

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра публічного управління та адміністрування**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ В  
ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ»**

Студента 2 курсу, 9м групи,  
спеціальності 281 «Публічне  
управління та адміністрування»  
спеціалізації «Публічне  
управління та адміністрування»

Гребенюка  
Дениса  
Руслановича

\_\_\_\_\_  
(підпис студента)

Науковий керівник,  
кандидат економічних наук,  
доцент

Лазебна  
Ірина  
Василівна

\_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Гарант освітньої програми,  
кандидат економічних наук,  
доцент

Дьяченко  
Ольга  
Володимирівна

\_\_\_\_\_  
(підпис гаранта)

Київ 2021

# Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет економіки, менеджменту та психології

Кафедра публічного управління та адміністрування

Освітній ступінь: магістр

Спеціальність: публічне управління та адміністрування

Спеціалізація: публічне управління та адміністрування

**Затверджую**

Зав. кафедри

Новікова Н. Л.

«25» грудня 2020 р.

## **Завдання**

**на випускн кваліфікаційну роботу (проект)**

**студентові**

**Гребенюку Денису Руслановичу**

---

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту): «Організація комунікацій в органах державної влади»

Затверджена наказом ректора від «28» грудня 2020 р. № 3939

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту): 22.10.2021

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

*Метою роботи (проекту):* обґрунтування методологічних підходів організації комунікацій в органах державної влади.

*Об'єктом дослідження:* система комунікацій в органах виконавчої влади.

*Предметом дослідження:* засоби взаємодії органів виконавчої влади та громадськості.

4.Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом): ВСТУП..... 3

РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ..... 6

1.1.Основні поняття організації комунікацій в органах державної влади ..... 6

1.2.Нормативно-правове забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю..... 14

РОЗДІЛ 2.АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ МІНІСТЕРСТВА КУЛЬТУРИ

2.1. Основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України ..... 23

2.2. Цілі і завдання комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України..... 31

РОЗДІЛ 3.ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ..... 49

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 51

#### 5.Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	до 01.11.2020	01.11.2020
2	Затвердження плану та завдання випускної кваліфікаційної роботи	до 25.12.2020	25.12.2020
3	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису першого розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 16.04.2021	16.04.2021
4	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису другого розділу	до 21.06.2021	21.06.2021

	випускної кваліфікаційної роботи		
5	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису третього розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 06.09.2021	06.09.2021
6	Представлення закінченої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 22.10.2021	22.10.2021
7	Проведення попереднього захисту випускних кваліфікаційних робіт	25.10-05.11.2021	25.10-05.11.2021
8	Зовнішнє рецензування ВКР	08.11-12.11.2021	08.11-12.11.2021
9	Подача роботи завідуючому кафедрі	15.11-19.11.2021	15.11-19.11.2021
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи	За графіком	За графіком

6.Дата видачі завдання «25» грудня 2020 р.

7.Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Лазебна І.В.

(*прізвище, ініціали, підпис*)

8.Керівник проектної групи (гарант освітньої програми) Дьяченко О.В.

9.Завдання прийняв до виконання студент Гребенюк Д.Р.

(*прізвище, ініціали, підпис*)

10.Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту):

*Випускна кваліфікаційна робота Гребенюка Дениса Руслановича на тему: «Організація комунікацій в органах державної влади» відповідає темі та носить актуальний характер. Автором опрацьовано значний масив вітчизняних та зарубіжних інформаційних джерел, що дало змогу розкрити сутність заявленої теми.*

*У першому розділі автором досліджено основні поняття організації комунікацій в органах державної влади; визачено нормативно-правове забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю.*

*У другому розділі автором досліджено основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України та з'ясовано основні цілі і завдання комунікативної*

політики Міністерства культури та інформаційної політики України.

У третьому розділі запропоновано напрями поліпшення комунікації органів публічної влади та засобів масової інформації.

Зміст та структура роботи розкривають тему, робота виконана відповідно до вимог та рекомендована до захисту з позитивною оцінкою, а її автор Гребенюк Денис заслуговує на присвоєння ступеня магістр зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту) Лазебна І.В.

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист Дьяченко Ольга Володимирівна

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект):

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента Гребенюка Д.Р.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми): Дьяченко О.В.

(підпис)

Завідувач кафедри: Новікова Н.Л.

(підпис)

«19» листопада 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ.....	6
1.1.Основні поняття організації комунікацій в органах державної влади .....	6
1.2.Нормативно-правове забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю.....	14
РОЗДІЛ 2.АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ МІНІСТЕРСТВА КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ.....	23
2.1. Основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України .....	23
2.2. Цілі і завдання комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України.....	31
РОЗДІЛ 3.ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ МІНІСТЕРСТВА КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ .....	39
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51

## ВСТУП

Актуальність теми. Інформаційну доступність і відкритість по праву можна вважати одним з головних індикаторів якості державного управління. Ігнорування потреб у вибудовуванні ефективної комунікації по лінії «влада-суспільство» веде до різних суспільних проблем і дисфункцій. В першу чергу від недоліків у наданні такого «суспільного товару», як інформація, страждає національна економіка. Недостатня інформаційна прозорість органів державної влади і управління веде до зростання корупції, зниження рівня довіри населення до органів державної влади та управління.

Ще одним аспектом даної проблеми є прямий взаємозв'язок між розвитком комунікаційних процесів в суспільстві і формуванням інституту демократії: чим ефективніше збудовані комунікаційні відносини на різних рівнях всередині соціуму, тим вище в суспільстві рівень демократії і ступінь розвиненості демократичних інститутів.

Комунікація між системою державного управління та суспільством носить не тільки характер поширення інформації, але також є засобом зворотного зв'язку з соціумом і інструментом державного регулювання інформаційних потоків. Вибудовування ефективної комунікації між виконавчими органами та суспільством означає отримання відповідними державними установами зворотного зв'язку по здійснюваним управлінським впливів (реакція на державні рішення), а також можливості соціального контролю за поширенням забороненої / недостовірної / аморальної інформації, формування громадської думки, обмеження доступу до секретної інформації та т.д.

З точки зору здійснення ефективної комунікації, органи виконавчої влади мають більше можливостей і більше зобов'язань перед населенням. Пов'язано це з тим, що система органів виконавчої влади найбільш часто взаємодіє з громадянами і безпосередньо регулює суспільні процеси. Відповідно, подальший

розвиток і вдосконалення комунікації між державними органами і суспільством має здійснюватися саме на рівні органів виконавчої влади.

Виходячи з означених вище факторів, вивчення проблематики комунікаційної взаємодії між системою органів державної влади і суспільством видається актуальною темою дослідження.

Теоретичні проблеми взаємодії державних органів і громадських об'єднань досліджувалися в роботах Н.М. Драгомирецької, К.С. Кандагура, А.В. Букач. Загальні питання інформаційного забезпечення діяльності державних органів, в основному виконавчої влади розглядалися в роботах В. Куйбіда, О.Карпенко, А.Дуда, о. Твердохліб, П. Шпиґа.

Мета роботи: обґрунтування методологічних підходів організації комунікацій в органах державної влади. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розглянути основні поняття організації комунікацій в органах державної влади;
- визначити нормативно-правове забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю;
- дослідити основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України;
- з'ясувати цілі і завдання комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України;
- розробити напрями поліпшення комунікації органів публічної влади та засобів масової інформації;
- надати пропозиції щодо вдосконалення організації комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України.

Об'єкт дослідження: процес системи комунікацій в органах виконавчої влади.

Предмет дослідження: теоретико –методичні та прикладні основи взаємодії органів виконавчої влади та громадськості.



Методи дослідження. Порівняльний метод допоміг нам дослідити основні поняття комунікації в органах державної влади України. Порівняльно-правовий метод дозволив проаналізувати законодавство України щодо забезпечення інформування діяльності органів виконавчої влади. За статистичним методом автор використав у процесі дослідження практики розгляду запитів у Міністерстві культури та інформаційної політики України, їх узагальнення та виявлення типових помилок. Корисними стали методи моделювання та абстракції при розробці наукових та теоретичних моделей засобів моніторингу засобів масової інформації та формулювання методологічних основ її реалізації. Метод узагальнення дозволив об'єднати факти в єдине ціле та зробити обґрунтовані висновки, спрямовані на покращення організаційно-правових основ взаємодії органів виконавчої влади зі ЗМІ та громадськістю.

Практичне значення одержаних результатів полягає у з'ясуванні теоретичних аспектів сутності комунікацій, з'ясуванні сучасного стану комунікацій органів виконавчої влади та розроблення пропозицій щодо їх вдосконалення.

Результати роботи опубліковано Гребенюк Д. Організація комунікацій в органах державної влади / Д.Гребенюк // Публічне управління та адміністрування в умовах суспільних трансформацій : зб. наук. ст. студ. відп. ред. Н.Л. Новікова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – \_\_\_ с., С. \_\_\_\_.

Обсяг і структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 68 сторінок, ілюстровані 1 таблицею, 7 рисунками. Список використаних джерел складається із 50 найменувань, в тому числі 1 іноземне.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

#### 1.1. Основні поняття організації комунікацій в органах державної влади

У теорії державного управління існує концепція, що протиставляє комунікації і саме державне управління. Відповідно до цієї теорії ефективність державного управління передбачає здійснення такої його тактики, яка не має на увазі відволікання на чужі думки. Фактично дана теорія забезпечує основу для формування тоталітарних режимів або деспотичних форм управління. У демократичній державі значення комунікативних зв'язків досить високе. До проблеми вивчення комунікацій зверталися ще стародавні вчені. Так, на думку Аристотеля, саме здатність спілкуватися є відмінністю людини від інших недорозвинених істот і надлюдини. Як наслідок, об'єкт, не здатний до спілкування, не є елементом держави.

Ускладнення суспільної діяльності, соціальних інститутів і організацій, зростання обсягів інформації різного характеру збільшує значення в процесі державного управління процесу комунікацій. Справжній період суспільного розвитку можна позначити як період інформаційної революції - час, коли інформаційна сфера переживає стрімкі кількісні і якісні перетворення, що впливають на всі сторони людської життєдіяльності. У зв'язку з цим зростає значимість організації процесу комунікацій, спрямованих на обмін інформацією. Лідерство в системі світових держав набувають ті з них, які мають найбільш ефективні комунікативні мережі і системи, використовувані ними в процесі державного управління[18, с.87].

Сьогодні прозорість влади є одним із головних принципів верховенства права, забезпечення участі населення України у створенні і реалізації

нааціональної політики, її впливу на всі етапи прийняття державних рішень, а також відкритого доступу до повноцінного об'єктивного та надійного інформаційні органи.

Комунікації з громадськістю – це діяльність в сфері управління, що забезпечує ефективну комунікацію суб'єкта з громадськістю на основі принципів правдивості, двостороннього обміну інформацією, досягнення балансу інтересів і взаємної вигоди.

Багато в чому ступінь розвитку та функціонування комунікацій та ефективність публічної влади у XXI столітті залежатиме від бажання влади встановити та розширити внутрішні комунікативні відносини. Зараз комунікації та розвиток технологій активно ведуться в секторі центрального уряду. Суттєво змінюється ситуація на регіональному рівні. Потужні політичні еліти та зростаюча кількість регіонів усвідомлюють незворотність участі України у світовому інформаційному суспільстві, і тому шукають конкурентних позицій. Існує комунікативна структура влади, побудована на нових інформаційних інструментах, яка починає пронизувати всю горизонталь уряду та управління на центральному, регіональному та муніципальному рівнях[8, с.54].

На відміну від виборчих комунікацій, державна комунікація щодо комунікативної взаємодії влади та суспільства з метою забезпечити легітимність і стабільність існуючого порядку та налагодження тривалого конструктивного діалогу..

Комунікація в державному управлінні визначається як регулюючий і координуючий механізм у відносинах між державою та суспільством, що забезпечує стабільність та ефективність функціонування соціального організму в цілому. На думку Е.О. Романенко, комунікація в органах влади виконує такі функції:

- консервативна, спрямована на збереження статусу кво, сприяє стабільному існуванню соціального організму;

- координація, призначена для забезпечення координації енергетичного впливу суб'єкта управління відповідно до параметрів об'єкта управління та можливих їх змін;
- інтеграція, пов'язана з реалізацією такої державної політики, яка б враховувала інтереси всіх елементів соціальної системи, сприяла розробці та прийняттю узгоджених управлінських рішень;
- мобілізація, спрямована на забезпечення легітимності існуючого громадського порядку, отримання та затвердження громадськості щодо адміністративних рішень;
- соціалізація, пов'язана із засвоєнням у процесі інформаційного обміну суспільно-політичних норм, цінностей та традицій держави, підвищення рівня політичної компетентності громадян [38, с. 34-38].

За визначенням Д. В. Кіслова, Є. О Романенко та І. В. Чаплий, комунікаційна політика органів державної влади включає:

- розробка та вдосконалення законодавства, яке не тільки забезпечує свободу інформації, але також захищає державну інформацію від неправомірного використання іншими ЗМІ, як міжнародними, так і національними – незалежною пресою, радіо та телебаченням, що належать приватним особам і власникам.;
- власна комунікаційна діяльність органів державної влади: створення та розвиток усіх видів власних засобів масової інформації;
- широкий розвиток державної інформаційної інфраструктури (прес-центри, служби зв'язків з громадськістю тощо);
- різні форми, способи та методи впливу державних органів на масову комунікацію, у тому числі методи проникнення державної інформації у масову політичну комунікацію [8, с. 38].

Державні службовці розглядають засоби масової інформації як інструмент впливу на цільові групи, а журналісти називають владу об'єктом критики, джерелом інформації. Журналісти, звичайно, поважають владу як важливий соціальний інститут і готові надати їй інформаційну підтримку, але в той же час

залишають за собою право доносити державних службовців та заперечувати офіційні повідомлення, що суперечать їх змісту.

На думку державних службовців, засоби масової інформації повинні слідкувати за діями місцевих економічних та політичних суб'єктів, брати участь у політичному формуванні та просуванні "національних ідеалів" та брати участь у вирішенні соціальних конфліктів. В свою чергу, журналісти не вірять, що влада має право обмежувати свободу інформації, тлумачення (свободу слова). Ця опозиція особливо гостра в ситуаціях, особливо в надзвичайних ситуаціях, коли комунікативні цілі та інструментальні цілі журналістів діаметрально протилежні [11, с.70].

У вітчизняній практиці комунікації суб'єктів державного управління перебувають у площині накопичення, зберігання та надання інформації. Не існує теоретичної та практичної підготовки професійних комунікаторів. Відбувається зсув комунікації в політичну площину [47, с.78].

Взаємодія є обов'язковою складовою будь-якого фізичного процесу і відсутня лише у вакуумі - абсолютної порожнечі, як відомо, формується лише штучно. Природа не терпить порожнечі.

Екстраполюючи ці філософські твердження на сферу правових відносин, справедливо в такому контексті розглядати і питання про взаємодію органів державної влади із засобами масової інформації, оскільки воно також є об'єктивно обумовленим.

Аналізуючи питання взаємодії крізь призму управління, О. Є. Бухтатий прийшов до висновку, що в даному випадку це явище виступає в якості одного з предметів управлінської функції і реалізується в організаційних відносинах субординації, координації, реордінації (зворотного впливу). За допомогою цих відносин відбувається вплив частин цілого один на одного, що веде до впорядкування зв'язків, об'єднання в певний тип цілісності для досягнення бажаного результату діяльності [3]. При взаємодії учасників, об'єднаних рішенням загальних завдань і входять в різні відомства, системи (зовнішня або міжвідомча

взаємодія), відносини взаємодіючих сторін найчастіше будуються на основі співробітництва, паритетності, узгодженості, врахування взаємних інтересів і, як правило, спільності дій. Причому при зовнішній взаємодії забезпечується оптимальне поєднання повноважень, методів і засобів учасників для досягнення ефективності взаємопов'язаної діяльності.

Традиційно, виходячи із системних уявлень, визначають три варіанти взаємодії органів влади та громадськості: співпраця, відсутність співпраці (ігнорування) і конфронтація. Далі, наприклад, Л.Д. Климанська диференціює співробітництво як партнерство, що має на увазі в деякому сенсі рівність сторін і як, взаємодія, побудована в сучасних умовах на домінуванні державних органів, аж до повного їм підпорядкування [9].

Як правило, серед основних цілей створення таких підрозділів можна назвати –рис.1.1:

Мета створення відділу по зв'язкам з громадськістю	забезпечення гласності, прозорості та відкритості в роботі
	організація комунікації з громадськістю
	сприяння співробітництву з громадянами, їх об'єднаннями в розробці і реалізації програм і рішень
	підтримка реалізації законодавства
	сприяння становленню інститутів громадянського суспільства

Рис. 1.1. Мета створення відділу по зв'язкам з громадськістю

Джерело: розроблено автором на основі [47]

PR-підрозділи в державних органах створюються, як правило, для забезпечення інформаційної відкритості та прозорості їх діяльності. Для досягнення розуміння з боку суспільства державним органам необхідно надавати інформацію про свою діяльність, про прийняті рішення, про становище в країні.

Ці завдання допомагають вирішувати PR-підрозділи державних органів, що реалізовується ними інформаційне управління [1111, с. 50].

Органи державної влади часто стикаються з такими проблемами, як їх інформаційна закритість, необхідність роз'яснення суспільству проведеної політики, що сформувався в суспільстві імідж вищих державних чиновників як неефективних керівників, а також недовіру до державної влади в цілому. Вирішити ці проблеми дозволяють відділи або служби зі зв'язків з громадськістю, прес-служби, інформаційно-аналітичні служби та інші аналогічні підрозділи.

Розглянемо деякі типові заходи зі зв'язків зі ЗМІ.

По-перше, ця форма заслужено популярна спілкування з журналістами як найпоширеніше інтерв'ю в роботі з особливо значущими ЗМІ. Розрізняють найпоширеніші типи співбесіди: очна (особисто), особиста (частіше підготовлена та більше часу) та віртуальна (тобто онлайн).

Особисті інтерв'ю є найпопулярнішими серед журналістів, оскільки вони дозволяють:

- 1) налагоджувати прямий контакт з цікавим співрозмовником, носієм інформації про новини;
- 2) в ході наради мати можливість задавати уточнюючі запити або направляти розмову в різні боки;
- 3) добре бачити реакцію інтерв'юера і, отже, встановлювати більш довірчі відносини. Однак, на цей тип інтерв'ю, як правило, негативно впливає практика PR, оскільки всі невдалі фрази або занадто відкриті заяви, зроблені керівником у далі важко виправити (особливо якщо інтерв'ю записується паралельно на магнітофон). PR мени більше беруть участь у заочному інтерв'ю з великим завзяттям, оскільки вони дають їм змогу ретельно та неквапливо підготувати відповіді на складні та хитрі запитання, надати об'ємний довідковий матеріал та надати більшу оригінальність заявам керівництва. Своєю чергою, заочні інтерв'ю журналістам не подобаються, вони добре знають, що їх готує відділ PR, і керівник лише вносить зміни, доповнення та бачення сухого тексту [9, с. 78].

Прес-конференції також вважаються ефективним способом потрапляння до ЗМІ, оскільки при такій події безпосередньо спілкується з керівниками організації та їх прес-секретарями з журналістами, тим самим висвітлюючи важливу та актуальну тему для ЗМІ. Питання, чи буде резонансною прес-конференція, багато в чому залежить від того, яка тема прес-конференції та хто її організовує. Однак важливо отримати її попередню підготовку, оскільки представник організації під час цієї події буде «під прицілом» засобів масової інформації та відчуватиметься так, ніби «на смаженій сковороді». Тому слід заздалегідь підготувати вступне слово, яке повинно охоплювати основи причин дзвінка до преси - конференцій, розповсюджуйте прес-реліз та прес-пакет, плануйте очікувані питання та продумуйте їх, і добре розбирайтеся у змісті всіх матеріалів, які будуть надані пресі під час конференції[7, с. 67].

Хоча прес-конференція запланована на певну тему, потрібно бути готовим до запитань з інших тем. Також важливо почати і закінчити його вчасно, перш ніж ваш інтерес до нього вщухне, і бути готовим затриматися після прес-конференції та інтерв'ю віч-на-віч.

Прес-реліз - один з найважливіших документів організації «організація – ЗМІ», що є коротким за обсягом документом, який призначений для преси і містить актуальну інформацію, матеріали для термінового опублікування. [5, с. 68]. Як правило, для вирішення проблеми організації уваги слід зосередитися на єдиних новинах ЗМІ (а отже, громадськість) перед певною подією.

За характером поданої інформації виділяють наступні види прес-релізу:

- а) прес-реліз - оголошення (яке стосується події, яка очікується, і уваги, до якої засоби масової інформації забезпечать присутність журналістів на оголошеній події);
- б) новини про прес-реліз (або випуск новин) вносять до адресата фактична інформація, тобто минула подія та може містити короткі коментарі від акторів);



в) інформаційний (новинний) лист (розповідає про поточну подію). При цьому передбачається, що адресат знає деталі та суть справи в цілому, тому йому потрібен лише стислий діловий звіт про нові аспекти події.

Відносно новим видом PR-заходу, який швидко набув популярності серед фахівців зі зв'язків з громадськістю, є віртуальна прес-конференція в Інтернеті, яка стала особливо актуальною під час пандемії. На думку експертів, найбільш яскравими рисами такого типу прес-конференції є:

- 1) демократичність досить висока: підсумковим матеріалом цієї прес-конференції може скористатися будь-хто;
- 2) інтернаціоналізація - на таких прес-конференціях питання можуть задавати учасники, які знаходяться навіть на різних континентах і в різних часових поясах;
- 3) можливість поставити чіткі запитання та змінити напрямок дискусії.
- 4) безперервність та безперервність – інформація та фотографії з прес-конференції доступні цілодобово, їх легко використовувати при обробці та підготовці журналістського матеріалу [11, с. 66].

Брифінг – це дуже популярний PR-захід, який відрізняється від меншої прес-конференції і присвячений проміжним результатам будь-якої важливої події, новини тощо. Зазвичай, брифінг проводить відповідальний представник прес-служби, який діє у двох ролі - як ведучий (модератор) і як основний постачальник інформації. Його професійне завдання – надати журналістам актуальну інформацію про те, як розвивається ситуація після прес-заходу, дати короткий коментар або поділитися прогнозом можливого подальшого розвитку подій [19].

Інформація, представлена на брифінгу, має на меті доповнити новини з пап'є-маше останніми новинами, узагальнити проміжні результати та допомогти у підготовці не лише звітів (за підсумками події), а й резюмуючої або аналітичної інформації.

Прес-тур - популярний (особливо телевізійний) PR-захід для журналістів, що дозволяє їм бути безпосередньо на місці події та надавати читачам (глядачам)

детальне висвітлення. Природно, достовірність такої преси - цільова аудиторія набагато вища, оскільки журналісти стають безпосередніми свідками або навіть учасниками надзвичайної події і можуть робити фотографії та відео. Одним із головних недоліків заходу є значні організаційні витрати, необхідність надання якісної технічної та комунікаційної підтримки. Тому преса може бути організована у випадках, коли кодекси є важливою новиною, і підвищений інтерес у громадськості або є сумніви щодо достовірності події, або коли необхідно передати інформацію для вузької групи найважливіших цільових ЗМІ.

Таким чином, сучасна держава відокремлена від суспільства і, відповідно, має свої відмінні від громадських цілі й інтереси. Закономірним чином виникає проблема комунікації: необхідність забезпечення зворотного зв'язку між органами влади та суспільством. Те, в якій мірі держава задовольняє запити своїх громадян, є одним з показників її ефективності. При цьому з боку влади комунікація включає в себе як практичну діяльність, так і аспект пропаганди в значенні просування певного набору цінностей і пріоритетів.

## **1.2. Нормативно-правове забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю**

Під час здійснення комунікативної діяльності у публічному управлінні необхідно спиратися на положення Конституції України, Цивільного та Кримінального кодексів, низки законів України, інших актів, де унормовуються основні засади інформаційної діяльності в цілому та комунікативної діяльності у публічній сфері зокрема, регламентуються питання діяльності засобів масової інформації (ЗМІ), регулюються питання здійснення комунікацій в умовах розвитку інформаційного суспільства тощо.

У Конституції України базовою для інформаційно-комунікативної сфери є стаття 34, гарантує всім свободу думки і слова, право вільно висловлювати свої думки та переконання, право збирати безперешкодно, зберігати, використовуючи

або поширюючи відомості усно або письмово та іншим чином [9]. Однак у цій же статті зазначено, що здійснення цих прав на благо національної безпеки, територіальної цілісності чи громадського порядку та моралі згідно із законом передбачає запобігання заворушенням і злочинам, охорону здоров'я населення та захист репутації та прав інших. що це може бути обмежено. Не допускається розголошення конфіденційної інформації, вимагається підтримка авторитету і справедливості правосуддя.

Окрім того, Конституція України містить ще низку статей, що унормовують окремі аспекти, пов'язані з комунікативною діяльністю у публічній сфері загалом, та мають неодмінно враховуватися під час здійснення публічного управління.

Зокрема, стаття 10[12] визначає, що державною мовою в Україні є українська. Держава гарантує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України. Україна гарантує вільний розвиток, використання та збереження російської та інших мов національних меншин України. Вживання мови в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом.

Стаття 15 [12] визначає політичну, економічну та ідеологічну різноманітність суспільного життя в Україні, визначає, що жодна ідеологія не може бути визнана державою обов'язковою, забороняється цензура, гарантується свобода політичної діяльності, не заборонена Конституцією та законами України.

Статтею 36 [12] встановлено, що громадяни України мають право на свободу об'єднання в політичні партії і громадські організації, на здійснення та захист своїх прав і свобод, для реалізації політичних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів, крім санкцій. ст. Закон про охорону національної безпеки та громадського порядку, здоров'я населення або прав і свобод інших осіб. Ніхто не може зазнавати свавільного втручання в його приватне життя, сім'ю, житло чи кореспонденцію, а також замаху на його честь і репутацію. Усі громадяни рівні перед законом.

Стаття 38 Конституції України гарантує право громадян брати участь в управлінні справами влади, бути вільно обраними на всіх всеукраїнських і місцевих референдумах, до органів державної влади та місцевих автономних органів.

Стаття 40 гарантує кожному право подати індивідуальне чи колективне письмове звернення або надати індивідуальний відповідь органам державної влади, місцевого самоврядування та органам цих органів, які розглянуть звернення та в установленій законом строк, зобов'язані надати обґрунтовані відповіді [12].

Цивільне право України регулює приватну власність та майнові відносини (цивільні відносини), у тому числі й ті, що виникають під час суспільних відносин.

У цьому контексті ЦК слід звернути увагу насамперед на статтю 200, яка регулює категорію «інформація» як нематеріальний актив. Відповідно до цієї статті інформація – це будь-яка інформація та/або дані, які можуть зберігатися на матеріальних носіях або відображатися в електронному вигляді [41]. Суб'єкт інформаційних відносин може вимагати усунення порушень його прав та компенсація майнової та моральної шкоди, завданої такими злочинами. Порядок використання відомостей і захисту її прав встановлюється законом.

Стаття 277 встановлює принципи спростування недостовірної інформації. Особи, чиї немайнові права були порушені внаслідок поширення недостовірної інформації про особу та/або сім'ю, мають право на відповідь та спростування цієї інформації. Члени сім'ї, близькі родичі та інші зацікавлені особи мають право не тільки спростувати, а й відповісти на недостовірну інформацію про померлого. [41].

Стаття 278 забороняє розповсюдження інформації, яка порушує невід'ємні права особи. У разі порушення особистого немайнового права фізичної особи у газеті, книзі, фільмі, теле-, радіопрограмі тощо, які готуються до друку, суд може заборонити поширення відповідної інформації. У разі порушення цього права у

випуску (номі), що вже опубліковано, суд може заборонити (зупинити) їх розповсюдження до усунення порушення, а при неможливості усунути порушення — конфіскувати випуск газет, книг тощо з ціллю їх знищення [41].

Закон України «Про інформацію» був прийнятий у 1992р., і встановлює взаємозв'язок між створенням, збором, отриманням, зберіганням, використанням, поширенням та захистом інформації. Визначає основні засади інформаційної діяльності в Україні (зокрема, основні напрями державної інформаційної політики), види інформації, основні засади діяльності журналістів, засобів масової інформації та їх працівників, передбачено відповідальність за порушення законодавства про інформацію [35].

Основними напрямками державної інформаційної політики, за цим Законом є: зробити інформацію доступною для всіх; забезпечити рівні можливості для створення, збору, отримання, зберігання, використання, поширення, захисту та захисту інформації; створити умови для формування українського інформаційного суспільства; забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єкта владних повноважень; створення інформаційних систем і мереж, розвиток електронного урядування; постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів; забезпечення інформаційної безпеки в Україні сприяння міжнародному співробітництву в інформаційній сфері та входженню України у світовий інформаційний простір.

Законом передбачено, що порушення законів України щодо інформації тягнуть за собою дисциплінарне, цивільно-правове, адміністративне або кримінальне покарання згідно до законодавства України. Ця інформація включає повалення конституційного ладу, порушення цілісності української території, оголошення війни, насильство, жорстокості, розпалювання етнічної, расової, релігійної ворожнечі, терористичних актів, посягань на права і свободи людини. [35].

Закон України «Про звернення громадян» (прийнятий 1996 р.) регулює питання практичної реалізації громадянами України свого конституційного права

вносити пропозиції органам державної влади, об'єднанням громадян відповідно до їх статутів щодо вдосконалення їх діяльності, викриття недоліків у роботі, оскарження дій посадових осіб, державних і громадських органів. [34]. Закон надає громадянській Україні участь в управлінні державою та державними справами, що впливає на вдосконалення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій незалежно від форм власності, захист прав та законних інтересів у разі порушення [34].

Громадяни України мають право звертатися до державних установ, органів місцевого самоврядування, груп громадян, підприємств, установ та організацій відповідно до своїх функціональних обов'язків, у тому числі із зауваженнями, скаргами та пропозиціями щодо статутної діяльності незалежно від форм власності, засобів масової інформації чи посадових осіб. Заяви або вимоги щодо реалізації своїх соціально-економічних, політичних та особистих прав та законних інтересів [34].

Електронний запит є особливим видом публічного звернення до Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, інших публичних організацій. [34].

У Законі передбачено загальні положення щодо роботи зі зверненнями громадян, конкретизовано порядок розгляду звернень громадян, передбачено відповідальність за порушення законодавства про звернення громадян [34].

Закон України «Про доступ до публічної інформації» (рис.1.2) визначає порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, що зберігається владою, іншими постачальниками публічної інформації, визначеної Законом, та інформацію, що становить суспільний інтерес. Даним Законом встановлено обмеження щодо доступу до інформації, зокрема - ст..6 [31]:

1. Інформація з обмеженим доступом –це:
  - 1) конфіденційна інформація;
  - 2) секретна інформація;
  - 3) ділова інформація.

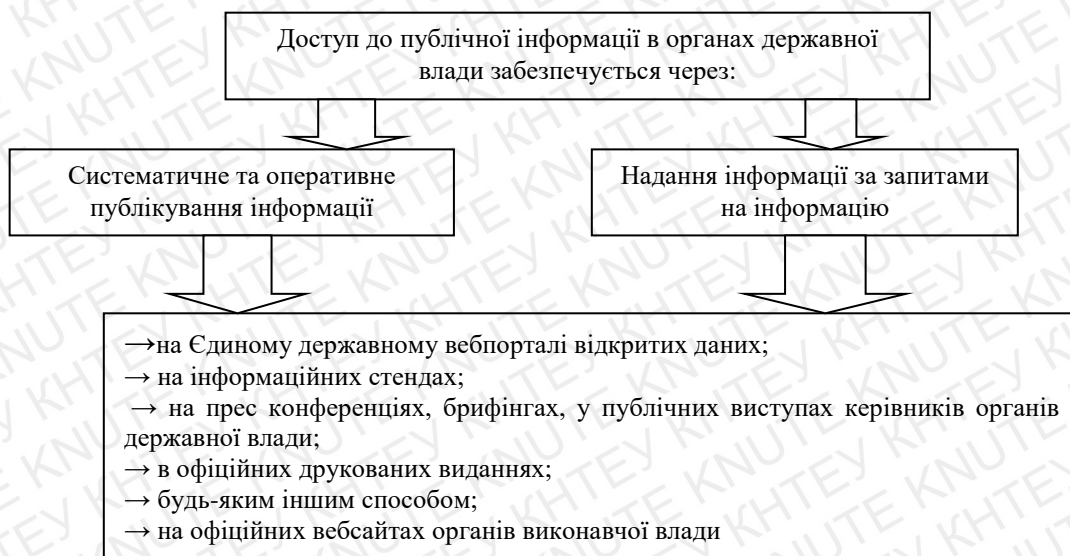


Рис. 1.2. Доступ до публічної інформації в органах державної влади

Джерело: розроблено автором на основі [31]

2. Обмеження доступу до інформації здійснюються відповідно до законодавства з дотриманням таких вимог:

1) на користь національної безпеки, цілісності територій або громадського порядку з метою запобігання порушенням закону, охорони здоров'я населення, захисту репутації чи прав інших осіб, запобігання розголошенню таємниці або збереження цілісності та неупередженості;

2) розголошення інформації може завдати значної шкоди цим інтересам;

3) шкода від розголошення такої інформації переважає суспільний інтерес до її отримання.

3. Інформація з обмеженим доступом повинна надаватися менеджером інформації, якщо він належним чином розкрив її.

4. Інформація з обмеженим доступом повинна надаватися менеджером інформації, якщо немає законних причин обмежити доступ до такої інформації, яка раніше існувала [16].

Службова інформація може містити таку інформацію:

1) містяться в документах суб'єктів господарювання, які ведуть міжвідомче службове листування, звіти, рекомендації, якщо вони пов'язані з розвитком установи чи контролю, контрольними функціями органів державної влади, рішеннями – процесом прийняття та попереднього громадського обговорення та/або рішення;

2) які зібрані в процесі оперативного розшуку, контррозвідки, оборони країни, яка не класифікується як державна таємниця.

Наявність інформації на офіційних веб-сайтах органів виконавчої влади, визначена Законом України "Про доступ до публічної інформації" ст.15. частина 1[31].

Публічна інформація розміщується на офіційних веб-сайтах органів державної влади, у тому числі у формі відкритих даних.

Інформація, яка становить загрозу життю, здоров'ю та/або майну особи, та вжиті у зв'язку з цим дії будуть негайно оприлюднені.

Відповідно до Закону України "Про доступ до публічної інформації" стаття 10 керівники інформації зобов'язані публікувати та регулярно оновлювати її на Єдиному державному порталі відкритих даних та на своїх веб-сайтах[31].

Письмовий запит подається в будь-якій формі(рис.1.3).

Прохання про надання інформації можуть бути як від конкретної особи так і від колективу. Петиції можуть бути подані усно, письмово або в будь-якій іншій формі (пошта, факс, телефон, електронна пошта) на вимогу запитувача.



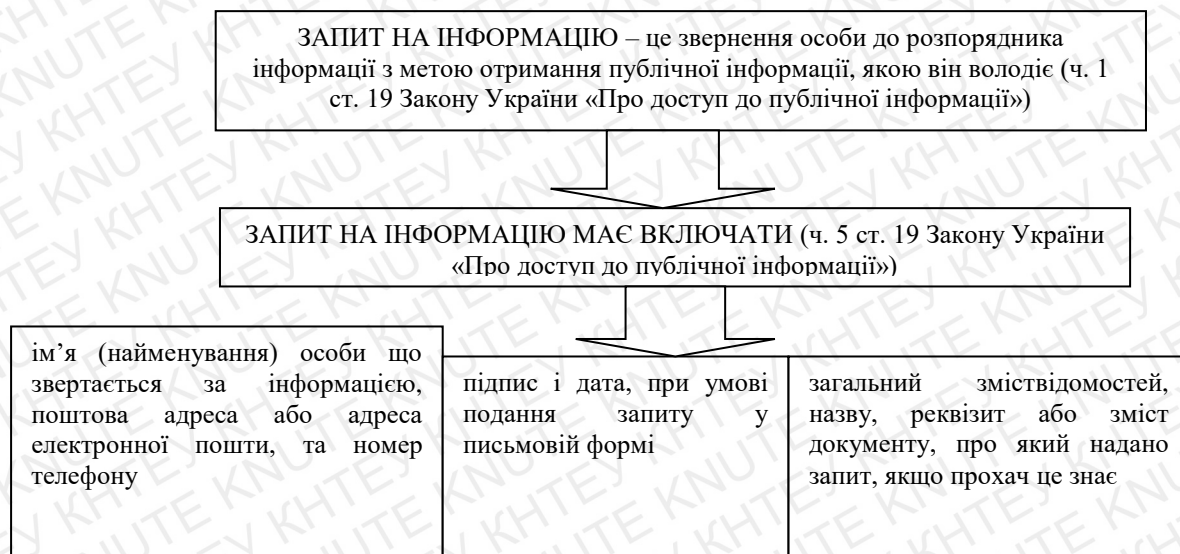


Рис. 1.3. Розгляд запитів на інформацію в органах державної влади

Джерело: розроблено автором на основі [31]

Заявник має право звертатися до власника відомостей із запитом навідомості, незалежно від того, чи стосуються ці відомості особисто чи ні, без пояснення причини запиту (ч. 2 ст. 19 Закону України "Про доступ до публічної інформації")[31].

Відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації» розпорядник має право обирати, у який спосіб він забезпечує доступ до інформації, але головною умовою при цьому є те, що громадяни мають знати про порядок оприлюднення, а інформація, що оприлюднюється, має бути актуальною, доступ до неї – вільним [31].

Указ Президента України від 05.05. 2011 р. № 547/2011 «Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації» визначено повноваження та заходи Кабінету Міністрів, обласним, державним, районим адміністраціям та вимогами щодо реалізації Закону України «Про доступ до публічної інформації»[20].

Постанова Кабінету Міністрів України затверджена 25.05.2011 року № 583 «Про доступ до публічної інформації» в Секретаріаті Кабінету Міністрів України, центральних та місцевих органах виконавчої влади» пропонує приблизну форму

запитів на інформацію, примірний порядок складання та подання запитів на інформацію, також зазначено, що інформація на запит надається безкоштовно[1].

Закон України «Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні» (прийнято 1992 р.) регламентує засади діяльності друкованих ЗМІ (преси) в Україні, визначає їх державні гарантії та свободи [32]. Цей Закон містить детальні положення про принципи функціонування друкованих ЗМІ в нашій державі, свободу їх діяльності, порядок заснування і державної реєстрації, організаційні засади діяльності друкованого ЗМІ, права та обов'язки журналіста редакції, вихідні дані видання, відносини між редакціями друкованих ЗМІ, громадянами та організаціями, порядок спростування відомостей, що не відповідають дійсності, основи міжнародної діяльності друкованих ЗМІ. Також у цьому Законі викладено норми встановлення відповідальності за порушення свободи діяльності друкованих засобів масової інформації і підґрунтя для звільнення від такої відповідальності [32].

Отже, комунікаційна діяльність в органів виконавчої влади в Україні регулюється значною кількістю законодавчих та нормативних актів. Це забезпечує досить детальну стандартизацію питань багатьох тем цієї діяльності, але в деяких випадках призводить до надмірного регулювання та штучних ускладнень у секторі інформації та зв'язку. Чинне українське законодавство, яке прямо чи опосередковано регулює питання інформаційно-комунікаційної діяльності у публічній сфері, можна розділити на три основні групи: законодавство, яке визначає організаційно-правові умови цієї діяльності, законодавство про діяльність засобів масової інформації та законодавство, що регулює здійснення цієї діяльності з використанням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ МІНІСТЕРСТВА КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

#### 2.1. Основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України

Міністерство культури та інформаційної політики України (МКІП) - це центральний орган виконавчої влади, діяльність якого спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України.

23 березня 2020 року Уряд перейменував Міністерство культури, молоді та спорту на Міністерство культури та інформаційної політики України.

Міністерство культури та інформаційної політики є основним органом системи центральних державних установ і гарантує формування та реалізацію національної політики у сфері інформаційно-видавничої діяльності, формування та реалізацію національної політики у сферах телебачення та радіо, туризму і курортів, національний нагляд (менеджмент) у сферах туризму та курортів.

Відповідно до Плану роботи на проведення заходів за бюджетною програмою КПКВК 3801030 «Здійснення заходів у сфері захисту національного інформаційного простору» на 2020 рік було передбачено 25449,00 тис. грн[15].

В рамках розробки проекту Закону України «Про протидію дезінформації», проведено дослідження суспільної думки щодо запиту громадян на отримання достовірної інформації. Забезпечено створення нового образу державної нагороди «Національна премія України імені Т.Г. Шевченка».

Протягом року було надруковано та поширено серед мешканців ТОТ та військовослужбовців ЗСУ газету «Донбас-інформ» у форматі 22 випусків українською та російською мовами (загальним накладом 270 тисяч примірників кожен випуск) [15].

Замовлено виготовлення та поширено відео-матеріали до Дня Незалежності та Дня Героїв Небесної Сотні. Забезпечено поширення серед органів виконавчої влади медіамоніторингу щодо діяльності органів влади. Звіти про моніторинг надходять щоденно протягом року, разом із щотижневими та щомісячними аналітичними оглядами та звітами.

У лютому 2020 року проведено шостий міжнародний форум, присвячений Дню опору окупації АР Крим та м. Севастополя «Age of Crimea» [15].

Проведено ряд заходів з патріотичного виховання молоді у ЗВО України у форматі зустрічей і діалогів з відомим активістом та ветераном війни Володимиром Жемчуговим. Заходи проведено протягом 1 кварталу у Києві, Львові, Лисичанську та Северодонецьку, усього 13 зустрічей. В ході заходу поширено продукцію патріотичного змісту.

Надруковано та поширено на сході України та серед військовослужбовців ЗСУ видавничої продукції (книжок) патріотичного спрямування - це 54 видання загальним накладом 129,5 тис. примірників на загальну суму близько 19 млн гривень [15].

Заходами щодо запобігання поширенню гострих респіраторних захворювань COVID-19 через коронавірус SARSCoV-2 забезпечено друк та поширення постерів «Модернізація системи соціальної підтримки населення України».

Розроблено інформаційний графічний продукт на тему «Справа Віталія Марківа», а також виготовлено та надано сприяння в поширенні відеоролику «Справа Віталія Марківа». Виготовлено та поширено відео «100 днів Уряду». Виготовлено та поширено відео про героїзм Національної Гвардії України під час протидії поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19 через коронавірус SARSCoV-2 [1515].

Виготовлено та поширено тематичне відео щодо актуалізації теми Криму в інформаційному просторі України. Виготовлено та поширено відео до 29 серпня –

День пам'яті українських воїнів - героїв, що поклали власне життя у боротьбі за свободу, демократію та територіальну цілісність України.

Виготовлено тематичні відеоматеріали та створено візуальну інсталяцію «Дзвін пам'яті» в рамках вшанування Героїв Небесної сотні у межах відзначення Дня Гідності та Свободи 21 листопада 2020 року у м. Києві. Розроблено онлайн-платформу з вивчення української мови. Забезпечено виготовлення інформаційно-промоційної продукції (бренд України UkraineNow) [15].

Організовано та проведено Всеукраїнську онлайн-презентацію «Культура приготування українського борщу». В рамках підготовки до відзначення 150-річчя з дня народження Лесі Українки» замовлено виготовлення документальної кінострічки на основі концепту «150 імен Лесі».

Розроблено та подано до Кабінету Міністрів України проект Концепції комунікації у сфері гендерної рівності, яка була ухвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.09. 2020 р. за № 1128.

Для обговорення найважливіших суспільно-політичних питань протягом 3-4 кварталу 2020 року у 7 містах України проведено цикл національних круглих столів із залученням науковців, провідних інтелектуалів, лідерів суспільної думки:

Національний круглий стіл на тему «Культура діалогу» у м. Києві;

Національний круглий стіл на тему «Мова» у м. Харків;

Національний круглий стіл на тему «Щастя як мета» у м. Чернівці;

Національний круглий стіл на тему «Екологія» у м. Кривий Ріг;

Національний круглий стіл на тему «Віра, релігія» у м. Острог;

Національний круглий стіл на тему «Мистецтво» у м. Полтава. [1515]

Для забезпечення використання прав громадянина на доступ до публічних відомостей в Міністерстві культури та інформаційної політики України створено спеціальний структурний підрозділ – відділ забезпечення доступу до публічної інформації та звернень громадян, організовує в установленому порядку доступ до

публічної інформації та її розпорядника - Міністерство культури та інформаційної політики України.

Найбільш запитувана інформація:

1. Про копію дозволу на виконання будівельно-ремонтних та реставраційних робіт будівлі, що є пам'яткою культури чи архітектури.
2. Про надання копії погодження земельної ділянки.
3. Інформація про стан важливих пам'яток країни.
4. Питання про державну реєстрацію української нерухомої пам'ятки.
5. Про копію наказів Міністерства культури та інформаційної політики України.
6. Про зарплату управлінського персоналу Міністерства.

Міністерство культури та інформаційної політики України отримало всього 1361 запит за 2020 рік. Помісячна статистика наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Задоволення запитів на отримання публічної інформації Міністерство культури та інформаційної політики України у 2020 році**

Запити	Місяці 2020 року												всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
За рік	194	145	130	106	100	70	147	105	99	83	84	98	1361
від фізичних осіб	109	104	80	59	41	38	67	65	55	41	35	52	746
від юридичних осіб	34	19	27	36	22	15	33	20	24	15	22	15	272
Від ЗМІ	51	22	23	11	37	17	47	20	20	27	27	31	360
надійшло поштою	29	20	7	5	8	15	16	11	15	12	10	8	156
електронною поштою	135	105	87	87	75	46	95	68	63	55	64	67	947
через систему СЕВ	26	19	34	14	16	9	32	25	21	16	9	23	244
надіслано за належністю розпорядникам інформації	12	9	3	3	6	2	4	1	4	6	6	6	62
відмовлено у задоволенні	4	5	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	12

Джерело: розроблено автором на основі [15]

Загалом за 2020 рік до міністерства культури та інформаційної політики України надійшло 1361 запит, в тому числі:

- від фізичних осіб - 746 запитів;

- від юридичних осіб - 272 запити;
  - від засобів масової інформації - 360 запитів;
- з них від органів влади - 232 запити;  
від органів ОБВ - 27 запитів[15].

Надійшло поштою – 156 запитів, електронною поштою – 947 запитів, нарочно – 10 запитів, телефоном – 2 запити, через систему СЕВ – 244 запити.

Надіслано за належністю розпорядникам інформації – 62 запити; відмовлено у задоволенні – 12 запитів.

На всі отримані запити було надано інформацію згідно вимог до Закону України «Про доступ до публічної інформації».

З січня по грудень 2020 року Міністерство культури та інформаційної політики України отримано 48 запитів на інформацію, які не відповідають умовам вказаним у Законі України «Про доступ до публічної інформації» та було визначено як звернення та розглянуто згідно Закону України «Про звернення громадян».

Напрями запитів по інформації -рис.2.1.

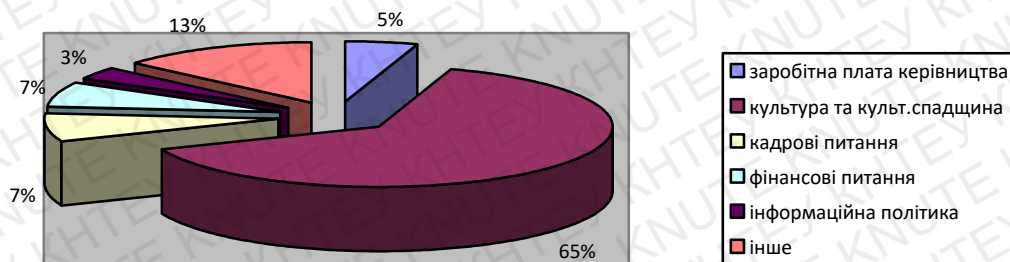


Рис.2.1.Види запитуваної інформації у Міністерстві культури та інформаційної політики у 2020 році

Джерело: розроблено автором на основі [15]

У 2020 році найбільше запитів надходило з питаннями про культуру та культурну спадщину – 65%(806зап.), кадрові та фінансові питання складали по

7% запитів( 94 та 834 запити відповідно), заробітною платою керівництва Міністерства цікавились у 5% запитав(64 запити), запити щодо інформаційної політики Міністерства склали 3% всіх запитів(44 запити), запити по іншим питанням – 13%(170 запитів).

На рис.2.2 зобразимо географію запитів до Міністерства у 2020 році.

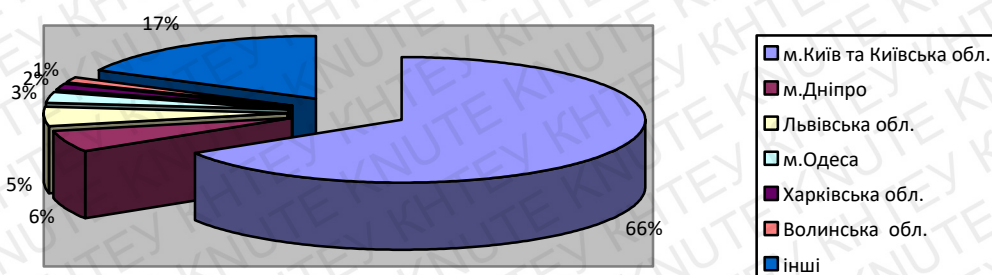


Рис.2.2.Географія запитів до Міністерства культури та інформаційної політики України у 2020 році

Джерело: розроблено автором на основі [15]

У 2020 році 66% всіх запитів надійшло з м. Києва та Київської області(900 запитів), запити з м. Дніпро склали 6% запитів(75 зап.), з Львівської області – 5%(68 запитів), з м. Одеса -3%(38 зап.), Харківської обл.. 2%(24 зап.), Волинської області -15(18 запитів), запити з інших регіонів України склали 17%(238 запитів).

Найбільше запитів надіслали: ТОВ «Інформаційне агентство «ОТО ІНФОРМ» – 42 запити, ТОВ «Інформаційне агентство «Слово і Діло» – 37 запитів, Інформаційне агентство ГО «Антикорупційна правозахисна рада» – 26 запитів,

У січні 2021 року до Міністерства культури та інформаційної політики надійшло 92 запити:

- 52 запити від фізичних осіб;
- 14 запитів від юридичних осіб;
- 15 запитів від ЗМІ; з них:17 запитів надійшло від оргнів публічної влади (16 від КМУ, 1 від ОПУ), 1 від ОБВ (МЗС)[12].



Отримано Укрпоштою - 9 запитів, 66 запитів надійшло електронною поштою, через СЕВ - 17 запитів [15].

Надіслано до розпорядників інформації - 8 запитів; відмовлено в задоволенні - 2 звернення. (ІСІР не є адміністратором).

На всі отримані запити надано відомості згідно вимог Закону України «Про доступ до публічної інформації». У січні 2021 року до МЦПІ надійшло 6 запитів на інформацію, які не відповідають вимог Закону України «Про доступ до публічної інформації» і було визначено як запити та розглянуто згідно вимог Закону України «Про звернення громадян».

Типи запитуваної інформації у січні 2021 року:

- 5 зарплата управлінського персоналу;
- 10 питання з культури;
- 44 культурні пам'ятки;
- 8 – запити щодо кадрів;
- 10 - фінанси;
- 4 – інформаційна політика;
- 6 - статистика;
- 6 – юридичні питання;
- 4 - інше (туризм, освіта, релігія) [15].

Найбільшу кількість запитів у січні 2021 року надіслали: інформаційне агентство ОТО-ІНФОРМ - 5 запитів, ТОВ "Слово і Діло" - 5 запитів [15].

В той же час, трапляються непоодинокі випадки, коли до Міністерства культури та інформаційної політики України надходять запити на інформацію, які є такими за формою, але за змістом та викладеними в них вимогами – це звернення з різних напрямів прокурорської діяльності. Такі запити автори направляють для отримання відповіді – на свої по суті звернення – в терміни, передбачені для розгляду запитів; громадяни фактично ототожнюють поняття звернень, заяв та запитів на інформацію.

Строк розгляду запиту на інформацію обчислюється у робочих днях, починаючи із дня надходження (реєстрації) до Міністерства. Якщо запит подано у неробочий час – з наступного робочого дня.

Прохання про інформацію по мірі надходження реєструються в автоматичній системі документообігу. В місцевій адміністрації реєстрацію запиту здійснює працівник діловодства, він негайно передається керівнику, і керівник постановою постанови приймає рішення про виконавця. [4].

Після винесення постанови служба діловодства з організації виконання виконавця надасть запит негайно, але до наступного робочого дня.

Строки підготовки запитуваної інформації у Міністерства культури та інформаційної політики України не повинен перевищувати 3 робочих днів з дати отримання запиту.

Протягом 5 робочих днів з моменту отримання запиту запитувачу буде надано відповідь із копією відповідної документації (за необхідності).

Закінченням строку розгляду запиту на інформацію є дата реєстрації відповіді на нього (вихідний штамп канцелярії та відповідно до реєстру відправки). Запит на інформацію вважається виконаним після направлення відповіді запитувачу. До загального терміну розгляду запиту на інформацію не включаються вихідні (святкові / неробочі) дні.

Отже, Міністерство культури та інформаційної політики є основним органом системи центральних державних установ і гарантує формування та реалізацію національної політики у сфері інформаційно-видавничої діяльності, формування та реалізацію національної політики у сферах телебачення та радіо, туризму і курортів. У 2020 році до Міністерства надійшов 1361 запит, з них 54,8% - запити від фізичних осіб, 20% запитів від юридичних осіб та 25,2% запити від засобів масової інформації. Громадськість перш за все цікавила питання культури та культурної спадщини, кадрові та фінансові питання, заробітна плата керівництва Міністерства. Запити у 2020 році надходили переважно з м. Києва та Київської області.

## **2.2. Цілі і завдання комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України**

Сьогодні прозорість влади є одним із головних принципів верховенства права, що забезпечує участь громадськості у формуванні та реалізації державної політики, її вплив на всі етапи прийому публічних рішень, та відкрито доступ для громадян до повної об'єктивної та надійної інформації.

Міністерство культури та інформаційної політики є головним органом системи центральних органів виконавчої влади, що забезпечують формування та реалізують державну політику у сфері культури, національної мовної політики та популяризації України у світі, державної іноземної мови, інформаційного суверенітету. України. Національне агентство новин «Укрінформ») та інформаційної безпеки, а також відповідальне за створення та реалізацію державної політики у напрямках кіно, відновлення та збереження національної пам'яті, міжнаціональних відносин, релігії та захисту національних меншин в Україні, мистецтва, культурна спадщина, музейна справа, експорт, імпорт і повернення культурних цінностей [4].

Діяльність Міністерства культури та інформаційної політики України спрямовується на забезпечення формування та реалізацію ефективної державної політики у у галузях культури, державної мовної політики, популяризації України у світі, державного мовлення, інформаційного суверенітету України та інформаційної безпеки, а також у напрямках кіно, поновлення та захисту культурної спадщини, етнічних відносин, релігії і захист національних меншин в Україні, мистецтво, охорона культурної спадщини, музейна справа, вивезення, і повернення культурних цінностей, телебачення і радіомовлення, інформація та видавнича справа, туризм і курорти (крім державного нагляду (контролю) [4].

Міністерство культури та інформаційної політики України щороку затверджує план роботи Міністерства за умови для послідовної та спільної

поведінки структурних підрозділів центрального апарату Міністерство культури та інформаційної політики України та направляти їх на ефективне виконання завдань і виконання їх функціональних можливостей.

Одним з пріоритетів Міністерства культури та інформаційної політики України є ефективна протидія інформаційним загрозам – як на рівні дій органів влади, так і підтримці навичок громадян самостійно виявляти маніпулятивний контент. У 2020 році ключовими елементами посилення спроможностей у сфері інформаційної безпеки для Міністерства культури та інформаційної політики України стало органічне поєднання безпекового вектору та розвитку інформаційного середовища [4].

Доктрина інформаційної безпеки України до пріоритетів державної політики в інформаційній сфері відносить відкритість та прозорість держави перед громадянами, зокрема інформувати громадян України про діяльність державних установ, налагоджувати ефективну співпрацю з цими відомствами зі ЗМІ та журналістами, реформувати комунікацію влади..

Для досягнення цієї мети передбачає постійне вдосконалення механізмів інформаційної взаємодії із суспільством, що передбачає використання різних каналів комунікацій, сучасних інструментів, використання ресурсів у мережі Internet (передусім соціальні мережі), а також регулярне підвищення навичок з комунікацій відповідальних за комунікації з громадськістю співробітників органів виконавчої влади.

Метою державних комунікацій Міністерства культури та інформаційної політики України є забезпечення ефективного функціонування нації, підтримка прав громадян та утворення відповідних умов для дії корпорацій та інших організацій. Відносини між публічною владою та громадськістю мають бути безперервними, відкритими, інклюзивними, релевантними, зрозумілими, безпечними.

Цілі та завдання комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України наведено на рис.2.3.

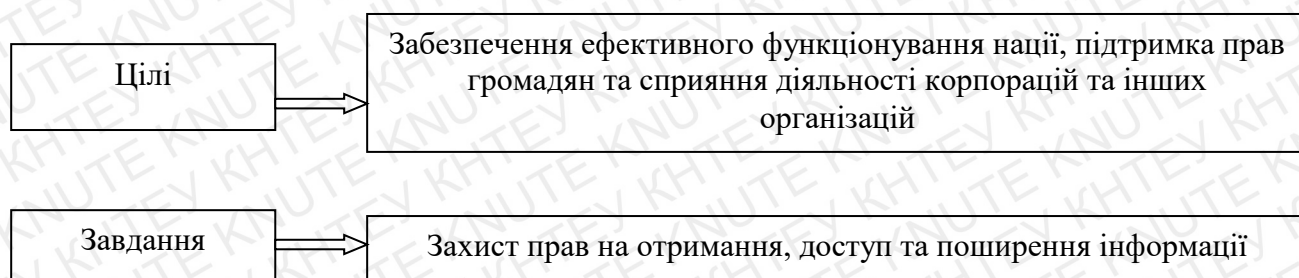


Рис.2.3. Цілі та завдання комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України

Джерело: сформовано автором

Цілі комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України:

- створити фундамент для проактивної комунікації реформ за стратегічними напрямками;
- визначити короткострокові, середньострокові та довгострокові комунікаційні пріоритети Міністерства культури та інформаційної політики України;
- донести комунікаційну стратегію Міністерства культури та інформаційної політики України до його співробітників та співробітників підпорядкованих установ.

Міністерства культури та інформаційної політики України вважає одним з головних своїх завдань - захист прав на отримання, доступ та поширення інформації.

Організація діловодства за зверненнями/запитами у Міністерстві культури та інформаційної політики України покладається на управління забезпечення документообігу, контролю та роботи зі зверненнями громадян (далі - Управління).

Звернення/запити надсилаються поштою, з використанням мережі Інтернет, інших засобів зв'язку, передаються громадянином особисто або через уповноважену особу, повноваження якої здійснюються відповідно до

законодавства України, через графу «Для звернень громадян», розташовану в м. Міністерства культури та інформаційної політики України у доступному для громадян місці або обслуговується на особистому прийомі громадян.

Якщо заявник використовує ненормативну лексику, образи чи заклики для розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі, усний працівник може припинити з ним спілкування.

Усі звернення громадян, які надходять до Міністерства культури та інформаційної політики України, підлягають обов'язковій класифікації за видами, встановленими статтею 3 Закону України «Про звернення громадян», зокрема, заяви/клопотання, пропозиції/зауваження та скарги.

Запити населення мають бути оформлено згідно ст. 5 Закону України «Про звернення громадян». У запиті має бути зазначено прізвище, ім'я та по батькові заявника, його місце реєстрації, телефон для зворотнього зв'язку, викладено коротко сутність запиту, пропозиції чи скарга тощо.

Письмова заява повинна бути роздрукована або написана від руки розбірливо і чітко, підписана заявником (групою заявників) і дата.

В електронній заяві також має бути зазначено адресу електронної пошти, на яку заявник може отримати відповідь або інформацію про інші засоби зв'язку. Використання кваліфікованого електронного підпису під час подання електронної заяви не є обов'язковим.

Електронна заява, надіслана без використання кваліфікованого електронного підпису, має бути у вигляді скан-копії або фотокопії заявки, підписаної заявником, із зазначенням дати.

Запити/запити реєструються в Міністерстві культури та інформаційної політики України за допомогою системи електронного документообігу (далі – СЕД), яка формує єдину централізовану реєстраційну базу даних, яка надає працівникам інформацію про всі документи, їх місцезнаходження та статус. .

Зареєстровані звернення/запити з їх електронними зображеннями у форматі PDF (скан-зображення) подаються через систему електронного документообігу до

розгляду згідно розподілу посадових обов'язків до відповідальних осіб у день надходження або наступного робочий день, отримано після 17:00.

Звернення/запити розглядаються керівництвом Міністерства культури та інформаційної політики України відповідно до розподілу повноважень між Віце-прем'єр-міністром України – Міністром культури та інформаційної політики України, першим заступником Міністра, заступниками Міністра.

Насамперед розглядаються звернення громадян, які мають встановлені законом пільги.

Після попереднього розгляду та реєстрації звернень/запитів Управління направляє їх керівництву Міністерства культури та інформаційної політики України згідно посадових обов'язків до конкретного виконавця запиту на інформацію.

Коли прийнято рішення звернення/запити передаються через ДСНС для виконання посадовим особам, яким безпосередньо покладено їх виконання.

Звернення/запити, які виконуються кількома структурними підрозділами, надсилаються через СЕП до посадової особи, визначеної першою постановою (далі – головний виконавець), для організації роботи співвиконавців, встановлення строків їх пропозицій, підготовки спільного проекту відповіді тощо.

Співвиконавці зобов'язані подати зауваження головному виконавцю на протязі першої половини відведеного терміну на виконання поставленого завдання.

Відповідь на запит на публічну інформацію згідно Закону має бути надано не пізніше 5 робочих днів з дня отримання петиції.

Громадян Міністр культури та інформаційної політики України, перший заступник Міністра, заступники Міністра, держсекретар приймають особисто спеціально відведеному приміщенні тільки по попередньому запису згідно графіку особистого прийому, що затверджено МКІП. [33].

Якщо громадянин не погоджується на особистий прийом іншою уповноваженою посадовою особою МЦП, громадянин має право подати

письмову заяву, яка складається та реєструється відповідно до Закону України «Про звернення громадян», або подати заяву. запис на черговий день особистого прийому.

Інформація про порядок особистого прийому громадян та графік особистого прийому громадян розміщена на офіційному веб-сайті МЦПІ у розділі «Звернення громадян», на інформаційному стенді в адміністративній будівлі по вул. Івана Франка, 19, м. Київ, 01601 та у спеціально відведеному приміщенні для особистого прийому громадян [33].

Акредитація на будь-який захід, що проводиться Міністерством, є обов'язковою.

Акредитація представників ЗМІ та незалежних журналістів проводиться сектором зв'язків зі ЗМІ – прес-службою Міністерства культури та інформаційної політики України шляхом реєстрації після оприлюднення анонсу на відповідну подію за номером телефону: (044) 2341536 (якщо інше не вказано в анонсі) [15].

Допуск до місця проведення будь-якого заходу представників ЗМІ здійснюється лише на підставі попередньо складених прес-службою списків акредитації журналістів.

Акредитація усіх без винятку засобів масової інформації та незалежних журналістів відбувається на основі Конституції України, Законів України «Про інформацію», «Про інформаційні агентства», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про телебачення і радіомовлення «Про соціальну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»,.

Наприклад, 19 лютого 2021 року у Міністерстві культури та інформаційної політики України повідомили, що розпочалося обговорення проєкту акта, який запропонований у зв'язку з кардинальними змінами у засобах до популяризації читання як свідомо обраної практики дозвілля, навчання та саморозвитку для



загального та повноцінного розвитку населення, для поліпшення якості освіти, що відповідає європейським освітнім та іншим стандартам [15]. ]

Проект Стратегії розроблено Робочою групою ІСІР, до складу якої увійшли експерти з книговидавництва, спеціалісти з книгорозповсюдження, експерти бібліотек та представники громадськості. Координатором робочої групи призначено державну установу «Український інститут книги». Зауваження та пропозиції до проекту Стратегії приймали від громадян та організацій до 19.03 2021 р. у електронній формі на електронну адресу [lib-reading@mkip.gov.ua](mailto:lib-reading@mkip.gov.ua) [15].

Пропозиції приймаються у вигляді порівняльної таблиці із зазначенням змісту версії, запропонованої ІСІР, запропонованої версії або коментарів та її обґрунтування. Подані зауваження було розглянуто при доопрацюванні проекту Стратегії. За результатами доопрацювань проект Стратегії розміщено на офіційному сайті ІСІР [15].

Уповноважена особа для проведення консультацій щодо проекту акта – державний експерт експертної групи з питань книговидавництва та розвитку книговидавництва Управління книговидавництва та творчих індустрій Міністерства К. В. Притула, тел. (044) 234-62-20 [15].

В той же час, не подоланий синдром боязні спілкування з журналістами і представниками громадськості, не встановлені необхідні контакти з видавництвами, творчими спілками, культурними центрами, фондами та іншими громадськими об'єднаннями та організаціями, діяльність яких спрямована на формування правосвідомості громадян, виховання активної життєвої позиції.

Неоперативність в наданні відомостей, що мають соціальний інтерес, а нерідко і штучна закритість діяльності Міністерства культури та інформаційної політики України для преси і громадськості призводять до того, що населення часто отримує викривлену чи недостатньо кваліфіковану інформацію про суспільно значимі факти і реагуванні на них органів виконавчої влади.

Державні виконавчі органи мають виступати за конструктивний діалог та нормальну співпрацю зі ЗМІ, але слід зазначити, що в діяльності органів

виконавчої влади на державному рівні виникли такі серйозні проблеми комунікативного характеру:

- недосконала нормативна (і перш за все відомча) база, яка регулює порядок, напрямки та особливості взаємовідносин Міністерства зі ЗМІ та громадськістю;
- відсутність програм підготовки представників прес-служби та державних службовців у цих сферах.

Отже, основними цілями комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України забезпечення ефективного функціонування нації, підтримку прав громадян, створення сприятливих умов для діяльності бізнесу та інших організацій. І, відповідно, головним завданням у сфері комунікацій є захист прав на отримання, доступ та поширення інформації. Комунікативна політика Міністерства здійснюється через вебпортал, особистим прийомом громадян, через систему електронних документів. В той же час, у Міністерства не розроблена загальна стратегія комунікативної політики, недостатня кваліфікація представників прес служби міністерства.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ МІНІСТЕРСТВА КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Провідна роль ЗМІ у формуванні громадської думки відображається у визначенні засобів масової інформації як "четвертої сили". Однак кожен ЗМІ має власну систему (письмові слова та наочні образи, радіомовлення та музика, телебачення) - це поєднання мови, музики та відео. Останнім часом все більшого поширення набуває новий тип засобів масової інформації - Інтернет. Кількість користувачів на цьому міжнародному глобальному інформаційному шляху збільшується в геометричній прогресії. Інтернет-спілкування використовує інтерактивне мовлення, гіпертекст (пошук відповідного тексту за словом походження), мовні та музичні звуки, відео та анімацію.

ЗМІ є важливим елементом сучасного постіндустріального суспільства. Новий тип спілкування швидко розвинувся - електронні засоби масової інформації в Інтернеті. Сучасні ЗМІ дозволяють надсилати величезну кількість інформації величезній кількості глядачів, долаючи часові бар'єри та відстані[5].

Охарактеризуємо основні види ЗМІ на прикладі України:

1. Інформаційні агентства — це організації, які збирають і поширюють новини. Традиційно вони є основою національної та міжнародної системи поширення інформації. Журналісти агентств підбирають інформацію (новини) для свого агенства, яку далі перепродують газетам, журналам, публічним установам, радіо- і телекомпаніям, комерційним та іншим суб'єктам. Зараз в Україні налічується близько 40 інформаційних агентств. Найвідоміші з них – УНІАН, Укрінформ, Українські Новини, РБК-Україна, ЛІГА. В Україні також є представництва великої кількості іноземних інформаційних агентств із багаторічною історією та світовим ім'ям. Найвідомішими серед них є Associated Press, United Press International, Reuters [4]. Жодна велика газета, теле- чи

радіокомпанія не обходиться без власного штату кореспондентів новин. Тому для отримання оперативної, якісної та неупередженої інформації потрібна допомога агентств.

2. Періодичні видання(преса), зокрема газети та журнали, публікуються великими тиражами. Наприклад, за даними Книжкової палати України імені Івана Федорова, за 9 місяців 2020 року в Україні зареєстровано 1200 газет та 1746 періодичних видань [10].

Газети публікують інформацію про поточні події, оглядово-аналітичні матеріали, розважальні матеріали. Обсяг газети може бути від 2 до 100 і більше сторінок.

Кожна газета має свою аудиторію, кількість якої залежить від накладу видання, професійного та соціально-демографічного профілю.

3. Радіо. Унікальність цього медіа в тому, що він універсальний. Люди слухають радіо, займаючись іншими справами. Вони використовують радіо, щоб слухати новини, музику та веселитися. Довжина радіоповідомлення така ж, як довжина телевізійного повідомлення — вона не перевищує тривалості його передачі. Багато радіостанцій покладаються на інформаційні агентства для збору інформації, але найпотужніші радіостанції мають власний штат радіожурналістів. Порахувати кількість українських радіостанцій дуже важко. У кожному місті від 10 до 40 FM-радіостанцій, які переважно розважальні, безсистемні, а іноді й новини. Новішими радіостанціями в Україні традиційно були державні або комунальні радіостанції. Найвідоміші новинні радіостанції України – Національне радіо та Радіо Ера. [25].

4. Телебачення. На відміну від вищезазначених типів засобів масової інформації, це наймолодший із засобів масової інформації. Але завдяки поєднанню звуку та зображень телебачення пропонує найбільші можливості спілкування. Для глядачів, які переглядають прямі трансляції зі сцени, телебачення може надати набагато яскравіший "ефект присутності", ніж за допомогою радіо чи газет. Телебачення також виробляє ефект "міжособистісного

спілкування". Глядачі знають, що шоу переглядають одночасно мільйони людей, але він сприймає виступ на екрані так, ніби це лише для нього. Телебачення також набагато ближче до глядача, оскільки воно долає часові та просторові бар'єри для доставки інформації.

До найбільш рейтингових і, відповідно, відомих телеканалів належать Інтер, СТБ, 1+1, Новий канал, 5 канал, ТРК Україна, ICTV. Також в Україні є кореспонденти багатьох іноземних каналів. Наприклад, CNN, BBC, NBC та інші [47].

Фахівці із зв'язків із громадськістю та прес-служба мають насамперед чітко регламентувати відносини між своїм відомством та ЗМІ та підтримувати інформаційний баланс двосторонньої інформаційної взаємодії. Крім того, слід зазначити, що як засоби масової інформації, так і органи державної влади зацікавлені підтримати таку співпрацю. У розвиненій демократії маніпулювати засобами масової інформації дуже важко, а часом і неможливо.

Вибудовуючи стосунки зі ЗМІ, державні органи повинні чітко встановити правила подання інформації до ЗМІ та збору та аналізу інформації, вже опублікованої в ЗМІ.

Важливо також усвідомити, що засоби масової інформації працюють під постійним тиском різноманітних потужних факторів, включаючи замовників (наприклад, рекламодавців), конкурентів і, звичайно, державні органи. Ці «сильні фактори» також повинні включати власників ЗМІ, інформаторів, групи тиску тощо. [50, с. 25-28].

У цих ситуаціях державні органи мають "подвійну владу" і використовують як свої права, так і можливості (переважно через підпорядковані ЗМІ) та незалежні ЗМІ для розповсюдження необхідної інформації.

Тому загальну ситуацію в ЗМІ можна охарактеризувати як постійний тиск. Це посилюється потребою опублікувати матеріал протягом строго визначеного часу. За цих обставин необхідно вивчити взаємозв'язок засобів масової інформації

та джерел (у нашому випадку Міністерства культури та інформаційної політики), щоб ефективно взаємодіяти із засобами масової інформації.

Такими важливими факторами є:

**Періодичність.** Публікації частіше містять події, якщо цей час відповідають графіку випуску ЗМІ. Події, що відбуваються вранці, можна публікувати в денних або вечірніх новинах. Або можна опублікувати це в щоденній газеті через кілька годин після події. На протязі кількох днів - у щотижневому журналі.

**Інтенсивність.** Вони помічають події, які мають великий суспільний резонанс або можуть призвести до нього.

**Однозначність.** Чим менше невизначеності чи сумнівів викликає подія, тим більша ймовірність, що її буде обрано.

**Близькість до запитів аудиторії.** Чим ближче захід до культурного рівня та інтересів аудиторії, тим більша ймовірність його презентації.

**Відповідність очікуванням.** Захід має відображати інформаційні потреби аудиторії, а прес-служба має відповідати на запити громадян та організацій.

**Непередбачуваність.** При очікуванні відповідної події особлива увага буде звернена на несподівану інформаційну подію або її непередбачені наслідки.

**Відносини.** Події мають бути своєчасно пов'язані з іншими темами, які викликали резонанс.

**Композиція.** Новини та події підбираються та розташовуються так, щоб кінцевий продукт (газета чи випуск актуальних новин) мав логічний вигляд.

**Цінності фахівців, що підбирають новини.** Особисті переконання і вподобання (суб'єктивний фактор) в сукупності з перерахованими вище факторами впливатимуть на вибір новин.

**Гнучкість та пристосованість до ситуації.** Державні органи, які виступають за широке позитивне висвітлення, повинні планувати співпрацю зі ЗМІ та очікувати, що ЗМІ будуть робити те саме. Однак при обробці позапланових запитів щодо засобів масової інформації бажано триматися подалі від фіксованих місць і, якщо це можливо, відповідати їм. Вирішенням проблеми

некомпетентності або відверто негативного повідомлення про діяльність міністерства у ЗМІ є система особистого визнання ЗМІ чи журналістів.

Надання ЗМІ одного голосу. Це дозволяє чітко та чітко донести позицію Міністерства до широкої громадськості. Як показує практика, ЗМІ хочуть отримати кількох спікерів з державних установ, але це не завжди вигідно самим державним органам. Тому потрібно визначити одну особу (до двох), яка уповноважена представляти міністерство перед ЗМІ з певного питання. І всі працівники міністерства повинні це чітко усвідомлювати. Не завжди доцільно надавати журналістам першу особу у відомстві в якості доповідача. Можливо, краще мати кваліфіковану людину, яка має досвід спілкування з експертами та пресою в цій галузі, і "взяти це на камеру".

Отже, поліпшення взаємодії органів державної влади можливо з врахуванням наступних факторів: періодичності, інтенсивності, однозначності, близькості інформації доло запитів аудиторії, відповідність очікуванням, непередбачуваність, взаємопов'язаність, композиція, цінності журналістів які відбирають інформацію, гнучкість та пристосованість до ситуації, виділення однієї відповідальної особи для надання інформації засобам масової інформації. Взаємодія ЗМІ та державного органу має бути чітко регламентована Положенням публічного органу.

Комунікативна політика, будучи необхідним напрямом діяльності будь-якого органу публічної влади, інформують стейкхолдерів і цільові групи про його діяльність, її цілі і завдання, тобто це забезпечує впізнаваність органу виконавчої влади в засобах масової інформації.

Однією з функцій комунікативної політики є дослідження сегментів цільової аудиторії і конкурентного середовища, що дозволяє своєчасно і точно змінювати стратегію Міністерства культури та інформаційної політики України, щоб зберегти імідж з необхідними характеристиками. В рамках комунікативної політики може проводитися маса заходів, від простого анкетування до живого

контакту з аудиторією: прес-конференції, виступи, особисті прийоми та багато іншого.

В той же час, державні структури в основному залишаються інформаційно закритими, або використовують формальний підхід для спілкування зі своїми аудиторіями. Стратегією будь-якого державного відомства в спілкуванні з населенням є демонстрація позитивних якостей і успіху, а так само висловлення своєї позиції по якому або питанню. Але цього явно не досить для створення позитивного публічного іміджу, який як раз так необхідний. Прес-служби державних структур невпинно проводять моніторинг ЗМІ, для того, щоб обчислити кількість згадок про них, але забувають про дослідження громадської думки, про опитування громадян з приводу інформованості про діяльність кожного конкретного органу. Тож не дивно, що інформаційна політика державного апарату не встигає за зростаючими потребами широкого загалу.

Інформаційна відкритість влади дозволяє громадянам отримувати адекватне уявлення і формувати критичні судження про стан вітчизняного суспільства і органах публічної влади, зміцнює дієвість і ефективність громадського контролю за діяльністю органів публічної влади. Інформаційна прозорість діяльності органів влади всіх рівнів покликана забезпечити реальну доступність для населення інформації про прийняті ними рішення, про їх поточної діяльності [3, с.94]. Відкритість носить соціально комунікативний характер, а прозорість - функціональний, що сприяє оптимізації регулятивних процесів в країні [4]. Виходячи з виявлених проблем і особливостей державних органів в сфері зв'язків з громадськістю, можна навести деякі методи підвищення ефективності PR-діяльності Міністерства культури та інформаційної політики України – рис.3.1.



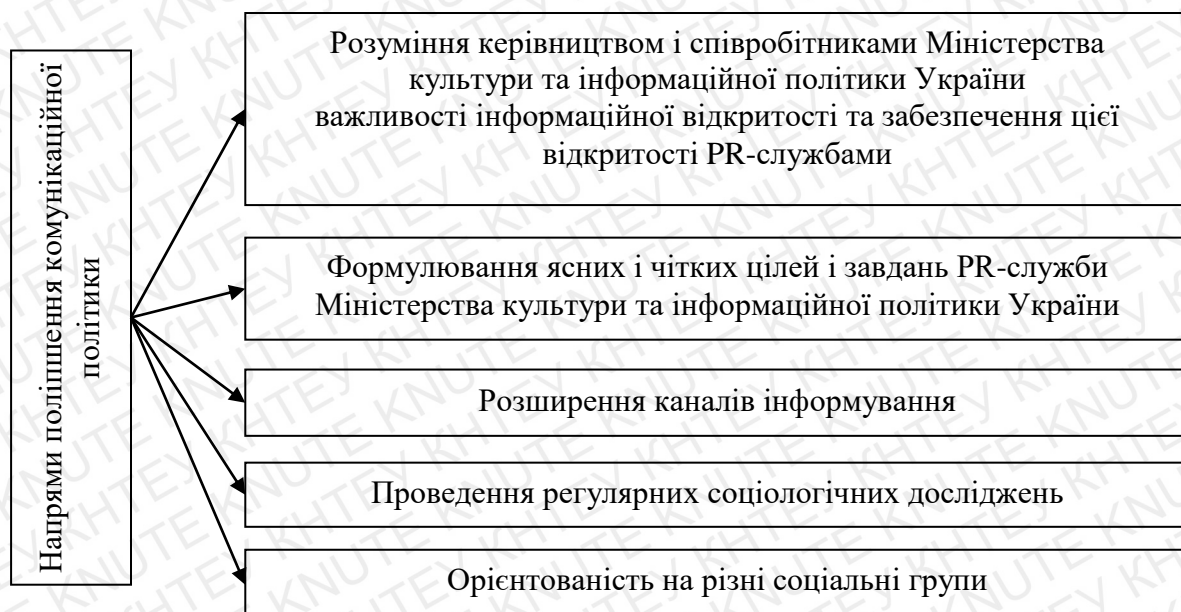


Рис.3.1. Напрями поліпшення комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України

Джерело: розроблено автором

1. Розуміння керівництвом і співробітниками Міністерства культури та інформаційної політики України важливості інформаційної відкритості та забезпечення цієї відкритості PR-службами. Керівники відомства не розуміють роль і цінність інформаційної служби, вважають її мало функціональною і не приділяють належної уваги її роботі. А якщо і розуміють, то в більшості випадків не проводять бесіди зі співробітниками, які безпосередньо взаємодіють з громадянами. Адже інформаційна відкритість складається не тільки з прес-релізів і публікацій в ЗМІ. Найчастіше громадянам, що звернулися в Міністерство культури та інформаційної політики України, не просто отримати необхідну інформацію. Це свідчить про неякісну роботу PR-служб. Всі питання реалізації законних прав громадян на отримання і використання інформації повинні бути регламентовані і закріплені в Статуті Міністерства культури та інформаційної політики України, або Положенні про комунікаційну політику, яке на даний час відсутнє.

2. Формулювання ясних і чітких цілей і завдань PR-служби Міністерства культури та інформаційної політики України. Це дозволить підвищити

оперативність і якість інформування громадян про діяльність органів влади. Не дивлячись на те, що зараз існує безліч законів та нормативно-правових актів, що регламентують інформаційну діяльність (зокрема Законів України), «Про звернення громадян», «Про доступ до публічної інформації», «Про інформацію та ін.), діяльність прес-служби залишається недостатньо регламентованою. Слабо опрацьовано рішення функціональних, фінансових і кадрових питань. Слід чітко визначити структуру, і функціонал PR-служби Міністерства культури та інформаційної політики України, поставити конкретні завдання, налагодити механізми взаємодії із засобами масової інформації та закріпити їх нормативно-правовими актами.

3. Розширення каналів інформування. Всі існуючі канали інформування населення про діяльність Міністерства культури та інформаційної політики України повинні використовуватися повною мірою, нести об'єктивну, актуальну і достовірну інформацію. Так само повинні розроблятися нові канали інформації, що задовольняють всі зростаючі потреби в оперативності отримання інформації. Основними каналами поширення інформації є ЗМІ, тому в першу чергу необхідно налагодити та оптимізувати механізми взаємодії Міністерства культури та інформаційної політики України з ними. Так само повинні активно використовуватися інформаційні стенди, довідково-інформаційні матеріали, «гарячі лінії». Так, Міністерство має свій веб-сайт, що містить відкриті бази даних, де відвідувач може отримати всю необхідну йому інформацію. Так само необхідний розділ з прийому скарг і звернень, і краще за все, якщо там же будуть даватися відповіді в режимі онлайн.

Проведення днів відкритих дверей в Міністерстві культури та інформаційної політики України, допоможе відвідувачам дізнатися про розташування кабінетів і діяльності кожного структурного підрозділу, задати питання та отримати інформаційні матеріали. Так само ефективні такі форми робіт влади з населенням, як круглі столи, виставки і збори, за участю різних соціальних груп громадськості. Але все ж основним інформаційним каналом є

особисті зустрічі глави Міністерства культури та інформаційної політики України з населенням. Вони повинні проводитися регулярно і за затвердженим графіком.

Набирає популярність є онлайн кабінети і онлайн-конференції, портали державних послуг, де будь-який бажаючий, не виходячи з дому, зможе задати відео питання чиновнику, і отримати на нього відповідь, взяти участь в обговоренні будь-якої проблеми і шляхів її вирішення. Однак, люди повинні не тільки знати про плани і дії Міністерства культури та інформаційної політики України, а й розуміти їх і підтримувати, приймати рішення разом з ними. Необхідне залучення громадян і груп громадськості до реальної участі в управлінні.

Органи влади повинні вживати заходів для досягнення реальної участі громадян в державному управлінні. Це досить складне завдання, з огляду на відсутність досвіду такої роботи. Процедури, що дозволяють окремим громадянам та їх об'єднанням висловлювати своє ставлення до державних проблем, пропонувати рішення цих проблем і брати участь у вирішенні на всіх етапах. Такі процедури повинні бути закріплені нормативно-правовими актами. Так само необхідно розробити програми з інформування, які допоможуть людям повірити в можливість їх участі в підвищенні якості життя на інформаційному рівні. Повинні бути організовані спеціальні комітети, куди громадяни можуть звертатися зі своїми ініціативами.

4. Проведення регулярних соціологічних досліджень. В Міністерства культури та інформаційної політики України спостерігається нестача соціологічних досліджень, пов'язаних з проблемами взаємодії влади з населенням, а так само з поінформованістю населення про діяльність відомства. Це можуть бути опитування, анкетування і навіть фокус-групи. Важливо не тільки наявність регулярних досліджень, а й достовірність, і об'єктивність отриманих результатів. Необ'єктивні результати досліджень негативно позначаються на діяльності органів влади, які і так мало що роблять для поліпшення власного іміджу.

5. Орієнтованість на різні соціальні групи. Як вже говорилося раніше, на відміну від комерційних організацій, у органів державної влади велика і різноманітна цільова аудиторія, що представляє собою різні соціальні групи. Вплив на кожну з них має бути направлено в рівній мірі, але скориговано для кожної по-своєму. Наприклад, для роботи з такою великою соціальною групою як молодь, необхідно подавати інформацію не стільки в традиційних ЗМІ, скільки в інтернеті: це можуть бути блоги перших осіб Міністерства, керівників департаментів Міністерства, акаунти в соціальних мережах з достовірною, регулярно оновлюваною інформацією. Інтернет комунікації не повинні бути односторонніми, обов'язково повинен бути активний розділ «питання-відповідь» або «скарги та пропозиції». Хороша поінформованість населення - це запорука інформаційної згоди.

Отже, для успішної комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України необхідно подолати бар'єр між чиновниками та громадянами, створити інформаційну відкритість державних органів, і підготувати населення до позитивного сприйняття цієї відкритості. Це тривалий і трудомісткий процес, що потребує участі відомства і кожного окремого співробітника в ньому, спрямований на завоювання довіри населення. Необхідно чітко сформулювати завдання PR-служби Міністерства і вести контроль їх виконання. Громадяни повинні мати можливість не тільки отримувати повну, достовірну та актуальну інформацію будь-яким зручним для них шляхом, але і брати участь в ухваленні рішень, щодо проблем які їх цікавлять.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Таким чином, з проведеного дослідження зробимо такі висновки.

Сучасна держава відокремлена від суспільства і, відповідно, має свої відмінні від громадських цілі й інтереси. Закономірним чином виникає проблема комунікації: необхідність забезпечення зворотного зв'язку між органами влади та суспільством. Те, в якій мірі держава задовольняє запити своїх громадян, є одним з показників її ефективності. При цьому з боку влади комунікація включає в себе як практичну діяльність, так і аспект пропаганди в значенні просування певного набору цінностей і пріоритетів.

Комунікаційна діяльність в органів виконавчої влади в Україні регулюється значною кількістю законодавчих та нормативних актів. Це забезпечує досить детальну стандартизацію питань багатьох тем цієї діяльності, але в деяких випадках призводить до надмірного регулювання та штучних ускладнень у секторі інформації та зв'язку. Чинне українське законодавство, яке прямо чи опосередковано регулює питання інформаційно-комунікаційної діяльності у публічній сфері, можна розділити на три основні групи: законодавство, яке визначає організаційно-правові умови цієї діяльності, законодавство про діяльність засобів масової інформації та законодавство, що регулює здійснення цієї діяльності з використанням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій.

Міністерство культури та інформаційної політики є основним органом системи центральних органів публічної влади, яке відповідальне за забезпечення створення та реалізації державної політики у напрямку інформаційно-видавничої діяльності, створення та реалізації державної політики у напрямку телебачення і радіо, туризму і курортів. У 2020 році до Міністерства надійшов 1361 запит, з них 54,8% - запити від фізичних осіб, 20% запитів від юридичних осіб та 25,2% запити від засобів масової інформації. Громадськість перш за все цікавила питання культури та культурної спадщини, кадрові та фінансові питання, заробітна плата

керівництва Міністерства. Запити у 2020 році надходили переважно з м. Києва та Київської області.

Основними цілями комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України забезпечення ефективного функціонування нації, підтримку прав громадян, створення сприятливих умов для діяльності бізнесу та інших організацій.. І, відповідно, головним завданням у сфері комунікацій є захист прав на отримання, доступ та поширення інформації. Комунікативна політика Міністерства здійснюється через вебпортал, особистим прийомом громадян, через систему електронних документів. В той же час, у Міністерства не розроблена загальна стратегія комунікативної політики, недостатня кваліфікація представників прес служби міністерства.

Поліпшення взаємодії органів державної влади можливо з врахуванням наступних факторів: періодичності, інтенсивності, однозначності, близькості інформації доло запитів аудиторії, відповідність очікуванням, непередбачуваність, взаємопов'язаність, композиція, цінності журналістів які відбирають інформацію, гнучкість та пристосованість до ситуації, виділення однієї відповідальної особи для надання інформації засобам масової інформації. Взаємодія ЗМІ та державного органу має бути чітко регламентована Положенням публічного органу. Для успішної комунікаційної політики Міністерства культури та інформаційної політики України необхідно подолати бар'єр між чиновниками та громадянами, створити інформаційну відкритість державних органів, і підготувати населення до позитивного сприйняття цієї відкритості. Це тривалий і трудомісткий процес, що потребує участі відомства і кожного окремого співробітника в ньому, спрямований на завоювання довіри населення. Необхідно чітко сформулювати завдання PR-служби Міністерства і вести контроль їх виконання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Про доступ до публічної інформації» в Секретаріаті Кабінету Міністрів України, центральних та місцевих органах виконавчої влади» Постанова Кабінету Міністрів України від 25 травня 2011 р. N 583 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/583-2011-%D0%BF#Text>
2. Боднар І. Р. Сучасні реалії інформаційного суспільства: проблеми становлення та перспективи розвитку : монографія. Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 319 с.
3. Бухтатий О. Є. Публічні комунікації демократичної держави: монографія. Дніпро : Журфонд, 2018. 292 с.
4. Деякі питання діяльності Міністерства культури та інформаційної політики: Постанова Кабінету Міністрів України від 16.10.2019 р. №885 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/885-2019-%D0%BF#Text>(Дата звернення 14.03.2021р.).
5. Драгомирецька Н. М., Кандагура К. С., Букач А. В. Комунікативна діяльність в державному управлінні: навч. пос. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2017 180 с.
6. Зюзь Д. В. Публічна політика у сфері управління розвитком державних підприємств України : дис. ... д-ра філософії в галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування : спец. 281. Харків, 2020. 223 арк.
7. Інформаційно-комунікативна діяльність органів публічної влади: монографія / В.С.Куйбіда, О.Карпенко, А.Дуда, о. Твердохліб, П. Шпига Київ: ЦП «Компринт». 2018. 364 с.
8. Кіслов Д. В., Романенко Є. О., Чаплай І. В. Маркетингова комунікологія як механізм реалізації державної політики: монографія. Київ: Персонал, 2018. 411 с.
9. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. 161 с.

10. Книжкова палата України імені Івана Федорова URL:  
[http://www.ukrbook.net/statistika\\_.html](http://www.ukrbook.net/statistika_.html)
11. 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.
12. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР зі змінами від 01.01.2020 року URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
13. Костенко Д. М. Формування мережевої архітектури публічного управління в контексті забезпечення національної безпеки : дис. ... д-ра філософії в галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування : спец. 281. Київ, 2020. 245 арк.
14. Кохан А. Комуникативна стратегія і тактика органів публічної влади. Запровадження комунікації органів державної влади : зб. мат-лів наук.-практ. конф. / упоряд. А.В. Баровська. К. : Фенікс,- 2016. С.69-75.
15. Куйбіда В. С. Професійна мобільність та проблеми професіоналізації персоналу публічного управління: монографія. Київ: НАДУ, 2018. 255 с.
16. Луценко С. М. Механізми інформаційного забезпечення публічної влади в Україні : дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02. Запоріжжя, 2012. 215 арк.
17. Лях Ю. І. Комуникативна парадигма організації взаємовідносин суб'єктів і об'єктів публічного адміністрування : дис. ... д-ра філософії в галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування : спец.281. Харків, 2021. 293 арк.
18. Менеджмент та публічне управління в умовах інформаційного суспільства : колект. монографія / Захарін С. В. та ін. ; за заг. ред. канд. екон. наук, доц. Н. В. Філіпової. Мена : Домінант, 2020. 283 с.
19. Миколаєць А. П. Механізми взаємовідносин і взаємодії з громадськістю в системі державного управління: теоретичні засади, методологія, напрями вдосконалення: монографія. Київ : Освіта України, 2019. 388 с.



20. Міністерство культури та інформаційної політики України URL: <https://mkp.gov.ua/>
21. Напльоков Ю. В. Ефективність публічного управління в умовах динамічного середовища : дис. ... д-ра філософії в галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування : спец. 281. Харків, 2020. 340 арк
22. Нестеренко О. Інформація в Україні: право на доступ. Х. : Акта, 2012. 306 с.
23. Новицький А. М. Правові основи формування інститутів інформаційного суспільства в Україні: теорія та практика : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.07. Ірпінь, 2012. 485, [7] арк.
24. Оконський, М. Нормативно-правове забезпечення взаємодії суб'єкта господарювання з органами влади в процесі реалізації його місії. Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки : матеріали доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з між нар. участю, Ч. 2 м. Тернопіль, 15 травня 2020 р. / редкол. : Р. Р. Августин, А. Ю. Васіна, Т. Л. Желюк [та ін.] ; відпов. за вип. М. М. Шкільняк. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 356-358.
25. Олійченко І. М., Дітковська М. Ю., Юрченко Ю. Д. Зв'язки з громадськістю в системі державного управління як фактор публічності влади. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 1. С. 198-204.
26. Осьмак А. С. Механізми забезпечення інтеперабельності сервісної діяльності органів публічної влади : дис. ... д-ра філософії в галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування : спец. 281 Київ, 2020. 283 арк.
27. Пилипчук В. Г. Інформаційне суспільство: філософсько-правовий вимір : монографія. Ужгород : ІВА, 2014. 282 с
28. Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації: Указ Президента України від 5 травня 2011 року № 547/2011 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/547/2011#Text>

29. Побудова націєцентричного культурно-інформаційного простору як шлях подолання соціальної конфліктності та солідаризації суспільства : колект. монографія/ Жулинський М. та ін. ; відп. ред.: Жулинський М., Кравченко А. Київ : Ін-т літ. ім. Т. Г. Шевченка НАН України, 2017. 216 с.
30. Почепцов Г. Г. Стратегические коммуникации: стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении. Киев: Альтерпрес, 2008. 216 с.
31. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 року № 2939-VI. зі змінами та доповненнями URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>
32. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-XII, зі змінами від 03.07.2020 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>
33. Про затвердження Порядку особистого прийому громадян у Міністерстві культури та інформаційної політики України: Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України від 01.09.2020 р. №; 2075 URL: [https://mkip.gov.ua/files/pdf/%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20\(Дата звернення 14.03.2021 р.\)](https://mkip.gov.ua/files/pdf/%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20(Дата%20звернення%2014.03.2021%20р.))
34. Про звернення громадян: Закон України від 02.10.1996 № 393/96-ВР, зі змінами від 01.01.2020 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>
35. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII зі змінами від 16.07.2020 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
36. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування в Україні: Закон України № 539/97-ВР, зі змінами та доповненнями від 16.07.2019 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80>

37. Публічне управління в умовах інституційних змін: колект. монографія / [Р. В. Войтович та ін.]; за наук. ред. д-рів наук з держ. упр. Р. В. Войтович та П. В. Ворони. Київ : АртЕк, 2018. 475 с.
38. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід : монографія / за заг. ред. Сергія Чернова [та ін.]. Запоріжжя : ЗДІА, 2017. 602 с.
39. Розвиток інформаційного суспільства. Т. 9: Правові та соціально-психологічні виміри новітнього інформаційного суспільства / Гордієнко С. Г. та ін. ; наук. ред.: Гіжевський В. К., Марков С. Л. 2015. 423 с.
40. Романенко Є. О. Комунікативна політика держави: теоретико-методологічний аналіз: монографія. Київ: НАДУ, 2014. 399 с.
41. Сопілко І. М. Державна інформаційна політика України: стан та шляхи реалізації : монографія. - Київ : Леся, 2014. 423 с.
42. Твердохліб О. С. Інформаційна політика України: концептуальні засади становлення та перспективи розвитку : монографія. Київ : ІПК ДСЗУ, 2019. 239 с.
43. Твердохліб О. С. Формування та розвиток інформаційних державно-управлінських ресурсів України : дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.01. К., 2012. 208 арк.
44. Хрідочкін А. В. Публічне управління та адміністрування: словник термінів. Одеса : Гельветика, 2021. 604 с.
45. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV зі змінами від 01.01.2021 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/435-15>
46. Чаплай І. В. Державно-громадська комунікація як об'єкт наукового дослідження в Україні: монографія. Одеса: Купрієнко С. В. [вид.], 2018. 385 с.
47. Чукут С.А. Комунікативна політика в органах державної влади: навчальний посібник. К.: Вид-во, 2008. 72 с.

48. Шаульська Г. М. Механізми взаємодії громадськості з органами публічної влади в Україні: монографія. Київ: Ін-т законодавства Верховної Ради України, 2018. 199 с.
49. Юзькова О. І. Інноваційне лідерство в публічному управлінні в умовах переходу до сервісно-орієнтованої держави : дис. ... д-ра філософії в галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування : спец. 281. Київ, 2021. 233 арк.
50. Strategic Communication: New Agendas in Communication / Ed. by A. Dudo, L.A. Kahlor. New York; London: Taylor & Francis, 2017. 192 p.

**Київський національний торговельно-економічний університет  
Кафедра публічного управління та адміністрування**

**РЕФЕРАТ ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ В ОРГАНАХ  
ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ»**

Студента 2 курсу, 9м групи,  
спеціальності 281 «Публічне  
управління та адміністрування»  
спеціалізації «Публічне  
управління та адміністрування»

\_\_\_\_\_

(підпис студента)

Гребенюка  
Дениса  
Руслановича

Науковий керівник,  
кандидат економічних наук,  
доцент

\_\_\_\_\_

(підпис керівника)

Лазебна  
Ірина  
Василівна

Гарант освітньої програми,  
кандидат економічних наук,  
доцент

\_\_\_\_\_

(підпис гаранта)

Дьяченко  
Ольга  
Володимирівна

Київ 2021

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 68 сторінок, ілюстровані 1 таблицею, 7 рисунками. Список використаних джерел складається із 31 найменування, в тому числі 1 іноземне.

Мета роботи: обґрунтування методологічних підходів організації комунікацій в органах державної влади. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розглянути основні поняття організації комунікацій в органах державної влади;
- визначити нормативно-правове забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю ;
- дослідити основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України;
- з'ясувати цілі і завдання комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України;
- розробити напрями поліпшення взаємодії органів державної влади та засобів масової інформації;
- надати пропозиції щодо вдосконалення організації комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України .

Об'єкт дослідження: система комунікацій в органах виконавчої влади.

Предмет дослідження: засоби взаємодії органів виконавчої влади та громадськості.

Методи дослідження. Методи дослідження вибрано нами виходячи зі специфіки цілей, завдань, об'єкта та предмета дослідження. У роботі використано діалектичний метод наукового пізнання та спеціальні методи - правовий, порівняльний, аналіз, синтез, джерелознавчий і бібліографічний огляд, статистичний, системний, структурний, абстрагування, моделювання, що сприяло досягненню всебічності, повноти та об'єктивності наукового пошуку, конкретності, обґрунтованості та послідовності висновків, сформульованих у

дослідженні, правдивості отриманих результатів.

Порівняльний метод допоміг нам дослідити основні поняття комунікації в органах державної влади України. Порівняльно-правовий метод дозволив проаналізувати законодавство України щодо забезпечення інформування діяльності органів виконавчої влади. За статистичним методом автор використав у процесі дослідження практики розгляду запитів у Міністерстві культури та інформаційної політики України, їх узагальнення та виявлення типових недоліків.

Методи моделювання та абстрагування стали корисними при розробці наукових та теоретичних моделей засобів моніторингу засобів масової інформації та формулювання методологічних основ її реалізації. Метод узагальнення дозволив послідовно інтегрувати окремі факти в єдине ціле та сформулювати обґрунтовані висновки, спрямовані на вдосконалення організаційно-правових основ взаємодії органів виконавчої влади зі ЗМІ та громадськістю.

Практичне значення одержаних результатів полягає у з'ясуванні теоретичних аспектів сутності комунікацій, з'ясуванні сучасного стану комунікацій органів виконавчої влади та розроблення пропозицій щодо їх вдосконалення.

## АНОТАЦІЯ

**Гребенюк Денис Русланович**

### **Організація комунікацій в органах державної влади**

В дипломній роботі досліджено теоретико – методологічні основи організації комунікацій в органах державної влади, проаналізовано комунікативну політику Міністерства культури та інформаційної політики України, запропоновано шляхи підвищення ефективності комунікацій Міністерства культури та інформаційної політики України.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 62 сторінки, ілюстровані 1 таблицею, 7 рисунками. Список використаних джерел складається із 31 найменування, в тому числі 1 іноземне.

*Ключові слова:* організація комунікацій, система комунікацій, органи державної влади, комунікативна політика, громадськість, взаємодія

## Summary

**Grebenuyk Denis Ruslanovich**

### **Organization of communication in public authorities**

In the diploma work the theoretical and methodological bases of the organization of communications in public authorities are investigated, the communicative policy of the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine is analyzed, the ways of increase of efficiency of communications of the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine are offered.

Thesis consists of an introduction, three sections, conclusions and a list of sources used. The total volume of the work is 62 pages, illustrated with 1 table, 7 figures. The list of used sources consists of 31 names, including 1 foreign.

*Key words:* organization of communications, system of communications, public authorities, communication policy, public, interaction,



**Рецензія  
на випускню кваліфікаційну роботу  
Гребенюку Денису Руслановичу**

**Тема роботи: « Організація комунікацій в органах державної влади»**

Актуальність теми. Інформаційну доступність і відкритість по праву можна вважати одним з головних індикаторів якості державного управління. Ігнорування потреб у вибудовуванні ефективної комунікації по лінії «влада-суспільство» веде до різних суспільних проблем і дисфункцій. В першу чергу від недоліків у наданні такого «суспільного товару», як інформація, страждає національна економіка. Недостатня інформаційна прозорість органів державної влади і управління веде до зростання корупції, зниження рівня довіри населення до органів державної влади та управління.

Ще одним аспектом даної проблеми є прямий взаємозв'язок між розвитком комунікаційних процесів в суспільстві і формуванням інституту демократії: чим ефективніше збудовані комунікаційні відносини на різних рівнях всередині соціуму, тим вище в суспільстві рівень демократії і ступінь розвиненості демократичних інститутів.

Мета роботи: обґрунтування методологічних підходів організації комунікацій в органах державної влади.

В випускній кваліфікаційній роботі розглянуто основні поняття організації комунікацій в органах державної влади; визначено нормативно-правове забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю ; досліджено основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України; з'ясувано цілі і завдання комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України; розроблено напрями поліпшення взаємодії органів державної влади та засобів масової інформації; надано пропозиції щодо вдосконалення організації комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України .

Робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел.

Завдання визначені метою роботи та виконані у повному обсязі. Зміст і рівень виконання роботи свідчить про достатню підготовку магістра. В цілому робота виконана відповідно до методичних рекомендацій та заслуговує позитивної оцінки, рекомендована до захисту, а її автор Гребенюк Денис Русланович на присвоєння освітнього ступеня магістр за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування»

**Рецензія  
на випускню кваліфікаційну роботу  
Гребенюку Денису Руслановичу**

**Тема роботи: « Організація комунікацій в органах державної влади »**

Актуальність теми: «Організація комунікацій в органах державної влади» розкрита повністю. В першу чергу від недоліків у наданні такого «суспільного товару», як інформація, страждає національна економіка. Також вказано на недостатню інформаційну прозорість органів державної влади і управління, що веде до зростання корупції, зниження рівня довіри населення до органів державної влади та управління.

Ще одним аспектом даної проблеми є прямий взаємозв'язок між розвитком комунікаційних процесів у суспільстві і формування інституту демократії: чим ефективніше збудовані комунікаційні відносини на різних рівнях всередині соціуму, тим вище в суспільстві рівень демократії і ступінь розвиненості демократичних інститутів.

Мета роботи: обґрунтування методологічних підходів організації комунікацій в органах державної влади.

В випускній кваліфікаційній роботі розглянуто основні поняття організації комунікацій в органах державної влади; визначено нормативно-правові забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з громадськістю; досліджено основні тенденції та напрями комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України; розроблено напрями поліпшення взаємодії органів державної влади та засобів масової інформації; надано пропозиції щодо вдосконалення організації комунікативної політики Міністерства культури та інформаційної політики України.

Робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел. Завдання визначені метою роботи та виконані у повному обсязі. Зміст і рівень виконання роботи свідчить про достатню підготовку магістра. В цілому робота виконана відповідно до методичних рекомендацій та заслуговує позитивної оцінки, рекомендована до захисту, а її автор Гребенюк Денис Русланович на присвоєння освітнього ступеня магістр за спеціальністю 281 « Публічне управління та адміністрування »



Пустовалова М.В.

Завідувачу кафедри публічного  
управління та адміністрування  
Новіковій Н.Л.

Заява

Я, Гребешок Денис Русланович,

повідомляю, що за результатами здійснення самостійної перевірки з використанням програмно-технічних засобів у наданій випускній кваліфікаційній роботі на тему: «Стратегічне планування в публічному управлінні» не міститься елементів академічного плагіату. У випадках використання прямих запозичень з друкованих та електронних джерел, вказані відповідні посилання.

Робота для перевірки надається у друкованому та електронному варіантах. Електронна версія роботи ідентична з друкованою.

«2» 12 2021 року



(підпис)

Згода

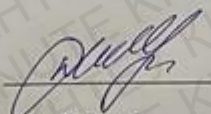
Я, Гребешок Денис Руснакович,  
цим засвідчую, що є автором випускної кваліфікаційної роботи на тему:  
"Стратегічне планування в публічному управлінні" несу повну  
відповідальність за достовірність, точність та повноту поданої у роботі  
інформації, жодна частина роботи не була скопійована, за винятком випадків,  
коли робиться належне підтвердження в присвоєнні. Я підтверджую, що у  
роботі не міститься державної таємниці або інформації для службового  
користування.

Цим засвідчую, що жодна частина цієї роботи не була опублікована  
мною раніше.

Я даю дозвіл на те, що моя робота буде направлена в інституційний  
депозитарій Київського національного торговельно-економічного  
університету і збережена в базі даних для майбутньої перевірки плагіату.

«2» 12 2021 року

ініціали

  
Підпис

Гребешок Д. Р.  
Прізвище,