносин між органами державної влади, громадськістю, засобами масової комунікації та органами місцевого самоврядування. Проте даний проект не був затверджений. Тому у наукових працях дане поняття іноді розглядається як частина державної інформаційної політики. Хоча комунікаційна політика є значно ширшим поняттям ніж державна інформаційна політика, адже передбачає не тільки сукупність взаємовідносин, які виникають у процесі обміну, створення, збереження та накопичення інформації, але і взаємовідносин, що виникають у публічному просторі. Зокрема, у світовій практиці, комунікаціям приділяється велика увага, що дозволило їм сформувати комунікативну та комунікаційну політику, які дозволяють формувати єдиний комунікаційний простір. Так, комунікативна політика направлена на формування принципів, правил, кодексів поведінки. Тоді як комунікаційна політика визначає механізм взаємодії органів державного управління або місцевого самоврядування із населенням шляхом використання сучасних ІТ-рішень. Таким чином, США, Угорщина, Румунія, Словенія, Чехія, Канада, Великобританія та інші створили комунікаційну політику, яка дозволяє забезпечити ефективне управління в звичних умовах та при розвитку кризових ситуацій. Особливістю саме державної комунікаційної та комунікативної політики є те, що вони обов'язково спираються на правове забезпечення своєї країни та водночас дозволяють відобразити рівень розвитку громадянського суспільства. Це передбачає, що у кожній державі при розробці комунікаційної стратегії також

одночасно формуються вимоги щодо компетенцій, визначаються відділи, департаменти, що будуть займатися комунікаціями. Таким чином, комунікаційна політика відіграє важливу роль на сучасному етапі для органів державної влади, оскільки вона дозволяє вирішити низку важливих завдань (Рис.1.1).



Рис.1.1 – Сутність комунікаційної політики органів місцевої державної влади та місцевого самоврядування (авторська розробка)

Для того, щоб вирішувати таку велику кількість завдань комунікаційна політика передбачає використання різних типів та видів комунікацій: (спілкування, електронні технології спілкування; урядовий зв'язок; PR – комунікації та закон)(Рис.1.2).

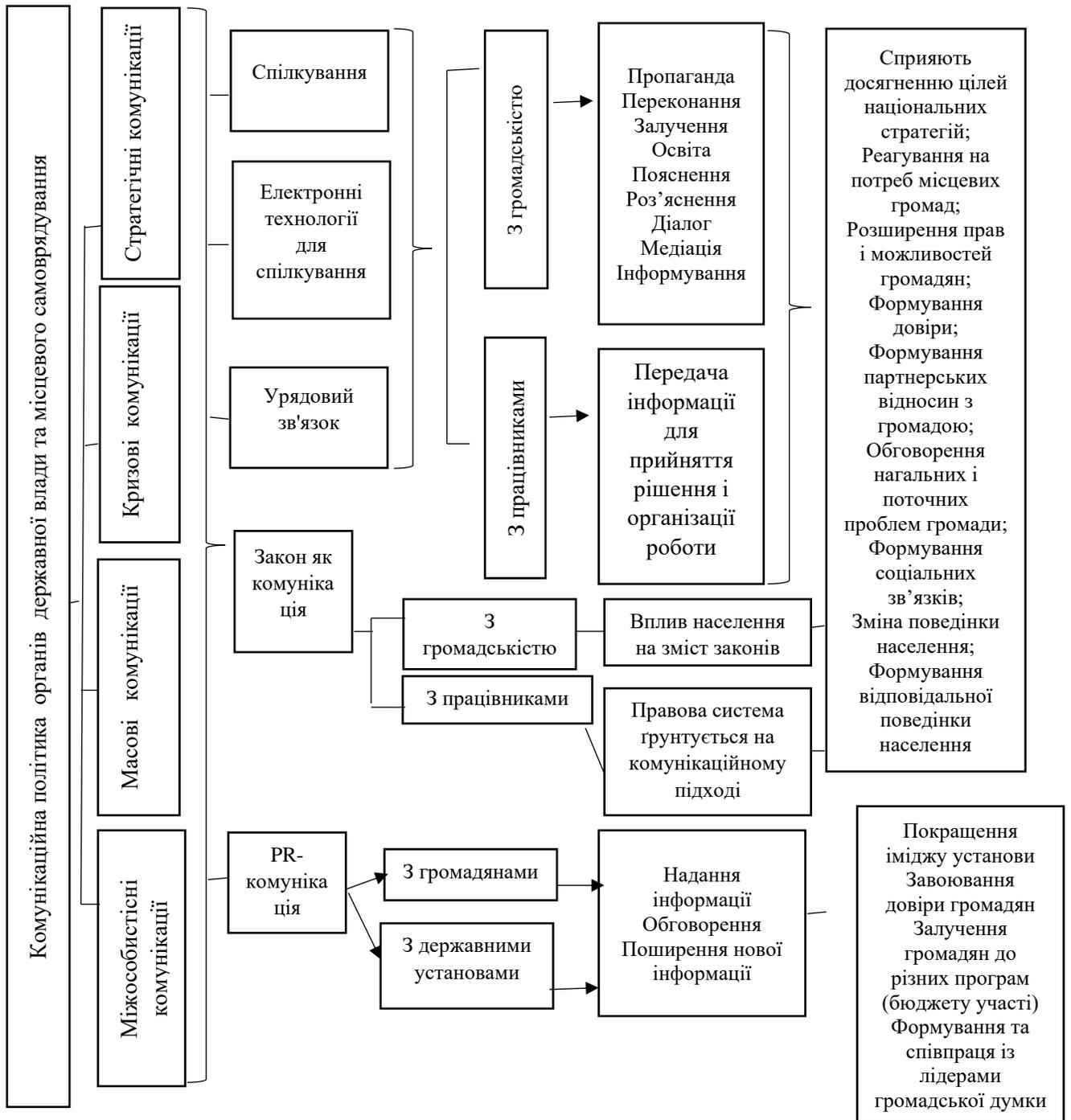


Рис.1.2 – Сутність та методи комунікаційної політики органів державної влади (авторська розробка)

Зокрема, комунікаційна політика органів державної влади та місцевого самоврядування передбачає, що всі чотири основні види комунікацій будуть реалізуватися шляхом спілкування, реалізації законів, PR - комунікацій, урядового зв'язку, електронним технологіям спілкування. При цьому, ці види комунікацій необхідно розглядати у контексті взаємодії із громадянами, громадськістю та працівниками. У процесі реалізації кожного виду комунікацій для досягнення певної мети будуть використовуватися різні методи. Так, у спілкуванні із громадськістю (використанні електронних технологій) можуть використовуватися методи пропаганди, переконання, залучення, пояснення, роз'яснення, діалогу, медіації, інформування.

PR – комунікації будуть мати свою специфіку, оскільки передбачають різне наповнення: надання інформації, обговорення, планування, поширення нової інформації. Однак, інформування буде у комунікаційній політиці розглядатися як метод реалізації комунікативної політики держави і водночас через інформування буде реалізуватися право громадянина на отримання оперативної інформації.

При цьому комунікаційна політика органів державної влади буде завжди направлена в першу чергу на досягнення цілей національних стратегій, мотивацію громадян у розвитку своєї громади, формуванні відносин довіри, формуванні ефективного партнерства, зміні поведінки населення, допомоги громадянам у розумінні їх прав та можливостей. З іншої сторони, комунікаційна політика повинна забезпечити побудову суспільних відносин, які сприятимуть розвитку громадянського суспільства. Тому на сучасному етапі комунікаційну політику розглядають як динамічну систему, яка спрямована на розвиток суспільного життя та реалізацію державних інтересів, яку потрібно приводити у відповідність до вимог сьогодення.

Розвиток пандемії актуалізував у комунікаційній політиці додатково питання гарантії прав і свобод людини, що є найголовнішою засадою формування правової

держави та демократичного суспільства. Таким чином, визначивши додаткові завдання щодо забезпечення інформаційної безпеки як громадян, громади, органів державної влади, так і держави в цілому.

Розвиток Internet та НТІ призвів до зростання ролі і значення віртуального середовища, яке є частиною сьогодення будь-якого громадянина, держави, суспільства та світу в цілому. Відповідно загострюється питання не тільки комунікування (спілкування), але і передачі інформації, що є основою комунікацій, які забезпечують незалежність, суверенність, цілісність держави та недоторканість приватного життя громадян. Канали комунікацій, при цьому, використовуються з метою впливу громадян на державні органи управління (інституції) щодо захисту прав і свобод. Зокрема, право на доступ до інформації є ключовим у сучасному інформаційному суспільстві, що дозволяє забезпечувати задоволення життєво важливих потреб громадян та гарантувати право на свободу інформації, думки та слова. Саме ці права є невід'ємною частиною сучасного суспільства та державного устрою. Зокрема, Д. Р. Дуцик, у своїй праці порівнює право на інформацію до свобод масової інформації [18], що підтверджується Конвенцією про захист прав та основоположних свобод людини, що була прийнята у 1950 р., а у статті 10 цієї Конвенції зазначається право на свободу вираження поглядів у такому трактуванні: "Кожен має право на свободу вираження поглядів». Це право включає свободу дотримуватися своїх поглядів, одержувати і передавати інформацію та ідеї без втручання органів державної влади і незалежно від кордонів" [18]. Проте дане право знайшло відображення у міжнародних документах та нормативно-правових актах, але і національному законодавстві.

На загальнодержавному рівні його закріплює Конституція України, яка декларує, що життя, здоров'я, честь та гідність, недоторканість та безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю [31]. Щодо прав і свобод людини у сфері інформації, то дане визначення викладено у нормах статей 34 і 32

Конституції України. Розглядаючи вказані норми, а саме у статті 34, яка визначає право на свободу слова та право на інформацію, закріплено: «кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань» [31]. Також, згідно з положеннями цієї статті, кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб - на свій вибір [31]. Отже, аналізуючи все, що було викладено вище, та звертаючись до наукових робіт, можемо дійти висновку, що інформаційна свобода є сукупністю певних можливостей інформаційних прав, а сама інформаційна свобода - це основне питання у сучасному світі.

Однак, у сучасному світі необхідно розуміти, що віртуальне середовище створило нові виклики не тільки для громадян, але і держави в цілому, тому постала необхідність визначення обмеження на доступ до інформації, для забезпечення національної безпеки, гарантування громадянам права на приватне життя, охорони громадського порядку, громадської безпеки, територіальної цілісності, репутації громадян (юридичних осіб, держави), запобіганню терористичних актів, злочинам, правосуддю, підтримання авторитету і неупередженості правосуддя. Тому питання інформаційної безпеки є актуальним на даному етапі для всіх держав на сучасному етапі розвитку суспільства, адже від цього залежить національна безпека країни. Проте реальним викликом для комунікаційної політики органів державної влади у світі стала пандемія COVID-19, яка актуалізувала старі проблеми і створила нові. Складністю сьогодення стало те, що кожна країна світу не мала досвіду управління пандемією в умовах глобалізації. Сучасні фахівці не мали повної і достовірної інформації про те, як окремі громади, території, держави, підприємства будуть функціонувати в умовах обмеження права на пересування не тільки громадян, але і продукції. Зокрема, умовах всесвітньої пандемії коронавірусної хвороби (COVID-19) на території України було запроваджено карантин відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 р. № 211 з 12 березня 2020 р. [45].

Актуалізувалося знову питання комунікаційної політики органів державної влади та вирішення питання захисту інформації, а саме персональних даних, щоб протистояти розповсюдженню хвороби. У чинному законодавстві з 2010 року почали використовувати поняття «персональних даних», після того як був прийнятий Закон України «Про захист персональних даних» [48], де зазначено у ст. 7, що забороняється обробка персональних даних про стан здоров'я особи без її на те згоди [48]. Однак, карантинні обмеження, які були обумовлені пандемією призвели до ухвалення рішення, щодо змін у законодавстві, щоб запобігти поширенню пандемії. Виникла дискусія щодо приватності, безпеки, здоров'я у контексті карантинних обмежень (Табл.1.1).

Таблиця 1.1

Розвиток інформаційного забезпечення комунікацій між громадянами і державою під час пандемії COVID-19

Назва документу	Сутність документу	Права і свободи громадян
постанова Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 р. № 211	введення карантину на території України	обмеження права на переміщення (захист здоров'я)
Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про захист населення від інфекційних хвороб» щодо запобігання поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)» № 555-IX	дозволено обробку персональних даних без згоди особи	обмеження права на приватність (захист здоров'я)
Постановою Кабміну від 02 квітня 2020 року №255 «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, яку спричинив SARS-CoV-2»	визначено персональний перелік осіб, які потребують самоізоляції у зв'язку з контактом із хворим на COVID-19 та вносять інформацію до відповідних інформаційних систем	Введено застосунок «Дій вдома» (обмеження права на приватність, безпеку, здоров'я)

Як результат було прийнято рішення про внесення змін 13 квітня 2020 р. до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про захист населення від

інфекційних хвороб» щодо запобігання поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)» № 555-IX [3], де було дозволено обробку персональних даних без згоди особи. Це стосується того, що уряду необхідно було розробляти заходи для розповсюдження інформації та отримувати реальну інформацію про кількість хворих, визначення критичних місць щодо поширення коронавірусу та вжиття необхідних заходів (збільшення ліжко-місць, надання додаткових субвенцій, стану госпіталізації тощо), встановлення найближчого оточення хворого та виявляти заражених хворих, які створювали додаткові загрози для здорового населення. У цій ситуації знову набуло стратегічного значення питання гарантування прав і свобод громадян, права на інформацію та права на приватність не тільки в Україні, але і світі. При цьому, комунікаційна політика органів влади відіграла ключову роль, адже вона інформувала про ситуацію, яка склалася і про те, що необхідно робити, щоб забезпечити життєво важливі потреби.

Виникла необхідність використання сучасних методів і інструментів комунікаційної політики, які дозволяють забезпечувати оперативність інформації та швидкість реакції. У зв'язку з цим виникла необхідність активної взаємодії не тільки між громадянами і урядом, але і всіма органами державної влади. Тому у наступному питанні пропонуємо розглянути етапи комунікаційної політики органів державної влади.

1.2. Процес комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування: етапи та їх характеристика

Кожна місцева влада потребує надійної комунікаційної політики, щоб залучити свою громаду, яка відіграє важливу роль для держави. Громадськість очікує прозорості від усіх рівнів влади. Більшість жителів також очікують доступу до інформації про свою громаду, особливо від органів місцевого самоврядування. Ці очікування означають, що керівники міста мають бути активними у поширенні інформації. Деякі з великих громад мають у органах місцевого самоврядування спеціалістів з комунікації. Менші громади не мають спеціалістів чи навіть комплексної комунікаційної політики. Тому постає необхідність формування комунікаційної політики, яка для взаємодії з громадою повинна забезпечити використання сучасних засобів та створити передумови для формування ефективного зворотного зв'язку. Адже, комунікація передбачає не просто передачу інформації, а саме взаємодію.

У зв'язку з цим, виникала необхідність дослідження процесу формування комунікаційної політики в умовах COVID – 19. Тому розглянемо основні кроки її формування.

Етап 1. Перевірка поточної комунікаційної політики.

Перший крок, який ви можете зробити, щоб підвищити рівень комунікації вашого органу самоврядування, – це перевірити свою поточну політику. Адже, завжди легше будувати, коли ти точно знаєш, де ти знаходишся.

Ретельний аудит поточної комунікаційної політики дозволить вам знати сильні та слабкі сторони. Знання ситуації також необхідне для довгострокового розуміння та підтримки.

Етап 2. Визначення комунікаційних цілей, які потрібно досягнути.

Практично неможливо розробити ефективну політику без чітких цілей, адже комунікаційні цілі будуть впливатимуть на інші процеси. Перш ніж шукати шляхи

досягнення цього, потрібно чітко уявляти, що потрібно. Переконайтеся, що визначені цілі чіткі, конкретні та вимірні. Вони також мають бути конкретними. Звичайно, цілі комунікації мають відповідати загальним цілям місцевого самоврядування.

Етап 3. Формування бачення і цінності вашої громади

Кожна місцева влада має бачення та цінності. Вони суттєво впливають на стиль спілкування, тому ви повинні враховувати їх у своїй стратегії. Бачення та цінності вашої громади допоможуть вам зрозуміти можливості та проблеми, які ви можете вирішити. Робота з чітким баченням і цінностями також дозволить задати правильний тон для спілкування. Однією з головних цілей взаємодії з громадою є сприяння прозорості.

Етап 4. Визначення ключової аудиторії. Ваші стейкхолдери та виборці – це ваша аудиторія – це відомий факт, але наскільки добре ви знаєте своїх виборців?

Різні групи стейкхолдерів мають різний ступінь інтересу та впливу на комітетський процес. Залежно від організаційних цілей, комунікаційні зусилля фокусуватимуться лише на частині стейкхолдерів. Ці групи стейкхолдерів і називають «цільовою аудиторією» (ЦА) [17]. До них можуть відноситися: громадяни, журналісти, представники об'єднаних територіальних громад, громадські організації, представники профільного міністерства (Табл.1.2).

Таблиця 1.2.

Характеристика основних стейкхолдерів

Цільова аудиторія	Потреби аудиторії
Представники обласних державних адміністрацій	Інформація про зміни до законодавчої бази щодо державного територіального устрою та їхнього впровадження
Представники державних, комунальних і комерційних підприємств, діяльність яких спрямована на надання комунальних послуг для населення	Інформація про зміни до законів про землевпорядкування, побутове обслуговування населення та тарифоутворення

Представники міжнародних проєктів	Інформація про поточні потреби населення, окремих районів у впровадженні інфраструктурних проєктів
Експерти, науковці з питань державного управління	Залучення до обговорень з питань, що стосуються засад державного управління, функцій державних органів та органів місцевого самоврядування.
Засоби масової інформації	Інформація щодо прес-брифінгів, новин, інтерв'ю, важливих для широкого кола населення
Представники громадських організацій, спрямованих на взаємодію з владою	Інформація щодо громадських слухань, відкритих обговорень, круглих столів

Аби визначити цільову аудиторію, потрібно детально розробити її портрет, з'ясувавши:

- стать, вік, рівень доходу, статус – соціо- демографічний портрет;
- місця, де найчастіше проводить час потенційна цільова аудиторія;
- які проблеми можуть вирішити комуніковані законодавчі ініціативи;
- які емоції та дії вони викликають;
- якими можуть бути причини того, що представник цільової аудиторії пристане на комуніковану ідею чи підтримуватиме законодавчу ініціативу.

Етап 5. Розробка ключового повідомлення.

Ми весь час кажемо «інформаційне повідомлення», «ключове повідомлення» або «меседж». А що воно таке?

Ключове повідомлення (key message, main message) – це те, що повинно залишитися в голові людини після комунікації [17].

Дистилювання серйозних довгих текстів до простих слів є непростим завданням і часто держслужбовці думають, що через це суть текстів може бути втрачена. Але «простий» не означає «спрощений», і єдине, що ви можете втратити, – це бар'єри у комунікації. Але ж хіба не їх мріють позбутись усі комунікаційники?

Наприклад, в Україні для формування позитивного ставлення до вакцинування для державних службовців розроблений порадник (Рис.1.3).

Порадник держслужбовцю

«Як комунікувати вакцинацію проти COVID-19 в соціальних мережах»

Державний сектор відіграє центральну роль у формуванні відповіді на виклики пандемії коронавірусу. Від комунікації держави з громадськістю великою мірою залежить успіх України в подоланні цієї кризи.

Окрім офіційних повідомлень, пов'язаних з популяризацією та перебігом вакцинації, які транслює держава, кожен держслужбовець зі свого боку може долучитися до інформування про вакцинацію від COVID-19.

Міністерство охорони здоров'я офіційно відкрило 5-й етап вакцинації від COVID-19. Це означає, що кожен українець, незалежно від групи професійного або медичного ризику, може захистити себе від цієї хвороби.

Що я можу зробити для популяризації вакцинації від коронавірусу?

Використовуючи особисті сторінки в соціальних мережах, Ви можете поширити інформацію про те, що Ви:

- отримали першу дозу вакцини
- або вже повністю вакцинувались

Отримавши вакцину, Ви можете поширити фото, відео або просто написати пост про те, що Ви щепилися. Однак важливо зробити це коректно.

Як коректно писати про вакцинацію в соціальних мережах?

1) Акцентуйте переваги вакцинації

Пандемія коронавірусу зазіхнула на життя, звичну свободу пересування та спілкування людей. Вірус став джерелом смерті, небезпеки та тривоги. Комунікуючи свої відчуття про вакцинацію, зробіть акцент на таких позитивних наративах, як свобода та безпека.

Адже саме заради збереження життів і повернення до звичного життя, країни усього демократичного світу проводять всенациональні кампанії з вакцинації.

2) Навіть жартома не повторюйте дезінформацію

Найкращий спосіб боротьби з дезінформацією — це ніколи не повторювати недостовірні дані. Навіть жартома сказані фрази на кшталт «я чіпувався», «тепер я чіпований» допомагають у поширенні фейків про вакцинацію.

Перевірити інформацію щодо вакцин та коронавірусу Ви можете на сайтах vaccination.covid19.gov.ua, Центру громадського здоров'я, МОЗ та ВООЗ.

3) Розкажіть своїм друзям, як і де Ви вакцинувались, якою вакциною, яке Ваше самопочуття

Люди найбільше довіряють саме своїм близьким. Побачивши, що Ви вакцинувались, Ваші друзі будуть більш схильні зробити так само і захистять себе від COVID-19.

4) Спонукайте своє оточення вакцинуватися

Поясніть свій вибір на користь вакцинації. Це може бути бажання захистити своє життя і здоров'я, знову подорожувати, вільно спілкуватися. Розкажіть вашим друзям про те, як кожен може вакцинуватися:

- у найближчому пункті щеплення
- у центрі масової вакцинації
- або до вас приїде мобільна бригада (до організованих колективів більше 50-ти людей та маломобільних громадян)

Дізнатись адресу та контакти найближчого місця вакцинації можна на сайті vaccination.covid19.gov.ua або за номером контакт-центру 0 800 60 20 19

Ці прості поради допоможуть популяризувати вакцинацію та зменшити дезінформацію, а отже, швидше подолати пандемію і повернутися до звичного життя.

Пам'ятайте, щеплення проти COVID-19 ефективно запобігають тяжкому перебігу хвороби й рятують життя.

Міністерство охорони здоров'я України | Вакцинація від COVID-19 | vaccination.covid19.gov.ua | 0 800 60 20 19

Рис.1.3 – Приклад поради для державних службовців для формування єдиного ключового повідомлення [44]

Якщо у вас є чіткі цілі, то розробити ключове повідомлення, спрямоване на досягнення бажаного результату, буде неважко [27].

Розробка ключових повідомлень повинна здійснюватися фахівцями з комунікацій разом з представниками технічних департаментів для забезпечення точності інформації. Основними правилами є наступні (Рис.1.4).

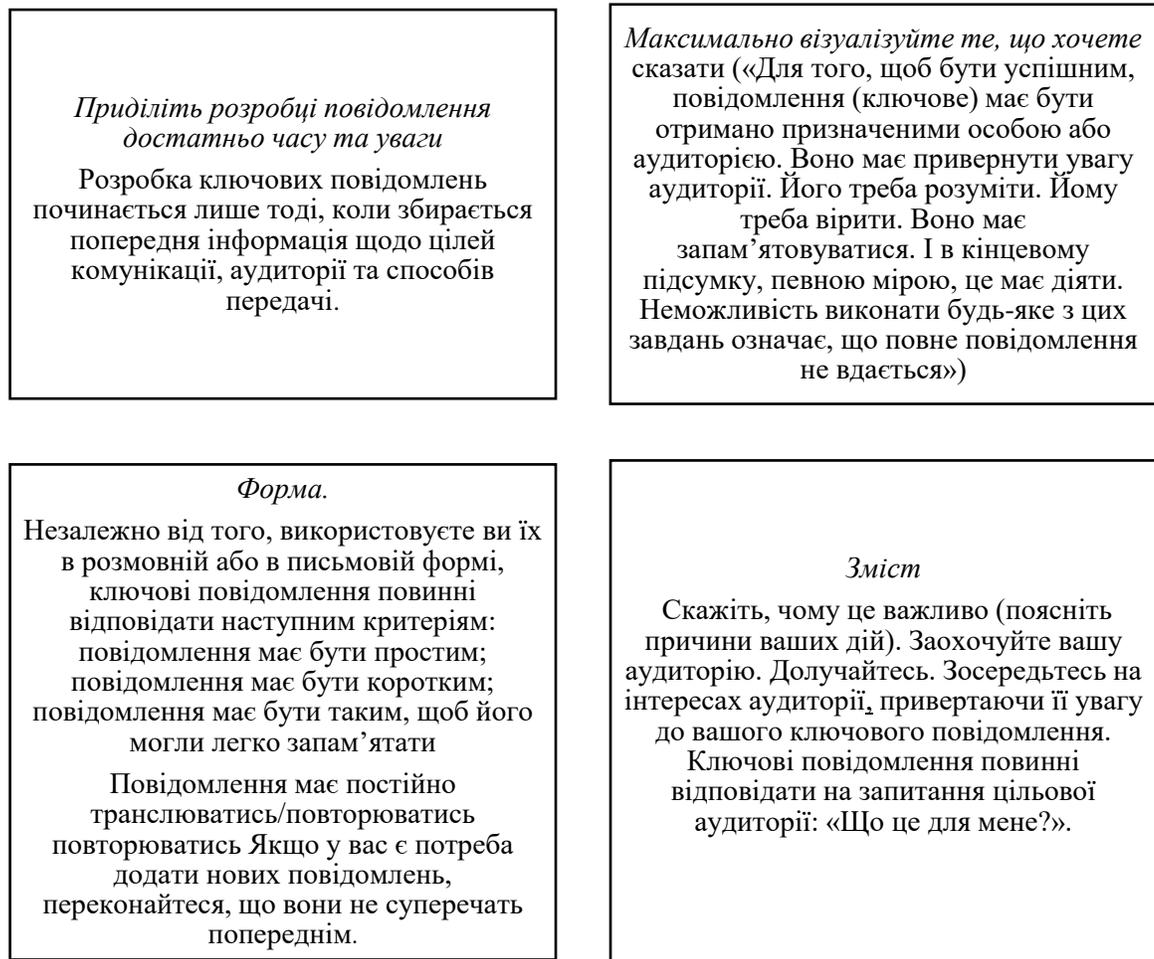


Рис.1.4 – Основні вимоги до ключового повідомлення [27]

Контрольний перелік запитань для ключових повідомлень:

Чи ваше повідомлення співвідносне з нашою комунікаційною метою?

Чи воно коротке (не більше 15 секунд) й чи легко запам'ятовується?

Чи воно написано просто, чітко, розмовною мовою?

Чи використовуються в ньому активні дієслова у теперішньому часі?

Чи воно зосереджується на конкретних результатах та позитивних наслідках для звичайних людей? [27].

Етап 6. Вибір канали та інструменти передачі інформації.

У вашому місті жителі мають кілька програм, які вони використовують для взаємодії один з одним і брендами, які їм подобаються. Тому інтеграція соціальних

медіа є критичною для комунікації місцевих органів самоврядування, тому завжди потрібно обирати декілька каналів.

Обов'язково потрібно бути реалістичними при виборі різних медіа-каналів для спілкування. Визначте сильні сторони доступних вам платформ. Деякі платформи соціальних медіа чудово підходять для новин (наприклад, Twitter), деякі – для передачі цінностей спільноти (наприклад, Facebook). Тому проведемо порівняльний аналіз каналів (Табл. 1.3) та методів, які будуть використовувати, коли буде обиратися відповідний канал.

Таблиця 1.3.

Порівняльний аналіз каналів та інструментів комунікаційної політики органів самоврядування в залежності від цільової аудиторії [1]

Канал комунікації	Інструменти	Цільова аудиторія	Основна мета використання інструменту
Соціальні мережі	Публікації у Facebook	Громадяни України, що цікавляться діяльністю органів місцевого самоврядування; ЗМІ; експерти.	Надати інформацію про подію чи законопроект у доступній формі.
	Опитування в Facebook	Громадяни України, що цікавляться діяльністю органів місцевого самоврядування; ЗМІ; експерти.	Отримати зворотний зв'язок і залучити підписників до взаємодії.
	Онлайн-трансляція в Facebook	громадяни України, що цікавляться діяльністю органів місцевого самоврядування; ЗМІ; експерти; громадські організації	Залучення нової аудиторії, підтримка принципу прозорості.
	Відео на YouTube-каналі	Переважно молодь, люди віком до 35 років; ЗМІ.	Неупереджено ознайомити з повним перебігом події, обговоренням, слуханням
	Публікації у Telegram	Експерти; молодь.	системне інформування

Телебачення	Інформаційні випуски	Старше покоління.	Надати інформацію у максимально доступній формі.
	Інтерв'ю, політичні ток-шоу	Експерти; широка громадськість.	Надання експертної точки зору
Друковані матеріали	Інфографіки, листівки	Громадяни України, що цікавляться діяльністю комітету.	Розповсюджувати під час участі громадян у відкритих засіданнях та на інших заходах із залученням цільової аудиторії.
Зовнішні носії	Сітілайти, банери	Громадяни України, що цікавляться діяльністю органів місцевого самоврядування	Швидке інформування широкого кола осіб короткими повідомленнями.
Медіа	Статті	громадяни України, що цікавляться діяльністю органів місцевого самоврядування; експерти; громадські організації	Надати розширену інформацію та тривалий доступ до неї.
	Блоги	експерти; громадські організації	Залучити лідера думок до висвітлення питання та підвищити лояльність аудиторії.

Наприклад, чат у Viber як інструмент комунікації у невеликій сільській громаді. Мета створення чату – стимулювати сільську громаду до оперативного обміну інформацією. Територія сільської ради велика і, звісно, за таких умов немає можливості особисто познайомитися один з одним та негайно реагувати на події, що відбуваються в громаді, і вирішувати проблеми. Тому було створено загальний інформаційний простір. Коли збирається така велика кількість людей з різними поглядами, важко обійтися без непорозумінь і плутанини. Тому було прийнято колективне рішення розробити правила використання чату Viber, щоб уникнути

неприємних моментів у спілкуванні та зосередитись лише на інформаційних питаннях [26].

Етап 7. Моніторинг комунікаційних активностей.

Для цього використовують офлайн чи онлайн-опитування, щоб полегшили двосторонню бесіду. Органи місцевого самоврядування може скористатися цим, щоб належним чином залучити громаду. Тому частиною комунікаційної політики має бути суттєве покращення того, як ваше місто зв'язується з жителями та прислухається до них. Точка зору та досвід ваших виборців важливі. І місцева влада має показати, що думка мешканців має значення. Тільки це спонукатиме більшість людей висловлюватись та брати участь у покращенні спільноти.

Етап 9. Розробка заходів для стимулювання дій.

Ефективне спілкування – це не лише поширення важливої інформації. Залученість також є показником ефективності, тому ви повинні прагнути її покращити. Ваше спілкування має бути спрямоване на надихаючу дію. Ви можете використовувати трійцю конверсії, щоб надихнути людей діяти своїми важливими повідомленнями. Трійця включає релевантність, цінність і заклик до дії. Переконайтеся, що ваші повідомлення є релевантними та цінними для вашої аудиторії. Додайте кнопку «заклик до дії» (з такою мовою, як «Дізнатися більше»), щоб спонукати до дії. Використання конверсійної трійці – це чудовий спосіб змусити мешканців взяти участь у ваших опитуваннях.

Етап 10. Оцінювання ефективності комунікаційних активностей.

Комунікаційна політика повинна включати цілі та завдання, які можна виміряти. Залежно від результатів, які отримаєте можливо корегувати комунікаційну політику. Це можна робити на основі сучасних інструментів (Рис.1.5).



Рис.1.5 – Сучасні інструменти оцінювання ефективності комунікаційних активностей у соціальних мережах [17]

Таким чином, органи місцевого самоврядування за рахунок гарної комунікативної політики зможуть правильно, своєчасно та систематично діяти оперативно, щоб розібратися із ситуацією, яка створила кризу, і зможуть завжди комунікувати. Адже, те, як ви реагуєте на кризу, може сформувати репутацію вашого органу самоврядування на довгі роки.

1.3. Особливості формування та реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії COVID – 19

Пандемія коронавірусу COVID-19 стала викликом не тільки для окремих громад, але і для всього людства. Тому одним із ключових моментів боротьби з поширенням COVID-19 є інформування населення, що стало важливою частиною комунікаційної політики не тільки профільних міністерств, але і органів місцевого самоврядування. Обов'язково повинна проводитися якісна комунікація, що має відбуватися за допомогою основних меседжів: про рівень захворюваності, як уберегтися від вірусу, як діяти коли захворіли та де отримати кваліфіковану допомогу. Тому, коли засоби масової інформації проаналізували на що скаржилися громадяни на початку пандемії, то це це брак комунікації. Із медиками, мерами, санлікарями, науковцями... Не маючи відповідей на бажані питання, люди не могли зрозуміти, до яких вказівок дослухатися, а які треба піддавати сумнівам. Що ж пішло не так із комунікацією на місцях зі стартом ковідної пандемії [28].

На початку карантину згідно Закону України «Про захист населення від інфекційних хвороб» [3] було визначено що:

Кабінетом Міністрів України встановлюється та відміняється карантин.

Питання щодо його встановлення на території держави порушує перед КМУ центральний орган виконавчої влади, який відповідає за формування та забезпечення державної політики у сфері охорони здоров'я, за поданням головного державного санітарного лікаря України.

Кінцеве рішення щодо його введення на певній території або відміну негайно доводиться до відома населення через засоби масової інформації. При цьому обов'язково встановлюються межі карантинної території, зазначаються обставини, що до цього призвели, затверджуються профілактичні, проти епідеміологічні та інші заходи, встановлюються тимчасові обмеження щодо прав фізичних та

юридичних осіб. У період дії карантину може змінюватися режим роботи підприємств, організацій, установ, вносяться зміни щодо діяльності (виробничої, фінансової тощо).

До відміни карантину його територію можуть залишити особи, які пред'явили довідку, що дає право на виїзд за межі території карантину.

Організація та контроль за дотриманням встановленого на території карантину правового режиму, своєчасним і повним проведенням профілактичних і протиепідемічних заходів покладаються на місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування [3].

Було розширено повноваження органів місцевого самоврядування та встановлено, що на органи самоврядування будуть покладатися додаткові функції щодо комунікаційної політики держави із громадянами під час карантину. Зокрема, було встановлено, що Національна служба здоров'я розробила рекомендації для органів самоврядування, де було зазначено, що необхідно:

- рішенням органу місцевого самоврядування затвердити план дій в умовах епідемії COVID-19;
- створити оперативний штаб для вирішення питань подолання наслідків епідемії;
- відпрацювати маршрут пацієнта у випадку інфікування: самоізоляція / первинна медична допомога / екстрена медична допомога - спеціалізована медична допомога. Довести маршрут до відома керівництва всіх медичних установ та їх працівників;
- забезпечити постійну комунікацію між медичними закладами;
- через місцеві канали комунікації довести до відома населення інформацію стосовно симптомів COVID-19; контактних номерів телефонів: цілодобової гарячої лінії вашої області з питань коронавірусної інфекції; алгоритму дій пацієнта у разі виявлення симптомів ГРВІ;

режиму функціонування суб'єктів господарювання в умовах карантинних обмежень (Рис.1.6).

ОБМЕЖЕННЯ, ЩО ДІЮТЬ НА ЧАС КАРАНТИНУ В УКРАЇНІ:

! Забороняється:

- перебування в громадських будівлях і спорудах, громадському транспорті без надтих засобів індивідуального захисту;
- перебування на вулицях без документів, що посвідчують особу;
- самовільно покидати місця самоізоляції, обсервації;
- перетин державного кордону іноземцями та особами без громадянства без наявного поліса страхування;
- перетин контрольних пунктів в'їзду на тимчасово окуповані території Донецької та Луганської областей, Автономної Республіки Крим та м. Севастополя та в'їзду з них іноземцями та особами без громадянства без наявного поліса страхування.

Обмеження, які діють на територіях з різним рівнем небезпеки:

● Зелена територія:

- у громадських будівлях: маска або респіратор;
- проведення масових заходів: не більше 1 людини на 5 квадратних метрів;
- кінотеатри із заповненістю до 50%;
- перевезення пасажирів тільки в межах сидільних місць.

○ Жовта територія

діють обмеження зеленої категорії, а також ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ:

- відвідування установ соціального захисту, у яких перебувають люди похилого віку, крім тих, що надають послуги кризово;
- діяльність хостелів;
- робота після 24:00 та до 7:00 розважальних закладів (нічних клубів), закладів громадського харчування (ресторанів, кафе, барів, закусокних, їдальень, кафетеріїв, буфетів тощо), крім діяльності з надання послуг громадського харчування із застосуванням адресної доставки замовлень та замовлень на винос;
- проведення масових заходів всередині закладів громадського харчування для 20 і більше осіб.

● Червона територія

діють всі обмеження помаранчевої, жовтої, зеленої категорії, додатково ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ:

- робота громадського транспорту;
- відвідування закладів освіти;
- діяльність ТРЦ, кафе, спортивних залів, кінотеатрів та ресторанів;
- перетин меж таких районів можливий лише власним транспортом, при цьому в автомобілі має бути не більше 5 осіб, не враховуючи дітей до 14 років;
- посадку в міжобласний транспорт, висадку дозволено.

○ Помаранчева територія

діють обмеження жовтої, зеленої категорії, а також ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ:

- діяльність закладів розміщення крім готелів;
- діяльність розважальних закладів, ресторанів у нічний час;
- діяльність з надання послуг громадського харчування за умови наповненості понад 50 відсотків посадкових місць;
- планові госпіталізації в лікарнях (крім надання медичної допомоги вагітним, породіллям, новонародженим; пацієнтам з онкологічними захворюваннями; паліативної медичної допомоги у стаціонарних умовах; інших невідкладних і термінових заходів з госпіталізації, якщо внаслідок їх перенесення або відтермінування існує значний ризик для життя або здоров'я людей);
- діяльність спортивних залів, фітнес-центрів, крім залів, які приймають відвідувачів не більше 1 на 10 кв. метрів;
- прийом нових змін у дитячі табори (лише у межах області);
- проведення масових (культурних, спортивних, соціальних, релігійних, рекламних та інших) заходів за участю більш 220 ос. та більше 1 на 10 кв. метрів;
- відвідування закладів освіти групами кількістю більше ніж 20 осіб, крім закладів дошкільної, загальної середньої, позашкільної та спеціалізованої мистецької освіти;
- перевезення пасажирів громадським транспортом не більше ніж 50 відсотків кількості місць для сидіння (з вільним місцем поруч, спереду, позаду);
- у музеях, бібліотеках не більше 1 особи на 10 кв. метрів;
- в ТРЦ та закладах побутового обслуговування не більше 1 особи на 10 кв. метр.

Рис.1.6 – Обмеження, що діють на час карантину в Україні [24]

Таким чином, було визначено, що основним комунікаційна політика стає основним інструментом управління. Для цього було розроблено рекомендації щодо комунікації(Рис.1.7).

10 КРОКІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

ПАМ'ЯТКА ДЛЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ
ЗА МАТЕРІАЛАМИ МІЖНАРОДНОЇ АСОЦІАЦІЇ УПРАВЛІННЯ МІСТ/ОКРУГІВ (ІСМА)
ТА КАНАДСЬКОГО АГЕНТСТВА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

1 НАЛАГОДІТЬ КОМУНІКАЦІЮ
із місцевим управлінням охорони здоров'я, щоб переконатися, що ви отримуєте найновішу інформацію

2 РЕГУЛЯРНІ ПОВІДОМЛЕННЯ: ВИЗНАЧТЕ РЕЧНИКА,
який буде відповідальний за розробку комунікаційних повідомлень до та під час надзвичайної події

3 ЗБЕРІТЬ ІНФОРМАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ, бюлетені, інфографіки з надійних ресурсів із джерел, як МОЗ, Центр громадського здоров'я, та надайте їх у першу чергу тим, хто має найближчий контакт із жителями громадами - депутатам, працівникам ЦНАП, активістам громадських організацій

4 ІНФОРМУЙТЕ ЛЮДЕЙ:
домагайте розповсюджувати актуальну інформацію від місцевих установ охорони здоров'я до мешканців вашої громади

5 СПІВПРАЦЮЙТЕ З ІНШИМИ ДЕРЖАВНИМИ СТРУКТУРАМИ
(поліція, управління надзвичайних ситуацій тощо), розробіть спільний план дій

6 ЗАЛУЧАЙТЕ МІСЦЕВИХ ЛІДЕРІВ ДУМОК до передачі точних повідомлень (наприклад, старійшин, духовних лідерів, педагогів)

7 ПОПУЛЯРИЗУЙТЕ ПЕРЕВІРЕНУ ІНФОРМАЦІЮ, розвійте чутки фактами. Створіть окрему гарячу лінію, де мешканці могли б отримувати всю інформацію про карантинні заходи чи епідеміологічну ситуацію

8 НАВЧАЙТЕ СВОЮ СПІЛЬНОТУ ПРОФІЛАКТИЧНИМ ЗАХОДАМ, які допомагають уповільнити поширення хвороби (наприклад, миття рук, використання масок, віддалена робота тощо)

9 РОЗ'ЯСНІТЬ ВАЖЛИВІСТЬ ПІДГОТОВКИ ДО МОЖЛИВОЇ НАДЗВИЧАЙНОЇ СИТУАЦІЇ:
зробіть необхідний запас води, подбайте про ліки та продукти харчування, а також створіть та оновіть домашній план дій у надзвичайних ситуаціях

10 ВИЗНАЧТЕ, ЯКІ ВЕРСТВИ НАСЕЛЕННЯ МОЖУТЬ ПОТРЕБУВАТИ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ДОПОМОГИ та які організації можуть надавати такі послуги під час надзвичайної ситуації

MINISTRY OF HEALTH OF UKRAINE

USAID
UKRAINE CRISIS media center
Global Communities
Partners for Good

Рис.1.7 – Пам’ятка для місцевого самоврядування щодо комунікації [7]

Було розроблено рекомендації для побудови комунікацій з громадянами під час карантину відповідно до Конституції України, Закону України «Про доступ до публічної інформації» органи самоврядування повинні забезпечити неухильне дотримання принципів відкритості діяльності, забезпечення доступу громадян до інформації, що реалізується у постійному конструктивному діалозі з

громадськістю. Це можливо за рахунок замовленням і розміщенням у друкованих ЗМІ, в ефірі теле- та радіоорганізацій, в Інтернет-просторі відповідних матеріалів на договірних засадах, з іншого боку – шляхом самостійного створення і поширення контенту, цікавого для розповсюджувачів і споживачів інформації через соціальні мережі [15].

Приділення уваги електронним комунікаціям, а саме сайту. Оскільки саме через офіційні веб сайти забезпечується легкий доступ громадянам до потрібної інформації та послуг, не зважаючи на фізичну віддаленість та час доби. Таким чином, саме веб сайт органу влади є комунікативною основною, яка пов'язує його з отримувачами адміністративних послуг, тобто з громадою. Існування офіційного сайту створює потужні та вагомі технічні та адміністративні переваги для органу місцевого самоврядування.

Не забувати про соціальні мережі, які забезпечують широке охоплення цільової аудиторії, що є однією з найсуттєвіших переваг соціальних мереж, адже саме вони є прямим каналом комунікації з громадськістю, завдяки якому орган влади має більше контролю над викладенням фактів і аргументів, а й може охопити свою цільову аудиторію краще, повніше й швидше.

Вони здатні забезпечити можливість переходу від односторонньої (надання інформації аудиторії) до двосторонньої комунікації, що дозволяє забезпечити зворотній зв'язок, залучати підписників спільноти до діалогу, отримувати відгуків. Можливість відповідати безпосередньо на запитання та зауваження аудиторії дозволяє уникати непорозумінь та недостовірності інформації. Таким чином, комунікаційна політика органів самоврядування повинна забезпечити населення шляхом інформування, а саме як поводитися під час карантину (рис.1.8).

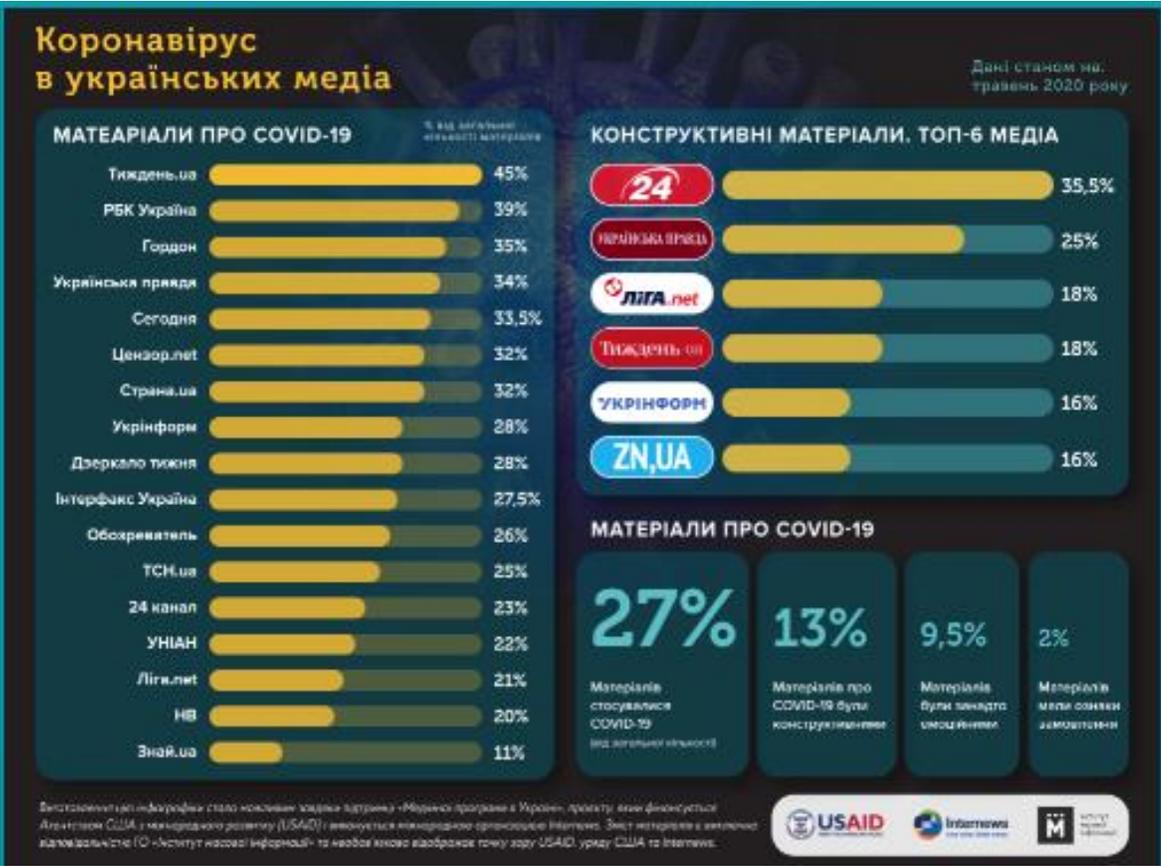


Рис.1.9 – Статистика інформування громадян через засоби масової інформації в Україні [9]

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що процес інформування відбувався постійно. Однак, було необхідно, щоб інформування включало інформацію про статистику захворюваності у громаді, районі, регіоні, країні в цілому. Ці дані доцільно оприлюднювати щоденно. Особливо в умовах стрімкого зростання кількості інфікованих жителів.

Про протоколи дій у випадку виявлення симптомів захворюваності. Для жителів громади та її частин (сіл, районів, мікрорайонів) доцільно прописати покрокову інструкцію звернення до закладів охорони здоров'я. Приклади наведено вище. Про карантинні заходи на території громади. Доцільним є постійне поширення повідомлень щодо важливості дотримання заходів індивідуального

захисту, встановлених на території громади карантинних вимог тощо. Цікавим прикладом є сайт Запорізької міської ради, який містить всю цю інформацію і формує єдиний інформаційний простір через поєднання соціальних мереж та офіційного веб сайту (Рис.1.10).

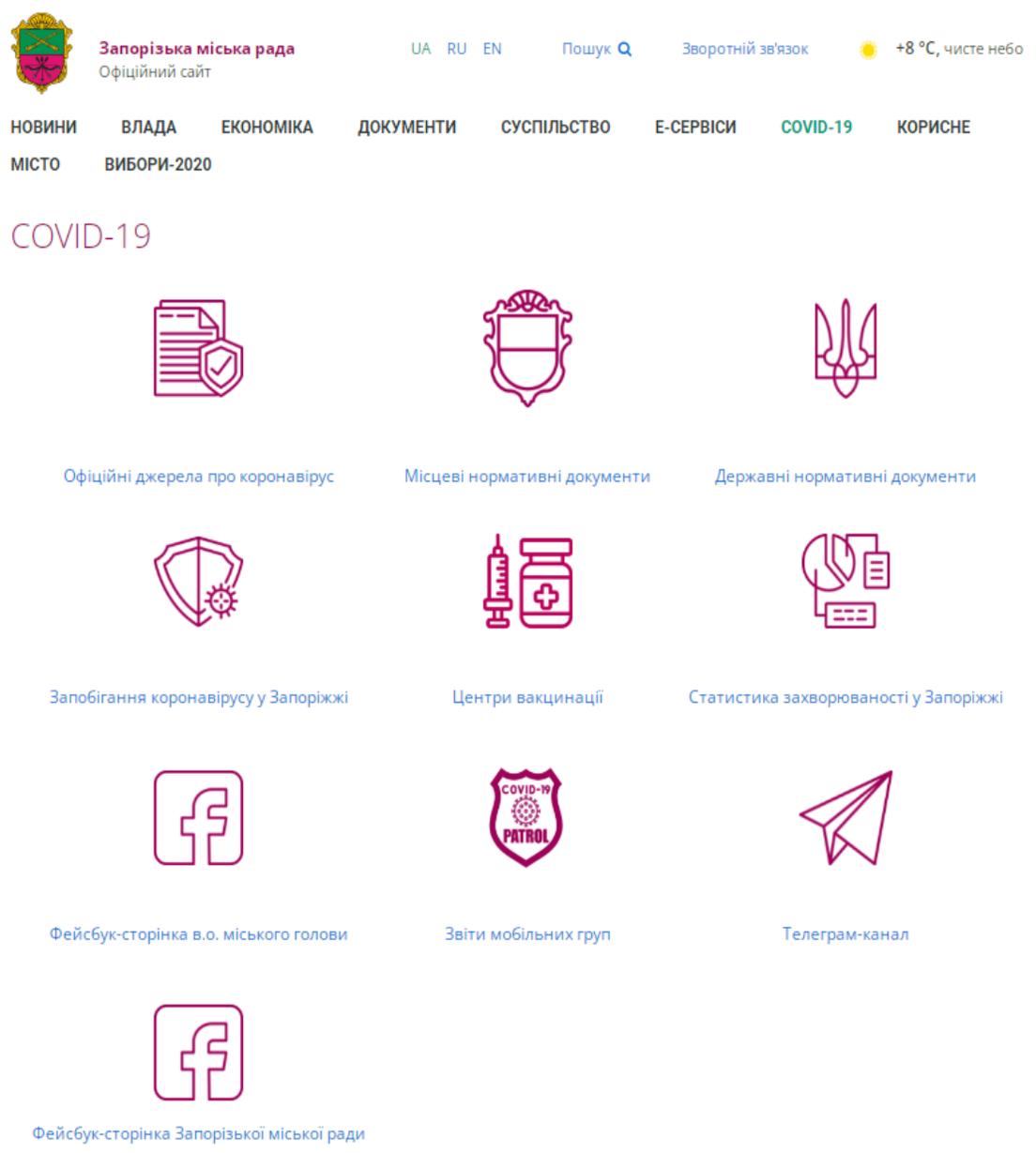


Рис.1.10 – Приклад сайту для інформування громади про карантин і статистику COVID-19 [41]

Про програми підтримки. органи державної влади і місцевого самоврядування, організації громадянського суспільства, волонтери започаткували ряд програм та проектів з допомоги соціально вразливим категоріям громадян, лікарям, тваринам [59]. Приклади того, як громади пандемії COVID-19 (Рис.1.11).

06 / Квітень, 2020

Поділитися:     



Українські громади - міста, селища, села, ОТГ - активно долучилися до протидії поширенню коронавірусу. Місцеве самоврядування, окрім запровадження карантинних заходів, виділяє кошти на підвищення зарплат медикам, закупівлю ліків, масок, тестів, обладнання, організує підвіз медиків на роботу, доставляє продукти для літніх людей і соціально незахищених сімей.

Бахмутська ОТГ, Донецька область

Влада замовила у товариства глухих пошиття засобів індивідуального захисту для медиків

Працівники Бахмутського виробничого підприємства товариства глухих пошили 300 захисних медичних халатів та 5 тисяч масок для медиків міста. Для цього місцева влада за гроші місцевого бюджету придбала тканину і зробила підприємству замовлення допомоги із пошиттям засобів індивідуального захисту для медиків.

Опішнянська ОТГ, Полтавська область

Сервіс соціальної доставки

Щоб люди похилого віку та малозабезпечені громадяни могли швидко отримати продукти першої необхідності та ліки громада започаткувала безкоштовну соціальну доставку.

Коментує голова Опішнянської ОТГ Микола Різник: «У період карантину кожен з нас відчуває тимчасові незручності через введення низки обмежень. Разом з тим, такі заходи спрямовані на зменшення поширення коронавірусу серед населення. Як свідчить статистика, найбільше у зоні ризику інфікуватися коронавірусом є люди похилого віку. Саме їм варто обмежити вихід у людні місця та залишатися вдома».

м. Гайворон, Кіровоградська область

500 тис. грн для купівлі апарату ШВЛ

На сесії Гайворонської міської ради було виділено 500 тис. грн для закупівлі апарату штучної вентиляції легенів та інших медичних засобів для районної лікарні. Тако буде профінансовано придбання засобів захисту та дезінфікуючих засобів для КП «Гайворонський комунальник» на проведення заходів з дезінфекції на території міста.

«Попри те, що районна лікарня має утримуватися за рахунок районного бюджету, міська рада розуміє, що сьогодні головне – це безпека громадян і підтримує районні заклади на території міста. З початку року з міського бюджету виділено уже 850 тисяч гривень районній лікарні. Ми і далі будемо підтримувати заклад за рахунок перевиконання бюджету», – наголосив мер Гайворона Роман Волуйко.

м. Львів

Щомісячна доплата медикам

Щомісячну доплату 10 тис. грн. отримуватимуть від Львівської міської ради медики, які працюють і будуть працювати з людьми, які мають підозру на коронавірус. Таке розпорядження підписав мер Львова Андрій Садовий. Також надбавки до зарплат отримують працівники комунальної сфери, які теж у групі ризику.

Чуднівська ОТГ, Житомирська область

У міській раді розгорнуто швейний цех

Поки більшість посадовців працює дистанційно, в одному із вільних кабінетів міської ради облаштовано швейний цех. Тут на власному обладнанні місцеві швачки-волонтери шують захисні маски для медичних працівників КНП «Чуднівський ЦПМСД» та КНП «Чуднівська центральна районна лікарня», а також для працівників правоохоронних органів та віськових. Всього планується пошити 30 тисяч масок. Матеріал громада придбала за благодійні кошти.

Рис.1.11 – Приклади як громади протидіють COVID-19 [13]

Приділення такої уваги пандемії коронавірусу привело до того, у світі виникло таке явище як «інфодемія», що пов'язано з поширенням великої кількості фейків про коронавірус (Рис.1.12)/

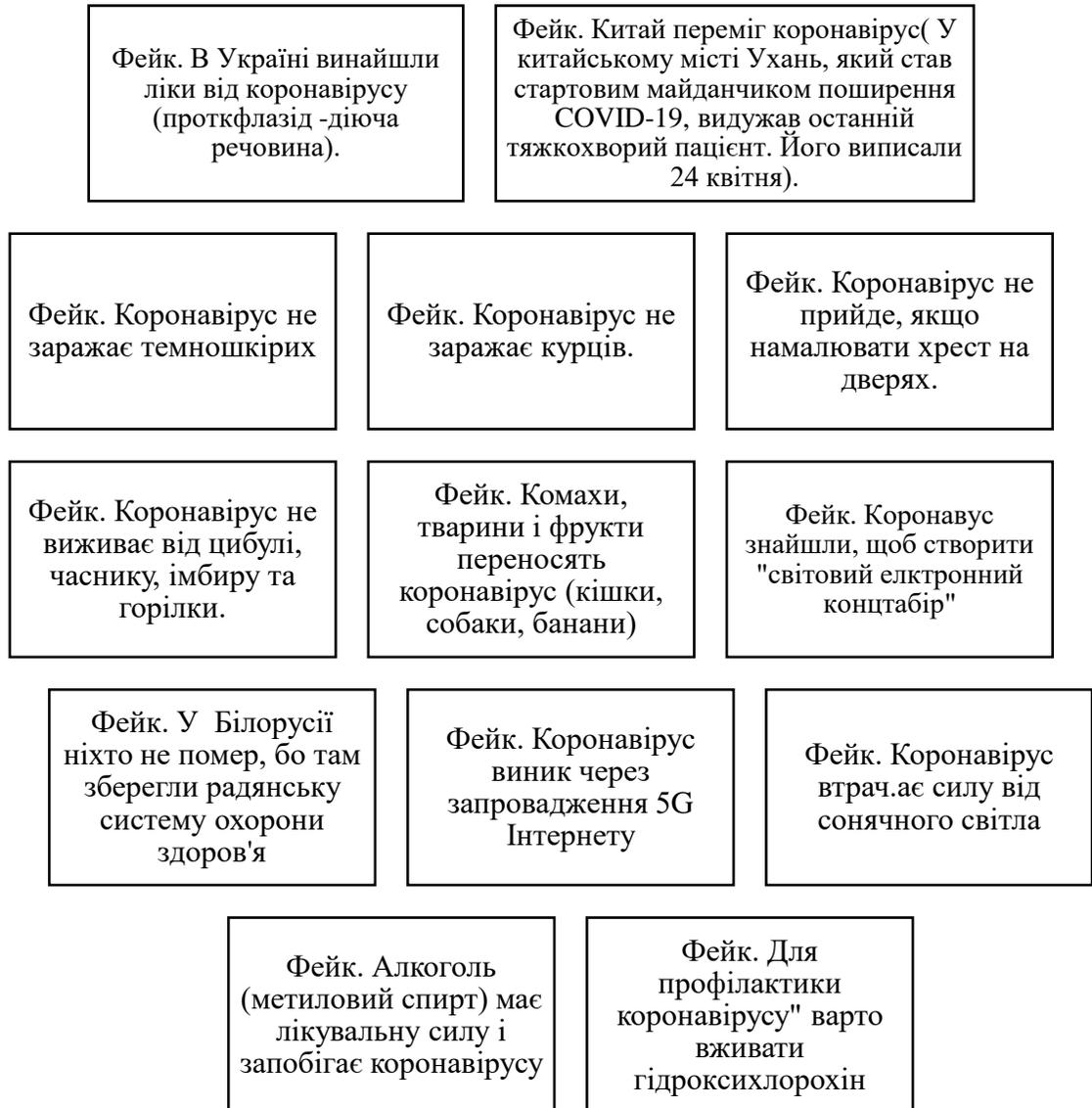


Рис.1.12 – Основні фейки про коронавірус, що ширилися Україною під час карантину [51]

Така ситуація негативно впливає на стан здоров'я українців. Це підтверджують результати дослідження на замовлення Програми розвитку Організації

Об'єднаних Націй (ПРООН) та Дитячого фонду Організації Об'єднаних Націй (ЮНІСЕФ), що проводилося з березня до листопада 2020 року. Використовуючи для дослідження платформу соціальних медіа SemanticForce, що дозволило відслідкувати понад 30 мільйонів повідомлень пов'язаних з тематикою COVID-19 у соціальних медіа(Рис.1.13).



Рис.1.13 – Карта дезінформаційних наративів, що були поширені в Україні[22]

У процесі дослідження було виявлено 250 000 повідомлень дезінформаційного характеру, пов'язаних із COVID-19, в українських онлайн ЗМІ, блогах, форумах, соціальних мережах та месенджерах [22].

Зокрема, спеціальний підрозділ з протидії дезінформації EastStratCom Task Force на регулярно поновлюваному сайті «EU vs Disinfo» протягом 2020 року нарахував близько 80 «російських фейків» з цієї тематики. Першість у листопаді 2020 р. утримував матеріал, присвячений «мавпячим вакцинам», тобто пропаганда вакцин російського походження з одночасною дискредитацією вакцин

неросійського походження. Типовим прийомом російської пропаганди є звинувачення західних країн у штучному конструюванні коронавірусу: у матеріалах російської ІА «Sputnik» йшлося про його латвійське походження, а також про те, що вірус «винайдено» на британській військовій базі у Портон Даун («Porton Down facilities»). Російський «Фонд стратегічної культури» (пов'язаний з російськими спецслужбами) активно розповсюджував фейк про американські лабораторії в Україні, через які в країні з'являються епідемії «свинячого грипу», кору, спалахи ботулізму тощо [40].

Було встановлено, що в Україні існує криза довіри до офіційних джерел (близько 30 %) та аудиторія, яка поширює і спростовує фейки (Рис. 1.14).

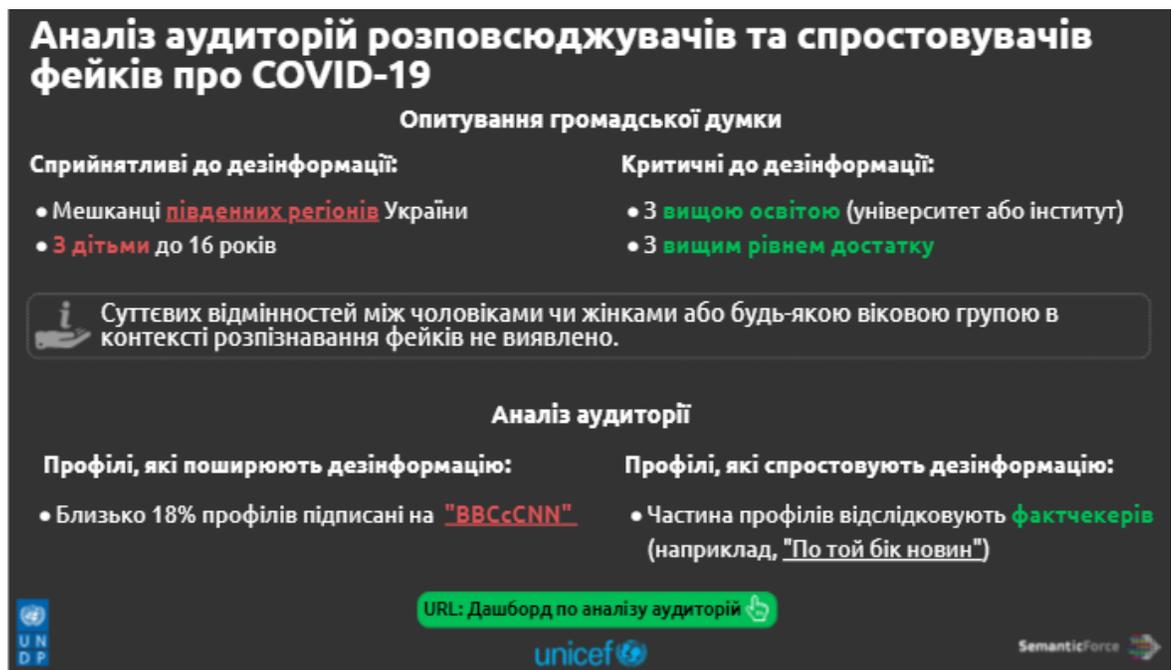


Рис.1.14 – Основна аудиторія розповсюджувачів та спростовувачів інформації про COVID-19 [22]

У лютому 2020 року на боротьбу з фейками звернула увагу ВООЗ і зазначила, що це є нагальною потребою оскільки їх активно використовують різноманітні радикальні та екстремістські організації, структури організованої злочинності

тощо. Для цього потрібно розробити заходи, що будуть використовуватися до порушників протиепідемічного режиму.

З цією метою у соціальних мережах Facebook надсилає попередження власникам «підозрілих акаунтів» або видаляє інформацію про пандемію, яка може створити загрозу психічному й фізичному здоров'ю населення. Фотохостінг Pinterest обмежив публікації щодо COVID-19, посилаючись на Правила про заборону публікації неправдивої медичної інформації. Компанії Twitter та Facebook заблокували низку твітів та постів президента США Дональда Трампа, членів його родини, членів його виборчого штабу з повідомленнями, які стосувалися COVID-19, з поміткою «недостовірна інформація» [40].

Тому в Україні було визначено відповідальність за порушення правил карантину (Рис.1.15).

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВИЛ КАРАНТИНУ

Законодавством встановлюється адміністративна та кримінальна відповідальність за порушення САНИТАРНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

Кримінальна відповідальність

Стаття 325 ККУ

Порушення правил та норм, встановлених з метою запобігання епідемічним та іншим інфекційним захворюванням, а також масовим неінфекційним захворюванням (отруєнням) і боротьби з ними, якщо такі дії спричинили або завідомо могли спричинити поширення цих захворювань

- ▶ Штраф до 1700 грн / арешт на строк до 6 місяців / обмеження волі на строк до 3 років
- ▶ Ті самі діяння, якщо вони спричинили загибель людей чи інші тяжкі наслідки
- ▶ Позбавлення волі на строк від 5 до 8 років

Стаття 137 ККУ

Невиконання або неналежне виконання професійних чи службових обов'язків щодо охорони життя та здоров'я неповнолітніх внаслідок недбалого або несумлінного до них ставлення, якщо це спричинило істотну шкоду здоров'ю потерпілого

- ▶ Штраф від 1700 грн до 5100 грн / обмеження волі на строк до 3 років / позбавлення волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до 3 років або без такого
- ▶ Ті самі діяння, якщо вони спричинили смерть неповнолітнього або інші тяжкі наслідки
- ▶ Обмеження волі на строк від 3 до 5 років або позбавлення волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до 3 років або без такого

Адміністративна відповідальність

Стаття 42 КУпАП

Порушення санітарних норм

- ▶ Штраф до 204 грн. На посадових осіб - до 425 грн

! Непокора прикордонникам і медикам, що працюють на контрольно-пропускних пунктах, і відмова пасажирів від медичного огляду можуть бути розцінені як порушення санітарного законодавства

Кабінет Міністрів України | Міністерство Юстиції України | Міністерство охорони здоров'я України | НАЦІОНАЛЬНИЙ ЦЕНТР ЕПІДЕМІОЛОГІЇ І ПУБЛІЧНОГО ЗДОРОВ'Я | ПРАВНИЧА ВІСНОВКІЯ WWW.LEGALUP.GOV.UA

Рис.1.15 – Інфографіка відповідальності щодо порушення правил карантину

Таких заходів вжила не тільки Україна, але і інші країни світу (Рис.1.16).



Рис.1.16 – Інфографіка штрафів у різних країнах світу [60]

Також у законодавстві окремих країн аналітики встановили, що використовується кримінальну відповідальність за поширення фейків. Так, серед латиноамериканських держав першою впровадила кримінальну відповідальність за розповсюдження «ковідних фейків» Аргентина. У Сербії розповсюдження інформації щодо пандемії COVID-19 є суворо централізованою. Зокрема запроваджено спеціальні санкції до місцевих органів влади, які передають медіа відповідну інформацію без схвалення уповноваженого центрального органу влади [40].

Зокрема, є цікавим досвід Сінгапуру, який створив спеціальний офіс POFMA, що покликаний наглядати за виконанням Закону «Про захист від онлайн-фальшивок та маніпуляцій» («The Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act – POFMA»), який вступ у дію 2 жовтня 2019 року. У ньому визначено суворі покарання за розповсюдження «фейків» (7-а секція закону): здоров'ю населення, безпеці, спокою та державним фінансам; дружнім відносинам Сінгапуру з іншими країнами; безпеці Сінгапуру.

Йдеться також про «фейки», які: підбурюють до ворожнечі, ненависті чи недоброзичливості між різними групами людей; спроможні вплинути на результати президентських виборів, загальних виборів, додаткових виборів чи референдуму; зменшують довіру громадськості до уряду [40].

Передбачено, що можуть отримати 7-річне ув'язнення або штраф у розмірі \$50 000 порушники за 7-ї секції закону «POFMA».

Таким чином, карантин ввів корегування у комунікаційну політику органів самоврядування. Вони як публікували, так і повинні публікувати важливі дані з багатьох питань, таких як розвиток громад, охорона здоров'я, освіта, відпочинок, злочинність та цікаві історії про своїх громадян. Проте вони повинні відпрацьовувати кризові комунікації, які пов'язані із карантинном. Адже, це дозволить донести правду до спільноти, допомагатиме утриматися від чуток і запобігти непотрібній паніці. Сприятиме формуванню довіри між місцевою владою та її громадянами.

У результаті дослідження теоретичних та практичних основ комунікаційної політики органів державної влади та самоврядування в умовах пандемії COVID – 19 можна зробити наступні висновки.

1. Аналіз наукових праць теоретиків та практиків дозволив зробити висновок, що під поняттям «комунікаційна політика органів державної влади» доцільно розуміти сукупність взаємовідносин, які виникають у процесі обміну, створення, збереження та накопичення інформації, спілкування, що виникають у публічному просторі. В Україні на державному рівні відсутнє законодавчо визначене дане поняття, тоді як у європейській практиці на законодавчому рівні розроблено не тільки комунікаційну, але і комунікативну політику, яка дозволяє формувати єдиний інформаційний простір. В умовах пандемії це є ключовим фактором успіху уряду.

2. Охарактеризовано процес комунікаційної політики органів самоврядування в умовах пандемії COVID-19, що дозволило дійти висновку, що одним із ключових моментів боротьби з поширенням COVID-19 є реалізація функції інформування населення, що є важливим заходом комунікаційної політики не тільки органів державної влади, але і органів місцевого самоврядування. Особливу роль при цьому відіграли електронні комунікації, а саме офіційні веб сайти та соціальні мережі, які забезпечують широке охоплення цільової аудиторії, що є однією з найсуттєвіших переваг соціальних мереж, адже саме вони є прямим каналом комунікації з громадськістю, завдяки якому орган влади має більше контролю над викладенням фактів і аргументів, а й може охопити свою цільову аудиторію краще, повніше й швидше.

3. Досліджено процес формування комунікаційної політики в умовах COVID-19, що дозволило визначити особливості формування та реалізації комунікаційної політики органів самоврядування в умовах пандемії COVID – 19, а саме встановити, що в Україні через відсутність розробленої комунікативної політики для органів влади, брак досвіду, низький рівень довіри населення до уряду виникла складна ситуація щодо боротьби із поширенням коронавірусу.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

2.1. Аналіз нормативно-правового забезпечення комунікаційного процесу органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії

Комунікаційна діяльність державних установ в Україні і світі регулюються законодавством, що визначає не тільки форми, методи, технології комунікування, але і окремі етапи комунікаційного процесу, встановлює відповідальність учасникам. Заважаючи, що комунікації державних установ є важливою частиною публічного управління, слід зазначити, що нині можливо виділити три основні групи нормативно-правового законодавства, що використовується для регулювання питань інформаційної та комунікаційної діяльності (Рис.2.1).

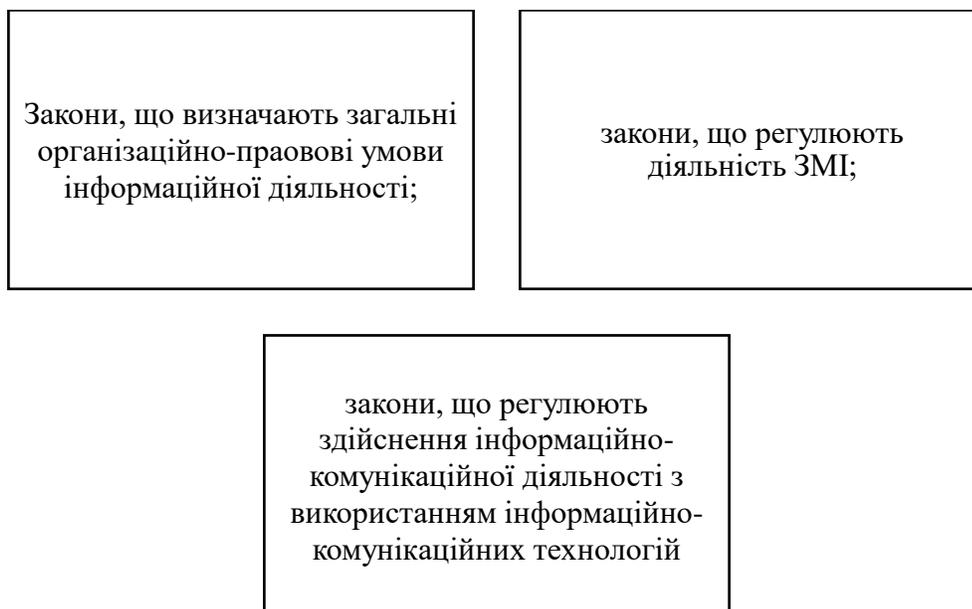


Рис.2.1 – Основні групи законів, що регулюють інформаційно-комунікаційну діяльність державних установ у публічному просторі (сформовано автором)

Так, у Конституції України базовою для інформаційно- комунікаційної діяльності є стаття 34, що гарантує кожному право на свободу думки і слова, на вільне вираженні своїх поглядів і переконань, а також право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або і інший спосіб- на свій вибір [31].

Статті 10. Конституції України [31] передбачає, що державною мовою в Україні є українська мова, яка використовується для усних і письмових, горизонтальних та вертикальних комунікацій усіх державних службовців та організації роботи державних установ. Українська мова використовується у дипломатичні, економічній, політичній, правничій, культурній та міжнародних сферах діяльності.

Стаття 8, п.5 Закону України «Про державну службу» [1] передбачає, що одним із основних обов'язків працівників державних інституцій використовувати державну мову в фаховій діяльності та в офіційному спілкуванні на всій території України.

Це обумовило формування на державному рівні формування мовних компетенцій у всіх учасників, що дозволить не тільки зменшити кількість комунікаційних бар'єрів (некомпетентність, невміння виражати свої думки, погана техніка мови, невміння слухати тощо), але і підвищуватиме ефективну взаємодію всіх учасників комунікаційного процесу у публічному просторі.

У Конституції, крім цієї статті є ще низка статей, що стосуються регулювання інформаційно- комунікаційного простору відносно якого державні установи формують свої комунікаційні політики (Рис.2.2).

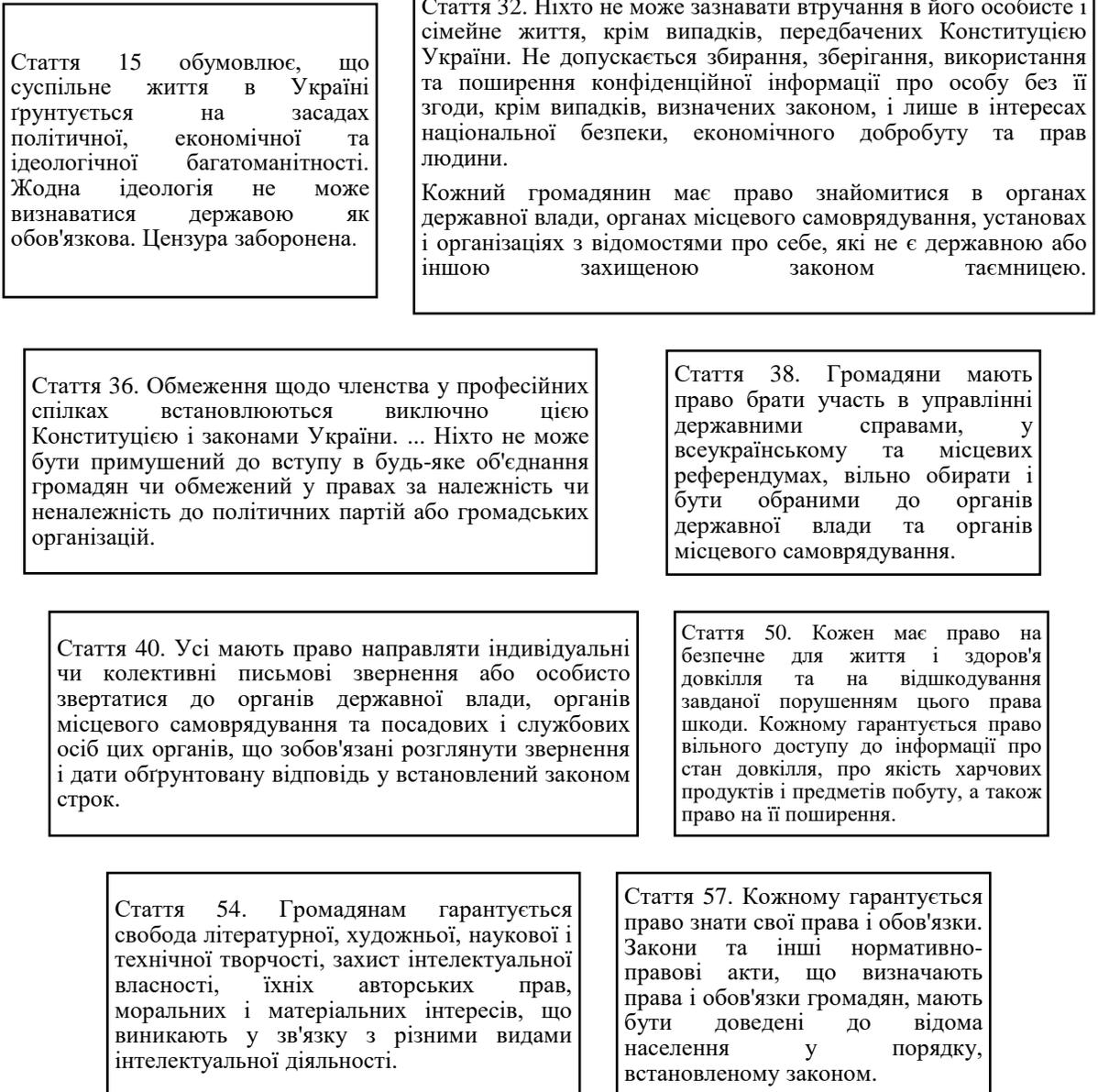


Рис.2.2 – Основні статті Конституції щодо інформаційно-комунікаційної діяльності державних установ зі стейкхолдерами (сформовано автором на основі

31)

Крім Конституції, інформаційно- комунікаційний простір регулює Цивільний Кодекс України, що є важливим для комунікаційної політики державної установи. Цивільний кодекс регулює як особисті (майнові та немайнові відносини),

так і відносини, що виникають під час комунікацій державних установ у публічному просторі. У ньому визначається сутність поняття «інформація» (стаття 200).

Стаття 277 визначає основні аспекти процесу спростування недостовірної інформації (Рис.2.3).

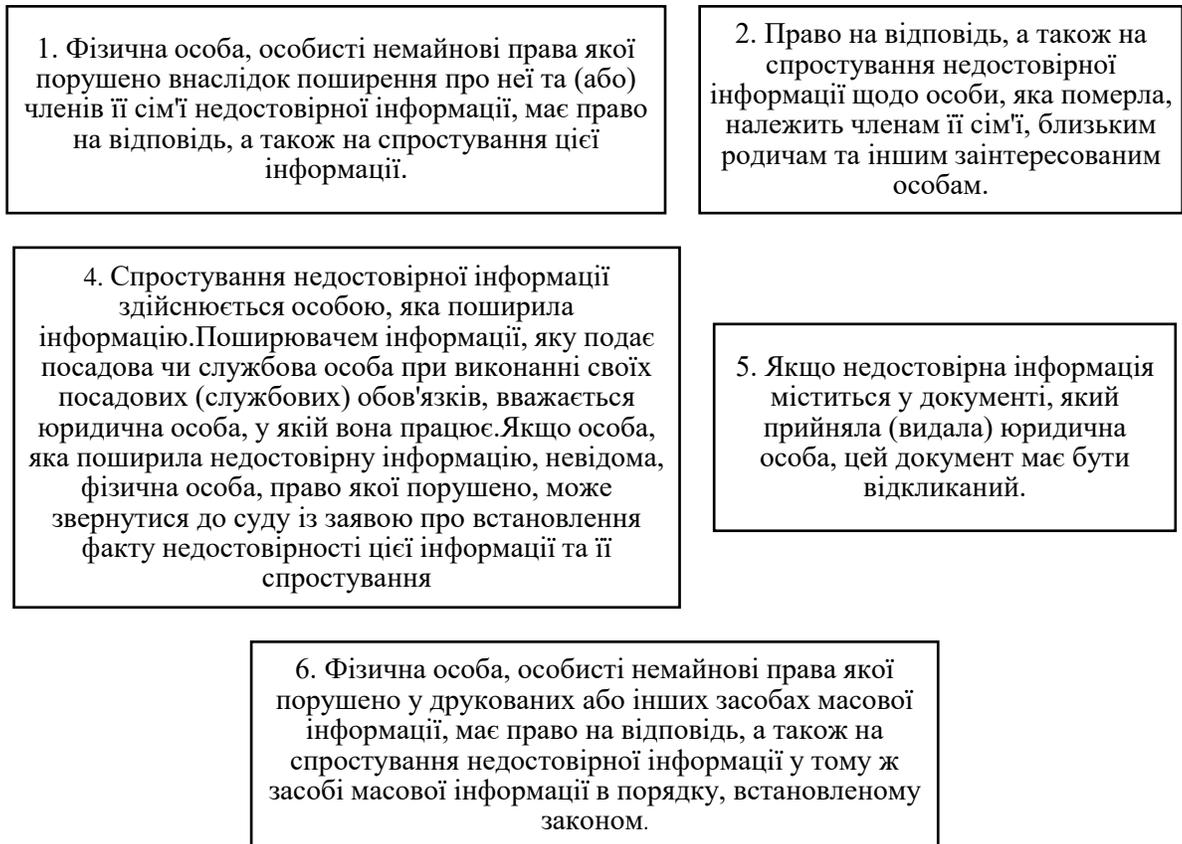


Рис.2.3 – Основні пункти статті 277 Цивільного кодексу України щодо спростування недостовірної інформації (сформовано автором на основі 55)

Наступний важливий аспект стосується того, що поширювачем інформації, яку подає посадова службова особа при виконанні своїх посадових обов'язків, вважається юридична особа, у якій вона працює. І якщо недостовірна інформація міститься у документі, яку видала юридична особа, то цей документ повинен бути відкликаний.

У випадку виявлення у друкованих та інших засобах масової інформації, у тому числі у мережі Інтернет, інформації, що порушує честь, гідність та ділову репутацію, особа, права якої імовірно порушено, має право на відповідь або безпосередньо звернутися до особи, яка здійснила дане порушення, з вимогою про спростування такої інформації, а також до суду з відповідним позовом.

Відповідно до пункту 12 Постанови належним відповідачем у разі поширення оспорюваної інформації в мережі Інтернет є автор відповідного інформаційного матеріалу та власник веб-сайта, особи яких позивач повинен установити та зазначити в позовній заяві.

Якщо автор поширеної інформації невідомий або його особу та/чи місце проживання (місцезнаходження) неможливо встановити, а також коли інформація є анонімною і доступ до сайту – вільним, належним відповідачем є власник веб-сайта, на якому розміщено зазначений інформаційний матеріал, оскільки саме він створив технологічну можливість та умови для поширення недостовірної інформації [12].

Стаття 278 ЦКУ [55] накладає заборону на поширення інформації, якою порушуються особисті немайнові права.

Стаття 296 ЦКУ регламентує право на використання імені, зокрема її використання не потребує згоди з метою висвітлення її діяльності або діяльності організації під час здійснення її професійної діяльності (протоколи, стенограми, відеозаписи, архівні матеріали тощо).

Стаття 297 ЦКУ [55] визначає, що кожен має право на повагу до його честі та гідності.

Стаття 299 ЦКУ [55] гарантує право фізичних осіб на недоторканість ділової репутації.

Стаття ЦКУ 302 [55] конкретизує окремі принципи реалізації права на інформацію.

Стаття 307 регламентує захист інтересів фізичної особи при проведенні фото-, кіно-, теле- та відеозйомок. Це потрібно враховувати, оскільки часто державні службовці самі того не бажаючи є публічними особами і повинні мати звання щодо захисту своїх прав під час фото-, кіно-, теле- та відеозйомок.

Кримінальний кодекс України [34] здійснює правове забезпечення охорони прав і свобод людини і громадянина, власності, громадського порядку та громадської безпеки, довкілля, конституційного устрою України від злочинних посягань, забезпечення миру і безпеки людства, а також запобігання злочинам. У цьому документі визначаються санкції і відповідальність за розповсюдження інформації, яка закликає до вчинення терористичного акту, зміни конституційного ладу. За заклики до вчинення дій, що загрожують громадському порядку (стаття 295 ЦКУ), пропаганду війни (стаття 436 ЦКУ), публічних закликів до геноциду (стаття 442 ЦКУ).

Стаття 170 ЦКУ передбачає покарання за умисне перешкоджання законній діяльності професійних спілок, політичних партій тощо.

Стаття 182 ЦКУ передбачає санкції за незаконне збирання, зберігання, використання, знищення, поширення конфіденційної інформації.

Стаття 231-232 ЦКУ регулює питання щодо комерційної та банківської таємниці.

Стаття 362 ЦКУ визначає покарання за несанкціоновані дії з інформацією, яка обробляється в електронно-обчислювальних машинах, автоматизованих системах, комп'ютерних мережах.

Окремо слід зупинитися на Законі України «Про інформацію»[5] був прийнятий у 1992 році, але у 2011 році викладений у новій редакції. Цей закон визначає основні напрями, що пов'язані із комунікаційною політикою державних установ (Рис.2.4).



Рис.2.4 – Основні напрями державної інформаційної політики згідно Закону України «Про інформацію» (2011 року) (узагальнено автором на основі 5)

Законом визначено, що порушення законодавства України щодо інформації тягне за собою цивільно-правову, дисциплінарну, адміністративну, дисциплінарну відповідальність.

Окремо необхідно зупинитися на Законі України «Про звернення громадян»[4], що передбачає врегулювання окремих етапів комунікаційного процесу громадян із державною установою. Зокрема, у ньому встановлюються терміни, вимоги до звернення, мова звернень і рішень відповідей на них, заборона відмови в прийнятті та розгляді звернення; звернення, які не підлягають розгляду

та вирішенню, заборона розголошення відомостей, що містяться у зверненнях, розгляд скарг громадян; термін подання скарги; права громадянина при розгляді заяви чи скарги; обов'язки органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, об'єднань громадян, засобів масової інформації, їх керівників та інших посадових осіб щодо розгляду заяв чи скарг; термін розгляду звернень громадян; безоплатність розгляду звернень; відповідальність посадових осіб за порушення законодавства про звернення громадян; відповідальність громадян за подання звернень протиправного характеру; відшкодування витрат по перевірці звернень, які містять завідомо неправдиві відомості.

Наступний важливий Закон України «Про захист персональних даних», який був прийнятий у 2010 році і набув чинності з 01.01.2011 р. Для державних установ він є важливим, тому що вони працюють з великою кількістю персональних даних. І передбачає порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації. Він визначає загальні положення щодо суті публічної інформації.

Велика Палата Верховного Суду у зразковій справі №806/3265/17 звернула увагу, що законодавством не врегульовується питання щодо наслідків відмови особи від обробки її персональних даних, тобто фактично відсутня будь-яка альтернатива такого вибору, що обумовлює низьку якість закону та порушення конституційних прав такої особи. Окрім того, реалізація державних функцій має здійснюватися без примушування людини до надання згоди на обробку персональних даних. Така обробка, як і раніше, повинна здійснюватися в межах та на підставі тих законів і нормативно-правових актів України, відповідно до яких виникають правовідносини між громадянином та державою. При цьому згадані технології не повинні бути безальтернативними й примусовими. Особи, які

відмовилися від обробки своїх персональних даних, повинні мати альтернативу – використання традиційних методів ідентифікації особи [48].

По-друге, особа не знає, куди та кому в майбутньому можуть бути передані її персональні дані.

Враховуючи кількість згод, які надає особа в сучасному світі, неможливо відстежувати передачу своїх даних третім особам. У зв'язку з цим реалізація прав, наданих законом, виявляється неефективною. В більшості випадків особи часто не знають про поширення їхніх даних, а отже, не можуть належним чином їх захистити.

Питання щодо відкликання згоди розглядало Міністерство юстиції України в Листі №5543-0-33-13/6.1 від 26.04.2013 р., де зазначалося про те, що згоду можна відкликати лише щодо майбутньої обробки даних, внаслідок чого особа не може бути впевнена в тому, як і хто вже опрацьовував її дані. У зв'язку з цим постає питання безпеки вже опрацьованих даних[48].

Таким чином, нормативно-правове забезпечення комунікаційного процесу в Україні передбачає забезпечення відкритості інформації у державних установах.

Окремо необхідно зазначити, що не вся інформація повинна бути відкритою. Оскільки є інформація, яка є конфіденційною (Табл.2.1).

Окрему групу законів становить законодавство, що регулює комунікаційний процес і комунікаційну політику із засобами масової інформації.

Таблиця 2.1

Трактування поняття «конфіденційна інформація» у нормативно-правових актах

Стаття 7 Закону «Про доступ публічної інформації»	Стаття 11 і 21 Закону «Про інформацію»	Стаття 2 Закону «Про захист персональних даних»
Конфіденційна інформація – інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень, та яка може поширюватися у визначеному ними порядку за їхнім бажанням відповідно до передбачених ними умов.	Інформація про фізичну особу (персональні дані) – відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована... До конфіденційної інформації про фізичну особу належать, зокрема, дані про її національність, освіту, сімейний стан, адреса, дата і місце народження. ... Конфіденційною є інформація про фізичну особу, а також інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень. Конфіденційна інформація може поширюватися за бажанням (згодою) відповідної особи у визначеному нею порядку відповідно до передбачених нею умов, а також в інших випадках, визначених законом	Персональні дані – відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована; Персональні дані можуть бути віднесені до конфіденційної інформації про особу законом або відповідною особою

До цієї групи відноситься : Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (1992), Закон України «про телебачення і радіомовлення (1993), Закон України «про суспільне телебачення і радіомовлення України» (2014), Закон України «Про інформаційні агентства» (1995), Закон України «про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації (1997), Закон України «про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів (1997).

Наступна група законів стосується електронних комунікацій. Зокрема, Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»[2] (2003), який визначив основні організаційно-правові засади електронного документообігу та використання електронних документів. Також встановив певні обмеження на застосування електронного документа як оригіналу.

Закон України « Про електронний цифровий підпис» (2003) визначає правовий статус електронного цифрового підпису та регулює відносини, що виникають при його використанні.

Для комунікаційної політики будь-якої державної установи важливу роль відіграє Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні [6], що став основою для розробки завдань щодо розвитку інформаційного суспільства в Україні та визначив інформаційний напрям державної політики одним із пріоритетних.

Таким чином, комунікаційний процес державної установи сьогодні є жорстко регульованим процесом, який дозволяє встановлювати правила, норми, вимоги до його побудови і не знання законодавства, не звільняє від відповідальності. Тому пропонуємо охарактеризувати комунікаційну політику органів державної влади на прикладі Полтавської обласної ради.

2.2. Характеристика комунікаційної політики органу державної влади та самоврядування (на прикладі Полтавської обласної ради)

Державні органи управління не можуть існувати без комунікацій, як форми взаємодії різноманітних суб'єктів та об'єктів України, діалог між владою і громадськістю. Тому пропонуємо розглянути комунікаційну політику на практиці Полтавської обласної ради. Державну виконавчу владу в області представляє Полтавська обласна державна адміністрація, а самоврядування – Полтавська обласна рада. Полтавська обласна рада забезпечує комунікацію між різними суб'єктами у м. Полтава (Рис.2.5).



Рис.2.5 – Основні суб’єкти комунікаційної політики Полтавської обласної ради
(узагальнено автором)

Полтавська обласна рада забезпечує комунікацію між 60 територіальними громадами, оскільки саме вона забезпечує представництво спільних інтересів громад, сіл, селищ та міст Полтавської області. Особливістю комунікацій на рівні органів місцевого самоврядування є те, що саме на цьому рівні має забезпечуватися конституційне право громадян на інформацію. Оскільки на цьому рівні відбувається встановлення та налагодження владою контактів з цільовими аудиторіями, узгодження процесу надання публічних послуг з потребами громадян, забезпечувати оперативне реагування на зміни у інформаційному просторі.

Надання публічних послуг (громадських, муніципальних, соціальних, адміністративних, управлінських та ін.) вимагає відповідного комунікаційного забезпечення, де інформація та комунікація є основою надання цих послуг.

У даному випадку, комунікація визначається як інструмент встановлення діалогу та взаємозв'язків між владою та громадянами, що здійснюється постійно, систематично і безперервно (Рис.2.6). Тому зобразимо спрощену схему.



Рис.2.6 – Спрощена схема комунікацій між місцевими органами влади на рівні регіону (сформовано автором)

Хоча на практиці комунікаційний процес є набагато складнішим. Адже, склад державних установ є набагато ширшим. До них відносять обласні і районні державні адміністрації, обласні і місцеві підрозділи центральних органів виконавчої влади, обласні, районні, міські, районні у містах, селищні та сільські ради. Громадськість передбачає, що до неї відноситься: громадян та інших осіб в Україні, громадські і релігійні об'єднання, фізичні та юридичні особи, колективи навчальних закладів, підприємств, науково-дослідних, проектних та інших установ, ЗМІ тощо.

Державні установи місцевих органів влади у своїй діяльності використовують внутрішні та зовнішні комунікації, що є основою комунікаційної політики (Табл.2.2).

Таблиця 2.2

Модель комунікаційного процесу органу державної влади та місцевого самоврядування (сформовано автором)

Типи комунікацій	Види		Види інформації	Суб'єкти комунікаційного процесу
Зовнішні	Вертикальні	Висхідні	науково-технічна інформація; податкова інформація; правова інформація; статистична інформація; соціологічна інформація; інші види інформації	Структурні підрозділи різних державних установ, гілок влади, інституції, ЗМІ, громадяни, постійні комісії відповідних рад, осередки політичних партій, рухів, громадські і релігійні об'єднання, колективи навчальних закладів, підприємств, науково-дослідних, проектних та інших установ,
		Нисхідні		
	Горизонтальні	між відділами		
		між працівниками		
Внутрішні	Вертикальні	Висхідні	структурні підрозділи організації, установи вертикалі влади	
		Нисхідні		
	Горизонтальні	між відділами		
		між працівниками		

Таким чином, комунікаційний процес є основою управлінської діяльності органів влади та їх установ, що вимагає використання відповідного інструментарію та методичного забезпечення. Адже, комунікації формують комунікаційний простір

органів влади, що забезпечує реалізацію виконання трьох основних завдань (Рис.2.7).

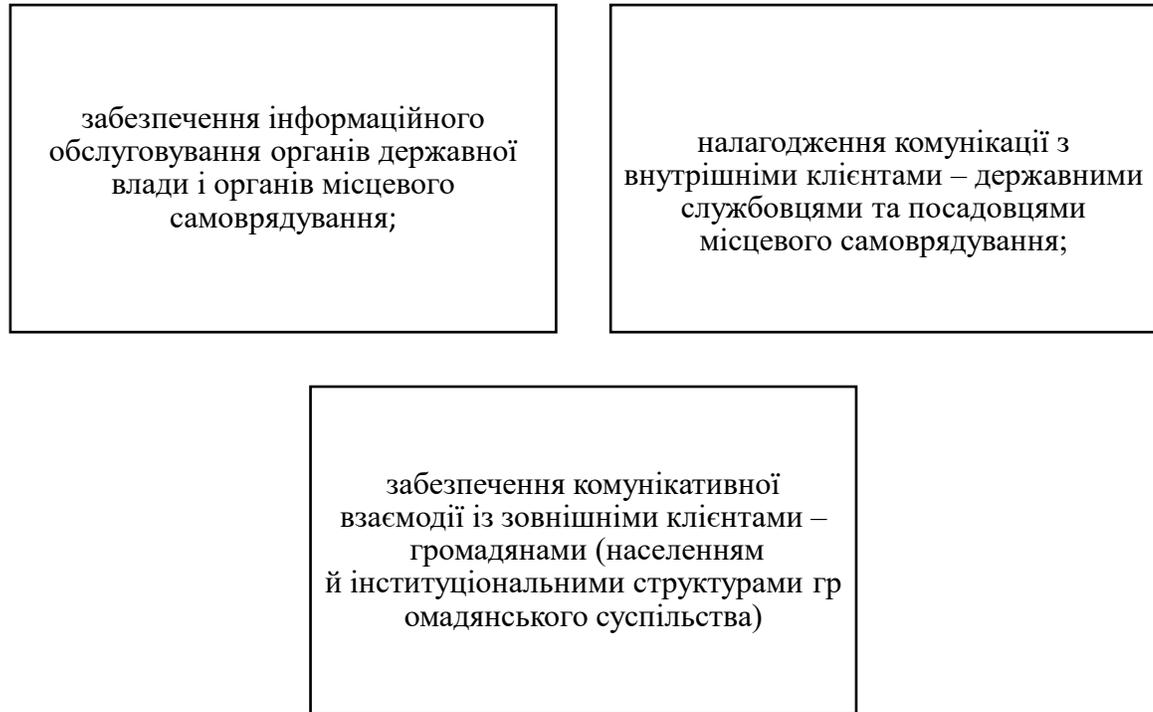


Рис.2.7 – Основні завдання комунікаційної діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування (сформовано автором)

Таким чином, роль і значення комунікацій є важливою, оскільки саме від них буде залежати не тільки якість управлінського процесу, але і якість життя певної громади. Оскільки ефективність комунікацій буде залежати не тільки від того як це буде прописано у нормативно -правових актах, але і від людського чинника. Зокрема, сьогодні однією із форм комунікацій є сайт, який виконує важливу роль у комунікаційному процесі. Наприклад, сайт Полтавської обласної ради (Рис.2.4). дозволяє продемонструвати процесі інформування різних стейкхолдерів щодо різної інформації (Рис.2.8).

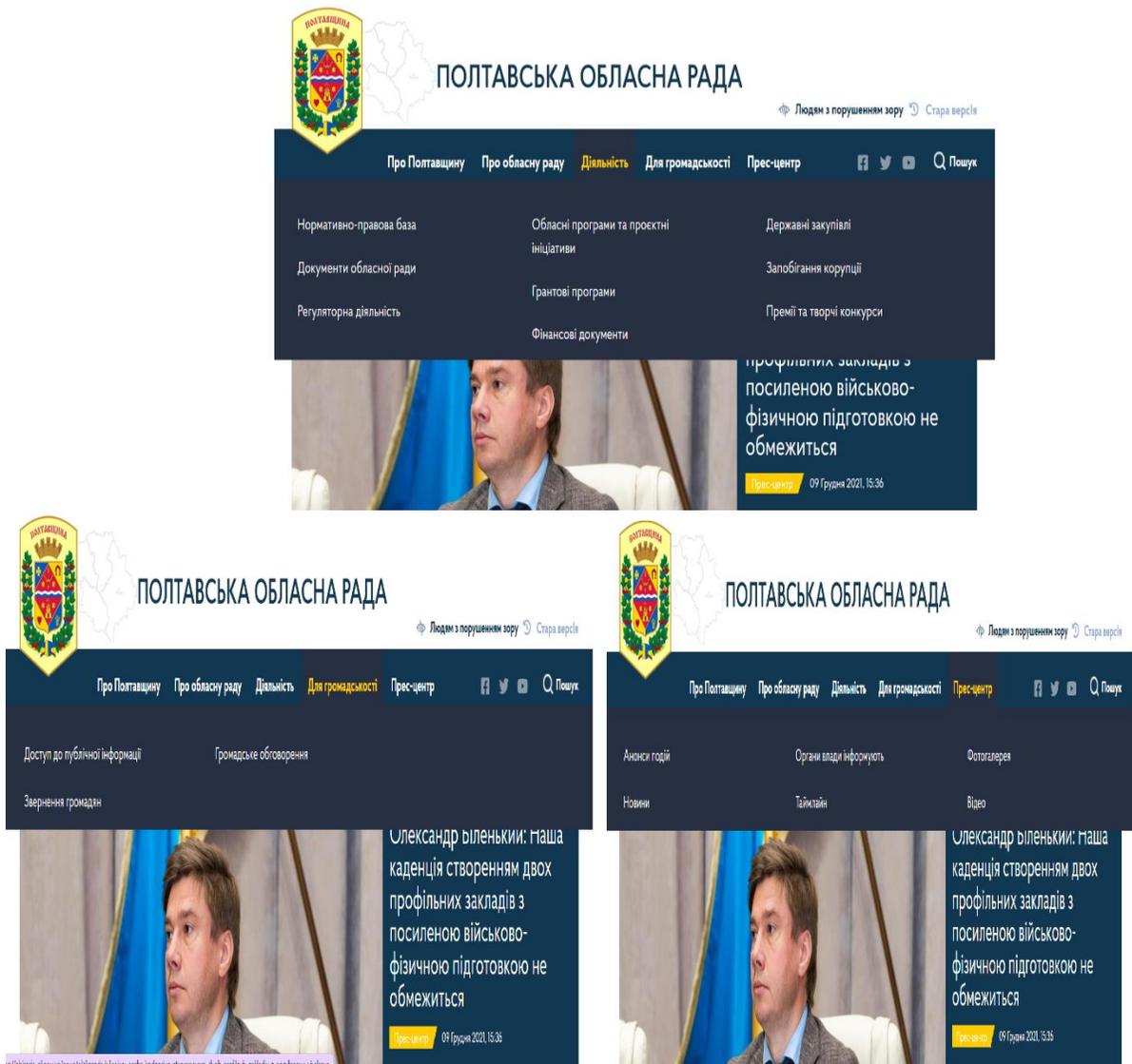


Рис.2.8 – Структура сайту Полтавської обласної ради з позиції інформування різних стейкхолдерів

Таким чином, сайт- сьогодні є одним із інструментів, що дозволяє забезпечувати процес інформування різних стейкхолдерів і забезпечувати основу взаємодії. З допомогою цього інструменту відбувається один із важливих етапів комунікаційного процесу (інформування) та поширення інформації, що є важливим для комунікаційної політики. Зокрема, через сайт поширюють інформацію від Управління Північно-східного офісу держаудитслужби у Полтавській області, від

Головного управління ДПС у Полтавській області, Головного управління статистики у Полтавській області, Управління державної служби якості освіти у Полтавській області.

Таким чином, сучасна характеристика комунікативної діяльності органів влади та місцевого самоврядування передбачає наявність власного комунікативного підрозділу, який виконує функції зв'язків з громадськістю та засобами масової інформації, впливаючи на політику прийняття рішень за допомогою зустрічей з представниками громадськості, актуальних публікацій на власному сайті, онлайн-опитувань з важливих для громади питань, документообігу тощо.

Для реалізації комунікаційної політики на рівні державних установ створюються відповідні структурні одиниці, що дозволяють забезпечувати комунікаційний процес із різними стейхолдерами шляхом інформування. Зокрема, Законом України «Про інформацію» визначено, що інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави [5].

Тобто, Закон України «Про інформацію», а саме ст.14 [5] визначає види інформаційної діяльності, де взяті за основу інформаційні процеси, які здійснюються під час інформаційної діяльності, а саме: одержання, використання, поширення та зберігання.

Для цього на рівні Полтавської обласної ради створено Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю, що забезпечує зовнішні комунікації на постійній основі та інформування, формування комунікаційного процесу (Рис.2.9). Адже, саме Закон України «Про інформацію» [5] передбачає, що комунікаційний процес на основі інформування повинен відбуватися на основі спеціальних принципів: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації та свобода її обміну; об'єктивність, вірогідність інформації;

повнота і точність інформації; законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації. На основі яких буде здійснюватися оцінка не тільки комунікаційного процесу, але і управління в цілому.

Оскільки комунікаційна політика державної установи передбачає використання різних форм, видів і методів комунікування (Рис.2.9).

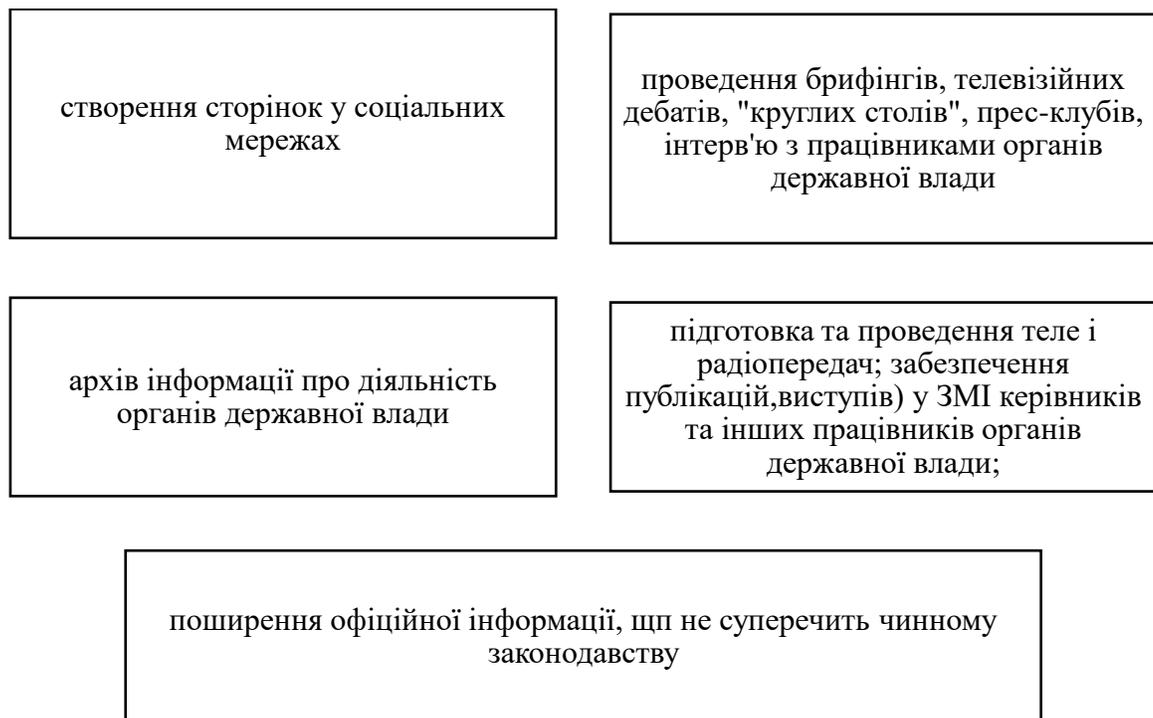


Рис.2.9 – Основні методи і форми зовнішніх комунікацій органів державної влади із стейкхолдерами (складено автором)

Особливістю цих форм і методів комунікацій є те, що вони регламентуються чинним законодавством. І на сьогодні, процес комунікування державних установ не може відбуватися стихійно, а виключно на основі чинного законодавства. Особливо на рівні місцевого самоврядування. Адже право громадян на участь в управлінні державними справами є одним із ключових демократичних принципів, які знайшли своє відображення у преамбулі Європейської хартії місцевого самоврядування,

підписаної всіма державами – членами Ради Європи. Громадянин є ключовим елементом у забезпеченні легітимності рішень органів місцевого самоврядування.

Вплив, якого зазнає Україна внаслідок глобалізаційних процесів, та розвиток демократичних процесів вимагають переоцінення ролі територіальних громад у суспільно-політичному й соціально-економічному житті держави. Принагідно відзначимо, що суттєво зростає роль первинних осередків демократії, завдяки чому функціонування територіальних громад наповнюється новим змістом.

Гострою стає проблема налагодження дієвої комунікативної взаємодії в місцевому самоврядуванні, що характеризується кількома важливими, на наш погляд, особливостями, які суттєво впливають на формування комунікаційної політики, а саме:

1) безпосередня приближеність представників органів місцевого самоврядування до територіальної громади не лише в географічній площині, а й у площині прийняття та реалізації управлінських рішень;

2) взаємопов'язаність і взаємозалежність членів територіальних громад та органів місцевого самоврядування, що знайшло своє відображення в юридичній та політичній практиці українського суспільства;

3) суттєва обмеженість в ресурсах (як людських, так і фінансових).

Зазначене вимагає впровадження відповідних правових механізмів та процедур. Однак на практиці недосконало регламентований порядок реалізації механізму громадської участі в місцевому самоврядуванні не завжди спрямовується на користь громади і громадян. Як наслідок – неефективне управління, нелегітимні рішення, падіння рівня довіри населення до інститутів влади, загострення соціальних конфліктів.

Насьогодні громадське життя характеризується певним напруженням в різних сферах, а також відсутністю налагодженого комунікативного процесу. Суттєвого значення також набувають комунікативні відносини між органами

місцевого самоврядування та громадськими об'єднаннями. Комунікативна взаємодія органів публічної влади з громадськістю має бути необхідною умовою демократичного суспільства. Нагадаємо, що базовий принцип Ради Європи полягає в тому, що «справжня демократія неможлива без демократії на місцевому рівні».

Ефективність демократії має пропорційну залежність від результативності комунікативного процесу. Саме на рівні територіальної громади такий процес може і повинен розвиватися та вдосконалюватися. З одного боку, тісна взаємодія з громадянами, яка допомагає владі приймати оптимальні рішення, може здійснюватися саме на місцевому рівні. З іншого – демократична модель публічного управління вимагає активної участі громадян. Усі форми безпосередньої участі громадян є взаємодоповнюючими і взаємозалежними, особливо їхні новітні видозміни й увесь арсенал Е-комунікацій.

Згідно Закону України «Про доступ до публічної інформації», громадськість має можливість отримувати інформацію від органів державної влади, але, на жаль, система органів державної влади заважає оперативному отриманню інформації через проблеми бюрократичного напрямку. В наслідок чого виникають питання щодо малоефективності спілкування між владою та громадськістю, що приводить до зниження довіри та зниження активності суспільства щодо просування ідей, вирішення проблем, сталого спілкування громадськості з владними структурами. Тому інформаційно-комунікативні технології стають на допомогу в процесах спілкування органів державної влади з громадськістю.

Варто зазначити, що інформаційно-комунікативні технології в PR-діяльності являють собою сукупність певних методів, прийомів та засобів, які використовуються органами державної влади та місцевого самоврядування для створення, опрацювання, передачі, управління, збереження інформації, отримання відповідного зворотного зв'язку від громадськості для підвищення ефективності взаємодії. При цьому інформаційно-комунікативні технології дозволяють

організувати PR-діяльність в публічному управлінні як масово з групами громадськості, так і індивідуально з окремими представниками громадськості, які відкриті для спілкування.

Слушним, на наш погляд, є дослідження, проведене щодо створення публічної онлайн-платформи колективної роботи органів самоорганізації населення для підвищення ефективності, відкритості, прозорості та доступності органів самоорганізації населення (ОСН) шляхом здійснення ефективної комунікації між ОСН та стейкхолдерами системи місцевого самоврядування, обміну публічною інформацією та автоматизацією процесів публічного управління [33].

Виділено наступні цілі даної платформи:

- організація віртуального середовища колективної роботи ОСН;
- забезпечення своєчасного розміщення повної, достовірної та актуальної інформації щодо здійснення повноважень ОСН;
- формування спільноти участі в демократичному управлінні на рівні місцевого самоврядування;
- забезпечення ефективної комунікації між органами місцевого самоврядування та інститутами громадянського суспільства;
- організація дослідницької діяльності у системі місцевого самоврядування;
- забезпечення зручної навігації [33].

Виходячи з власних досліджень вважаємо за доцільне до вище вказаних цілей додати наступні, які є не менш важливими та актуальними для сучасного стану публічних комунікацій:

формування довіри до органів влади та місцевого самоврядування, і, як слідство, формування та розвиток стійких взаємовідносин між владними структурами та громадськістю.

Запропоновано наступні модулі, які повинні знаходитись на онлайн-платформі:

- «модуль колективної роботи» - для автоматизації процесів та функцій публічного управління;
- «модуль контенту» - для управління контентом на онлайн-платформі;
- «модуль обговорення та взаємодії» - для обміну думками між стейкхолдерами системи місцевого самоврядування у процесі участі в управлінні справами на місцевому рівні;
- «модуль обміну даними» - між державними, місцевими реєстрами та базами даних у форматі відкритих даних;
- «інформаційно-аналітичний модуль» - для представлення та візуалізації ефективної взаємодії та публічного управління у системі місцевого самоврядування;
- «модуль пошуку» - для ефективного та зручного пошуку інформації на платформі;
- «модуль адміністрування» - для керуванням доступу та визначенням ролей користувачів, резервного копіювання баз даних та контенту, управління конфігурацією [33].

На наш погляд, перелік запропонованих модулів не є остаточним. Пропонується додати «модуль зворотного зв'язку», де варто розмістити не тільки такі засоби зв'язку, як номери телефонів, месенджерів, електронну пошту та адресу, але й коротке опитування (можливо, анонімне), яке не передбачає подальшого обговорення або відповіді на сайті. Питання, які варто поставити, повинні стосуватися загальної якості роботи платформи, питань та проблем, які виникли при користуванні, побажань та зауважень і т.і.

Наступною пропозицією є впровадження в платформу «модуля чат-бот», який допоможе зробити спілкування з громадськістю швидше та якісніше за рахунок відповідей на типові запитання в будь-який час доби. Якщо чат-бот не може відповісти, то до діалогу підключається співробітник. Однією з важливих функцій чат-ботів також є збір контактних даних та важливої інформації для співробітників. Варто відмітити, що функції чат-ботів з кожним роком все активніше використовуються офіційними структурами. Так, офіційний веб-сайт Державної прикордонної служби України використовує кнопку чат-боту для вирішення питань доступу громадян до інформації щодо перетинання державного кордону, Міністерство освіти і науки України сумісно з Міністерством юстиції України випустило чат бот «Кіберпес», за допомогою якого можна отримати інформації щодо поведінки у випадку кібербулінгу, Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів запустила чат-бот для підтримки громадян з питань захисту споживацьких прав, Міністерство та Комітет цифрової трансформації України ввели в роботу чат-боти в 9 областях України, з метою швидкого доступу для громадян до спілкування з місцевою владою. Таким чином, можна зробити висновок, що чат-боти активно впроваджуються в комунікативну діяльність органів влади та місцевого самоврядування, і є наявно необхідним інструментом сучасних інформаційно-комунікативних технологій. При чому, чат-боти можна використовувати для реалізації PR- комунікацій, адже вони відповідають певним критеріям, серед яких достовірність, своєчасність, актуальність, доброчесність, точність, корисність тощо.

Для побудови ефективної інформаційно-комунікативної системи, яка базується на державній інформаційній політиці України, на нормативно-правовій базі та забезпечує функціонування інформаційного суспільства, необхідно вирішити низку питань, серед яких слід відмітити найбільш актуальні:

- формування позитивного іміджу органів публічного управління PR-засобами комунікацій;
- оцінка стану та якості комунікаційної політики органів влади та місцевого самоврядування;
- формування та розвиток інформаційно-комунікативних якостей громадськості;
- побудова сталого функціонування систем документообігу;
- впровадження інформаційно-комунікативних технологій в систему державної служби;
- формування ефективних інформаційних систем в публічному управлінні;
- впровадження різноманітних електронних засобів комунікації;
- удосконалення інформаційної інфраструктури публічного управління;
- подальший розвиток е-урядування в системі публічного управління;
- використання ІТ-технологій в комунікативній системі України;
- впровадження електронної взаємодії між громадськістю та органами влади та місцевого самоврядування;
- впровадження та розвиток інформаційно-комунікативних технологій в процесі прийняття управлінських рішень на різних державних рівнях.

Урахування та вирішення зазначених питань ставить з боку центральних і регіональних органів влади завдання забезпечення умов для підвищення якості комунікативних процесів з громадськістю та згладжування можливих наслідків недовіри до влади.

Однак, інформаційно-комунікативна система має базуватися на комунікативній інфраструктурі, що повинна собою являти сукупність інституцій органів державної влади та місцевого самоврядування, суб'єктів та об'єктів системи управління, зв'язків між ними, що має забезпечити діяльність як самих органів

публічного управління, так і громадськості, при цьому має бути передбачена наявність в її структурі координаційно-комунікативного центру, який повинен виконувати функції комунікативної взаємодії, використовуючи інструменти тактичного та стратегічного планування, якісного контролю, удосконалення нормативно-правового механізму тощо, що сформує певні умови для сталого розвитку взаємовідносин з громадськістю та в цілому має привести до покращення життєдіяльності громадян.

2.3. Аналіз практики реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами

Криза Covid-19 є унікальною з точки зору скоординованого та глобального виміру боротьби зі стихійними лихами. Її початок став реальним викликом для формування комунікацій не тільки із громадянами, але і працівниками та іншими державними установами. Зокрема, роль і значення кризових комунікацій, можна продемонструвати на прикладі Нових Санжар, коли виникла масова паніка щодо зустрічі українців із Уханя.

20 лютого став темою «номер один» чи не в усіх медіа країни. Цього дня відбулося багато подій, пов'язаних з евакуацією українців та громадян інших держав з Китаю до України, їх перевезенням до медичного центру Національної гвардії «Нові Санжари» в однойменному селищі міського типу на Полтавщині та протестами місцевих мешканців. Багатьох ці події буквально шокували, а запит «Нові Санжари» 20 лютого став топ-темою в українському сегменті гугл-пошуку [14]. Інформаційний простір України в ці дні нагадував хаос. У Міністерстві охорони здоров'я довго не повідомляли, куди саме прибуде літак та де розмістять його пасажирів [14].

Чутки про приїзд евакуйованих і викликані ними протести ширилися різними регіонами України. Почалося 16 лютого, у Львівській області із селища Шкло на Яворівщині, де мешканці, стривожені чутками про те, що в місцевому санаторії «Шкло» начебто планують поселити на карантин евакуйованих українців з Китаю. Місцеві вимагали від влади «розказати правду».

На Тернопільщині у селі Микулинці 18-19 лютого протестувати вийшли мешканці. Вони дізналися, що пасажирів літака з Уханя планують привезти в місцевий санаторій «Медобори», і боялися заразитися коронавірусом. Два дні навіть проводили молебні, аби «захиститися від вірусу».

На Львівщині 19 лютого на акцію протесту вийшли мешканці міста Винники, оскільки вони також боялися в тамтешньому закладі охорони здоров'я.

Після Львівщині була Полтавщина, а саме селище міського типу Нові Санжари на Полтавщині, де також були протести. Літак із пасажирами з Китаю довго кружляв над Україною, а під кінець дня, коли людей нарешті доставляли автобусами у санаторій, заворушення досягли таких масштабів, що люди почали кидати каміння та побили вікна в одному з автобусів.

У результаті виникла паніка, яка була пов'язана із відсутню інформації і механізмів управління інформацією у кризових ситуаціях та чіткого механізму прийняття рішень і розподілу повноважень.

Основними комунікаційними помилками у державній комунікаційній політиці було:

- 1) новини про рейси та подальше розміщення українців поширювалися в соцмережах і телеграм-каналах, а не на сайтах офіційних відомств. Лише на наступний день на сайті президента з'явилася інформація про розміщення людей, які прилетіли з Китаю, у Нових Санжарах;

2) не проводилася роз'яснювальна робота з громадянами. За підсумком, картинку з протестами жителів селища і спаленням шин опублікували світові ЗМІ – Reuters, The Guardian, Zeit і ABC.

3) Не було відповідей на одні і ті самі запитання щодо де купити маски, як буде підтриманий бізнес (і чи буде), що чекає людей, що залишилися без роботи, наскільки захищені лікарі, чому за прогулянки в парках буде штраф, а збори в церкві на Великдень дозволені. Були відсутні гарячі лінії.

4) відсутня робота з фейками;

5) відсутність єдиного інформаційного джерела.

Наприклад, якщо головний санітарний лікар Ляшко або міністр Степанов говорили про продовження карантину, то мери заявляли про швидке припинення карантину і повернення в звичний режим. Водночас, є приклади, коли на місцевому рівні громади намагалися не тільки вирішити питання комунікацій, але і соціальних проблем. Так, 23 березня 2020 року на території Покровської ОТГ розпочала роботу мобільний штаб «Допомога в умовах карантину». Першочерговим завданням штабу є надання допомоги по доставці ліків, продуктів харчування, засобів особистої гігієни літнім самотнім людям, які перебувають в зоні ризику. Схожий проект був реалізований на території Криничанської ОТГ [23].

Схожим шляхом діє і Томаківська ОТГ. Активні волонтери раз на три дні здійснюють закупівлю товарів за заявками своїх мешканців. Могилівська ОТГ здійснює необхідні закупівлі раз на день, доставка для мешканців громади є безкоштовною [23]. Також окремі громади внесли зміни у сайт із виділенням вкладки, де розміщується вся офіційна інформація. Як приклад можна привести сайт Тернопільської міської ради (Рис.2.10).

The screenshot shows the official website of the Ternopil City Council. The header includes the city's name, a search bar, and navigation links. The main content area features a news article titled "Протоколи міського оперативного штабу для боротьби з коронавірусом" (Protocols of the city emergency staff for fighting COVID-19). The article is dated 18 березня 2020 and includes a table of protocols.

Протоколи міського оперативного штабу для боротьби з коронавірусом

18 березня 2020
розмір шрифту

Протоколи оперативного штабу для координації дій щодо недопущення занесення і поширення на території Тернопільської міської територіальної громади випадків захворювань, спричинених новим коронавірусом, виявленим у місті Ухань (провінція Хубей, Китай)

№	Рішення оперативного штабу	Висновок :
65	Протокол №27 від 03.12.2021р. Рішення №52 від 03.12.2021р.	З 4 грудня перевезення пенсіонерів за віком у громадському транспорті Тернополя здійснюватиметься безоплатно та без обмежень у часі і кількості; забезпечити роботу закладів освіти, в яких вакциновано 100% персоналу; заборонити роботу спортзалів, фітнес-центрів і басейнів, крім закладів, в яких всі працівники і відвідувачі мають один з COVID-документів; забезпечити діяльність точок продажу новорічних ялинок при

Читайте також

- У Тернополі інспектори з паркування евакуювали п'ять транспортних засобів, які перешкоджали роботі снігоочисної техніки
15 грудня 2021
- На засіданні виконавчого комітету заслухано звіт про роботу відділу ведення Державного реєстру виборців Тернопільської міської ради
15 грудня 2021
- Виконком розглянув проект рішення про внесення змін у бюджет Тернопільської громади на 2021 рік
15 грудня 2021

МЕНЮ САЙТУ

Рис.2.10 – Приклад інформування громадян на сайті Тернопільської міської ради

Проте комунікаційні помилки на початку карантину призвели до низького рівня та ефективності реалізації кампанії щодо вакцинування громадян щодо поширення пандемії. Було створено штаб Міністерства охорони здоров'я України з реагування на ситуації з поширення інфекційних хвороб, яким можна запобігти шляхом вакцинації, склад та положення якого затверджено наказом Міністерства охорони здоров'я України від 07 червня 2019 року № 1319 (у редакції наказу Міністерства охорони здоров'я України від 02 грудня 2020 року № 2784).

Його очолює Міністр охорони здоров'я України. До складу оперативного штабу входять представники Міністерства охорони здоров'я України, Збройних сил України, Міністерства внутрішніх справ України, ЮНІСЕФ, ДУ «Центр громадського здоров'я МОЗ України», Національної служби здоров'я України, Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками, ДП «Державний експертний центр МОЗ України», представники закладів вищої

медичної освіти, представники Бюро Всесвітньої організації охорони здоров'я в Україні, Центрів контролю та профілактики захворювань США тощо. Робота з підготовки кампанії по вакцинації від коронавірусної хвороби COVID-19 розпочалась з вересня 2020 року. Було розроблено рекомендації стосовно критеріїв щодо пріоритетних груп для охоплення імунізацією від коронавірусної хвороби COVID-19 в Україні. Було створено дорожню карту вакцинування згідно якої були визначені рекомендації щодо охоплення вакцинацією проти коронавірусної хвороби COVID-19 протягом 2021-2022 року щонайменше 50% населення України (20 866 390 людей). Було визначено цільові групи, які потребують вакцинування в першу чергу.

З урахуванням швидкості та обсягів поставок вакцин в Україну, будуть створюватися пункти для вакцинації на базі закладів охорони здоров'я та збільшуватиметься кількість залучених мобільних бригад для того, щоб забезпечити поетапну вакцинацію ще більшої кількості населення України з пріоритетних для вакцинації груп.

Кабінет міністрів 29 січня затвердив план проведення вакцинації від коронавірусу на 2021 рік. Він передбачає такі етапи: лютий-квітень: вакцинація 367 тисяч медиків в стаціонарах, а також учасників ООС; квітень-травень: 1,9 млн українців у віці старше 80 років і працівників первинної медичної допомоги; травень-червень: 363 тисячі інших медичних працівників; червень-липень: 2,9 млн українців у віці 70-79 років; липень-серпень: 640 тисяч співробітників структур держбезпеки; серпень-вересень: 2,3 млн громадян у віці 65-69 років; вересень-жовтень: 1,4 млн працівників освіти; жовтень-листопад: 2,8 млн українців у віці 60-64 роки; листопад-грудень: 1,7 млн українців з інших категорій [39] (Рис.2.11).

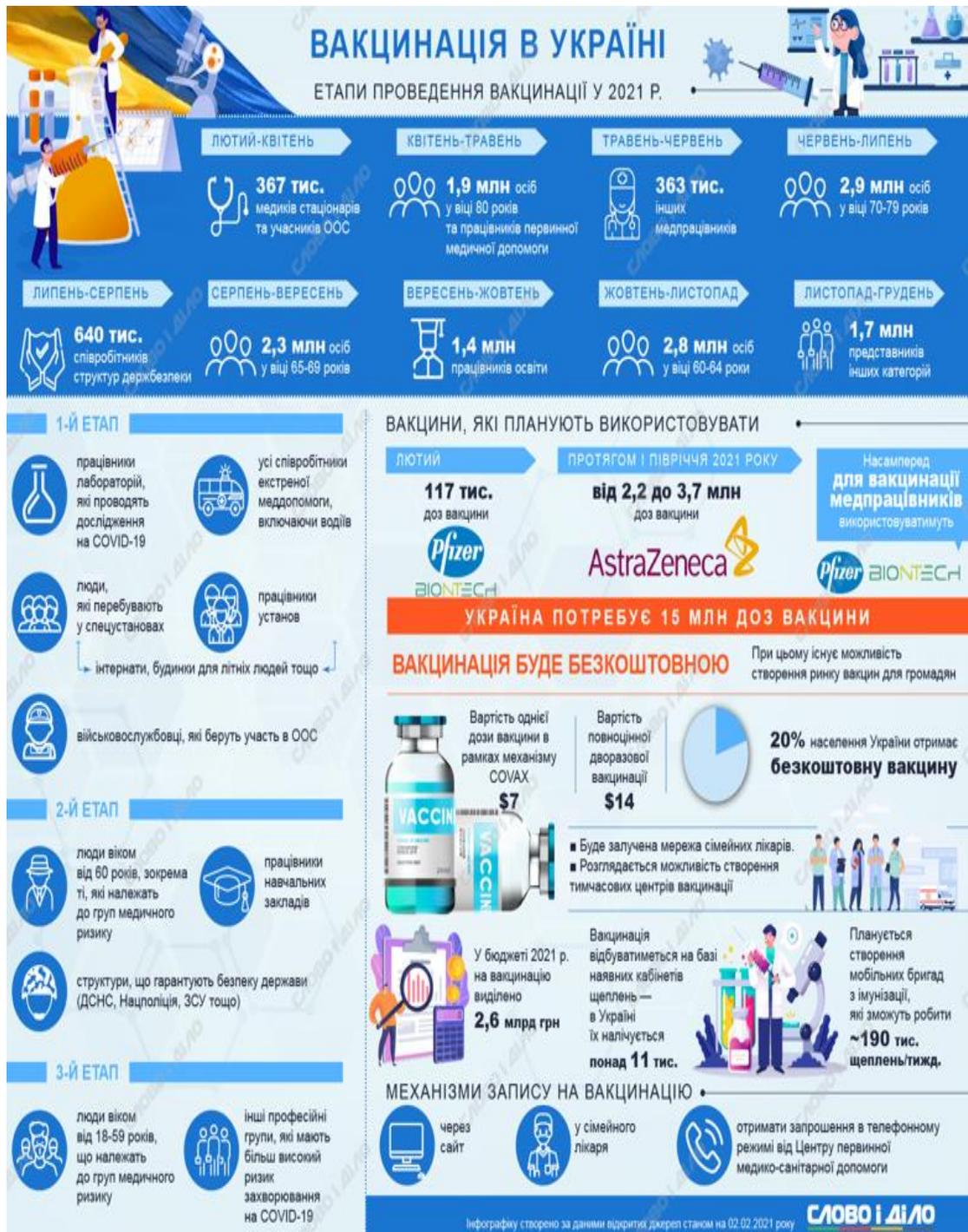


Рис.2.11 – Інфографіка процесу вакцинування у 2021 році в Україні

Аналіз нинішньої ситуації, свідчить, що на ефективність вакцинування в Україні вплинули проблеми, які пов'язані із державними комунікаціями та виникненням великої кількості фейків про вакцинування (Рис.2.11).

ТОП-5 МІФІВ ПРО ВАКЦИНАЦІЮ ТА ЇХ РОЗВІНЧУВАННЯ

МІФ

ПРО "ГІПЕРІМУНІЗАЦІЮ": "ТРИКОМПОНЕНТНА ВАКЦИНА ШКІДЛИВА", "ДИТИНИ НЕ МОЖНА ВВОДИТИ ДЕКІЛЬКА ВАКЦИН", "ЦЕ ПЕРЕВАНТАЖУЄ ІМУНІТЕТ"

ПРАВДА

ЦЕЙ МІФ ВИНИК, БО ЛЮДИ БОЯТЬСЯ МІКРОБІВ, ЩО ПОТРАПАЮТЬ В ОРГАНІЗМ, АДАЖЕ ВВАЖАЮТЬ ЇХ "ПЕРЕВАНТАЖЕННЯМ" ІМУНІТЕТУ. АЛЕ НАСПРАВДІ ІМУННА СИСТЕМА МІЦНІША, НІЖ ВОНИ ВВАЖАЮТЬ, І ВОНА ЛЕГКО ДОЛАЄ АНТИГЕНИ, ЩО МІСТЯТЬ ВАКЦИНИ. НАПРИКЛАД, МІКРОБИ-ВИНУВАЦІ ЗВИЧАЙНОГО БОЛЮ У ГОРЛІ ДАЮТЬ ДИЛИНИ БІЛЬШЕ АНТИГЕНІВ, НІЖ БУДЬ-ЯКА ВАКЦИНА. ВАКЦИНАЦІЯ НЕ ШКІДЛИВА ДЛЯ ЛЮДЕЙ, У ЯКИХ УЖЕ СФОРМУВАВСЯ ІМУНІТЕТ ДО ХВОРОБИ. ЦЕ БЕЗПЕЧНО І НЕ МАЄ НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ.

МІФ

ВАКЦИНИ ПРОТИ КОРУ (КПК) МАЮТЬ ЗДАТНІСТЬ ПРИГНІЧУВАТИ ІМУНІТЕТ, ТОМУ В ПЕРІОД ЕПІДЕСОНУ ГРИПУ КАТЕГОРИЧНО НЕ МОЖНА ПРОВІДИТИ МАСОВУ ВАКЦИНАЦІЮ ПРОТИ КОРУ.

ПРАВДА

НАУКОВЦІ АНАЛІЗУВАЛИ ОКРЕМІ ВИПАДКИ БАКТЕРІАЛЬНИХ ТА ВІРУСНИХ ІНФЕКЦІЙ В ПОПУЛЯЦІЇ ПРОТЯГОМ ТАК ЗВАНИХ "ПЕРІОДІВ РИЗИКУ" ПІСЛЯ ЩЕПЛЕННЯ (0-30 ДНІВ, 31-60 ДНІВ І 61-90 ДНІВ). ЇХНІЙ ВИСНОВОК — ВАКЦИНА КПК НЕ ПІДВИЩУЄ РИЗИКИ ЦИХ ІНФЕКЦІЙ.

МІФ

ВАКЦИНИ МАЮТЬ ВІДПОВІДАТИ "ІМУННИМ ПОТРЕБАМ НАЦІЇ". НАЙКРАЩЕ КОРИСТУВАТИСЯ ВАКЦИНАМИ, ЯКІ ВИРОБАДЮЮТЬСЯ В МЕЖАХ КРАЇНИ, А НЕ ЗАКУПОВУВАТИ ЇХ ЗА КОРДОНОМ.

ПРАВДА

НЕ БУВАЄ ЖОДНИХ "ІМУННИХ ПОТРЕБ НАЦІЇ", ХВОРОБИ НЕ ЗНАЮТЬ НАЦІОНАЛЬНИХ ЧИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ КОРДОНІВ. У ВИРОБЛЕННІ ВАКЦИНИ КЛЮЧОВЕ — НЕ КРАЇНА, НЕ НАЦІОНАЛЬНА ПРИНАЛЕЖНІСТЬ ЛЮДЕЙ, ЯКИМ ВОНА ВВОДИТЬСЯ, А ЯКІСТЬ ТА ВИМОГИ ДО ВИРОБНИЦТВА, ЩО ЗА ОСТАННІ 15-20 РОКІВ СТАЛИ ЩЕ БІЛЬШ ЖОРСТКИМИ.

МІФ

ВАКЦИНИ ВИКАЛИКАЮТЬ АУТИЗМ

ПРАВДА

ВАКЦИНАЦІЯ НЕ ПРИЗВОДИТЬ ДО АУТИЗМУ. ЦЕНТР КОНТРОЛЮ ТА ПРОФІЛАКТИКИ ЗАХВОРОВАНОЇ У США, МЕДИЧНИЙ ІНСТИТУТ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ НАУК ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ТА БРИТАНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА СЛУЖБА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ПРОВЕЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА СПРОСТУВАЛИ БУДЬ-ЯКИЙ ЗВ'ЯЗОК МІЖ ВАКЦИНОЮ І ВИНИКНЕННЯМ АУТИЗМУ.

МІФ

ВАКЦИНАЦІЯ ПРОТИ КОРУ ЗАБОРОНЕНА В ЯПОНІЇ

ПРАВДА

В ЦЬОЇ КРАЇНІ ЩЕПЛЕННЯ ПРОТИ КОРУ ТА КРАСНУХИ ВХОДИТЬ ДО ПЛАНОВОЇ ВАКЦИНАЦІЇ ЗГІДНО З ЯПОНСЬКИМ КАЛЕНДАРЕМ ЩЕПЛЕНЬ. ТАК, У 2016 РОЦІ РІВЕНЬ ОХОПЛЕННЯ ВАКЦИНАЦІЄЮ СТАНОВИВ 97% (ПЕРША ДОЗА У ВІСІ ОДНОГО РОКУ) І 93% (ДРУГА ДОЗА У 5-6 РОКІВ).

© 2019 УкрІнформ. Усі права захищені. У разі використання матеріалів посилання обов'язкове. www.ukrinform.ua

Дані: facebook.com/ulanazurpin

UKRINFORM

Рис.2.11 – Топ -5 міфів про вакцинування

Це призвело до того, що станом на 15.12.2021 року щеплення зробили лише 30,59 % населення (Рис.2.11).

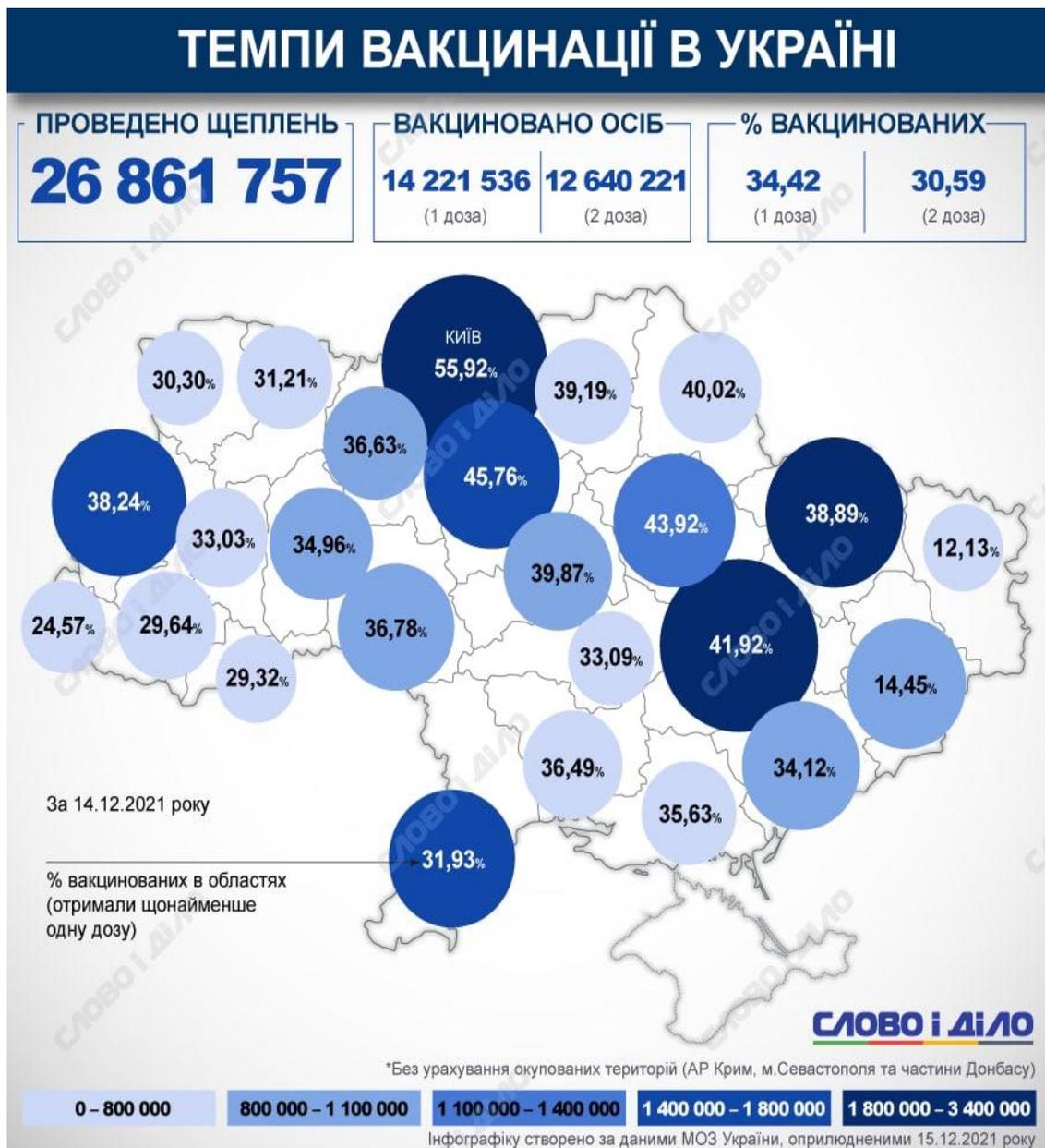


Рис.2.12 – Інфографіка темпів вакцинування в Україні станом на 14.12.2021 року

Таким чином, цілі дорожньої карти вакцинування знову були не досягнуті. Експерти зазначають, що однією із причин є відсутність системного і щоденного розвінчування міфів, фейків щодо вакцин від COVID-19. Саме фейки не тільки призводять до спотворення інформації, але є і випробовуванням для комунікаційної політики будь-якої установи.

Наступним викликом для державних установ стало забезпечення комунікацій з працівниками, коли були введені вперше обмеження на пересування. Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 р. № 211 «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» (зі змінами)(далі – Постанова) з 12 березня 2020 року до 24 квітня 2020 року на усій території України встановлюється КАРАНТИН [45].

На період встановлення карантину або обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19), було рекомендовано МОЗ для роботодавців доручити працівникові, у тому числі державному службовцю, службовцю органу місцевого самоврядування, виконувати протягом певного періоду роботу, визначену трудовим договором, удома (пп. 1 п. 2 Прикінцевих положень Закону про запобігання коронавірусу). Якщо працівники можуть працювати з дому, а роботодавець в змозі організувати дистанційну роботу, це варто зробити.

Було акцентовано увагу Урядом України на тому, що на час установлення карантину за державними службовцями, службовцями органів місцевого самоврядування та працівниками, які виконують роботу визначену трудовим договором удома, зберігаються займана посада, умови оплати праці та соціальні гарантії. Крім того, виконання такої роботи не тягне за собою будь-яких обмежень трудових прав.

30 березня 2020 року прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID2019)» (далі – Закон № 540), який коригує та доповнює певні законодавчі вимоги щодо карантину та яким регламентовано гнучкі форми організації праці та дистанційну роботу.

Наказом Національного агентства з питань держслужби від 13 березня 2020 року № 39-20 було запроваджено правові передумови для виконання державними службовцями своїх завдань віддалено, фактично – дозволено режим дистанційної роботи для такої категорії працівників. Також було внесено зміни до Типових правил внутрішнього службового розпорядку, які надають можливість державним службовцям працювати в такому режимі.

20 березня 2020 р. Нацагентство з питань державної служби надало роз'яснення (№ 87-р/з) щодо впровадження змін до Правил внутрішнього службового розпорядку в органі державної влади.

Були затверджені зміни до Правил внутрішнього службового розпорядку, що дозволили проводити вирішити питання проведення нарад, визначивши програми, які будуть визнаватися.

Визначено послідовність дій при використанні дистанційних технологій, а саме:

по-перше, це усне узгодження виконання завдань віддалено з безпосереднім керівником та керівником самостійного структурного підрозділу (за наявності);

по-друге, підготовка переліку завдань для віддаленої роботи з термінами їх виконання (обсяг таких завдань повинен визначатись з урахуванням тривалості робочого часу);

по-третє, письмове погодження таких завдань з безпосереднім керівником та керівником самостійного структурного підрозділу (за наявності) шляхом підписання, затвердження, накладання резолюції або інших видів погодження з використанням засобів телекомунікаційного зв'язку (наприклад, відповідь електронною поштою).

Таким чином, пандемія продемонструвала стратегічну роль комунікацій у кризових ситуаціях, і водночас посилила слабкі місця комунікаційної політики державних установ, коли потрібно забезпечити формування єдиного

інформаційного простору. Тому пропонуємо розглянути напрями підвищення ефективності комунікаційної політики у наступному розділі.

Провівши аналіз нормативно-правового забезпечення комунікаційного процесу органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії, було встановлено, що на початку розгортання пандемії виникла необхідність удосконалення нормативно-правового забезпечення для того, щоб вводити обмеження, які будуть стримувати поширення пандемії. Приділялася увага здійсненню інформування громадян про те, як потрібно поводитися, коли буди введені обмеження на пересування і необхідно було організувати поточну роботу органів державної влади та самоврядування.

Охарактеризувавши комунікаційну політику органу державної влади та самоврядування (на прикладі Полтавської обласної ради) було встановлено, що вона ґрунтується на основі використання зовнішніх та внутрішніх комунікацій., що забезпечують інформаційне обслуговування органів державної влади і органів місцевого самоврядування; забезпечують налагодження комунікації з «внутрішніми клієнтами» – державними службовцями та посадовцями місцевого самоврядування та комунікативну взаємодію із «зовнішніми клієнтами» – громадянами (населенням й інституціональними структурами громадянського суспільства).

Проаналізувавши практику реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами було встановлено, що відсутність досвіду управління в умовах пандемії призвело до виникнення значної кількості помилок у комунікаційній політиці органів державної влади, які негативно вплинули на результативність заходів щодо боротьби із поширенням пандемії.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ

3.1. Удосконалення комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування на основі розвитку кризових комунікацій

Ефективне спілкування в кризових ситуаціях має вирішальне значення для успішного управління кризою. Ефективна комунікація в кризових ситуаціях реалізується через державні установи, що повинно забезпечити належне управління інформацією, управління засобами масової інформації, ефективні заходи підтримки та пряме спілкування із зацікавленими сторонами, що дозволить уникнути паніки, залучити громадськість на допомогу, зменшити репутаційні втрати та сприятиме підвищенню іміджу як державної установи, так і уряду. Дозволяють досягати поставлених цілей в умовах високого рівня невизначеності. Зокрема, проаналізувавши досвід кризового управління в деяких країнах, саме завдяки гарно налагодженим кризовим ситуаціям вдається не тільки досягати поставлених цілей, але і посилити зв'язок з громадою.

Так, Тайвань – перша країна у світі, яка припинила авіасполучення з Китаєм, яка одразу розробила і запустила чіткі правила в'їзду та самоізоляції після в'їзду, крім повернення своїх громадян,

Заборонила експорт засобів індивідуального захисту, розпочала потужне виробництво масок й інших засобів захисту на своїй території та встановила фіксовану ціну на них.

Наприклад, наприкінці січня 2020 року тут виробляли 4 млн масок на день (а вже на початку лютого виробництво досягло 10 млн масок на день). Окремо

виготовляли маски для дітей. При цьому уряд встановив великі штрафи та навіть покарання у вигляді ув'язнення за підвищення цін на маски чи інші товари для запобігання передачі вірусу. Уряд розробив ефективну систему логістики із залученням працівників пошти, аби всі медичні заклади і аптеки були забезпечені масками, створив систему відстеження залишків.

«Усе це було зроблено до 20 січня 2020 року, а 21 січня у Тайвані зафіксували перший випадок коронавірусу, який з'явився там вже коли вся країна була повністю готова до нього [50].

З 20 січня тут проводилися щоденні брифінги міністра охорони здоров'я, щогодини оновлювалася інформація про поширення вірусу. Фактично одразу топ посадовці зайняли проактивну позицію, визнали можливу кризу, тому комунікація почалася миттєво - чесна, прозора та чітка, з поширенням алгоритмів дій та важливої інформації про те, як себе захистити. Наприкінці уряд Тайваню запровадив суворий контроль за поширенням дезінформації. Штрафи за це сягали \$100,000.

У Тайвані інтегрували національну базу даних медичного страхування з імміграційною та митною базами даних. Це дозволило відстежувати та ізолювати потенційно заражених. На основі історії подорожей за останні 14 днів та контактів людини алгоритм розраховував інфекційні ризики. Якщо ризики високі - людина обов'язково залишалася на самоізоляції. Її контролювали через мобільний зв'язок, а також здійснювали раптові візити до тих, хто перебував на самоізоляції.

Контакти вже ізолюваних людей відстежували в реальному часі та ретроспективно (протягом місяця). Людям, які могли контактувати з хворими, надсилали сповіщення про можливий контакт і вказівки залишатися вдома на самоізоляції. При цьому людина, яка захворіла, отримувала повністю безоплатне лікування та компенсацію заробітної плати під час перебування на самоізоляції чи на лікуванні.

Протягом року пандемії у Тайвані не було локдаунів. Відстеження контактів та ізоляція виявлених випадків дозволили зупинити поширення хвороби[50].

Схожий досвід продемонстрував і Сінгапур, який активно використовував технології. Наприклад, система «Safe entry» використовувала QR-коди для реєстрації, входу і виходу людей з будівлі. Коли фіксувався випадок хвороби у людини, через мобільний додаток уряд надсилав сповіщення людям, які були з нею в одній будівлі. Уряд Сінгапуру не забув і про фінансову підтримку: він покривав усі медичні витрати, пов'язані з тестуванням та лікуванням, а також надавав \$100 на день як компенсацію втрати доходу під час перебування на карантині. В місцях імовірного поширення вірусу, таких як громадські заклади чи школи, заохочували носіння масок, дотримання фізичної дистанції, роботу з дому. Таким чином, формування єдиного інформаційного простору, чітка політика уряду, постійна комунікація дозволяють зменшувати паніку, напругу у суспільстві і запобігати посиленню кризових ситуацій. Тому доцільно враховувати особливості кризових комунікацій (стурбованість – 1%, дія – 5 %, перспектива- 94 %). Це обумовлює потребу у кризовому комунікаційному плані.

План реагування на ситуацію в перші чотири години передбачає наступні дії (Рис.3.1).

Таким чином, план кризового реагування – це не тільки та не стільки документ, скільки процес, під час якого організація аналізує потенційні загрози, формує антикризову команду та готує свій персонал до можливої кризи (рис.3.2).

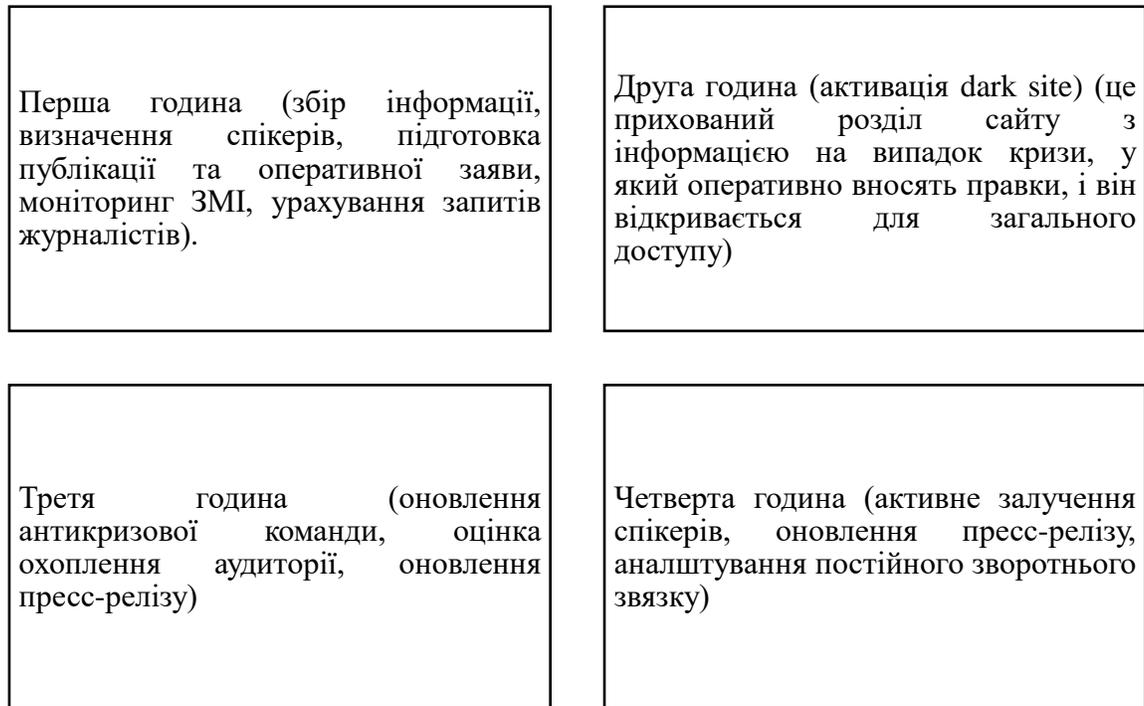


Рис.3.1 – Пропоновані основні заходи плану реагування органу державної влади в умовах розгортання кризової ситуації

Цей документ містить в собі опис організації роботи структурних підрозділів, які відповідатимуть як за подолання кризи, так і за кризові комунікації, посадові обов'язки кожного із членів антикризової команди, а також покрокові сценарії дій.

Окремо необхідно приділити увагу формуванню антикризової команди (Рис.3.3), яка повинна бути сформована ще до розгортання кризи, адже потім не буде часу .

- | | | | |
|-----------|---|-----------|--|
| 01 | Список членів антикризової управлінської команди | 06 | Копії всіх необхідних логотипів, бланки прес-релізів, офіційних листів, скановані підписи керівників ОМС |
| 02 | Контактна інформація основних управлінців, членів антикризової команди та речників | 07 | Рекомендації для речників, тези виступів і підготовлені відповіді на можливі важкі запитання (які було виявлено під час аналізу можливих криз) |
| 03 | Коротка інформація про ОМС, підрозділи, фізичні локації (наприклад, комунальне підприємство, виробничий цех) | 08 | Необхідна технічна та логістична інформація, яка знадобиться всім фахівцям, що будуть задіяні у вирішенні кризової ситуації |
| 04 | Біографії та інформація про всіх ключових працівників ОМС | 09 | Контактні дані журналістів, аналітиків і впливових блогерів |
| 05 | Шаблони інформаційних повідомлень як для преси (офіційні заяви, прес-релізи та інші матеріали), так і для різних цільових аудиторій (листи до організацій-партнерів, зразки оголошень для населення тощо) | 10 | Стандартні прес-матеріали |

Рис.3.2 – План кризового реагування, що пропонується для розробки у державній установі

Члени команди з кризових комунікацій в ідеалі мають бути серед розробників кризового плану та плану кризових комунікацій. З кожним із членів команди потрібно обговорити його обов'язки та як вони узгоджуються з обов'язками інших. Команда має проводити регулярні зустрічі для уточнення й перегляду плану кризових комунікацій.

СКЛАД КОМАНДИ З КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ



Рис.3.3 – Запропонована структура антикризової команди для органу державної влади та самоврядування

Крім цього необхідно здійснити наступні кроки, ще до розгортання кризи:

1. Швидка реакція на запити громадян і преси.
2. Оприлюднення лише відомих та перевірених фактів.
3. Уникати здогадів про причини й жертви.
4. Забезпечити подачу інформації системно (оновлювати у один і той же час), проводити зустрічі з пресою або/та громадою.

5. Керівник державної установи обов'язково повинен бути на зв'язку з командою.

6. Особлива увага постраждалим та їхнім родинам, адже під час кризи формується ставлення людей до кризової команди.

Сформувати правила керівника кризової команди, які він повинен дотримуватися обов'язково, а саме:

1. Постійна робота із громадськістю та ЗМІ. Громада повинна стати партнером, а не ворогом. Інакше будуть поширюватися фейки, а журналісти будуть самостійно коментувати, прикрашати та додавати факти, перекручувати інформацію;

2. Обов'язково провести експрес-моніторинг ЗМІ, щоб виявити джерело негативної інформації, масштаб поширення негативу;

3. Сформувати докладний план дій та продемонструвати журналістам та працівникам;

4. Визначити одного комунікатора- головного спікера, який буде постійно комунікувати;

5. Сформувати комунікаційний план, який забезпечуватиме систематичність та послідовність дій;

6. Формувати короткі, чіткі повідомлення, які буде важко спотворити;

7. Ніколи не використовувати фразу «Без коментарів», «Ми не знаємо».

8. При формуванні інформаційного повідомлення враховувати цільову аудиторію.

9. Поширювати позитивні новини через всі комунікаційні канали (ЗМІ, соціальні мережі, сайт тощо);

10. Ніколи не давати коментарів поспіхом, оскільки це може формувати емоційні повідомлення, які потім легко спотворити;

11. Продумувати завжди місце зустрічі із журналістами.

12. Демонструвати громаді, працівникам турботу про те, що відбувається.

Лідер громади має усвідомлювати власну відповідальність і той факт, що в умовах кризи ефективне спілкування з громадськістю – це необхідність, а не додаткова та не дуже важлива функція. Під час кризи громадськість потребує інформації від своїх лідерів, а керівники потребують підтримки та співпраці з боку кожного члена громади. Інформувати громадськість під час кризової ситуації нелегко, адже люди хочуть знати все й одразу, навіть тоді, коли влада й сама ще не має достатньо інформації щодо кризи.

Крім цього, важливо приділити значну увагу працівникам, адже громадськість не стане розбиратися в тому, наскільки заяви того чи іншого представника державної установи є узгодженою позицією всього органу.

Під час подолання кризової ситуації дуже важливо тримати всіх працівників державної установи у курсі того, що відбувається, бо непоінформовані співробітники є потенційним джерелом поширення чуток і пліток. Громадськість (а досить часто й мас-медіа) практично не розуміє організаційної ієрархії, тобто хто за що відповідає в державній установі, тож і не розрізняє, хто має право робити офіційні заяви з того чи іншого приводу, а хто - ні. Якщо ж від імені влади в публічній площині з'являтимуться заяви, що суперечать одна одній, то це може сприяти поширенню серед членів громади паніки та невдоволення діями державної установи.

Правила комунікації для працівників державної установи
під час кризи:

Не вести жодних неформальних розмов і комунікації щодо кризової ситуації через e-mail, соціальні медіа або будь-який письмовий засіб.

Від імені організації комунікують виключно призначені речники.

Жодних коментарів пресі «off the record» (не для запису).

Жодний працівник (зокрема, і член антикризової команди) не дає нікому коментарів щодо кризової ситуації – скеровувати всі запити до речника або керівника комунікаційної групи.

У разі виявлення фейкової інформації або чутки працівник має негайно повідомити про це членів команди з кризових комунікацій.

На чому слід наголошувати в першу чергу під час кризових комунікацій? Першим пріоритетом для державної установи є захист і безпека членів громади, тому очевидно, що комунікація щодо цього питання має бути адекватною. Важливими також є заспокоєння та запевнення, адже громадськість має переконатися в тому, що влада знає її потреби і проблеми та ставиться до них із розумінням і співчуттям.

Ще одним пріоритетом кризової комунікації є формування впевненості серед членів громади про те, що державна установа тримає ситуацію під контролем. Як уже було зазначено, украй необхідною є узгодженість усіх комунікацій місцевої влади, за якої всі повідомлення, що передаються членам громади, не суперечать одне одному. Отже, важливо, щоб місцева влада стала в очах громадськості достовірним і надійним джерелом інформації.

Види інформації, які має поширювати ОМС під час кризової ситуації.

Інструкційна інформація: розкажіть людям, як діяти, щоб захистити себе (фізично або фінансово) – скажімо, евакуюватися, перейти до сховища, самоізолюватися; також надайте інформацію щодо продовження ділової активності (як вплине криза на роботу працівників; поясніть, що робити організації для продовження своєї діяльності, наприклад надавати послуги).

Адаптаційна інформація: пояснення кризи (хто, що, де, коли) для того, щоб допомогти людям психологічно впоратися з нею; пояснення того, що зроблено, щоб запобігти повторенню цієї ситуації; демонстрація співчуття; виявлення жалю щодо виникнення кризи.

Зважаючи на те, як люди опрацьовують інформацію, перебуваючи у стресі, під час комунікації потрібно використовувати повідомлення (меседжі), які є простими, викликають довіру та не заплутують людей. Повідомлення – це обмежений обсяг правдивої інформації, який послідовно передає організація для надання аудиторії переконливих причин і аргументів обирати та діяти відповідно до порядку денного організації.

Найбільш ефективні повідомлення є:

Простими.

Спростуйте своє повідомлення наскільки це можливо, скорочуйте до такого рівня, щоб у ньому не залишилося жодного зайвого слова. Подумайте про те, що обов'язково має запам'ятати ваша аудиторія.

Неочікуваними.

Якщо хочете привернути увагу, покажіть щось контрінтуїтивне та вражаюче про конкретну проблему. Найкращий шлях це зробити – викликати цікавість, тобто стан, коли люди відчувають прогалину у своїх знаннях.

Конкретними.

Конкретні повідомлення набагато простіше запам'ятати та діяти відповідно до них. Тому переконайтеся, що люди, почувши повідомлення, розуміють, які саме дії від них очікуються.

Таким чином, гарно організована кризова комунікація дозволить зменшити репутаційні втрати та підвищити рівень довіри до державної установи.

3.2. Розвиток навичок і знань працівників органів державної влади та місцевого самоврядування щодо підготовки виходу із кризових ситуацій

Одним із стратегічних факторів подолання негативних наслідків кризи і підготовки виходу з кризи є компетенції працівників, які дозволяють не тільки подолати кризові ситуації, але і запобігти розвитку нових. Для цього важливо розвивати критичне мислення та медіаграмотність, що дозволить підвищити якість комунікаційного процесу. Адже, кризові явища, які пов'язані із пандемією обумовлені поширенням великої кількості фейків, тобто неправдивої інформації. З березня 2020 до січня 2021 року VoxCheck перевіряв майже 900 фейків, які охоплювали багатомільйонну аудиторію Facebook. З них, більше 65% стосувались саме пандемії коронавірусу [49].

Тому доцільно запропонувати обов'язково включати у індивідуальні програми професійного розвитку обов'язково курси з медіаграмотності та убезпечення від неправдивих повідомлень. Зокрема, цікавими будуть наступні курси (Рис. 3.4).

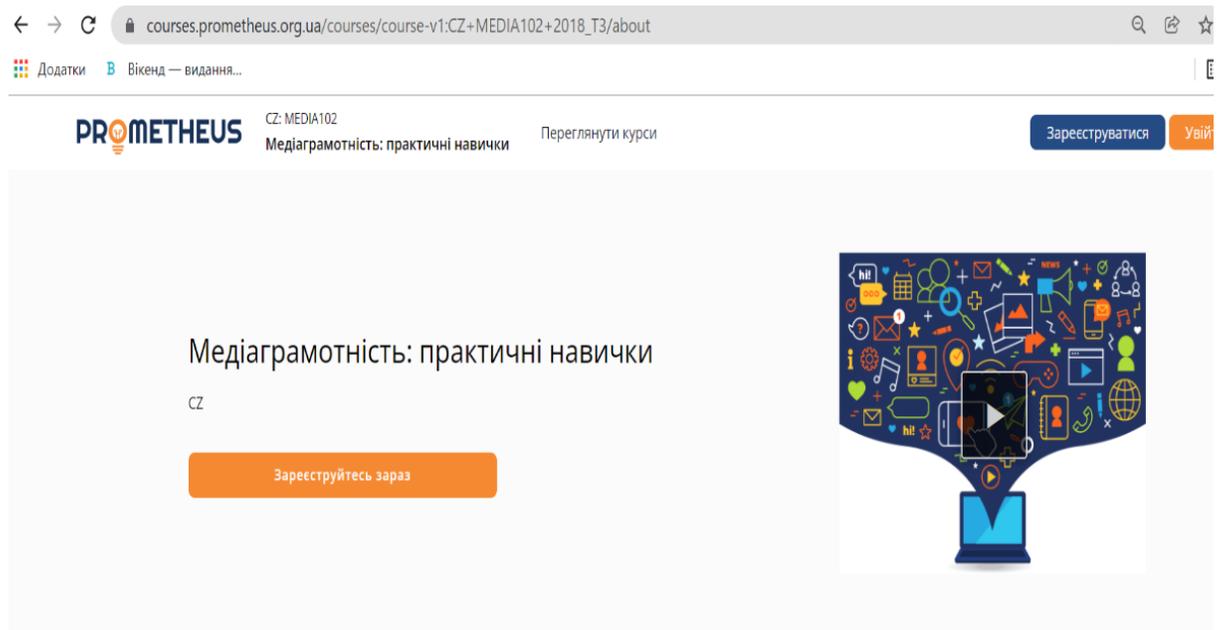


Рис.3.4 – Курс з медіаграмотності для працівників державних установ на Prometheus

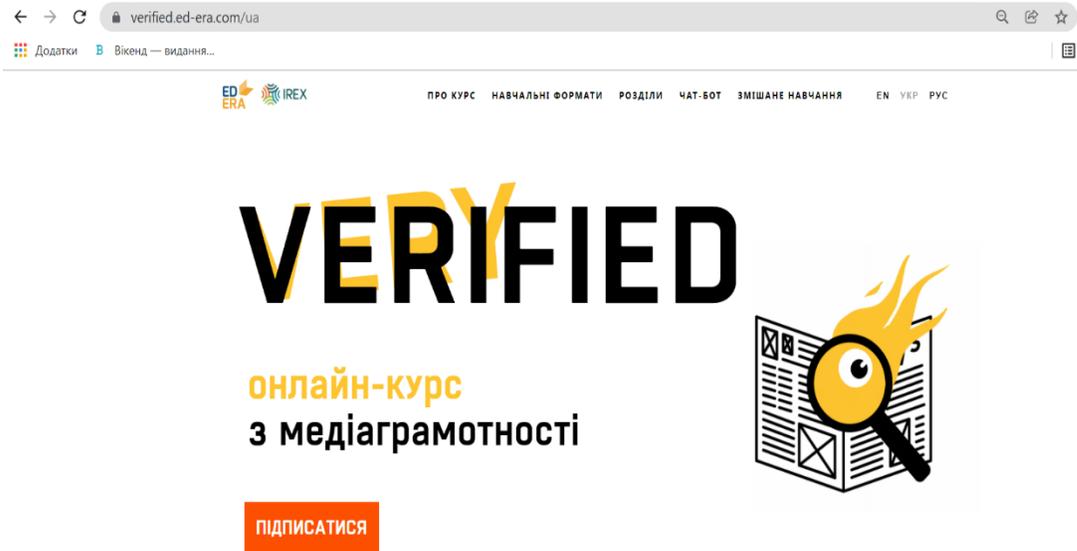


Рис.3.5 – Курс з медіаграмотності від IREX

Навички убезпечення від неправдивих повідомлень дозволяє забезпечити курс «Основи кібергієни» (Рис.3.6).

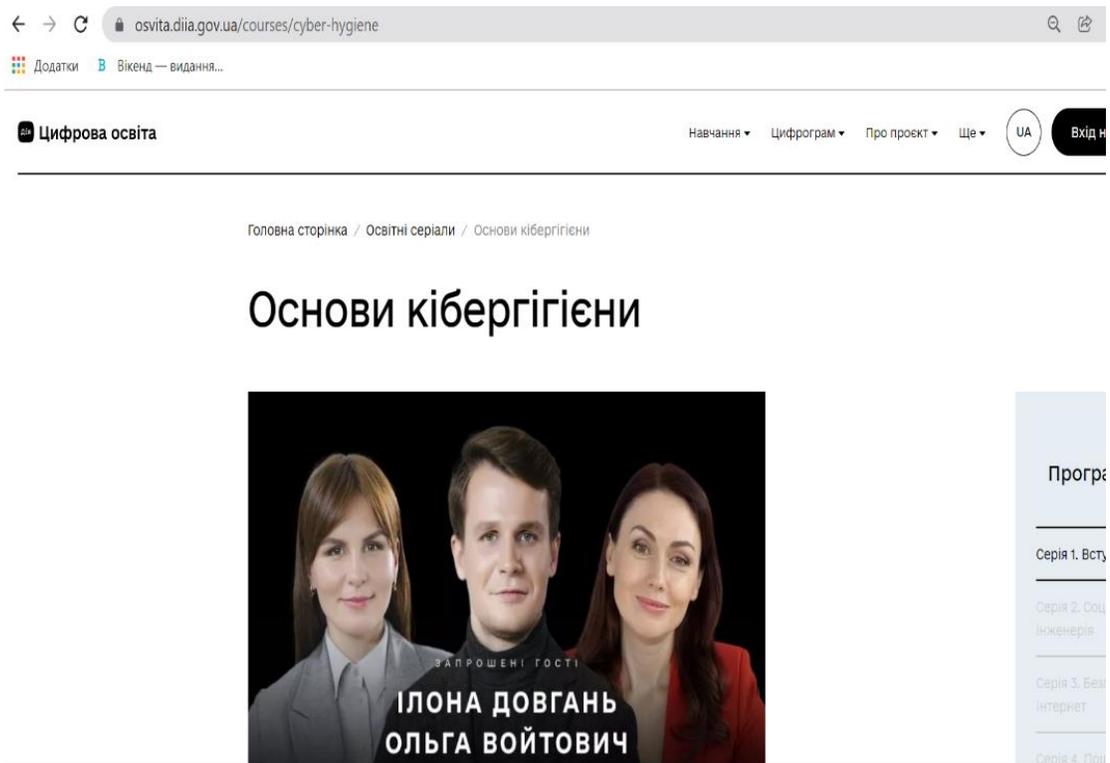


Рис.3.6 – Курс «Основи кібергієни для державних службовців»

Освітній проект «OSINT Academy» від Інституту постінформаційного суспільства. Курс дає розуміння базових інструментів розвідки з відкритих джерел і розрахований на журналістів, блогерів, громадських активістів, представників прес-служб і всіх, хто створює і поширює контент з важливих для українського суспільства питань [8]

Гра «Медіаграмотна місія» від IREX. Проект дає можливість дорослим перевірити свої знання та навички з медіаграмотності та критичного мислення, а також покращити їх в ігровій формі.

Дистанційний курс «Як розуміти соціальні мережі». Лекції курсу будуть цікаві всім, хто не уявляє своє життя без Інтернету. Курс дасть розуміння природи онлайн-спілкування та навички ефективної роботи в соціальних мережах.

Для цього був розроблений «Цифрограм для державних службовців», який дозволяє визначати рівень цифрової грамотності, що розроблений на основі європейської рамки цифрових компетентностей для громадян DigComp 2.1., що дозволяє перевірити: основи комп'ютерної грамотності, медіаграмотність, навички створення цифрового контенту, навички комунікації та взаємодії у цифровому середовищі, навички безпеки, навички вирішення технічних проблем.

"Сфери створення контенту та роботи з даними, інформаційної і медіаграмотності, комунікації та взаємодії – це в цілому найнеобхідніші складові для роботи будь-якого службовця. Ще більш значимими є основи безпеки в цифровому середовищі та навички вирішення технічних проблем, особливо – для держслужбовців, - зазначає заступник Міністра юстиції України з питань цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації Сергій Орлов [56].

Слід зазначити, що Одночасно з COVID-19 світ вразив ще один небезпечний вірус – дезінформація. Інфодемія виявилася не меншою загрозою для здоров'я людей, ніж саме захворювання, оскільки може давати невірну інформацію, пропагувати неправильне лікування чи ставити під сумнів програму вакцинації. На

жаль, від дезінформації немає «лікування». Єдине, що може допомогти - це вміння перевіряти інформацію – коментує голова Представництва ЮНІСЕФ в Україні Лотта Сильвандер [37].

Ці курси направлені на формування навичок перевірки всієї інформації, а саме її верифікації, а саме звертати увагу на :

- відповідність між інформаційним повідомленням і дійсністю;
- походження інформаційного повідомлення;
- джерело інформації, хто завантажив інформацію;
- автора, хто створив повідомлення (інформацію);
- дату, коли контент був створений;
- місце, де був створений контент (Рис.3.7).



Рис.3.7 – Основні правила перевірки інформації, щоб виявити фейк [43]

Це є критично важливим особливо для працівників, які забезпечують комунікацію із громадою та іншими державними установами.

Це підтверджується і дослідженнями, які провела Соціальна мережа Facebook у своєму звіті, де було встановлено, що України входить у 5 країн, що розповсюджують велику кількість фейків. Загалом Facebook виявила кампанії з дезінформації в понад 50 країнах, а в самому звіті йдеться про 150 подібних мереж. Так, в Україні виявили 8 мереж, які пов'язані з піар- і рекламними агентствами, а також із політичними партіями. Водночас Україна (як США, Велика Британія, Лівія та Судан) найчастіше зазнавала впливу з боку іноземних мереж із дезінформації [52]. Так, BBC пропонує перевіряти фейк, поставивши низку простих питань:

Чи виходили новини на цю ж тему в інших медіа?

Які ці медіа - радіо, телебачення, газета?

Чи чули ви раніше про ці видання? Якщо ні, BBC радить дослідити їх ретельніше. Важливо перевіряти адреси сайтів, адже вони можуть копіювати дизайн чи елементи адрес інших, авторитетних видань.

Як виглядають фото та відео в новині, чи є в них ознаки маніпуляцій чи редагування?

Чи історія в принципі правдоподібна.

Обов'язково читайте і перевіряйте (Рис.3.8).



Рис.3.8 – Поради щодо розпізнавання фейків у друкованих засобах масової інформації

Зокрема, щоб мінімізувати вірогідність поширення фейків і забезпечити якісну комунікацію із ЗМІ пропонуємо обов'язково співпрацювати із ЗМІ, які входять до рейтингу «Білий список» (Рис.3.9).



Рис. 3.9 – Перелік ЗМІ «Білого списку» станом на січень 2021 року, що складає Інститут масової інформації [7].

За результатами аналізу, рівень дотримання професійних стандартів на цих ресурсах в середньому становив близько 97,8%.

У центральній стрічці новин на цих сайтах не виявлено джинси, мови ворожнечі, сексизму, фейків, а також шкідливого контенту. Проведення цього дослідження стало можливим завдяки підтримці американського народу, що була надана через проєкт USAID “Медійна програма в Україні”, який виконується міжнародною організацією Internews [7]. Окремо слід зупинитися на інструментах

аналізу соціальних мереж, які є доступними і дозволяють не поширювати фейкові новини та дезінформацію (Рис.3.10).

Інструменти для аналізу соцмереж

YouTube

Socialblade

статистика

Ytuber

накрутка підписників та переглядів

Subscribercounter

статистичні дані про YouTube-канали

Metabot

кремлівські боти

Dislikemeter

статистика про накрутки

Twitter

Ноаху

мережа поширення хештегу

Russia Tweets

архів твітів російських тролів з пошуком за ключовими словами

Для всіх соцмереж

Creepy

збір геоданих через соцмережі

Hamilton 68

російська дезінформація у реальному часі

Facebook

Facebook Graph

відстеження діяльності акаунтів

Stalkscan

аналіз акаунтів

Toolkit For FB

аналіз даних

В контакте

VKjust

розкрутка сторінок

Візуалізація даних

Gephi

мережеві зв'язки

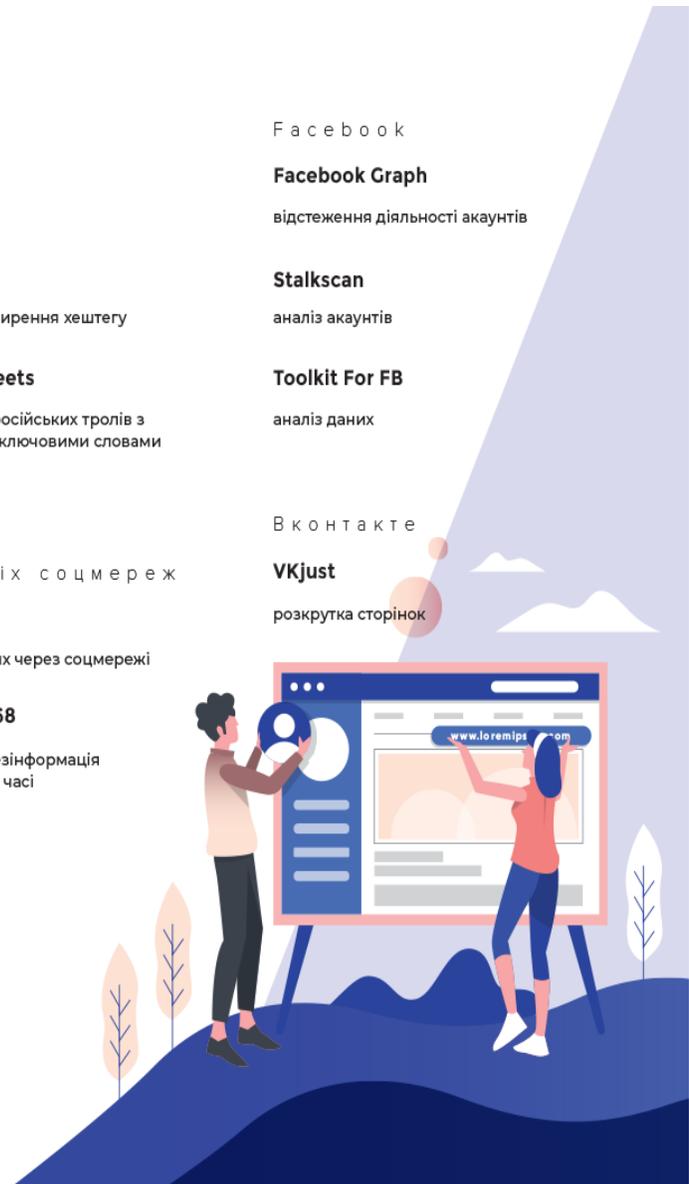


Рис.3.10 – Основні інструменти для аналізу соціальних мереж, що пропонується використовувати фахівцям з комунікацій у органах державної влади

Цей перелік не є статичним, він постійно змінюється і доповнюється по мірі розвитку цифрових технологій. Тому оволодіння цими інструментами дозволить для фахівців, особливо з комунікацій зменшувати інфодемію і не посилювати

розвиток кризових ситуацій, а навпаки, дозволить підвищувати рівень довіри громадян до державних установ. Адже, сьогодні соціальні мережі у своїх технологіях передбачають можливість повідомляти про фейк і самі займаються зменшенням кількості фейкових новин у своїх мережах. Оскільки втрата довіри призводить до втрати користувачів, а відповідно і коштів. Тому формування компетенцій працівників державних установ щодо медіа грамотності є важливою задачею сьогодення, оскільки це дозволить професійний розвиток та можливість використання переваг цифрових технологій.

Для підвищення ефективності комунікаційної політики органів державної влади в умовах розвитку кризових ситуацій запропоновано:

Удосконалення комунікаційної політики органу державної влади та самоврядування на основі розвитку кризових комунікацій шляхом формування антикризової команди та розробки плану реагування у перші години розгортання кризи та загального плану поведінки установи, коли буде виникати схожа ситуація.

Розвиток навичок і знань працівників органів державної влади щодо підготовки виходу із кризи, що дозволяє уникнути значної кількості помилок у процесі реалізації комунікаційної політики, формувати медіаграмотність усіх державних службовців для запобігання поширення фейкових новин та розгортання пропаганди та дезінформації, що створюватиме загрози для національної безпеки України. Дозволить захищати права і свободи громадян у правовому полі та не допускати виникнення інформаційної війни.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Аналіз наукових праць теоретиків та практиків дозволив зробити висновок, що під поняттям «комунікаційна політика органів державної влади» доцільно розуміти сукупність взаємовідносин, які виникають у процесі обміну, створення, збереження та накопичення інформації, спілкування, що виникають у публічному просторі. В Україні на державному рівні відсутнє законодавчо визначене дане поняття, тоді як у європейській практиці на законодавчому рівні розроблено не тільки комунікаційну, але і комуникативну політику, яка дозволяє формувати єдиний інформаційний простір. В умовах пандемії це є ключовим фактором успіху уряду. Встановлено, що гарно сформована комунікаційна політика органу державної влади дозволяє : забезпечити прозорість діяльності органів влади; забезпечити підтримку уряду у громадян; громадянам зрозуміти свої права та обов'язки; залучати громадян до прийняття рішень, що стосуються їх життєдіяльності; розвивати державно-партнерські відносини та програми; підвищувати інформаційну грамотність населення; формувати культуру поведінки громадян у суспільстві; створювати кодекси поведінки державних службовців та працівників місцевого самоврядування; формувати інформаційний простір публічного управління; забезпечувати координацію всіх громадян, органів влади у кризових умовах; регулювати відносини, процеси, які пов'язані із інформацією у публічному управлінні; координація крос-культурний проектів у державному управлінні; забезпечувати зворотній зв'язок із громадянами (слабкий уряд – слабкі комунікації із громадянами). Слід зазначити, що комунікаційна політика буде завжди направлена в першу чергу на досягнення цілей національних стратегій, мотивації громадян у розвитку своєї громади, формуванні відносин довіри, формуванні ефективного партнерства, зміні поведінки населення, допомоги громадянам у розумінні їх прав та можливостей.

Охарактеризовано процес комунікаційної політики органів самоврядування в умовах пандемії COVID-19, що дозволило дійти висновку, що одним із ключових моментів боротьби з поширенням COVID-19 є реалізація функції інформування населення, що є важливим заходом комунікаційної політики не тільки органів державної влади, але і органів місцевого самоврядування. Особливу роль при цьому відіграли електронні комунікації, а саме офіційні веб сайти та соціальні мережі, які забезпечують широке охоплення цільової аудиторії, що є однією з найсуттєвіших переваг соціальних мереж, адже саме вони є прямим каналом комунікації з громадськістю, завдяки якому орган влади має більше контролю над викладенням фактів і аргументів, а й може охопити свою цільову аудиторію краще, повніше й швидше.

Досліджено процес формування комунікаційної політики в умовах COVID-19, що дозволило визначити особливості формування та реалізації комунікаційної політики органів самоврядування в умовах пандемії COVID – 19, а саме встановити, що в Україні через відсутність розробленої комунікативної політики для органів влади, брак досвіду, низький рівень довіри населення до уряду виникла складна ситуація щодо боротьби із поширенням коронавірусу. Зокрема, однією із найбільш загроз для уряду стало виникнення фейків, які не тільки знижують рівень довіри громадян до уряду, але і створюють додаткові загрози. Адже саме комунікаційна політика дозволяє не тільки подолати кризові ситуації, але і досягати поставлених цілей.

Провівши аналіз нормативно-правового забезпечення комунікаційного процесу органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії, було встановлено, що на початку розгортання пандемії виникла необхідність удосконалення нормативно-правового забезпечення для того, щоб вводити обмеження, які будуть стримувати поширення пандемії. Приділялася увага здійсненню інформування громадян про те, як потрібно поводитися, коли буди

введені обмеження на пересування і необхідно було організувати поточну роботу органів державної влади та самоврядування. Проаналізовано основні фейкові новини, які були поширені на початку пандемії.

Охарактеризувавши комунікаційну політику органу державної влади та самоврядування (на прикладі Полтавської обласної ради) було встановлено, що вона ґрунтується на основі використання зовнішніх та внутрішніх комунікацій., що забезпечують інформаційне обслуговування органів державної влади і органів місцевого самоврядування; забезпечують налагодження комунікації з «внутрішніми клієнтами» – державними службовцями та посадовцями місцевого самоврядування та комунікативну взаємодію із «зовнішніми клієнтами» – громадянами (населенням й інституціональними структурами громадянського суспільства).

Проаналізувавши практику реалізації комунікаційної політики органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах пандемії із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами було встановлено, що відсутність досвіду управління в умовах пандемії призвело до виникнення значної кількості помилок у комунікаційній політиці органів державної влади, які негативно вплинули на результативність заходів щодо боротьби із поширенням пандемії.

Удосконалення комунікаційної політики органу державної влади та самоврядування на основі розвитку кризових комунікацій шляхом формування антикризової команди та розробки плану реагування у перші години розгортання кризи та загального плану поведінки установи, коли буде виникати схожа ситуація. Зокрема, це складання членів антикризової управлінської команди, складення контактної інформації основних управлінців (членів антикризової команди), визначення короткої інформації про підрозділи, фізичні локації, формування інформаційних повідомлень як для преси, так і для різних цільових аудиторій; формування копії всіх необхідних логотипів, бланків, офіційних листів, бланків

прес-релізів; складення рекомендації для речників, тез виступів і можливі відповіді на можливі важкі запитання; необхідна технічна та логістична інформація, яка потрібна для всіх фахівців; складення контактних даних журналістів, аналітиків з якими є співпраця; складення стандартних прес-матеріалів.

Розвиток навичок і знань працівників органів державної влади щодо підготовки виходу із кризи, що дозволяє уникнути значної кількості помилок у процесі реалізації комунікаційної політики, формувати медіаграмотність усіх державних службовців для запобігання поширення фейкових новин та розгортання пропаганди та дезінформації, що створюватиме загрози для національної безпеки України. Для цього можна скористатися сучасними платформами для самоосвіти, що сьогодні доступними для всіх цільових категорій населення і результати яких можна включати у індивідуальні плани професійного розвитку. Дозволятиме захищати права і свободи громадян у правовому полі та не допускатиме виникнення інформаційної війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про державну службу» .URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text>
2. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг». Редакція від 01.08.2021. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>
3. Закон України «Про захист від інфекційних хвороб». Редакція від 10.12.2021
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1645-14#Text>
4. Закон України «Про звернення громадян». Редакція від 01.01. 2020. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Закон України «Про інформацію». Редакція від 16. 07.2020 року. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
6. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-201 роки» .URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text>
7. 10 кроків комунікації під час пандемії пам'ятка для місцевого самоврядування. URL :<https://decentralization.gov.ua/news/12288?page=95>
8. 15 кращих українських проєктів пл медіаграмотності. URL:
<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455061-15-krasih-ukrainskih-proektiv-z-mediagramotnosti.html>
9. COVID-19 виходить на другий план. Звіт з моніторингу онлайн-медіа. URL:
<https://imi.org.ua/monitorings/covid-19-vidhodyt-na-drugyj-plan-zvit-z-monitoryngu-onlajn-media-i33275>
10. Бебик В. М. Інформаційно-комунікативний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік-релейшнз.К.: МАУП, 2005.440 с.
11. Були список: вісім медіа, що стали найякіснішими.URL:
<https://imi.org.ua/news/bilyj-spysok-visim-media-shho-staly-najyakisnishymy-i37769>

12. Відповідальність за розповсюдження недостовірної інформації. URL: <https://minjust.gov.ua/m/vidpovidalnist-za-rozповsyudjennya-nedostovirnoi-informatsii>
13. Громади протидіють пандемії COVID-19 (добірка 12). URL: <https://www.auc.org.ua/novyna/gromady-protydiyut-pandemiyi-covid-19-dobirka-12>
14. Діагноз – Нові Санжари. Що треба знати про коронавірус, аби не панікувати. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/24241/2020-02-21-diagnoz-novi-sanzhary-shcho-treba-znaty-pro-koronavirus-aby-ne-panikuvaty/>
15. До уваги ОТГ: рекомендації щодо побудови інформаційної комунікації в громадах. URL: <https://skole-rda.gov.ua/news/1608744294/>
16. Ефективна комунікація між державною службою та засобами масової інформації / Переклад з англійської Л. Б. Магдюк, О. М. Рудік. Дніпропетровськ: Центр економічної освіти, 2000.– 68 с.
17. Ефективні комунікації. Практичні рекомендації для секретарів комітетів Верховної Ради України /Проект ЄС – ПРООН з парламентської реформи.URL: <http://vrkadry.rada.gov.ua/uploads/documents/31110.pdf>
18. Європейська конвенція про захист прав людини та основоположних свобод від 3 вересня 1953 року. URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_UKR.pdf (дата звернення 20.05.2020).
19. Загальна декларація прав людини від 10 грудня 1948 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення 20.05.2020).
20. Загорський В. С., Ганущин С. Н. Модель ефективної комунікації у сфері публічного управління та адміністрування: структурно-функціональний аспект. Демократичне врядування. 2016. Вип. 16-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2016_16-17_3 (дата звернення 12.09.2021).
21. Ібрагімова І. Технологія інформаційної взаємодії в процесі прийняття рішень. Вісн. УАДУ. 2010. № 3. С. 442-448.

22. « Інфодемія» Інфодемія» дезінформації про COVID-19 шкодить здоров'ю українців — з'ясовано в дослідженні на замовлення ООН. URL:https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2021/_infodemic_-of-covid-19-disinformation-bad-for-ukrainians-health.html?fbclid=IwAR2PKVNBqDN8jUbjWwq3eInSNcJLzD0oEs1yATxMdpk t9AzuPgErCYFw4
23. Карантинна мобілізація громад: як ОТГ Дніпропетровщини допомагають людям захиститися від вірусу . URL : <https://decentralization.gov.ua/news/12290>
24. Карантинні обмеження в епідеміологічних зонах в Україні: інфографіка. URL <https://pravo.ua/karantynnye-ogranichenija-v-jepidemicheskikh-zonah-v-ukraine-infografika/>
25. Комунікативна діяльність в державному управлінні : навч. пос. / Н.М. Драгомирецька, К.С. Кандагура, А.В. Букач. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2017. 180 с.
26. Комунікаційна стратегія громади: тренд чи необхідність ? URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/59429/>
27. Комунікаційний інструментарій для державних службовців з фокусом на європейській інтеграції та Угоді про асоціації між Україною та ЄС. URL: <https://lms.eu-ua.org/association4u/communication-toolkit/kliuchovi-povidomlennia>
28. Комунікаційний хаос. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/komunikacijnyu-haos>
29. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади / за заг. ред. канд. наук з держ. упр. Н. К. Дніпренко. К. : ТОВ “Вістка”, 2012.— 164 с.
30. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади / За заг. ред. к.н.держ.упр. Н.К. Дніпренко. К.: Вістка, 2008. 164 с.
31. Конституція України .URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

32. Консультації з громадськістю. Напрями, технології, досвід: метод. посіб. / Н.К. Дніпренко, М.Г. Таранченко, Н.В. Окша; заг. ред. А.В. Толстоухова; Секретаріат Кабінету Міністрів України. Харків: Нове слово, 2004. 32 с.
33. Корнієнко М.І. Місцеве самоврядування / Аналіт.-інформ. служба "Центр демократичних реформ" (ДЕМОС Центр). К., 2002. 36 с.
34. Кримінальний кодекс України // Відомості Верховної Ради України: кодекс від 05.04.2001, редакція від 01.05.2016[Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/>
35. Кращі практики впровадження електронного урядування: зарубіжний досвід // Методичні матеріали до навчальної дисципліни «Теоретико-методологічні, організаційні та інституційні основи електронного урядування» / Авт. кол.: К. Синицький, Я. Олійник, М. Міхальова та ін.; за заг. ред. д.н.держ.упр., проф. С.А. Чукут, к.н.держ.упр. О.В. Загвойської. К.: Б.В., 2010. 144 с.
36. Литвинова Л. В., Збираник Ю. В. Теоретичні аспекти розвитку комунікації в органах публічної влади в Україні. Державне управління: теорія та практика. 2015. № 2. С. 4-11. URL: http://www.eapatr.academy.gov.ua/2015_2/3.pdf (дата звернення 12.09.2021)
37. Мінцифри спільно з ЮНІСЕФ презентували освітній серіал «Медіаграмотність у часи пандемії». URL: <https://kharkivoda.gov.ua/news/107351>
38. Модернізація України – наш стратегічний вибір. Щорічне послання Президента України до Верховної Ради України // Президент України. Режим доступу : http://www.president.gov.ua/docs/Poslannya_sborka.pdf
39. Наказ Міністерства охорони здоров'я України 24 грудня 2020 року № 3018 «Дорожня карта з впровадження вакцини від гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, і проведення масової

вакцинації у відповідь на пандемію COVID-19 в Україні у 2021-2022 роках». URL : https://moz.gov.ua/uploads/5/28666-dn_213_09_02_2021_dod.pdf

40. Ожеван М.А. Інфодемія COVID- 19 : механізми протидії. Доповідь Національного інституту стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-03/az_ozevan_covid19_infodemia_final-2.pdf

41. Офіційний сайт Запорізької міської ради. URL: <https://zp.gov.ua/uk/page/covid-19>

42. Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікаційної політики» від 13 січня 2010 р. № 85-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/243246381>

43. Повний конспект : «Антибот- 2: як викривати інформаційні маніпуляції? URL: <https://internews.ua/opportunity/antibot-full-compendium>

44. Порадник для державного службовця « Як комунікувати вакцинацію проти COVID- 19 в соціальних мережах» .URL: [https://mkip.gov.ua/files/pdf/derzhsluzhbovtsi%20\(1\).pdf](https://mkip.gov.ua/files/pdf/derzhsluzhbovtsi%20(1).pdf)

45. Постанова Кабінету Міністрів України від 11 березня 2021 року № 211 «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/211-2020-%D0%BF#Text>.

46. Почепцов Г. Нові комунікативні можливості у сфері державного управління. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8049> (дата звернення 08.08.2021).

47. Практичний посібник для органів влади під час пандемії . URL: <https://razom.hromady.org/%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/>

48. Проблеми захисту персональних даних : досвід України та інших. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/problemi-zahistu-personalnih-daniv-dosvid-ukrayini-ta-inshih-krayin.html>

49. Річниця інфодемії. Із якими фейками про COVID -19 Україна та світ борються понад рік. URL: <https://voxukraine.org/richnitsya-infodemiyi-iz-yakimi-fejkami-pro-covid-19-ukrayina-ta-svit-boryutsya-vzhe-ponad-rik/>

50. Секрети успіху: як різні країни боролися з пандемією COVID-19. URL: <https://voxukraine.org/sekrety-uspihu-yak-rizni-krayiny-borolysya-z-pandemiyeyu-covid-19/>

51. Топ -10 фейків про COVID-19. URL: <https://ukrainer.net/covid-19/>

52. Україна увійшла до топ-5 розповсюджувачів фейків у Facebook. На першому місці – Росія. URL: <https://thepage.ua/ua/news/fejki-v-facebook-ukrayina-rosiya-ssha-iran-myanma>

53. Форми та методи залучення громадськості : навч. посібник / Інститут громадянського суспільства; за заг. ред. В. Артеменка. Київ : ІКЦ «Леста», 2007, 126 с.

54. Халецький А.В. Використання онлайн-комунікацій в процесі взаємодії органів державної влади з громадськістю / А.В. Халецький, К.Т. Томашкова // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Сер. Державне управління. Т. XII Вип.198. - Донецьк: Донецький держ. ун-т управління, 2011. С.257–271.

55. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV [Елеутронний ресурс]// Відомості Верховної Ради України 18.12.2016 URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/conv/page>

56. Цифрограм для державних службовців: національний тест на цифрову грамотність: <https://minjust.gov.ua/news/ministry/tsifrogram-dlya-derjslujbovtsiv-natsionalniy-test-na-tsifrovu-gramotnist>

57. Чукут С.А., Джига Т.В. Опорний конспект лекцій з курсу «Комунікативна політика в органах державної влади». К.: Вид-во НАДУ, 2008. 72 с.

58. Шпортько О. Поле публічної політики / О. Шпортько //Політ. менеджмент.2014. № 5 (44). С.90-96.

59. Як жити в умовах пандемії : моделі та рішення для громад. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/682/yak-zhyty-dali-v-umovah-pandemiyi.pdf>

60. Як штрафують за порушення правил карантину в Україні та інших державах. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/03/17/infografika/suspilstvo/yak-shtrafuyut-porushennya-pravyl-karantynu-ukrayini-ta-inshyx-derzhavah>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Міністерство освіти і науки України

Національний університет

«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Азербайджанський державний економічний університет (UNEC)

Білостоцький технологічний університет (Польща)

ISMA University (Латвійська республіка)

University North (Хорватія)

Varna Free University «Chernorizets Hrabar» (Болгарія)

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Дніпропетровський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління

при Президентіві України

Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України

Західноукраїнський національний університет

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Херсонський національний технічний університет

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького



ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

**Матеріали VIII Всеукраїнської
науково-практичної Інтернет-конференції
за міжнародною участю**

29 квітня 2021 року



Полтава

2021

УДК 35.073:34(477)

О64

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу
Національного університету
імені Юрія Кондратюка заборонено

Редакційна колегія:

М. І. Лахижа, д. держ. упр., професор;

В. В. Гришко, д.е.н., професор;

І. О. Кульчій, к. держ. упр., доцент.

Організаційно-правові аспекти публічного управління в Україні : Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції за міжнародною участю, 29 квітня 2021 р. – Полтава : Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2020. – 196 с.

У збірнику матеріалів VIII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції за міжнародною участю розглядаються теоретичні та правові аспекти модернізації публічного управління України з урахуванням іноземного досвіду, шляхи та методи оптимізації діяльності органів влади на регіональному рівні, іноземний досвід впровадження сучасних систем та методів управління в діяльність органів влади, організаційні та фінансові аспекти забезпечення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, розвиток лідерства в публічному управлінні, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів державної служби та служби в органах місцевого самоврядування.

Розрахований на фахівців публічного управління, працівників органів державної влади та місцевого самоврядування, науковців, викладачів, слухачів та студентів.

УДК 35.073:34(477)

*Матеріали друкуються мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів
відповідають автору.*

Толуб'як Віталій Семенович

Салівон Ольга Вікторівна

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИКОНАВЧИХ ОРГАНІВ

ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД **Ошибка! Закладка не определена.**

Чечель Анна Олександрівна

ПОЛІТИКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ: РОЗВИТОК

ЛОКАЛЬНОГО АКТИВІЗМУ І МОБІЛІЗАЦІЯ ГРОМАД **Ошибка! Закладка не определена.**

СЕКЦІЯ 3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ КАДРІВ ТА ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСТВА НА ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ

Азізов Рустам Расулджанович

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ДІТЕЙ,

СОЦІАЛЬНЕ СІРІТСТВО В УКРАЇНІ **Ошибка! Закладка не определена.**

Боблях Аліна Сергіївна

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД МОТИВАЦІЇ МОЛОДІ ДО

ВСТУПУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ **Ошибка! Закладка не определена.**

Гніденко Микола Вікторович,

КОМУНІКАЦІЯ ТА ВЗАЄМОДІЯ В СИСТЕМІ

ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ 113

Калінчук Ольга Ігорівна

Мирошниченко Аліна Іванівна

ПРОФІЛЬ ОСОБИСТОСТІ КЕРІВНИКА НА ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ **Ошибка! Закладка не определена.**

Підлісна Тетяна Віталіївна

НЕОБХІДНІСТЬ ВИКЛАДАННЯ ЛІДЕРСТВА

ДЛЯ ПОСАДОВИХ ОСІБ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Ошибка! Закладка не определена.

Черниш Ірина Володимирівна,

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ЛІДЕРСТВА

Ошибка! Закладка не определена.

Юшко Вікторія Володимирівна,

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Ошибка! Закладка не определена.

Цубенко Дар'я Володимирівна,

ЛІДЕРСТВО В СИСТЕМІ ОРГАНІВ ДИПЛОМАТИЧНОЇ СЛУЖБИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ошибка! Закладка не определена.

СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Архіпова Анастасія Ігорівна,

Житник Оксана Миколаївна,

ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ **Ошибка! Закладка не определена.**

Бойко Валентина Вячеславівна,

**ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУАЛЬНИХ АСПЕКТІВ
ВИКОНАННЯ**

ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ ЗА ВИДАТКАМИ **Ошибка! Закладка не определена.**

*Гніденко Микола Вікторович,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», магістрант кафедри публічного управління,
адміністрування та права*

КОМУНІКАЦІЯ ТА ВЗАЄМОДІЯ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Публічне управління як суспільне явище гостро потребує у встановленні комунікаційних зв'язків, що в свою чергу забезпечить ефективне використання інформації в сфері управлінських процесів.

Комунікація є продуктом людської взаємодії та є не від'ємною частиною будь-якої системи як управлінської діяльності так і публічного управління зокрема.

Розуміння комунікативних процесів в системі соціальної взаємодії є основним транслятором інформації між громадянами і державними інститутами.

Ефективність комунікації в системі публічного управління залежить від своєчасного визначення причин неефективної комунікаційної взаємодії.

Визначивши проблеми та всі перепони взаємодії в системі на всіх її рівнях, що постають перед організацією комунікаційного процесу маємо можливість проаналізувати та в найкоротший час знайти шляхи вирішення ситуації з меншими часовими затратами та отримати позитивний результат в організації ефективного комунікаційного процесу.

У значенні комунікація є взаємодія між суб'єктами шляхом обміну певними інформаційними повідомленнями. Суб'єктами є певні особи, групи людей, організації, соціальні інститути, для яких комунікація є необхідним елементом. Комунікація є багатоманітним явищем, а відповідно це поняття має різноманітні трактування.

За умови багатоаспектності явища комунікації, існують також інші моделі комунікації, що розроблені з метою вивчення та демонстрації структури комунікативної взаємодії для вирішення завдань різноманітних напрямів діяльності.

Для здійснення комунікативної діяльності у публічному управлінні відбувається інформаційний обмін, спрямований на виконання функції публічного управління і забезпечується комунікативною підсистемою публічного управління.

Комунікативна підсистема охоплює суб'єктів взаємодії, інформаційні зв'язки та управлінські відносини. До неї відноситься також інфраструктура, що забезпечує обробку та використання інформації для реалізації управлінських взаємодій. Підсистема публічного управління взаємодії з іншими підсистемами та складається з підсистем нижчого рівня, що в свою чергу формують її структуру.

У публічному управлінні комунікаційна діяльність відбувається в межах відповідного комунікативного простору. Також існує поняття інформаційного простору, спільним між ними є те, що вони разом формують комунікативну сферу та забезпечують функціонування комунікативної підсистеми публічного управління. Інформаційний та комунікативний простір перетинається в системі публічного управління, хоча вони і не збігаються за своїми контурами та мають відмінності.

У системі публічного управління забезпеченням комунікаційної взаємодії займаються відповідні структурні підрозділи, що виконують функції забезпечення інформації в розрізі внутрішньої та зовнішньої комунікації. Незважаючи на конкретну функціональну спрямованість діяльність має спрямовуватися на забезпечення результативної та ефективної комунікативної взаємодії.

В процесі комунікативної взаємодії слід дотримуватись вимог щодо обробки та надання інформації. У процесі забезпечення комунікації органу публічного управління, комунікативні підрозділи та їх фахівці мають виконувати ключові функції: аналітико-прогностичну, планування, координуючу, адміністративну, виробничу, комунікативну, консультативно-методичну. Виконання цих функцій на практиці, багато в чому залежить від кадрового і матеріального забезпечення комунікативного підрозділу, рівня підготовки фахівців та їх завантаження.

Розвиток інформаційних технологій надав публічному управлінню нові інструментальні засоби, що покращили якість управління та дозволили відчутно підвищити продуктивність праці.

Публічне управління наразі невід'ємне від комунікації як форми взаємодії суб'єктів і об'єктів управління. Комунікація виступає базовим чинником сталості й розвитку структур і систем.

Література:

1. Някина Е.С. Перспективы электронного правительства [Електронний ресурс] / Е. С. Някина, Е. А. Погодина // Государственное управление. Электронный вестник. - 2012. - № 31. - Режим доступа: http://ejournal.spa.msu.ru/vestnik/item/31_2012nyakina_pogodina.htm (17.07.2015)
2. Deutsch K. W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control / K. W. Deutsch - London, Free Press of Glencoe, 1963. - 316 p
3. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. / В. М. Дрешпак. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2015. – 168 с.
4. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування : навч. посіб. / уклад.: Гошовська В. А. та ін. — Київ : К.І.С., 2016. — 130 с. — (Серія «Бібліотечка лідера місцевого самоврядування»).