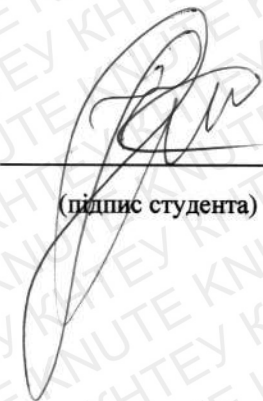


ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
**Оцінювання інформаційно-комунікативної діяльності
органів публічної влади**

Студенки ІІ курсу, 4мз групи,
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
спеціалізації «Публічне
управління та адміністрування»



(підпис студента)

Ільїнова
Світлана
Андріївна

Науковий керівник
к.е.н.,
доцент



(підпис керівника)

Лазебна
Ірина
Василівна

Гарант освітньої програми
д-р. екон. наук,
доцент



(підпис гаранта)

Ладонько
Людмила
Степанівна

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 _____

«28» лютого 2020 р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу (проект)
студентові**

ІЛЬІНОВОЇ СВІТЛАНИ АНДРІЙНОЇ
(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту):

**«Оцінювання інформаційно-комунікативної діяльності
органів публічної влади»**

1. Затверджена наказом ректора від «27» лютого 2020 р. № 756
2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проекту): 02.11.2020
3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту): є обґрунтування механізмів реалізації інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади та розробка практичних рекомендацій щодо її удосконалення.

Об'єкт дослідження: процес інформаційно-комунікативної діяльності органів державної влади.

Предмет дослідження: теоретико-методичні та прикладні основи реалізації інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

1. Основні поняття інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади

1.1 Теоретико-методологічні основи інформаційно-комунікативної діяльності

1.2 Роль комунікацій у діяльності органів публічної влади

2. Аналіз інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України

2.1. Основні складові та напрями інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України

2.2. Міжнародний досвід інформаційно-комунікативної кампанії та проектів в період запобігання занесенню і поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 та його примінення Міністерством охорони здоров'я України

2.3. Оцінювання виконання комунікативної функції Міністерства охорони здоров'я України

3. Шляхи удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади

3.1 Модернізація інформаційно-комунікативної діяльності у галузі охорони здоров'я

3.2 Стратегія удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

1. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	До 01.11.2019	01.11.2019
2	Складання плану та підготовка індивідуального завдання для виконання випускної кваліфікаційної роботи	До 28.02.2020	28.02.2020
3	Представлення на рецензування науковому	До 19.06.2020	19.06.2020

	керівнику рукопису першого розділу випускної кваліфікаційної роботи		
4	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису другого розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 01.09.2020	01.09.2020
5	Представлення на рецензування науковому керівнику рукопису третього розділу випускної кваліфікаційної роботи	До 01.10.2020	01.10.2020
6	Представлення закінченої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	До 02.11.2020	02.11.2020
7	Підготовка письмового відгуку на випускну кваліфікаційну роботу	До 06.11.2020	06.11.2020
8	Зовнішнє рецензування ВКР	До 16.11.2020	16.11.2020
10	Проведення попереднього захисту випускних кваліфікаційних робіт	23-27. 11.2020	23-27. 11.2020
11	Вирішення питання про допуск випускної кваліфікаційної роботи до захисту	До 01.12.2020	До 01.12.2020
12	Направлення випускної кваліфікаційної роботи із зовнішньою рецензією до ЕК для захисту	За графіком	За графіком

2. Дата видачі завдання « 28 » лютого 2020 р.

3. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)
Лазебна Ірина Василівна

(прізвище, ініціали, підпис)

4. Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) Ладонько Л.С.

(прізвище, ініціали, підпис)

5. Завдання прийняв до виконання студент

Ільїнова Світлана Андріївна

(прізвище, ініціали, підпис)

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

Випускна кваліфікаційна робота виконана на актуальну тему, адже питання розробки та впровадження нових інформаційно-комунікативних технологій у діяльність органів публічної влади в контексті розбудови взаємодії з інститутами громадянського суспільства набуває в сучасних світових та

українських реаліях особливої значущості. Додатково вважаю, що комунікація стає невід'ємним складником системи національної безпеки в умовах, коли відбувається дестабілізація ситуації в країні, якп в підсумку підриває довіру громадськості до влади.

В роботі проаналізовано теоретичні засади дослідження інформаційно-комунікативної діяльності органу публічної влади, а саме Міністерства охорони здоров'я в період боротьби із поширенням на території України коронавірусної хвороби Covid-19.

Автором детально проаналізовано та визначено проблематику, знайдено шляхи вирішення та надані пропозиції щодо удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності МОЗ України.

Випускна кваліфікаційна робота є актуальною та містить практичні рекомендації. Робота відповідає вимогам та має бути допущена до захист.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи проекту

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист Ладонько Людмила Степанівна

(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект):
Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента Ільїнової С.А. може
бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми):
Ладонько Людмила Степанівна

(прізвище, ініціали, підпис)

Завідувач кафедри: Новікова Наталія Леонідівна

(підпис, прізвище, ініціали)

«03» грудня 2020 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ.....	6
1.1. Теоретико-методологічні основи інформаційно-комунікативної діяльності	6
1.2. Роль комунікацій у діяльності органів публічної влади.....	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІНІСТЕРСТВА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ.....	17
2.1. Основні складові та напрями інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України.....	17
2.2. Міжнародний досвід інформаційно-комунікативної кампанії та проєктів в період запобігання занесенню і поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 та його примінення Міністерством охорони здоров'я України.....	21
2.3. Оцінювання виконання комунікативної функції Міністерства охорони здоров'я України	30
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ.....	36
3.1 Модернізація інформаційно-комунікативної діяльності у галузі охорони здоров'я.....	36
3.2 Стратегія удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади.....	41
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47

ВСТУП

Актуальність теми. В період стрімкого розвитку інформаційного суспільства, активного формування різноманітних соціальних мереж, становлення багатьох форм самоорганізації населення, в тому числі громадянських рухів, союзів, асоціацій тощо, неабиякого значення набувають питання створення ефективної системи комунікації між публічною владою і суспільством, що, як доводить досвід багатьох країн, значно сприяє підвищенню результативності державного управління і забезпеченню сталого соціально-економічного розвитку. Такий позитивний ефект досягається завдяки активному залученню населення та громадських структур до участі в процесі розробки, прийняття і здійснення політичних та управлінських рішень під час створення та розподілу публічних благ, задоволення суспільних інтересів і потреб. Таким чином, взаємодія органів влади та громадськості, оптимізація їх співпраці на новому якісному рівні з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій має сприяти демократизації суспільства і підвищенню якості життя населення.

Отже, питання розробки та впровадження нових інформаційно-комунікативних технологій у діяльність органів публічної влади в контексті розбудови взаємодії з інститутами громадянського суспільства набуває в сучасних українських реаліях особливої значущості. Першочерговим завданням державної комунікативної політики є підвищення рівня довіри громадян до органів публічної влади.

Поняття публічних комунікацій широко досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Л.Гогіна, Н. Демедишина, С. Загороднюк, Н. Липовська, Т. Недашківська, А. Рачинський, В. Сорока, С. Хаджирадєва та інші. Окрім того, особливості започаткування інтегрованих комунікацій досліджували: І. Бачинська, О.Зозульов, А.Войчак, Т. Примакевич, С. Бродбент.

Отже, питання розробки та впровадження нових інформаційно-комунікативних технологій у діяльність органів публічної влади в контексті розбудови якісної взаємодії з громадськістю набуває в сучасних українських

реаліях особливої значущості. Першочерговим завданням державної комунікативної політики є підвищення рівня довіри громадян до органів публічної влади.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування механізмів реалізації інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади та розробка практичних рекомендацій щодо її удосконалення.

Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення **наступних завдань**:

- дослідити теоретико-методологічні основи інформаційно-комунікативної діяльності;
- обґрунтувати роль комунікацій у діяльності органів публічної влади;
- визначити основні складові та напрями інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України;
- дослідити міжнародний досвід, а також інформаційно-комунікативні кампанії та проекти Міністерства охорони здоров'я України в період запобігання занесенню і поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2;
- оцінити виконання комунікативної функції Міністерства охорони здоров'я України;
- запропонувати шляхи модернізації інформаційно-комунікативної діяльності у галузі охорони здоров'я;
- розробити стратегію удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади.

Об'єкт дослідження – процес інформаційно-комунікативної діяльності органів державної влади.

Предмет дослідженням – теоретико-методичні та прикладні основи реалізації інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України.

Методи дослідження - теоретичною та методичною основою досліджень є наукові праці вітчизняних та закордонних вчених з комунікацій, нормативно-правові акти, які врегульовують відносини у сфері комунікацій.

Практичне значення дослідження. З метою забезпечення розвитку інформаційно-комунікаційної діяльності органів публічної влади в Україні, існує необхідність розвитку інформаційного законодавства, проведення системної кореляції з вирішення питань захисту та забезпечення основних прав, цінностей і соціально-економічних інтересів людини, суспільства і держави, побудови в умовах відкритого суспільства ефективної системи інформаційної безпеки України.

Структура дипломної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновку та пропозицій, списку використаної літератури.

Результати роботи опубліковано у збірнику «Публічне управління та адміністрування в умовах суспільних трансформацій» Ільїнова С. Інформаційно-комунікативні зв'язки з громадськістю в органах публічної влади / С. Ільїнова // Публічне управління та адміністрування в умовах суспільних трансформацій : зб. наук. ст. студ. відп. ред. Н.Л. Новікова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 251 с., С. 90-98.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

1.1 Аналіз літератури з питань інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади

Проблеми, шляхи та умови формування комунікативної компетентності державних службовців вивчали Л.Гогіна, Н. Демедишина, С. Загороднюк, Н. Липовська, Т. Недашківська, А. Рачинський, В. Сорока, С. Хаджирадєва та інші.

Науковці сьогодення підкреслюють, що на сучасному етапі розвитку саме комунікації є найважливішим явищем глобального комунікативного суспільства, яке обумовлене не лише проникненням комунікації у сфері його життєдіяльності, а й виникнення та розвитком якісно нових типів комунікативних структур та процесів, у якому нові інформаційні засоби стають найважливішим інструментом орієнтації людини у світі та у взаємодії людей між собою.

Аналіз сучасного стану довіри населення України до державних інституцій показує низьку довіру до органів публічної влади, що в подальшому негативно впливає на демократизації суспільства, соціально-економічний розвиток країни, позицію держави у світових рейтингах конкурентоспроможності.

Показники довіри до влади, що стрімко падають останніми роками в Україні, свідчать про розбалансованість системи політичної та управлінської комунікації інституцій влади, громадянського суспільства та ЗМІ. Таким чином, ми потрапляємо в ситуацію, коли, за визначенням М.Н.Лумана, «проблеми комунікації знов повертають нас до комунікації» [12].

Існують різні причини, які породжують недовіру громадян до органів публічної влади, але до основних відносять : «технічні», «культурно-історичні», «організаційні», «ресурсні» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Основні причини, які породжують недовіру громадян до органів публічної влади

Види причин	Зміст трактування поняття
Технічні	В органах публічної влади відсутні структури й спеціалісти у сфері PR, або ж вони є, але не спроможні роз'яснити, розтлумачити громадянам завдання своєї діяльності, своїх намагань, не в змозі адекватно представити характер і умови, в яких вони змушені працювати й вирішувати проблеми
Культурно-історичні	Зумовлено традиційно високим рівнем політичної та соціальної активності українських громадян, їх недовірі як до публічної влади в цілому, так і до органів публічного управління зокрема
Організаційні	Пов'язані з недостатньою кількістю компетентних професіоналів, зумовили передусім перехід до нової моделі організації суспільства, зміну характеру роботи з громадськістю
Ресурсні	Зумовлені недостатнім фінансуванням державної служби, відсутністю необхідної матеріальної і технічної бази, обмеженістю повноважень та часових ресурсів

Джерело: складено автором за даними [18,21]

Вищезазначені причини можуть бути вирішені на таких напрямках роботи в органах публічної влади:

- інформування громадськості про прийняте рішення;
- вивчення громадської думки;
- аналіз громадської реакції на дії та вчинки посадових осіб і органів публічної влади;
- забезпечення органів державної влади аналітичними матеріалами;
- формування позитивного корпоративного іміджу державного органу.

Пол Лазарсфельд стверджував, що термін «думка» набув різноманітного змісту [18]. Одні автори тлумачать його зміст як надання переваги з огляду на особливий випадок, та звужують обсяг поняття «думка» звужують до такої міри, що вона може бути лише застосована до відповідей на прості запитання про вибір чогось привабливого.

Суть поняття «громадська думка» з часу свого застосування набувала різних суттєвих відтінків. Спочатку «громадська думка» трактувалась як

оприлюднення думки певної еліти, потім єдиним джерелом «громадської думки» вважались голоси обраних до органів державної влади народних представників. Французькі соціологи П.Шампань і П.Бурдьє вважають, що громадської думки не існує, а є лише віра у правильний спосіб її розуміння та вимірювання [17]. Існує ще таке припущення, що «громадська думка» збігається з вербальною реакцією публіки на різні події, факти життя і є, так би мовити, масовою свідомістю у чистому вигляді (масова свідомість – в дії).

Комунікативні відносини органів публічної влади з населенням в Україні повинні ґрунтуватися на використанні сучасними державними службовцями всіх комунікативних засобів. Світова практика свідчить, що комунікативна діяльність, яка супроводжується сучасними технологіями, є невід'ємною частиною будь-якої управлінської системи, адже зв'язки органів публічної влади з громадськістю виступають тим засобом, за допомогою якого забезпечується відкритість та прозорість діяльності органів публічної влади, а сприятливе ставлення громадян до інформації, яка надходить від органів управління, знижує соціальну напруженість та підвищує авторитет влади.

Сьогодні комунікативна діяльність органів публічної влади повинна ґрунтуватися на застосуванні сучасних форм і методів зв'язків із населенням, як основного елементу створення інформаційно-контактного простору органів публічної влади з суспільством. Застосування у процесі комунікативної діяльності форм і методів «паблік рілейшен» (далі-PR) має на меті спонукати населення до активного громадянського інтересу стосовно державних справ [2]. Це повинно виявлятися у виконанні свого громадянського обов'язку на виборчій дільниці й у вимогах до органів публічного управління звітувати перед своїми громадянами про наміри у використанні бюджетних коштів, реакції на події у світі, участі в громадських об'єднаннях, участі в розробці державних програм. Таким чином, виникає не тільки нова комунікативна парадигма в теорії державного управління, а й нова дослідницька стратегія, яка передбачає теоретичні та емпіричні дослідження ефективності інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади та управління.

У літературі сьогодні наявно близько півтисячі визначень поняття «паблік рілейшен», що пояснюється різними підходами до його вивчення. Більшість дослідників поділяють думку, що зазвичай зв'язки з громадськістю спрямовані на досягнення взаєморозуміння та згоди між людьми, соціальними групами, класами, націями, державами на основі цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею. Зокрема, найпоширеніші підходи трактування зазначені в Таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Наукові підходи до трактування поняття «паблік рілейшнз»

Автори	Зміст трактування поняття
Д. Форрестол, Р.Диленшнайдер	PR – це використання інформації для впливу на громадську думку
Рекс Харлоу	Зв'язки з громадськістю - це одна із функцій управління, яка сприяє встановленню та підтримці спілкування, взаєморозуміння і налагодження співробітництва між організацією та громадськістю. Вона включає в себе вирішення різних проблем: забезпечення керівництва інформацією про громадську думку та надання допомоги у розробці відповідних заходів; забезпечення їх діяльності в інтересах громадськості; підтримання управлінців у стані готовності до різних змін шляхом своєчасного передбачення тенденцій; використання досліджень та відкритого спілкування як основних засобів діяльності
Пушняк С.	Особлива функція управління, яка сприяє становленню організації (проекту) і підтримці її з боку громадськості, спілкуванню та взаєморозумінню з зовнішнім оточенням; - управлінська функція, яка визначає, встановлює і підтримує взаємовигідні відносини між організацією і різними представниками громадськості, від яких залежить її успіх або невдача

Джерело: складено автором за даними [16,19,21]

У науковій в літературі з даного питання зустрічаються й інші трактування цього поняття. Так, в третьому виданні міжнародного Вебстерського тлумачного словника PR визначається як наука і мистецтво налагодження взаємного розуміння та доброзичливості між особою, фірмою і громадськістю. У бюлетені «Public relations news» PR трактується як функція управління, покликана оцінювати ставлення публіки, ідентифікувати політику і дії приватної особи або

організацій стосовно громадських інтересів та виконувати програму діяльності, спрямовану на досягнення розуміння і сприйняття її масами. За визначенням англійської асоціації «Public relations» зв'язки з громадськістю є методом пошуку інформації і передачі її наміченій аудиторії, щоб шляхом впливу досягти бажаного результату [3].

Ціннісним підходом до розуміння комунікації як самостійної сфери наукового знання є дослідження, присвячені формуванню науки комунікології. В загальнометодологічному значенні нею називають “науку про місце та роль комунікації у суспільстві, про комунікаційні системи, структури та процеси, закономірності їх розвитку та функціонування”. Комунікологія у такому її розумінні становить синтетичну єдність комунікації та різних комунікативних теорій, які досліджують відповідні комунікативні знання та специфіку їх реалізації у сфері людської діяльності.

Синтезуючи основні підходи до теоретичної ідентифікації поняття комунікація, можна виділити майже тисячу різних теорій та концепцій до обґрунтування його змісту.

Однак логіка дослідження та і сам формат даної роботи не дозволяють їх навести, тому акцентуємо увагу на тих, які відіграли найбільш концептуально-обґрунтовану та теоретико-методологічну роль у формуванні сучасної парадигми комунікативної політики держави.

Цікава концепція комунікації в межах російської науки представлена А. Урсулом, який нею називає “процес інформаційного обміну між складними динамічними системами та їхніми частинами, який включає: сприйняття, накопичення та переробку інформації” [21]. Ця концепція вченого здобула велику підтримку серед дослідників, які в основі комунікації бачили інформаційні та організаційні процеси, що пов'язані із психікою людини. З огляду на це, А. Соколов обґрунтував зміст психічної (внутрішособистісної) комунікації, ототожнюючи її з психічним інформаційним процесом та соціально-інформаційною діяльністю. Більше того, на думку самого вченого, “знання, повідомлення, відомості є не що інше як смисли, а їх залучення в орбіту

суспільного життя означає їх рух в соціальному просторі та часі, тобто соціальну комунікацію”.

1.2. Роль комунікацій у діяльності органів публічної влади

Основним завданням зв'язків з громадськістю в органах публічного управління є створення іміджу ефективного та компетентного керівництва, яке може вирішувати проблемні питання, при цьому не утискаючи законних прав громадян на своєчасний доступ до достовірної інформації, відтворення внутрішнього та зовнішнього соціальнополітико-психологічного середовища, сприятливого для успішної роботи органу публічної влади, забезпечення бажаної поведінки громадськості щодо цього органу влади.

В Україні зародження інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади відбулося на початку 90-х років минулого століття як нагальна відповідь на необхідність суспільних зрушень у напрямі формування економічних і політичних інститутів демократії [14]. І лише з моменту запровадження інституту президентства (1992 р.), коли в структурі Адміністрації Президента України була створена прес-служба глави держави, в Україні розпочався реальний процес формування основних засад інформаційно-комунікативної діяльності органів державної влади. Саме в той час у Законі України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 р. була прийнята норма, відповідно до якої право на інформацію мало забезпечуватися «створенням у державних органах спеціальних інформаційних служб або систем, що забезпечували б у встановленому порядку доступ до інформації» [8]. З прийняттям саме цього Закону в Україні розпочинається формування законодавчо-нормативної бази з питань інформаційно-комунікативної діяльності органів влади. Відповідно до статті 5 Закону було визначено основні принципи інформаційних відносин між владою і громадянами, а саме:

- гарантованість права на інформацію;
- відкритість, доступність інформації та свобода її обміну;

- об'єктивність, вірогідність інформації;
- повнота і точність інформації;
- законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Сьогодні, відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування», інформаційно-комунікативну діяльність здійснюють створені в них структурні підрозділи, які можуть називатися по-різному: інформаційні управління, інформаційно-аналітичні підрозділи, прес-служби, прес-центри, управління і центри громадських зв'язків, прес-бюро, прес-секретарі та прес-аташе з відповідним апаратом [9].

Іншими словами, назва такого підрозділу може бути різною, але функціонально вони виконують забезпечення зв'язків з громадськістю, із засобами масової інформації, а основне їхнє завдання – створення позитивної репутації органів публічної влади та їх посадових осіб.

Протягом усього часу існування різних структурних підрозділів з питань інформаційно-комунікативну діяльність в різних органах публічної влади науковці намагаються визначити специфіку їх діяльності, виявити найбільш спільні цілі і завдання їх роботи [10]

Не дивлячись на це, єдиного підходу до визначення функцій і моделей структури таких відділів немає, що породжує проблемну ситуацію і необхідність її вивчення. Від налагодженої комунікативної взаємодії органів публічної влади з населенням залежить, великою мірою, інформованість та реакція громадськості щодо діяльності цих органів на місцях. Своєчасне поширення інформації, постійно діючий зворотний зв'язок з громадськістю, обмін інформацією є ознакою демократичного управління [2].

Відповідно до Звіту дослідження „Оцінка спроможності структурних підрозділів з питань взаємодії зі ЗМІ та зв'язків з громадськістю міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, виконувати свої функції на належному рівні” від грантового проєкту “ДІАЛОГ ДЛЯ РЕФОРМ” в

інформаційно-комунікаційних підрозділах органів публічної влади наявні напрями викладені в Таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Напрями діяльності інформаційно-комунікативних підрозділів органів публічної влади

Основні	Інформування ЗМІ про діяльність установи та керівництва
	Інформування громадськості про прийняті рішення
	Забезпечення позитивного іміджу інституції та її керівництва задля підвищення довіри громадськості
	Взаємодія з регіонами задля отримання інформації про діяльність органів влади вивчення громадської думки з наступним урахуванням її в проектах рішень вплив через громадськість та ЗМІ на прийняття законів і нормативно – правових актів у ВР
	Забезпечення внутрішніх комунікацій
	Залучення громадськості до практичних заходів установи налагодження добрих стосунків з мас-медіа
	Інформування широких верств населення про існування таких проблем, з якими пов'язана діяльність установи
	Реагування на критичні публікації та виступи у ЗМІ
	Робота зі зверненнями громадян
	Розвиток правової свідомості громадськості з питань роботи установи
	Розробка програми поліпшення іміджу установи на 5 років
	Участь у розробці та реалізації національних програм
Додаткові	Системні консультації з громадськістю
	Коригування політики відповідно до громадської думки
	Регулярне проведення спільних публічних заходів спільно з неУрядовими організаціями
	Робота з громадськістю на одному рівні - синтез
	Створення налагодженого інформаційного каналу та механізму отримання зворотного зв'язку

Джерело: складено автором за даними [10,45]

Як зазначено в статті 6 Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування» для поширення інформації про результати роботи органів публічної влади підрозділи в своїй роботі використовуються різні організаційні форми комунікації, серед яких:

- випуск і поширення інформаційних бюлетенів, прес-релізів, оглядів, фото-, відеоматеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформації;

- проведення прес-конференцій, брифінгів, політичних діалогів, телевізійних дебатів, «круглих столів», прес-клубів, організація інтерв'ю з керівниками органів влади, посадовими особами для працівників ЗМІ;
- підготовка й проведення теле- і радіопередач;
- забезпечення публікацій (виступів) у ЗМІ керівників або інших посадових осіб органів влади;
- створення архівів інформації про діяльність органу влади;
- розміщення веб-сторінок в Інтернеті про орган влади та його діяльність.

Актуальними також є пояснення та коментарі щодо змін у самій системі комунікації, а також уміння правильно використовувати соціологічні дані. Без розуміння природи, можливостей, інструментів та правової бази застосування нових комунікативних можливостей ефективного державного управління щодо задоволення сучасних потреб суспільства неможливе.

Органи публічної влади в останні роки почали використовувати нові для себе форми поширення офіційної інформації. Так, задля створення простої системи інформування громадськості про свою діяльність та досягнення прозорості в роботі владних структур в Україні запрацював Єдиний веб-портал органів виконавчої влади за посиланням [-kmu.gov.ua](http://kmu.gov.ua).

До нових інструментаріїв взаємодії органів публічної влади з громадськістю відносяться соціальні мережі такі, як Facebook, Twitter, Youtube. Вони демонструють спрямованість сучасних медіа до відображення інформації в картинках, інфографіках, ілюстративному відео, дашбордах замість текстового опису і дає можливість громадськості отримувати та засвоювати інформацію простими шляхами.

З огляду на вищенаведене, в Україні процеси інституалізації комунікативних відносини у сфері інформаційно-комунікативної діяльності мають сталий характер. Влада виконує зобов'язання стосовно інформування населення про свою діяльність, адже зв'язки з громадськістю перетворилися на обов'язковий елемент функціонування органів влади усіх рівнів.

Органам публічної влади варто приділяти увагу засобам масової інформації (далі - ЗМІ) як сполучній ланці між населенням та державою. Через ЗМІ громадянин має змогу долучитися до діалогу з владними структурами. ЗМІ є тим самим засобом передачі інформації від управлінських структур до населення і в зворотному напрямку, а також міцною конструкцією формування інформаційно-комунікативного каналу.

Головна роль ЗМІ полягає в тому, що вони можуть інформаційно супроводжувати весь процес зв'язків з громадськістю від виникнення проблеми, як з боку владних структур, так і населення, і аж до незалежної оцінки результатів. Питання залишається лише в тому, щоб використання ЗМІ, у нашому випадку, не використовувалося як засіб або ж інструмент для маніпуляцій з обох сторін.

Варто відмітити, що процеси інформаційного обміну між громадськістю, ЗМІ, органами державної влади, іншими об'єктами громадянського суспільства проходять складно. Роз'яснення державної політики, дій уряду та влади в основному є розмитими, не систематизованими, спонтанними та часто не прогнозованими щодо їх наслідків. Зазначене свідчить про недосконалість демократичних традицій в управлінні державою, які існують у розвинутих країнах світу, про недостатню увагу з боку влади до такої важливої складової розвитку держави як інформаційно-комунікативної діяльності.

Слід зазначити, що для встановлення ефективної інформаційної взаємодії між органами державної влади та громадськістю необхідним є, передусім, її нормативне регулювання, прийняття низки законів, постанов, зокрема щодо адміністративних процедур, про доступ до інформації, про державні органи. На часі розвиток засад відкритості й прозорості, визначення реальних механізмів співпраці, залучення громадськості до процесів прийняття рішень, активізації інформування населення.

Також в державному управлінні під час модернізації існують проблеми інформаційного забезпечення та просування політики держави.

В межах цього дослідження особливу увагу потрібно приділити аналізу доцільності формування науки про комунікацію, оскільки це суттєво впливає на теоретичну ідентифікацію даного поняття в межах сучасних дослідницьких підходів. Питання щодо формування окремої науки про комунікацію залишається відкритим, як для американських, західноєвропейських, так і пострадянських дослідників не дивлячись на певні напрацювання у сфері комунікації.

Прихильниками цієї ідеї є американські, канадійські та пострадянські вчені. На доцільності науки про комунікацію, особливо наголошує російський вчений І. Яковлев, який вказує на парадоксальність відсутності інтегрованого знання про комунікативні процеси у формі особливої науки, тоді як є об'єкт, предмет, теорія та ціла галузь, а науки немає [6]. З огляду на це, вчений наголошує на доцільності науки про місце та роль комунікації у суспільстві, її розвиток, структуру, комунікативні процеси та засоби. Цей підхід також підтримано іншим російським вченим Г. Третьяком, який обґрунтував доцільність формування теоретикометодологічних принципів науки про комунікацію, до яких вони відносять розроблення структури, функцій, типології, засобів та способів комунікації [7].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІНІСТЕРСТВА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

2.1 Основні складові та напрями інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України

Протягом останнього часу Україна зазнає концентрованого впливу викликів різного характеру: від внутрішніх суспільно-політичних проблем до зовнішньої інформаційної, воєнної агресії та надзвичайної ситуації природного характеру, пов'язаної із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19 на території України.

Комунікація стає невід'ємним складником системи національної безпеки в умовах, коли існують послідовні зусилля з дестабілізації ситуації в країні, які в підсумку спрямовані на підрив довіри громадськості до влади. Наразі постійними є спроби унеможливити політичну, економічну, соціальну успішність України у спосіб застосування протестних настроїв населення, провокування управлінських криз через «вторгнення» в ланцюг прийняття рішень.

Кожна з цих ситуацій вимагає чіткої артикуляції позиції органів державної влади, зокрема Міністерства охорони здоров'я України. Отже, на часі створення єдиної системи комунікативних підрозділів органів державної влади. Координування публічності всередині та поза урядом – це те, чому має навчити досвід розвинених країн.

Важливою складовою цього процесу є створення дієвих механізмів координації комунікативних зусиль органів влади, що дасть можливість об'єднати зусилля у вирішенні складних завдань, уникнути дублювання функцій та спростити організаційну структуру під час боротьби з поширеністю хвороби Covid-19 та інших надзвичайних ситуацій.

Одним із пріоритетів державної політики у забезпеченні тривалого соціально-економічного розвитку України визначено збереження й зміцнення

здоров'я населення на основі формування здорового способу життя та підвищення доступності й якості медичної допомоги під час пандемії.

До основних функцій громадянського суспільства, окрім повного задоволення матеріальних та духовних потреб людини, захисту приватної сфери життя, утримання політичної влади від тотального та абсолютного панування, належить ще й розвиток та стабілізація суспільних відносин, для чого активно використовуються засоби соціальної комунікації [23]. Комунікативний процес є необхідною умовою становлення, розвитку і функціонування всіх соціальних систем, тому що завдяки йому стає можливим зв'язок між поколіннями, накопичення і передача соціального досвіду, його збагачення, розділення праці та обмін її продуктами, організація суспільної діяльності, трансляція культури. Саме завдяки комунікації здійснюється управління, тому вона є тим соціальним механізмом, який сприяє реалізації влади в суспільстві.

Серед великої кількості визначень соціальної комунікації найчастіше вона розглядається як передача інформації, ідей, емоцій (завдяки знакам і символам), як процес, що пов'язує окремі частини соціальних систем в одне ціле.

Соціальна комунікація у процесі свого здійснення здійснює такі взаємопов'язані задачі, як інтеграція окремих людей у соціальні групи або спільноти, а спільноти – в цілісну систему суспільства; внутрішня диференціація суспільства, відокремлення і відособлення суспільства та окремих його груп, що призводить до більш глибокого усвідомлення ними своєї специфіки та функцій.

В охороні здоров'я – це інформування та навчання населення основам збереження та зміцнення особистого здоров'я, профілактики захворювань, здорового способу життя, тактиці дій при загрозових для здоров'я та життя станах; виду, місця та умов отримання певних видів медичної допомоги. У демократичному суспільстві забезпечується одна з найважливіших потреб сучасного людства – потреба вчасно отримувати об'єктивну, неупереджену, повну і достовірну інформацію. Інформація є невід'ємною складовою процесу комунікації як окремих індивідів, так і цілих спільнот.

Одним із найпоширеніших тверджень сучасності є визнання того, що в епоху інформаційного суспільства створення, розповсюдження, отримання і споживання інформації є домінантною ознакою життя.

Комунікація у сфері охорони здоров'я охоплює декілька напрямків, до яких належать медична журналістика, індустрія розваг, освіта, міжособистісне спілкування, інформаційно-пропагандистська робота через ЗМІ, комунікація в середині організацій та між ними, розповсюдження інформації про ризики та кризи, соціальна комунікація та соціальний маркетинг. Вона може набирати численних форм – від масової, мультимедійної та інтерактивної (включаючи мобільний зв'язок та Інтернет) до традиційної, що враховує культурну специфіку, та охоплювати різні канали, такі як міжособистісне спілкування, ЗМІ, інформаційні засоби організацій та невеликих груп, блоги, електронні дошки об'яв, підкастинг та обмін відеофайлами, розсилка повідомлень по мобільному телефону та он-лайн форуми.

Комунікація у сфері громадської охорони здоров'я надає громаді засіб протидії активному просуванню на ринок небезпечних виробів та пропаганді нездорового способу життя. Вона являє собою процес двостороннього обміну інформацією, що потребує прослуховування, збору інформації та з'ясування того, як люди сприймають повідомлення і формують у своїй свідомості ідеї відносно здоров'я, щоб можна було передавати інформацію у більш доступних та переконливих форматах. Комунікація у сфері громадської охорони здоров'я також означає гласність, завдяки якій громада може знати, що говориться та діється від її імені.

Становлення інформаційного суспільства в Україні можна охарактеризувати як переважно кількісне зростання обсягів інформації, збільшення інформаційних потоків. Але це саме по собі зовсім необов'язково призводить до появи нових можливостей розвитку людини і суспільства в цілому. З іншого боку, інформація (особливо з боку владних і політичних структур) і канали її трансляції в маси активно використовуються в діяльності будь-яких, як державних, так і недержавних, інститутів і діячів у

зв'язку з тим, що інформація є основою для формування світогляду або змін у ньому [32;34]. І це обов'язково треба використовувати при створенні системи комунікацій в охороні здоров'я [35].

Водночас, в Міністерстві охорони здоров'я України, як центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я, а також захисту населення від інфекційних хвороб, протидії ВІЛ-інфекції/СНІДу та іншим соціально небезпечним захворюванням, попередження та профілактики неінфекційних захворювань, забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах охорони здоров'я, комунікативну функцію зв'язку із ЗМІ та громадськістю виконується такими структурними одиницями:

- 1) прес-секретарем;
- 2) прес-центром або прес-службою;
- 3) службою (керівником) зв'язків з громадськістю безпосередньо;
- 4) позаштатним працівником або зовнішньою консультативною підприємством на договірних домовленостях.

На сьогодні в Україні створено нормативно-правову основу для реалізації комунікативної діяльності органів державної влади. Норми вітчизняного законодавства, що регулюють питання комунікативної взаємодії державних органів з громадськістю відповідають демократичним стандартам (відкритість, прозорість діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, участь громадян у розробці і реалізації державної політики). Останнім часом у чинне законодавство також було внесено низку змін, спрямованих на вдосконалення механізмів доступу громадян до публічної інформації, розвиток електронного Урядування та електронної демократії.

Окремого документа, який би регламентував комунікативну діяльність органів державної влади, не прийнято, натомість існує низка нормативно-правових актів, що стали системоутворюючим фактором забезпечення функціонування відповідних структур.

Відкритим залишається питання, що нормативно не закріплений єдиний підхід щодо формування структури комунікативних підрозділів органів державної влади, не визначено їх місце в апараті органу влади. Також не врегульовані питання щодо стратегічного планування комунікацій органів влади, організації роз'яснювальної роботи, запровадження єдиного підходу до вивчення громадської думки. У чинному вітчизняному законодавстві відсутні визначення таких понять як «комунікація», «державна комунікативна політика» тощо.

Отже, потреба вдосконалення і стандартизації комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України, формування єдиного загально визначеного підходу щодо здійснення комунікативної взаємодії влади і суспільства та визначення ключових засад такої взаємодії, уніфікації термінологічного апарату в сфері комунікацій із громадськістю зумовлює необхідність розробки та ухвалення базового закону, який би визначав основні принципи, цілі та пріоритети, напрями здійснення державної комунікативної політики, права та обов'язки учасників комунікації, базові терміни і поняття, пов'язані із здійсненням комунікативної взаємодії органів влади із громадськістю.

2.2. Міжнародний досвід інформаційно-комунікативної кампанії та проєктів в період запобігання занесенню і поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 та його примінення Міністерством охорони здоров'я України

В країнах з розвинутою демократією паралельно з комунікативними підрозділами окремих органів влади створено єдині установи (структури) на центральному рівні, відповідальні за реалізацію та координування комунікативної політики Уряду.

Зокрема, в країнах європейського союзу подібні Урядові інституції функціонують або як окремі органи державної влади, або великі підрозділи в структурі секретаріатів (апаратів) Урядів (табл 2.1).

Таблиця 2.1

**Приклади єдиних установи (структури) на центральному рівні, які
відповідальні за реалізацію та координування комунікативної політики
Уряду в країнах ЄС**

Наведені приклади				
Федеральне бюро преси та інформації (Німеччина)	Центральна Урядова служба комунікацій (Велика Британія)	Державна інформаційна служба (Нідерланди)	Генеральний директорат з питань комунікацій (Іспанія)	Інформаційний центр (Польща)

Джерело: складено автором за даними [3]

При цьому керівники таких структур мають високий службовий статус (наприклад, державного секретаря) та місце у владній ієрархії, а тому відповідний рівень поінформованості, можливість брати участь у розробці державної політики та прийнятті Урядових рішень. Попри організаційно-структурні відмінності в різних країнах основними завданнями цих установ є формування та реалізація державної комунікативної політики, інформаційний супровід діяльності Уряду в цілому, координування інформаційно-комунікативної діяльності органів державної влади та відповідних структурних підрозділів, забезпечення «єдиного голосу» Уряду [46].

Крім того, на цю Урядову інституцію покладено функцію управління міжвідомчою інформаційно-комунікативною інфраструктурою, зокрема здійснення моніторингу засобів масової комунікації, проведення досліджень громадської думки та забезпечення її врахування у процесі підготовки проектів рішень, розробка та контроль за реалізацією комунікативних стратегій та медіа-кампаній, розроблення професійних стандартів для працівників комунікативних

підрозділів, організація заходів з їх професійного розвитку та підвищення кваліфікації тощо.

Крім цього, слід суттєво активізувати комунікативну взаємодію органів виконавчої влади на колегіальному рівні, а саме в форматі Ради з питань комунікацій. Зазначимо, що важливою умовою створення ефективної системи публічних комунікацій в Україні є розробка та впровадження дієвих механізмів міжвідомчої координації комунікативної діяльності органів виконавчої влади, інституційне забезпечення та нормативно-правове врегулювання цього процесу. Водночас, сфера публічних комунікацій потребує системного реформування: структурно-організаційного, кадрового, функціонального та методичного вдосконалення та стандартизації, адаптації до кращих зарубіжних практик та законодавства, використання новітніх інноваційних технологій, забезпечення достатніми фінансовими та матеріально-технічними ресурсами, створення єдиної системи професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців.

У 2020 році весь світ зіткнувся із спільною проблемою – пандемією Covid-19. Швидкість та неочікуваність кризи, що миттєво охопила планету, змусила держави не тільки змінювати внутрішню національну комунікацію, але й формувати «чергу денну» світового інформаційного простору майже в режимі онлайн. Саме тому лідери багатьох країн вдавалися до нетрадиційних, інколи шокових комунікаційних форматів у період поширення пандемії.

За офіційними даними КНР, захворювання на COVID-19 було виявлене 17 листопада 2019 р. у 55-річної особи з міста Ухань (провінція Хубей) [13].

Під час кризової ситуації виникає проблема інформаційного перенасичення, з'являється велика кількість фейкової інформації, а соціальні мережі розносять інформацію швидше офіційних органів влади.

Використання нових комунікаційних технологій може навіть мати руйнівні наслідки, які можуть призвести до політичної кризи. Тому актуальною бачиться спроба аналізу вдалих моделей презентації офіційного контенту на

міжнародному, національному та регіональному рівнях. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

У розпал епідемії складно вимагати глибинного аналізу та осмислення можливих наслідків небувалого виклику світовій спільноті, причина браку робіт такого рівня очевидна. Разом з тим, поява перших соціологічних робіт, економічних розвідок та романної літератури (див., наприклад огляд [1]) засвідчує унікальну «живучість» наукової та художньої думки. Науковий пошук у сучасному мінливому світі різноякісних фактів, фейків та конспірологічних теорій ускладнений відсутністю базових прогностичних алгоритмів. Через це окремі розвідки та думки комунікативістів та футурологів дискретні, кейсові і не претендують на більше.

Так, відомий філософ Ф. Фукуяма, колумніст українського сайту та журналу «Новое время», під час дискусії «Zero Corruption Talk: Уроки Чорнобиля у часи пандемії» звернув увагу на сталу різницю між поведінкою національних Урядів під час кризи: «Є уряди, які намагаються приховати те, що відбувається, обмежують інформацію і переважно зважають на свої короткострокові інтереси, а є Уряди, які керуються принципами прозорості та відкритості, а також дослухаються до порад експертів, а потім розробляють відповідну державну політику» [2].

На визначення Уряду як ефективного чи неефективного в кризовий період впливають, на думку знаного економіста, два фактори: державна спроможність та влада і відповідний рівень довіри до неї.

Глобальний характер пандемії коронавірусу змусив світову спільноту реагувати на пандемічні виклики і формувати нові схеми реагування. Важливість інформаційної складової в цьому процесі підкріплено вагомими публікаціями у базових наукових виданнях [7; 8] та створенні й запуску інформаційної платформи WHO Information Network for Epidemics (EPI-WIN) для обміну спеціалізованою інформацією та протидією інфодемічним ризикам.

Реакція світового політикуму, як і зазначав Ф. Фукуяма, кардинально відрізнялася. Лідерство узяли держави, що змогли запропонувати світу потужні меседжі, відповідні глобальності викликів.

Канцлерка Німеччини А. Меркель вперше за 15 років виступила з незапланованим зверненням до нації, порівнявши світову кризу з подіями Другої світової війни, і закликала до єднання та згуртованості; Королева Великої Британії Єлизавета II виступила зі спеціальним зверненням і щирою впевненістю, що світ, об'єднавшись, подолає кризу («Ми доб'ємося успіху – і цей успіх буде належати кожному з нас»); Президент Франції Е. Макрон звернувся до нації, назвавши боротьбу з коронавірусом війною. Але у світовому політичному та інформаційному просторі були представлені й кардинально протилежні поведінкові реакції та інформаційні гасла [36]:.

Так, Президент Бразилії Ж. Болсонару вимагав від мерів міст своєї країни зняти карантин як необґрунтований; Президент Білорусі О. Лукашенко порадив лікуватися фізичною працею та не панікувати, заборонив носіння масок та активне згадування про коронавірус; заборонено було вживати слова «коронавірус» у Туркменістані; використовувати евфемізми пропонувалося ЗМІ Росії та окупованого Криму, але від цього швидко відмовились. Пандемія COVID-19 стала об'єднуючою ланкою між державою та громадянами, між владою та опозицією, яка на цей відповідальний час у деяких країнах дійшла примирення. Так, Президент США Д. Трамп, незважаючи на постійні конфлікти з Конгресом, звернувся до них із проханням підтримати його рішення щодо закриття кордонів та допомоги американцям. На жаль, українській інформаційний простір демонструє тактику «1000 дошкульних порізів» владі, про пандемічне перемир'я мови не йдеться.

Отже, можна стверджувати, що світове урядове товариство дотримується єдиних установок при висвітленні перебігу пандемії Covid-19. Майже усі керівники держав кризову ситуацію називають надважкою і наголошують на користі суспільних дій.

Одними із найбільш небезпечних для життя і здоров'я людини є загрози біологічного походження, якими опікуються системи біобезпеки у кожній країні.

Біобезпека є однією з найважливіших складових загальної системи безпеки кожної держави. Вона охоплює широке коло проблем, вирішення яких, за порядком пріоритетів для України, повинно мінімізувати всі загрози біологічного походження, які існують чи можуть виникнути в нашій країні.

Зокрема, до біобезпеки входить боротьба як з особливо небезпечними хворобами людей, тварин і рослин, так і із „звичайними” захворюваннями, масштаби яких спричиняють загрози з економічної, біологічної або соціальної точки зору, із біологічною зброєю (хоча і забороненою відповідною Конвенцією, учасниками якої є майже всі країни світу), біотероризмом, із загрозами, що виникають при свідомому чи несвідомому використанні досягнень сучасної біології та біотехнології, що мають „подвійне застосування” (тобто можуть використовуватися і з мирною, воєнною чи терористичною метою, так звані – англійською – «Dual-use research»). Біобезпека має також перейматися загрозами, в першу чергу для людей, але також і для тварин та рослин, зумовленими несприятливими екологічними чинниками, неякісними водою, ліками, харчовими продуктами, генетично-модифікованими організмами, що можуть створювати небезпеку біологічному різноманіттю, тощо. Недарма, країни «Великої сімки» питання біобезпеки виділяють у найважливіший напрям своєї діяльності, а за міжнародними вимогами та рекомендаціями ООН і ВООЗ кожна країна зобов'язана забезпечити своє населення захистом від біологічних загроз [26]:.

Відповідно до рекомендацій ВООЗ Міністерство охорони здоров'я України використало різновекторні інформаційні потоки для різних цільових аудиторій. Попри зміни на посадах міністрів та їх заступників, ця система інформування населення залишилася. І Президент України Володимир Зеленський, і Міністр охорони здоров'я Максим Степанов, і Головний державний санітарний лікар України Віктор Ляшко використовували і продовжують використовувати різні майданчики для спілкування з різною

аудиторією: телевізійні традиційні брифінги та відеозвернення, участь у ток-шоу та інформаційних програмах, виступ в ранкових програмах та коментарі до подій зі щоденною статистикою; оновлення офіційних інтернет-сторінок міністерства та матеріали для прес-служб різних відомств. Однак, активне використання блогосфери зміцнило певною мірою політичний імідж Урядовців та президента, а під час пандемії коронавірусу узвичаїло традицію отримувати інформацію через соціальні мережі, контент яких усе більше призвичаювався до інформаційних викликів і позбавлявся такого подразливого сьогодні тотального офіціозу.

МОЗ України впровадив використання соціальних мереж та месенджерів для оперативного інформування людей: волонтерський проєкт Інституту когнітивного моделювання – канал «Коронавірус_інфо» (авторизований МОЗ України) – діє на платформах Viber, Telegram, Instagram, TikTok. Аудиторія спільноти у Viber налічує більше 3,5 млн, у Telegram – 850 тис. Чергуються різностильові публікації: в офіційному стилі надається інформація про кількісні показники коронавірусної пандемії коронавірусу на теренах України, новини за результатами брифінгів Міністра охорони здоров'я України М. Степанова; в піднесено-героїчному стилі – про лікарів; в побутово-іронічному – про громадян на карантині.

Нині весь світ бориться з пандемією, що відображається і в матеріалах соціальних мереж.

Громадяни стикаються з кризою суспільного розуміння. Західні цифрові корпорації і соціальні медіа-платформи (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat і Reddit) і їх Китайські аналоги (WeChat, Weibo, Tencent і Toutiao) знаходяться в серці цієї кризи [2]. Ці платформи слугують помічниками і часто дезінформаторами стосовно COVID-19. Tedros Adhanom Ghebreyesus, генеральний директор Світової Оздоровчої Організації, відзначив, що термінові заходи мають бути спрямовані на регулювання інформації в соціальних мережах.

Сьогодні надлишок повідомлень (в переважній більшості про пандемію і смертність) сприяють наростанню страхів, паніки і стресу [3].

Соціальні ЗМІ – один з оптимальних способів поширити новини в реальному часі (це єдиний шлях в більшості випадків), особливо, якщо потрібно попередити людей про що-небудь серйозне у максимально короткий термін. Чи це будуть новини COVID-19 від конкретних держав, або світові новини, ЗМІ відправляють повідомлення великій кількості осіб. За допомогою соціальних мереж можливо відслідкувати все, що стосується coronavirus, за будь який період. Всю статистику захворюваності в адміністративних одиницях України можливо від слідкувати online. Мільярди людей можуть публічно ділитися своїми думками, рецептами одужання щодо COVID-19 на різних соціальних платформах.

Останній час є спостереження, як люди, організації та підприємства використовують соціальні медіа для поширення обізнаності про COVID-19, ініціюють допомогу медичним працівникам, хворим, людям похилого віку та іншим. Соціальні медіа також поширюють інформацію про симптоми COVID-19, заходи безпеки та план дій, які, у свою чергу, рятують мільйони людей. Як і інші подібні катастрофи, пандемія сприяла до збору коштів онлайн як у Китаї, так і в інших країнах.

Крім людей великі компанії, такі як Western Union та Tencent зацікавлювали своїх клієнтів пожертвувати фінанси на цю справу [4].

Відомо, що дієвим шляхом попередження зараження дотримання є так званан «соціальної дистанції». Тому соціальні мережі – це єдиний шлях спілкування з друзями, колегами та рідними. Проте на противагу позитивному впливу, соціальні медіа розповсюджують «фальшиві новин».

В багатьох наукових працях доведена необхідність розробки стратегії комунікативної діяльності для забезпечення найкращої відповіді на виклики та як найшвидшого подолання пандемії коронавірусу COVID-19 [8]. Вивчивши комунікативну діяльність різних країн, особливо тих які швидко і вдало відповідали на загрозу пандемії, Legido-Quigley та співавтори визначили стратегії завдяки розповсюдження захворювання в цих країнах було не значним, а системи охорони здоров'я змогли гнучко адаптуватись до роботи в нових

умовах пандемії. Деякі країни, такі як Гонконг та Сінгапур використали ті самі стратегії, що були задіяні під час епідемій Тяжкого гострого респіраторного синдрому (ТГРС) (Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) в 2002–03 в Гонг-Конзі та Сінгапурі, H5N1 пташиного грипу в 1997 в Гонг-Конзі, та грипу типу H1N1 в 2009 роках, та показали хороші результати. Відповідно до стратегії була налагоджена координація між міністерствами, відомствами та закладами. В свою чергу реакція Японії була дещо запізнілою, що привело до початку комунікацій та координаційної роботи щодо пандемії коронавірусу тільки в лютому 2020 року, що призвело до декількох погано контрольованих спалахів [45]:.

Однак були типові проблеми з якими стикнулися усі три країни щодо інтеграції та координації сервісів. В Сінгапурі значний акцент було зроблено на дистанційні зустрічі між менеджерами Регіональних Систем охорони здоров'я, директорами ЗОЗ та представниками Міністерства охорони здоров'я. В Японії та Гонг-Конзі не було розроблено схеми комунікацій між представниками органів управління та представниками закладів охорони здоров'я. В подоланні коронакризи суттєвою проблемою стали публічні комунікації в громадському здоров'ї, які повинні були висвітлювати ризики, адже дуже важливим є питання кому довіряють громадяни: офіційним джерелам або чуткам та дезінформації. Міністерство Охорони здоров'я Сінгапура щоденно інформувало щодо ситуації з пандемією використовуючи сучасні канали – Telegram та інші [38].

WhatsApp групи, до яких були залучені лікарі, мікробіологи, вірусологи які відповідали на запитання та спростовували не достовірну інформацію, яка циркулювала в спільноті [5].

На думку Raina M. Merchant та Nicole Lurie сьогодні, особливо під час пандемії, соціальні медіа отримали дуже важливу роль не тільки в плані інформування та наданні інформації від органів управління, але і стали потужним комунікативним інструментом для підтримання соціальних зв'язків та надання першої психологічної допомоги. Що призводить до логічних висновків про необхідність використання соціальні медіа для підвищення обізнаності про потреби різних груп та для розробки нових методів для громади для

мобілізації ресурсів та підтримки за відсутності фізичного контакту [3]. В цілому стратегія комунікацій в громадському здоров'ї щодо пандемії коронавірусу була побудована на соціальній відповідальності та навчанні щодо порядку дій під час пандемії. Слід зауважити важливий внесок не тільки традиційних медіа (Телебачення та друкована продукція), але і значну роль спрямованої комунікативної діяльності через соціальні мережі та групи в месенджерах. Крім того зазначено ефективну та своєчасну реакцію на неправдиву інформацію від веб-сайту Міністерства охорони здоров'я та інших державних органів [4]. Wilder-Smith дослідив стандартні заходи громадського здоров'я щодо переривання передачі вірусу від людини до людини в Китаї: ізоляція, карантин та соціальне дистанціювання. Wilder-Smith показав, що під час заходів карантину який охоплює усе суспільство особливо важливо розумно використовувати соціальні медіа, оскільки цей комунікативний канал надає можливість повідомляти про причини заходів карантину, заспокоювати, надавати практичних порад, а також запобігати неправдивим чуткам та паніці [7]. В той же час, на думку Mirco Nacoti та співавторів, стара пацієнтцентрична модель, використана на півдні Італії, Бергамо, показала свою повну нездатність в умовах катастрофічного спалаху COVID-19. Не відбулася координація між лікарнями та областями. Як наслідок переповнення госпіталів, підвищення смертності причому не тільки в групах пацієнтів з COVID-19, а і в інших не інфікованих критичних пацієнтів (інсульт, інфаркти, гостра хірургічна патологія тощо) [6].

2.3. Оцінювання виконання комунікативної функції Міністерства охорони здоров'я України

Під час кризових ситуацій, виникають дві проблеми: дефіцит інформації та перенасиченість інформаційного простору чутками та фейками, які суперечать одна одній, проте серед безлічі чуток вкрай важко виокремити експертну інформацію, особливо тоді, коли «нормальні політологи

перетворилися на вірусологів». Для протидії таким інфодемічним процесам вдалим виявилася не тільки в Україні, а й у світі практика персоналізованого надання експертної оцінки посадовцями, які а priori авторитетні. Ними стали Міністр охорони здоров'я та Головний державний санітарний лікар України. Щодня даються брифінги, надається актуальна інформація щодо ситуації в країні. Важливо представляти не тільки позитивні новини, а й показувати негатив. Намагання приховати актуальну статистику та нестачу медичного обладнання породжувало б паніку і страх. У часи панування Інтернету це зіграло би проти влади, адже будь-хто з медичних працівників може записати більш правдиве звернення та викласти у мережу. Під час заходів карантину в Україні змінився Міністр охорони здоров'я (30.03.2020 було прийнято відставку І.М. Смія та призначено М.В. Степанова), але завдяки активній комунікації, регулярності звернень до громадян, щоденного звітування, аудиторія швидко звикла до нового очільника МОЗ та прислухається нього саме як до Міністра, що очолює боротьбу з пандемією. У ранкових привітаннях в месенджерах використовуються знайомі користувачам соціальних мереж патерни.

Влада не спілкується з кожним особисто, але соціальні мережі дозволяють створювати ефект близькості, адже аудиторія звикла до використання Інтернету для спілкування із друзями, знайомими. Надають емпатичної близькості і «Вірусні історії» на вже згаданому каналі МОЗ, де життєві історії окремих людей, фото виснажених лікарів, історії про перебіг заходів карантину у різних країнах та факти небайдужості пересічних громадян, зірок, музикантів, дизайнерів формують таке необхідне відчуття надії («Дайджест позитивних новин») та співучасті. Перехід на канал «Лікарі-експерти» дозволяють читачеві отримати медичні, психологічні й навіть життєві поради. Хештеги спрощують розуміння інформації та зосереджують увагу аудиторії на головній думці. За допомогою хештегів легше знаходити і розповсюджувати інформацію у мережі.

Були введені хештеги для підтримки лікарів (#ПідтримуюЛікарів) та для агітації за дотримання правил заходів карантину (#ЗалишаюсяВдома #ПростіРечіРятуютьЖиття). Такими формами активності виявилися відповіді на

запроваджені челенджі. Так, в Instagram налічується майже 1000 публікацій з хештегом #ЗалишаюсяВдома. Меми вдало передають настрої аудиторії та є поширеним засобом швидкої реакції на актуальні новини. За допомогою мемів підіймаються соціально важливі теми та транслюються моделі поведінки. МОЗ активно цим користується. Так, на каналі є плакати з українськими діячами (Тарас Шевченко, Іван Франко, Богдан Хмельницький), які спілкуються через відеозв'язок. Картинка супроводжується написом: «Спілкуйтесь та відпочивайте дистанційно».

МОЗ створює трендовий контент на інших платформах: в TikTok розміщені короткі і здебільшого розважальні ролики про українців на карантині. Ролики нагадують про необхідність дотримання правил заходів карантину. Крім того, виконавець ПТП та гурт MOZGI записали декілька пісень про ізоляцію та карантин, які активно використовуються як українськими користувачами TikTok, так і волонтерським проєктом від МОЗ «Коронавірус_інфо». Звертає на себе увагу великий обсяг популярної літератури про правила поведінки під час пандемії. Український МОЗ не залишився осторонь: разом з Всесвітньою організацією охорони здоров'я презентували дитячу книжку «Мій герой – це ти», «Освіторія» пропонує українські переклади дитячих коміксів («Комікс про коронавірус», М. Моліна), українська письменниця Галина Буділова написала першу книгу на актуальну сьогодні тему "Робі та Злюка в Короні".

Пандемія коронавірусу стала викликом для всього людства. Тож одним із ключових моментів боротьби з поширенням захворюваності COVID-19 є інформування населення. Якісна комунікація в умовах пандемії коронавірусу має відбуватися за допомогою основних меседжів: про рівень захворюваності, як уберегтися від вірусу, як діяти коли захворіли та де отримати кваліфіковану допомогу[51].

Прикладом успішної співпраці в інформуванні населення в умовах пандемії коронавірусу є інформаційна кампанія «Карантин послаблено — небезпека COVID-19 залишається», проведена ГО «Життя», ДУ «Центр громадського здоров'я МОЗ України» та регіональними центрами громадського здоров'я у

двадцять одному регіоні України протягом червня-серпня. Кампанія відбулася за підтримки глобальної організації охорони здоров'я Vital Strategies в рамках ініціативи Resolve to Save Lives та «Партнерство за Здорові Міста».

Експерти вкотре нагадали, що попри послаблені карантинні заходи та оманливу безпеку, ризик захворіти на COVID-19 залишається високим. Тож важливу роль грає особиста відповідальність кожного громадянина, посилити яку здатна лише постійна якісна комунікація з населенням.

«В умовах адаптивного заходів карантину важливо не лише працювати над готовністю системи охорони здоров'я до реагування, а і продовжувати збільшувати обізнаність населення про безпечну поведінку. В умовах глобальної пандемії коронавірусу кожен повинен бути озброєний набором профілактичних заходів, це стає частиною взаємоповаги, взаємної відповідальності та нормою поведінки. В цьому допомагають інформаційні кампанії, які повинні проводитись на всіх рівнях, в тому числі і за сприяння громадськості. Безпека суспільства залежить від поведінки кожної людини», – зазначив Заступник Міністра охорони здоров'я, головний державний санітарний лікар України Віктор Ляшко.

На регіональному рівні місцеві політики використовували соціальні мережі давно і активно. Під час заходів карантину це зіграло позитивну роль, адже саме голови місцевих адміністрацій відповідають за дотримання карантинних норм. Логічним стало використання особистих блогів, бо вони викликають більшу довіру серед містян, аніж офіційний фактаж. Наприклад, мер Києва Віталій Кличко використовує як розважальний, так і офіційний контент. На своєму каналі в TikTok він опублікував відеоінструкцію «Як правильно мити руки», а також показав гумористичне відео, де з'явився на нараді у футболці з написом «Квентін Карантіно». На Facebook публікуються офіційні звернення. Кличко щодня дає онлайн-брифінги у соцмережі. Мер Львова Андрій Садовий публікує на сторінці у Facebook відеозвернення до львів'ян, де у розмовній манері ділиться інформацією про ситуацію в регіоні. Він проявляє проникливість та неодноразово повторює слово «ми», ототожнюючи себе з аудиторією. Його

«живі» ролики, записані на фронтальну камеру, різко контрастують із роликами мера Запоріжжя В. Буряка, усі виступи якого представлені у жанрі офіційного студійного звернення. У використанні соціальних мереж мер Харкова Г. Кернес програє очільникам інших міст: помітно, що сторінку мера у Facebook ведуть спеціалісти, адже за останній час там не було жодної щирої публікації, лише офіційні звернення. Мер Дніпра Б. Філатов продовжує активно спілкуватися із мешканцями міста у Facebook. Його тексти відрізняються від виваженого контенту інших політиків, але такий стиль комунікації Філатова з містянами склався ще до часів заходів карантину. У період пандемії коронавірусу Борис Альбертович доклав зусиль аби донести інформацію до дніпрян через різні канали. Так, він знявся у роликах «Історія Дніпра», де у ролі ведучого розповідає про відомих жителів міста, етапи створення потужного промислового центра, цікаві подробиці невідомих сторінок Катеринослава. У коментарях люди зазначають, що відео цікаві усій аудиторії. Певно, ці ролики стали відповіддю на «Українську школу онлайн», яку впровадило МОН України. Б. Філатов та Г. Корбан долучилися до зйомок соціального ролику «Dnegr, Stay Home», іншими учасниками стали поліцейські, кур'єри, лікарі – наразі головні герої у період боротьби з вірусом, адже вони забезпечують життєдіяльність міста.

В Україні відбувається персоналізація представлення офіційного контенту, використовуються нові методи комунікації, які доброзичливо сприймаються аудиторією і отримують популярність серед українців: ефективно та вдало залучено соціальні мережі та месенджери для розповсюдження інформації щодо COVID-19 та заходів карантину [50]. Ми можемо говорити, що кризова ситуація породжує нові формати комунікації, підвищує лояльність аудиторії та відкриває нові шляхи впливу влади на громадян. Можна очікувати, що комунікаційними відкриттями та ефективними каналами подання офіційного контенту влада буде користуватися й після закінчення світової пандемії, адже наразі способи інтернет-комунікації ефективним.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

3.1. Модернізація інформаційно-комунікативної діяльності у галузі охорони здоров'я

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства в усіх провідних державах світу ступінь використання інформаційного простору та інформаційних технологій органами публічної влади стає безпосереднім чинником соціально-політичної стабільності і розвитку демократичних засад в управлінні державою.

Реалізуючи свою компетенцію, органи публічної влади вивчають і узагальнюють інформацію, що надходить від підпорядкованих органів, ЗМІ, громадськості та з інших джерел, тому інформація, що передається каналами зворотного зв'язку, по суті, є основою для прийняття органом публічної влади управлінських рішень. Збір інформації залежить від завдань і потреб сьогодення.

Залежно від цього вибираються і відповідні методи збирання інформації. Тому передусім визначається мета збирання інформації для з'ясування того, яка інформація, кому, коли та в якій формі потрібна. При цьому на органи публічної влади, як і на інші організації, поширюється дія закону інформованості-впорядкованості: чим більшою за обсягом і якіснішою інформацією про внутрішнє і зовнішнє середовище володіє організація, тим більшою є ймовірність її стійкого функціонування (самозбереження).

Адже ефективність використання інформаційних комунікацій значною мірою залежить від рівня їх наповнення інформацією, що визначається потребами соціальних структур. Джерелами такого наповнення є суспільно значущі інформаційні ресурси, зосереджені в системі інформаційних баз, а також процеси інформаційного творення, суспільна організація виробництва

потребуючої інформації. У цьому контексті особливої актуальності набуває інформаційне забезпечення органів публічної влади.

Інформаційне забезпечення – це динамічна система отримання, оцінки, зберігання та переробки даних, створена задля прийняття управлінських рішень [3].

Його можна розглядати і як процес забезпечення інформацією, і як сукупність форм документів, нормативної бази та реалізованих рішень щодо обсягів, розміщення та форм існування інформації, яка використовується в інформаційній системі у процесі її функціонування.

Поняття “кризова ситуація” та “надзвичайна ситуація” дуже часто використовують як синоніми, однак з погляду державного управління їх слід розрізняти. Кризовою слід вважати ситуацію, що є деяким викликом загальним уявленням про належний стан речей, традиції, цінності, захищеність, безпеку або цілісність держави [4; 6]. Важливість чітко налагодженої комунікації особливо стає зрозумілою під час кризових ситуацій. Але під час криз, як правило, руйнуються навіть добре налаштовані інформаційні потоки.

Кризова ситуація – це завжди головна подія в усіх новинах дня (днів). Саме медіа під час кризових ситуацій відбирають, структурують та поширюють інформацію про кризу та поведінку керівництва держави під час кризи, і, таким чином, формують думку громадськості про владу та її здатність розв’язувати кризи. У такій ситуації основним завданням уряду є розробка і застосування системи заходів щодо антикризового реагування та антикризової комунікативної стратегії. Ці заходи повинні мати на меті як захист власного іміджу конкретних урядовців, так і запобігання негативним впливам на репутацію держави в цілому. Крім того, антикризові дії та їх комунікаційний супровід дають змогу уникнути нерозуміння дій держави, хаосу та безладдя під час кризових ситуацій, які можуть загрожувати безпеці населення. Владі варто вибудувати ефективну систему антикризової комунікації, користуючись звичними методами приховування інформації або ж замовчування, ненадання важливої для населення інформації. Владі також варто налагодити стосунки зі ЗМІ під час

кризи, з тим щоб сформувати розуміння у медіа, що під час кризи вони мають концентрувати увагу на вирішенні проблеми, а не на суцільній критиці дій влади, усвідомлювати свою відповідальність за поширення неперевіреної, неофіційної або ж недостовірної інформації. Саме мас-медіа часто стають джерелом ескалації кризи і саме через те, що журналісти недостатньо обізнані з природою, ознаками та основними етапами розвитку кризи і мало розуміються на комунікаціях у кризовий період.

Необхідно розуміти, що на момент виникнення кризи всі причетні до її врегулювання та супроводження включалися в цей процес в автоматичному режимі. Має бути антикризовий комунікаційний штаб та працювати весь час на рівні моніторингу, аналізу та прогнозування ситуації, моделювання криз та пошуків шляхів запобігання їм або їх супроводу, створення сценаріїв протидії та відпрацювання тактичних дій, які справлятимуть найбільший вплив на населення стосовно подолання кризи та її наслідків.

Етапи розвитку кризової ситуації складаються з 5 позицій (табл. 3.1).

Отже, з погляду кризового управління криза – це і припинення нормального процесу, і непередбачена подія, що ставить під загрозу стабільність підприємства, і раптове серйозна подія, що має потенціал, здатний зашкодити репутації компанії або навіть зруйнувати її.

Фахівці США виділяють такі типові помилки при зіткненні з кризою, які варто також уникати урядовцям України [5]:

- нерішучість, що створює у публіки відчуття некомпетентності і відсутність підготовки;
- напускання туману, що породжує нечесність і нечутливість;
- відповідні заходи, які підвищують напруження, не знижуючи його;
- ухилення від достовірного висвітлення кризи, яке створює великі проблеми, оскільки ніщо не може замінити правди;
- марнослів'я, яке підміняє дії розмовами;
- конфронтація, яка “підживлює” кризу;
- судовий розгляд, який ще більше привертає увагу преси.

Таблиця 3.1

Етапи розвитку кризової ситуації

1-й етап	2-й етап	3-й етап	4-й етап	5-й етап
Сигнальний Характеризується появою невеликих повідомлень у мас-медіа. Якщо органи державної влади залишаються чутливими до настроїв стейкхолдерів та здійснюють моніторинг висвітлення у ЗМІ “проблемних” тем та відповідних тенденцій, можливо спрогнозувати розвиток ситуації. Рішення органів влади “не піднімати тему” не зупинить ЗМІ – вони подаватимуть версії, інтерпретації, чутки	Зондування Характеризується тим, що тут можна перехопити ініціативу і задати напрям розвитку теми. Відсутність відповіді призводить до небажаних реакцій і того, що інтерпретацію ситуації контролюватимуть ЗМІ протягом усього періоду розвитку криз	Гострий Характеризується найкоротшим і найбільш інтенсивним загостренням кризи, коли проблема перетворюється на справжню кризу. ЗМІ починають повідомляти про фінансові, ресурсні, людські збитки/шкоду. Це етап, коли слід “виходити з кабінетів”	Підхоплення На цьому етапі всі ЗМІ намагаються висвітлити тему кризи. На цьому етапі може здаватися, що висвітлення кризи виходить з-під контролю і найважливішою є присутність у ЗМІ зі своєю позицією та узгодженість коментарів органу влади	Хронічний Цьому етапу притаманне те, що мас-медіа намагаються повертатися до теми, з’ясовуючи проблеми провини і відповідальності, а також долі потерпілих. Перевага успішної діяльності органу державної влади тут полягає в тому, що орган влади бере на себе відповідальність, і надає потерпілим допомогу. 6-й етап – відновлення репутації. Характеризується тим, що журналісти узагальнюють і з’ясовують, що зроблено для запобігання кризі. Це етап, пов’язаний із винесенням уроків на майбутнє і вдосконаленням

Джерело: складено автором за даними [34]

Загально відомо, що будь-яка криза має певну структуру і життєвий цикл, можна хоч приблизно спрогнозувати її розвиток і запропонувати можливі шляхи вирішення виниклої проблеми.

Рекомендацій щодо подолання кризи багато, але тут слід враховувати особливості будови та управління організації, тип кризи і ситуацію, що склалася в зовнішньому середовищі. Програма здійснення комунікацій (етапи) у кризовій ситуації може розроблятися за такою схемою.

На першому етапі необхідно ідентифікувати проблему, тобто з'ясувати, що, де, як, коли, чому сталося, хто до цього залучений. Для фахівця комунікацій важливо визначити комунікативні аспекти проблеми – звідки, коли, яка, кому, чому і як передається інформація.

На другому етапі здійснюється ситуаційний аналіз – громадськість ділиться на сегменти за критерієм реакції на інформацію. Сегмент громадськість – група, яка однаково реагує на інформацію. Сегменти ранжуються за значимістю, встановлюються цілі комунікацій для кожного з сегментів.

На третьому етапі розробляється план послідовних комунікацій для кожного сегмента (групи).

На четвертому етапі реалізація плану комунікацій варто супроводжувати проведенням оцінки та аналізом результатів. При збереженні проблемної ситуації цикл повторюється. Основний принцип комунікацій при розв'язанні кризи – не замовчувати події. Найбільш ефективні комунікації будуються за правилом надання достовірної і повної інформації. Якщо організація не повідомляє нічого, це дратуватиме ЗМІ і громадськість, що в подальшому піднімає ескалацію кризи.

Коли криза вже вибухнула, завданнями команди управління кризою в складі старших керівників є такі:

- 1) випуск заяви, подання фактів так, як вони відомі, і формування уявлення про них у ЗМІ і всередині організації;
- 2) надання оперативної інформації в міру розвитку ситуації і появи нових відомостей;
- 3) використання найшвидших засобів комунікації з доступних – веб-ресурсів, інтернет-форумів, електронної пошти, факсу, брифінгу для поширення інформації як у зовнішнє середовище, так і всередині організації;
- 4) надання достатньої кількості каналів для запитів інформації ззовні з використанням додаткових ліній зв'язку.

Наявність оперативного та надійного зв'язку без перешкод має життєво важливе значення під час кризи. Планування, підготовка та розробка плану

кризової комунікації забезпечує успішність операцій під час комунікаційної кризи. Робота з внутрішньою, зовнішньою аудиторіями та засобами масової інформації є складним завданням. Відсутність контролю та управління повідомленнями, які надходять від лідерів реагування на подію, може мати більший резонанс, ніж сама криза. суспільства під час інформаційної кризи зашкодило вже не один раз.

Класичний підхід працівника відділу зв'язків з громадськістю або працівника відділу інформування громадськості до кризової комунікації може стати основою для адекватного реагування на кризу.

Таким чином, підсумовуючи теоретичні розробки дослідників щодо сутності та специфіки кризового реагування в умовах надзвичайних ситуацій, можна зазначити, що кожна криза є унікальною і потребує подальших фахових досліджень науковців і практиків.

3.2. Стратегія удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади

Однією з найбільш серйозних проблем будь-якої кризової політичної ситуації є її розгортання за умов неадекватного відображення у громадській думці.

Ефективна стратегія антикризових комунікацій – це стратегія завоювання контролю над суспільно-політичним дискурсом. Пропонується наступний алгоритм дій при кризових ситуаціях, таких як всесвітня пандемія:

1. Забезпечення громадян офіційною інформацією та позицією, заяви перших осіб. Найбільш авторитетними в період кризи вважаються офіційні джерела. Суспільство у кризовій ситуації очікує на чіткі та зрозумілі відповіді та всебічне висвітлення ситуації. Якщо офіційні комунікатори не можуть запропонувати зрозуміле для соціуму пояснення, то це може призвести до формування недовіри до офіційних джерел інформації. Хрестоматійним в антикризових комунікаціях вважається «правило шести годин» – протягом цього

часу має бути висловлена офіційна позиція щодо кризової ситуації. Варто зауважити, що наявність декількох джерел інформації щодо кризи може ускладнювати ситуацію. Більше того, важливо обмежити всі можливі витoki інформації назовні. Спілкування необхідно звести до двох представників відповідального органу влади: «речника» та одного з керівників [11]. При подачі інформації не треба обмежуватися занадто офіційним стилем, значно зрозумілішим повідомлення зроби́ть приклади, цифри, деталі, розгляд кризової ситуації в контексті, щоб побачити і позитивні моменти. Не варто уникати називати проблему, давати їй «ім'я» (серйозна проблема у будь-якому разі одержить у дискурсі ім'я, наприклад, «Facebook Leaks»). Потрібно випередити події і самостійно дати назву кризі.

2. Взаємодія з засобами масової інформації. Засоби масової інформації можуть стати як найкращим помічником у подоланні кризової ситуації, так і джерелом чи поштовхом для розгоряння кризи, поширення неврегульованості політичної агітації. Більше того, засоби масової інформації можуть і стають головним каталізатором більшості криз [12].

Рекомендуємо наступні засади, на яких має будуватися комунікація зі ЗМІ у кризових ситуаціях:

- погані новини повідомляти першими, не дозволяти, щоб інші джерела випередили у поданні тривожних фактів;
- бути абсолютно впевненим у фактах і твердженнях, які оприлюднюються, не подавати неперевіреної інформації; якщо відсутня можливість надати інформацію на даний момент, пояснити причини та встановити терміни і спосіб її надання;
- дотримуватися обіцянок;
- не розповсюджувати інформацію «приватно».

Також можливе розповсюдження інформації через соціальні мережі офіційними посадовцями чи визначеними спікерами, що практикується в останній час.

3. Залучення експертів. У кризовій ситуації важливим є активне управління всіма інформаційними потоками. Співпрацюючи зі ЗМІ, необхідно розуміти специфіку їхньої роботи з висвітлення ситуації.

На першому етапі журналісти транслують інтерв'ю з фахівцями, пересічними очевидцями події, коментаторами та можуть поширювати недостовірну інформацію.

На другому етапі, коли основні дані про подію відомі, медіа намагаються осмислити ситуацію і синтезувати інформацію: запрошуються експерти, аналізуються причини і наслідки кризової ситуації, робляться висновки та шукаються відповідальні.

Третій етап характеризується тим, що ЗМІ акцентують увагу на відновленні нормального життя та підтримці морального стану населення у разі тривалості кризи. Врахування цих особливостей роботи медіа дозволить комунікатору більш ефективно підготувати антикризові заходи¹⁵.

4. Громадськість як партнер. Для ефективних антикризових дій необхідним є: розвиток співпраці з новими типами партнерів і координація з різними зацікавленими аудиторіями, зокрема, представниками громадянського суспільства.

Забезпечення міцного зв'язку з громадськістю, яка буде відчувати свою залученість до процесів, що відбуваються у країні, дозволить у кризовій ситуації знаходити точки дотику якнайшвидшого виходу з неї. Наприклад, пошук підтримки і налагодження співпраці з активістами міг би допомогти подолати брак довіри та поінформованості щодо антикорупційних органів – Національного антикорупційного бюро України, Спеціалізованої антикорупційної прокуратури, Державного бюро розслідувань (Рис. 3.1).

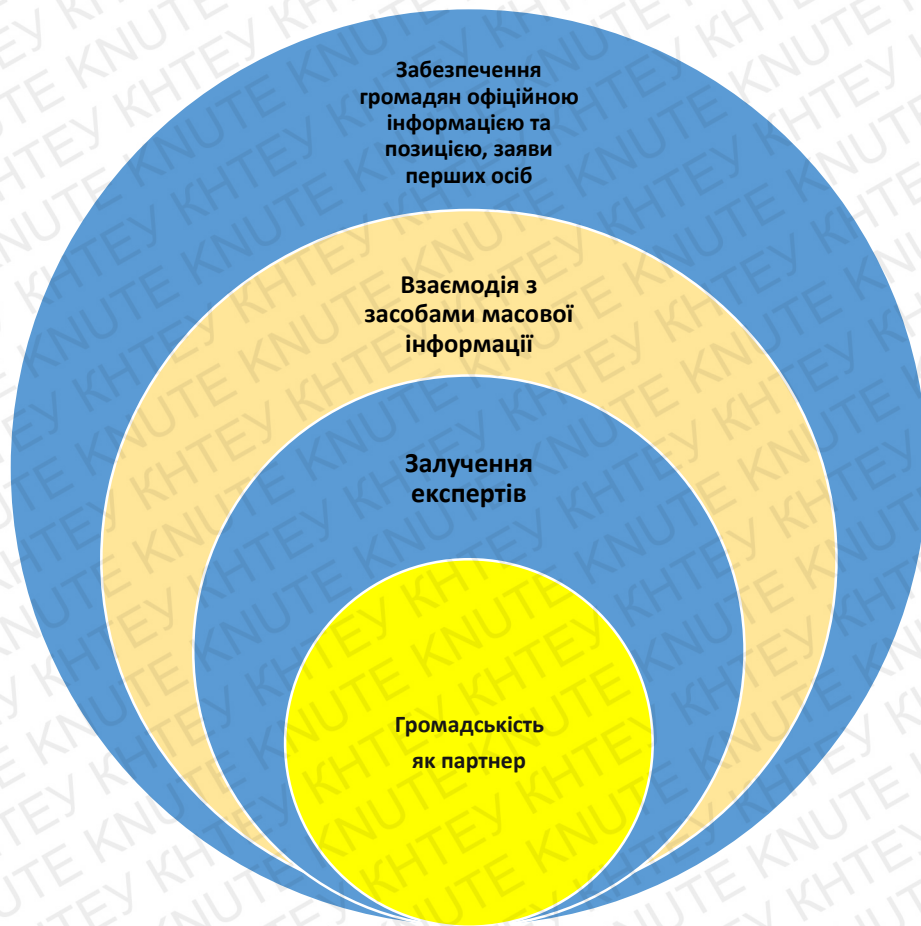


Рис.3.1 Алгоритм дій при кризових ситуаціях

Джерело: [авторська розробка]

Антикризові комунікації передбачають відкритий діалог із громадськістю, оперативні та вичерпні відповіді на запити ЗМІ, системну роботу з побудови іміджу комунікатора, створення інформаційного поля, яке зменшить розрив між очікуваннями у суспільстві і реальним станом речей [18]. Недостатньо просто поширити інформацію. Комунікація – це двосторонній процес. Важливо отримати відгуки, пропозиції та ідеї від представників громадськості та ЗМІ, у тому числі, через соціальні мережі.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведених дослідження та з метою забезпечення такого важливого напрямку, як публічне управління та адміністрування комунікативною діяльністю, комунікацію в публічному управлінні сфера охорони здоров'я потребує невідкладної зміни системи державного управління, переходу від політики інформування до публічної комунікації. Зважаючи на актуальність обраної теми випускної кваліфікаційної роботи, повідомляємо про наступні висновки.

1) На сучасному етапі розвитку саме комунікації є найважливішим явищем глобального комунікативного суспільства, яке обумовлене не лише проникненням комунікації у сфері його життєдіяльності, а й виникнення та розвитком якісно нових типів комунікативних структур та процесів, у якому нові інформаційні засоби стають найважливішим інструментом орієнтації людини у світі та у взаємодії людей між собою.

Спроможність підвищення рівня довіри громадян до органів публічної влади є головним завданням державної комунікативної політики.

Поняття публічних комунікацій широко досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Л.Гогіна, Н. Демедишина, С. Загороднюк, Н. Липовська, Т. Недашківська, А. Рачинський, В. Сорока, С. Хаджирадева та інші.

Окрім того, особливості започаткування інтегрованих комунікацій досліджували: І. Бачинська, О.Зозульов, А.Войчак, Т. Примак, С. Бродбент.

2) Основним завданням зв'язків з громадськістю в органах публічного управління є створення іміджу ефективного та компетентного керівництва, яке може вирішувати проблемні питання, при цьому не утискаючи законних прав громадян на своєчасний доступ до достовірної інформації, відтворення внутрішнього та зовнішнього соціальнополітико-психологічного середовища, сприятливого для успішної роботи органу публічної влади, забезпечення бажаної поведінки громадськості щодо цього органу влади.

В охороні здоров'я комунікація – це інформування та навчання населення основам збереження та зміцнення особистого здоров'я, профілактики

захворювань, здоровому способу життя, тактиці дій при загрозових для здоров'я та життя станах; виду, місця та умов отримання певних видів медичної допомоги.

3) В Міністерстві охорони здоров'я України, як центрального органу виконавчої влади, забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах охорони здоров'я, комунікативну функцію зв'язку із ЗМІ та громадськістю виконується такими структурними одиницями:

- прес-секретарем;
- прес-центром або прес-службою;
- службою (керівником) зв'язків з громадськістю безпосередньо;
- позаштатним працівником або зовнішньою консультативною підприємством на договірних домовленостях.

4) Представники урядів різних світових країн дотримуються єдиних установок при висвітленні перебігу пандемії Covid-19. Майже усі керівники держав кризову ситуацію називають надважкою і наголошують на користі суспільних дій.

5) Під час кризових ситуацій при висвітленні перебігу пандемії Covid-19 в Україні виникли комунікаційні проблеми. Для протидії інфодемічним процесам вдалим виявляється практика персоналізованого надання експертної оцінки посадовцями, які є авторитетні. Це було керівництво Міністерства.

6) Запропоновані шляхи модернізації інформаційно-комунікативної діяльності у галузі охорони здоров'я, адже ефективна стратегія антикризових комунікацій – це стратегія завоювання контролю над суспільно-політичним дискурсом.

7) Запропонований алгоритм дій при кризових ситуаціях, таких як всесвітня пандемія, складається із наступних складових:

- забезпечення громадян офіційною інформацією та позицією, заяви перших осіб;
- взаємодія з засобами масової інформації;
- залучення експертів;
- громадськість як партнер.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Борисенко Л. Технології державного піару / Л. Борисенко // Консалтинг в Україні. – 2008. – № 3 (44). – С. 18 – 21
2. Дорошенко К. Світові інтелектуали про наслідки пандемії коронавірусу для людства. Суспільне. Новини. 19.03.2020. URL: uspilne.media/31900-grivna-zmicnuetsa-sodo-dolara-i-evro-kurs-valut/ (дата звернення: 24.04.2020)
3. Звіт дослідження „Оцінка спроможності структурних підрозділів з питань взаємодії з ЗМІ та зв’язків з громадськістю міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, виконувати свої функції на належному рівні” від грантового проекту “ДІАЛОГ ДЛЯ РЕФОРМ” Світового банку, який здійснювався Міністерством економіки та з питань європейської інтеграції України в 2003 р.
4. Закон України “Про доступ до публічної інформації ” від 13.01.2011 № 2939-VI// Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 16. – с. 93.
5. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16 листопада 1992 року № 2782-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – №1. – ст. 32.
6. Закон України «Про звернення громадян» // Відомості Верховної Ради. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
7. Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 48. – с. 650. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
8. Закон України “Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади і місцевого амоврядування органами масової інформації” від 23 вересня 1997 р. № 539/97- 12 ВР // ВВР України. – 1997. – № 49. – Ст. 299.
9. Закон України про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань забезпечення та безперешкодної реалізації права людини на свободу слова № 676-ГУ із змінами. Режим доступу : www.rada.gov.ua

10. Закон України про авторське право і суміжні права № 3792-XII, із змінами. Режим доступу : www.rada.gov.ua
11. Закон України про внесення змін до Цивільного кодексу України щодо права на інформацію № 3261-IV із змінами Режим доступу : www.rada.gov.ua
12. Закон України про державну службу № 3723-XII із змінами Режим доступу : www.rada.gov.ua
13. Закон України про державну таємницю № 3855-XII із змінами. Режим доступу : www.rada.gov.ua
14. Закон України про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні № 2782-XII із змінами. Режим доступу : www.rada.gov.ua
15. Закон України про звернення громадян № 393/96-ВР із змінами. Режим доступу : www.rada.gov.ua
16. Закон України про інформаційні агентства № 74/95-ВР із змінами. Режим доступу : www.rada.gov.ua
17. Закон України про Конституційний Суд України №2400-XII із змінами. Режим доступу : www.rada.gov.ua
19. Закон України про місцеві державні адміністрації № 5 86-XIV із змінами Режим доступу : www.rada.gov.ua
20. Закон України про об'єднання громадян Режим доступу : www.rada.gov.ua
21. Закон України про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки № 537-У. – Режим доступу : www.rada.gov.ua діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації № 539/97-ВР із змінами.
22. Закон України про державну таємницю. Режим доступу : www.rada.gov.ua
23. Лашкіна М.Г. Психологічний аспект комунікативної функції ЗМІ / М.Г.Лашкіна // Культура народів Причорномор'я: науч. журн. Таврич. нац. ун-та. – 2004. - № 49. – Т. 2. – С.61 – 64.

25. Постанова Кабінету Міністрів України від 04.01.2002 № 3 «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» (із змінами). Режим доступ: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF#Text>
26. Остапчук Ю. Роль електронної комунікації в інформаційному суспільстві. Вісник Книжкової палати. 2016. № 5. С. 38-40.
27. Паризький І. В. Галузеві елементи державного управління інноваційно-технологічним розвитком економіки України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2017. № 2. С.
28. Пархоменко К. Теоретичні засади формування рамок професійної компетентності державних службовців. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 3. С. 292-299.
29. Плєскач В. Використання новітніх інформаційно – комунікаційних технологій в системі управління державними фінансами. Банківська справа. 2015. № 3. С.22-32.
30. Полторак К. А. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій у мережі Інтернет засобами математичного моделювання. Маркетинговые исследования в Украине. 2017. № 6. С. 44-54.
31. Попова, О. Реформування громад: "добровільність" без альтернативи. Дзеркало тижня. 2016. № 7. С. 6.
32. Почапський В.Р. Трансформація взаємодії громадянського суспільства та публічної влади засобами комунікативних технологій. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології. Вінниця, ВТЕ КНТЕУ. 2018. Ч. 2. С. 905-910.
33. П'ятницька Г., Найдюк В. Мультиваріативність стратегій інноваційного розвитку. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 1. С. 22-36.
34. Рибка С., Кільчицький Є., Післегін О. Про національну інформаційно - комунікаційну інфраструктуру. Урядовий кур'єр. 2015. № 6. С.10.
35. Романенко Є. О. Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 4. С.69-78.

36. Русін В. Нові можливості вирішення проблем територіальних громад за допомогою міжбюджетних трансфертів. Світ фінансів. 2015. № 3. С.82-93.
37. Степанов В. Ю. Державна інформаційна політика: проблеми та перспективи : монографія. Х. : С. А. М., 2011. 548 с.
38. Указ Президента України №150-2002 "Про додаткові заходи щодо забезпечення реалізації громадянами конституційного права на звернення" від 13 серпня 2002 р. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/700/2002#Text>
39. Czernecki, I. (2014). America and Human Capital Formation in Communist Europe Aspirations, Reactions and Results. *International Review of Social Research*, 4(2), 61-74.
40. Initiation à la pratique sociologique, en collaboration avec Louis Pinto, Rémi Lenoir, Dominique Merllie, Paris, Dunod, 1989.
41. Harlow Rex, F. (1979). Building a Public Relations Definition. *Public Relations Review*. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811176800227> (accessed 16 October 2019).
42. Bljek, S. (1990). Pablik rilejshnz. Chto jeto takoe? [Public Relations. What is it?]. Moscow: Agentstvo pechaty Novosti. (in Russian)
43. Rising levels of hate speech & online toxicity during this time of crisis. URL: https://l1ght.com/Toxicity_during_coronavirus_Report-L1ght.pdf
44. Tellthetruthbelgium. The Truth About Covid-19 end the Ecological Crisis& A Speech for Sophie Wilmès. 2020. URL: <https://www.extinctionrebellion.be/en/tell-the-truth>
45. Two Step Flow Theory.» Opleidingswebsite Communicatiewetenschap (CW) En Communication Studies (CS). Unitveristy of Twente, 9 Sept. 2004. Web. 11 Apr. 2010.
46. Tossaert D., Demmke Ch., Nomden K., Polet R. — Maastricht : IEAP, 2001. — 356 p.
47. Trump issued an WHO ultimatum over the coronavirus. 2020. Ukrainian truth. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2020/05/19/7252199/> (in Ukrainian).

47. Sauden J. Gestion des ressources humaines /Cauden J., Sanches A. A. — 2e edition. — P.: Berger-Levrault, 1998. — 342 p.
48. Shevallier J. Le service public. — P.: PUF, 1987. — 127 p.
49. Vaezi A., Shaghayegh H. J. Infodemic and Risk Communication in the Era of CoV-19. Advanced biomedical research. 2020. Vol. 9. No 10. DOI:10.4103/abr.abr_47_20. 6. Vaughan E., Tinker T. Effective Health Risk Communication About Pandemic Influenza for Vulnerable Populations. American Journal of Public Health. Vol. 99. P. 324–332. DOI: 10.2105/AJPH.2009.162537.
50. Peters M. A., McLaren P., Jandrić P. A viral theory of post-truth. Educational Philosophy and Theory. 2020. P. 1–9. DOI: 10.1080/00131857.2020.1750090.
51. Worte-Real I. Les administrations en mouvement. Les reformes de modernisation administrative dans quatre pays: Portugal, Pays-Bas, Irlande et France /Corte-Real I., Nomden K., Kelly M., Petiteville F. . — Maastricht: IEAP, 1999. — 148 p.
52. Weymeri J.-M. Pouvoir politique et haute administration. Une comparaison europeenne. - Maastricht: IEAP, 2001. — 157 p.

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра публічного управління та адміністрування

РЕФЕРАТ
ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
на тему:
Оцінювання інформаційно-комунікативної діяльності
органів публічної влади

Студенки 2 курсу, 4мз групи,
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
спеціалізації «Публічне
управління та адміністрування»



(підпис студента)

Ільїнової
Світлани
Андріївна

Науковий керівник
к.е.н.,
доцент

Лазебна
Ірина
Василівна

Гарант освітньої програми
д-р. екон. наук,
доцент



(підпис гаранта)

Ладонько
Людмила
Степанівна

Київ 2020

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменувань). Основний зміст роботи викладено на 51 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 1 рисунок, 5 таблиць.

Метою роботи є обґрунтування механізмів реалізації інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади та розробка практичних рекомендацій щодо її удосконалення.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких дослідницьких завдань:

- дослідити теоретико-методологічні основи інформаційно-комунікативної діяльності;
- обґрунтувати роль комунікацій у діяльності органів публічної влади;
- визначити основні складові та напрями інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України;
- дослідити міжнародний досвід, а також інформаційно-комунікативні кампанії та проєкти Міністерства охорони здоров'я України в період запобігання занесенню і поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2;
- оцінити виконання комунікативної функції Міністерства охорони здоров'я України;
- запропонувати шляхи модернізації інформаційно-комунікативної діяльності у галузі охорони здоров'я;
- розробити стратегію удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади.

Об'єктом дослідження є процес інформаційно-комунікативної діяльності органів державної влади.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні основи реалізації інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України.

Для вирішення визначених завдань, теоретичною та методичною основою досліджень є наукові праці вітчизняних та закордонних вчених з комунікацій, нормативно-правові акти, які врегульовують відносини у сфері комунікацій.

У першому розділі розкриваються теоретико-методологічні основи інформаційно-комунікативної діяльності та роль комунікацій у діяльності органів публічної влади.

У другому розділі здійснюється дослідження основних складових та напрямів інформаційно-комунікативної діяльності Міністерства охорони здоров'я України та міжнародний досвід інформаційно-комунікативної кампанії та проєктів в період запобігання занесенню і поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 та його примінення Міністерством охорони здоров'я України.

Здійснюється оцінювання виконання комунікативної функції Міністерства охорони здоров'я України.

У третьому розділі пропонується модернізація інформаційно-комунікативної діяльності у галузі охорони здоров'я та стратегія удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади.

Одержані результати можуть бути використані при удосконаленні інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади

Анотація

У випускній кваліфікаційній роботі висвітлено питання розробки та впровадження нових інформаційно-комунікативних технологій у діяльність органів публічної влади в контексті розбудови взаємодії з інститутами громадянського суспільства, проаналізовано теоретичні засади дослідження інформаційно-комунікативної діяльності органу публічної влади, а саме Міністерства охорони здоров'я в період боротьби із поширенням на території України коронавірусної хвороби Covid-19, викладено пропозиції щодо удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності органу публічної влади.

Ключові слова: Міністерство охорони здоров'я України, інформаційно-комунікативної діяльність, пандемія, Covid-19, кризові ситуації.

Abstract

The final qualifying work covers the development and implementation of new information and communication technologies in the activities of public authorities in the context of the development of interaction with the institutions of civil society, analyzes and analyzes of the analysis. control of the spread of coronavirus disease Covid-19 in Ukraine, proposals for improving the information and communication activities of public authorities.

Keywords: Ministry of Health of Ukraine, information and communication activities, pandemic, Covid-19, crisis situations.

РЕЦЕНЗІЯ

на випускню кваліфікаційну роботу на тему
«Оцінювання інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади»
студенки ОС «Магістр»
спеціальності «Публічне
управління та адміністрування»
Київського національного торговельного-економічного університету
Ільінової Світлани Андріївної

Випускна кваліфікаційна робота виконана на актуальну тему, адже питання розробки та впровадження нових інформаційно-комунікативних технологій у діяльність органів публічної влади в контексті розбудови взаємодії з інститутами громадянського суспільства набуває в сучасних світових та українських реаліях особливої значущості. Додатково вважаю, що комунікація стає невід'ємним складником системи національної безпеки в умовах, коли відбувається дестабілізація ситуації в країні, якп в підсумку підриває довіру громадськості до влади.

В роботі проаналізовано теоретичні засади дослідження інформаційно-комунікативної діяльності органу публічної влади, а саме Міністерства охорони здоров'я в період боротьби із поширенням на території України коронавірусної хвороби Covid-19.

Автором детально проаналізовано та визначено проблематику, знайдено шляхи вирішення та надані пропозиції щодо удосконалення інформаційно-комунікативної діяльності МОЗ України.

Громадянське суспільство потребує розвинутих і обґрунтованих комунікаційних стратегій і тактик, які допомагають задовольнити потреби суспільства в якісній та оперативній інформації та забезпечать суспільство максимально повними й вичерпними відомостями про діяльність усіх (владних і невладних) структур у суспільстві, надасть можливість усім суб'єктам комунікації довести свою соціальну значущість, завоювати довіру до своєї діяльності і дістати підтримку з боку громадськості для успішного виконання своїх функцій.

Очевидною перевагою роботи є спроба автора запропонувати перейняти успішний досвід інших країн, які мають вдалі комунікаційні стратегії і тактики під час боротьби із захворюваністю на Covid-19.

Випускна кваліфікаційна робота є актуальною та містить практичні рекомендації. Робота відповідає вимогам та має бути допущена до захисту.

**Генеральний директор
Директорату громадського здоров'я
та профілактики захворюваності
Міністерства охорони здоров'я**



Ірина Руденко

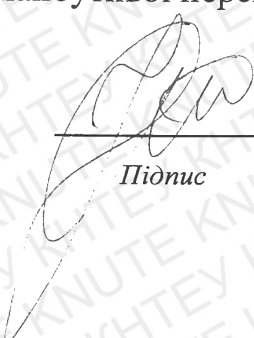
Згода

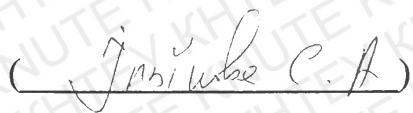
Я, Ільїнова Світлана Андріївна, цим засвідчую, що є автором випускної кваліфікаційної роботи на тему: "Оцінювання інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади" несу повну відповідальність за достовірність, точність та повноту поданої у роботі інформації, жодна частина роботи не була 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.

«08» 12 2020 року


Підпис


Прізвище, ініціали

Завідувачу кафедри публічного
управління та адміністрування
Новіковій Н.Л.

Заява

Я, Ільїнова Світлана Андріївна, повідомляю, що за результатами здійснення самостійної перевірки з використанням програмно-технічних засобів у наданій випускній кваліфікаційній роботі на тему: «Оцінювання інформаційно-комунікативної діяльності органів публічної влади» 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.

«12» 2020 року



(підпис)

Фізичн x Мараш x Проц x (6) Wh x Пошу x Про в x 2014-4 x Поста x Страте x Telegr x Кабин x Міжна x Безкоп x + - □ x

edubirdie.com/perevirka-na-plagiat

Дипломна робота Ільнова Світлана 22.11.pdf

85.7% Унікальність тексту

Текст копіює

Ресурси:

https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/530-2018-%D1%80

Відсоток співпадіння: 6.6

Знайти в тексті: Показати

Показати всі співпадіння

Як працює наш сервіс перевірки на плагіат?

- 01 Прикріпіть файл зі свого комп'ютера або просто скопіюйте текст і вставте його у спеціальне поле.
- 02 Натисніть кнопку «Перевірити» і почекайте, поки інструмент відправить ваш запит і перевірить роботу на наявність плагіату.
- 03 Отримайте звіт про плагіат, включаючи відсоток унікальності вашого тексту. Всі скопійовані слова і вирази будуть виділені!

Let's Chat

Різновиди плагіату

Прямий плагіат - навмисне відтворення чужого тексту слово в слово

CTR+C - текст містить значну частину іншого, чужого тексту

Пам'ятка Маріст....docx

Ільнова_Світлан....docx

b87b4a6afd5ab2fc....jpg

7d0156d7e3432efc....jpg

5449fa5f636dd1ca....jpg

Показати все

We use cookies to give you the best experience possible. By continuing we'll assume you board with our [cookie policy](#).

Введіть здесь текст для поиска

14:32 28.11.2020