

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Центр підготовки магістрів публічної служби і професійних суддів

Кафедра журналістики

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

«ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЛЕГІТИМАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ»

Виконав: здобувач вищої освіти 2 курсу

заочної форми навчання

галузь знань – 28 «Публічне управління та
адміністрування»

спеціальність 281 – «Публічне управління
та адміністрування»

Бобровський Максим Олександрович

Керівник – д.н.держ.упр, проф.

Маляренко Т.А.

Рецензент – доктор філологічних наук,
професор Колкутіна Вікторія Вікторівна

Одеса – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕГІТИМАЦІЙНОГО АСПЕКТУ ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	8
1.1.Легітимність влади як предмет наукового дискурсу.	8
1.2.Місце та роль формування громадської думки у практиках легітимації влади.	14
1.3.Понятійно - категоріальний апарат дослідження у фокусі комунікативного забезпечення діяльності органів публічної влади.	22
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ГРОМАДСЬКА ДУМКА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	29
2.1.Комунікативні канали забезпечення формування громадської думки: публічно-управлінський аспект	29
2.2. Легітимаційний потенціал взаємодії органів публічного управління та засобів масової комунікації на місцевому рівні.	41
Висновки до розділу 2	51
РОЗДІЛ 3. ВЗАЄМОДІЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ	53
3.1. Проблемні питання комунікативної діяльності місцевих органів публічного управління	53
3.2. Шляхи підвищення ефективності комунікативної взаємодії органів публічного управління і засобів масової комунікації на місцевому рівні.	61
Висновки до розділу 3	72
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Актуальність дослідження проблеми взаємодії влади і засобів масової комунікації зумовлена сучасними трансформаціями політичної системи України та пошуком механізмів забезпечення її ефективності та демократичності в умовах повномасштабної російської агресії. Ефективна взаємодія органів влади з засобами масової комунікації, інститутами громадянського суспільства, та окремими громадянами забезпечує сталість демократичного розвитку України як правової соціальної держави, тому що відкритість та прозорість влади, участь громадян у прийнятті рішень є основою її легітимності.

Взаємодія органів публічного управління з засобами масової комунікації (далі - ЗМК) набуває особливої ваги на сучасному етапі державотворення в Україні з урахуванням стану української держави та її керівництва, який є дуже складним і полягає в тому, що криза легітимності та делегітимаційні процеси охопили всі рівні політичного та державного управління: соціально-економічна ситуація, стабільність і покращення якої, є однією з легітимаційних основ влади - ускладнена факторами зовнішнього впливу і, перед усім військової агресії РФ проти України та кардинальним переформатуванням світової системи колективної безпеки.

Проблема ускладнюється ще й тим, що виборча модель легітимації, одна із головних складових сучасної легітимаційної політики та практики, внаслідок суспільно-політичних процесів та дій органів влади виявилася багато в чому дискредитованою в очах суспільства, тому не може бути ефективно використана.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій і, як наслідок, розвиток комунікативного простору радикально змінюють суспільні взаємозв'язки, інформаційний обмін, ступінь відкритості і кількість діалогових форм спілкування та вимагають трансформації комунікативної моделі взаємодії публічних органів управління і громадськості та визначають коло проблем:

низька ефективність правового регулювання інформаційно-комунікативної сфери; неефективне забезпечення інформаційного суверенітету та інформаційної безпеки України; недостатня інформаційна активність України за кордоном; відставання у запровадженні сучасних інформаційних технологій.

Таким чином, взаємодія органів публічної влади і ЗМК у контексті легітимації влади набувають все більшої актуальності і стають важливим механізмом здійснення політичної комунікації, запорукою прийняття виважених і вірних рішень в сфері державного управління та об'єднують політичну систему та громадянське суспільство.

Актуальність обраної теми обумовлена також необхідністю осмислення наукових підходів до легітимації влади на основі класичних теорій та сучасних концепцій легітимації, технологій формування громадської думки, що надасть можливість вибору оптимальних шляхів взаємодії органів публічного управління і засобів масової комунікації. Очевидною є необхідність аналізу сутнісних характеристик ЗМК як чинника здійснення та впливу на політичну комунікацію суб'єктів і об'єктів публічно-управлінської діяльності загальнодержавного і місцевого рівнів для виявлення стану комунікативної взаємодії органів публічного управління та ЗМК, його нормативно-правового регулювання та шляхів підвищення ефективності взаємодії органів влади і ЗМК.

Теоретичним підґрунтям дослідження підходів до легітимації влади стали роботи Д. Бела, П. Бекрґера та Т. Лукмана, П. Бурд'є, М. Вебера, Ю. Габермаса, Д. Істона, У. Ліппманна, С. Ліпсета, Х. Ортега-і-Гассета, та ін. Також розглянуті сучасні концепції легітимності влади таких українських учених як О. Висоцький, Н. Дармограй, О. Дащаківська, П. Манжола, В. Осовський, Н. Пашина, Г. Почепцов, С. Ситник, Є. Цокур та ін.

Комунікативні моделі взаємодії політики і суспільства в роботі розглянуті на основі досліджень Є. Тофлера, Г. Маклюєна, М. Кастельса, Г. Лассуела, Й. Масуди, Г. Шиллера, Р. Шварцентаґа. Використані також праці

В. Набруска, В. Бебика, Е. Дьякової Н. Чорної та Т. Аксентьєвої, Т. Граут-Сміт, Л. Побережської, Л. Гуменюк, А. Чічановського, в яких висвітлені питання взаємодії політики та ЗМК.

Науково-теоретичною базою дослідження проблем здійснення державного управління в сфері інформаційно - комунікативної політики стали праці вітчизняних авторів В. Бакуменка, Н. Нижник, С. Телешуна, Л. Чупрій.

Незважаючи на досить широкий спектр досліджень проблем легітимації влади, комунікативної політики, впливу ЗМК на громадську думку бракує сучасного дослідження легітимаційного потенціалу взаємодії органів публічного управління та ЗМК на місцевому рівні.

Мета і завдання дослідження. Виходячи з актуальності теми, метою дослідження є науково-теоретичне обґрунтування засад взаємодії органів публічного управління і засобів масової комунікації як інструменту легітимації влади та виявлення шляхів підвищення ефективності комунікативної взаємодії органів влади та ЗМК в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій.

Досягнення визначеної мети зумовило необхідність вирішення таких **завдань:**

- дослідити наукові підходи до розуміння легітимації влади;
- систематизувати підходи до формування громадської думки як технології легітимації влади;
- систематизувати основні поняття та категорії дослідження у фокусі комунікативного забезпечення діяльності органів публічної влади;
- проаналізувати роль засобів масової комунікації як інструмента взаємодії влади і суспільства та визначити їх місце і роль засобів масової комунікації у формуванні громадської думки;
- вивчити та проаналізувати легітимаційний потенціал взаємодії органів влади та засобів масової комунікації на місцевому рівні;

- виявити та систематизувати проблемні питання комунікативної діяльності органів публічної влади;
- запропонувати органам публічної влади конкретні кроки удосконалення комунікативної взаємодії з засобами масової комунікації.

Об'єкт дослідження – публічна комунікація в системі політико-управлінських відносин.

Предмет дослідження – взаємодія органів публічного управління та засобів масової комунікації на місцевому рівні як інструмент легітимації публічної влади.

Основні методи дослідження. У процесі дослідження були використані загальнонаукові та спеціальні методи, а саме: діалектичний метод, аналіз та синтез, метод систематизації, системний, історичний, структурно-функціональний, емпірико-аналітичний методи. Зокрема історичний метод був використаний для дослідження історичного розвитку ідеї владної легітимності; системний метод - для з'ясування сутності легітимації політичної влади, розгляду ЗМК як складової політичної комунікації та в процесі аналізу взаємовідносин органів публічного управління України і ЗМК як суб'єктів інформаційних відносин; метод систематизації - для узагальнення понятійного апарату та обґрунтування понять «легітимність», «засоби масової комунікації», «громадська думка»; метод емпіричного аналізу - для визначення можливих шляхів щодо підвищення ефективності комунікативної взаємодії органів публічної влади і засобів масової комунікації як на державному, так і на місцевому рівні.

Гіпотеза дослідження ґрунтується на припущенні, що комплексний підхід до розгляду процесів взаємодії органів публічного управління України і засобів масової комунікації як основи державної політики у сфері інформаційно-комунікативних відносин сприятиме оптимізації легітимаційних процесів.

Наукова новизна дослідження полягає в уточненні підходів щодо визначення шляхів взаємодії органів публічного управління і засобів масової

комунікації на місцевому рівні в контексті легітимації. Зокрема уточнено поняття «засоби масової комунікації», «легітимація», «громадська думка»; визначено основні засади впливу взаємодії органів публічного управління і засобів масової комунікації на легітимаційні процеси; окреслено нові підходи до політичної комунікації в епоху стрімкого розвитку інформаційних технологій; на основі теоретичних і практичних висновків обґрунтовані рекомендації щодо дій органів публічного управління удосконалення взаємодії з засобами масової комунікації.

Практичне значення одержаних результатів визначається тим, що основні теоретичні положення та висновки дослідження доведені до рівня конкретних пропозицій. Вони також викладені у формі, яка дозволяє їх практичне використання – як органами державної влади і місцевого самоврядування, так і лідерами громадських об'єднань.

Структура магістерської роботи. Робота містить вступ, три розділи, що включають сім підрозділів, висновки та рекомендації і список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕГІТИМАЦІЙНОГО АСПЕКТУ ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Легітимність влади як предмет наукового дискурсу.

Проблематика взаємодії органів публічної влади та засобів масової комунікації може бути розглянута у багатьох аспектах науки державного управління. Втім, розглядаючи природу, форми та механізми даної взаємодії, перед усім варто визначити її легітимацийний потенціал. Саме тому, визначення теоретико-методологічних засад дослідження легітимацийного аспекту публічної комунікації, зокрема і на місцевому рівні, потребує вивчення загальнонаукових підходів до феномену легітимності як такої.

Дослідження легітимацийної проблематики є вкрай актуальним, адже політична нестабільністю, характерна для держав транзитного типу, розвиток інститутів громадянського суспільства, виписки політичної активності, геополітичні виклики та зовнішні загрози створюють неабиякі проблеми правлячим елітам. Суб'єкти влади змушені діяти в умовах гострої політичної конкуренції з метою ефективного забезпечення суспільного визнання політичної влади в країні. Очевидно, що легітимність влади – це необхідна передумова соціально-політичної стабільності держави та її зовнішньополітичної суб'єктності.

Аналіз наукового дискурсу свідчить, що поняття легітимності влади та пов'язаних із нею процесів і явищ традиційно знаходились і продовжують знаходитися у епіцентрі теоретичного та прикладного пошуку представників різних галузей соціально-гуманітарного знання: філософії, історії, соціології, політології, теорії публічного управління та адміністрування тощо.

Як відомо, у науковий обіг термін «легітимність» увів М. Вебер. Концепція легітимності М. Вебера стала результатом своєрідного ідейно-теоретичного синтезу політико-філософських підходів, у межах яких розглядалось питання прийняття та підтримки політичної влади. Зазначимо,

що серед попередників М. Вебера особливе значення для вивчення проблеми легітимації влади мають ідеї та міркування Лао-Цзи, Конфуція, Платона, Аристотеля, Каутілії, Н. Макіавеллі, Т. Гоббса, Дж. Локка, І. Канта, Г.В.Ф. Гегеля, Ф. Ніцше та інших. Так, Лао-Цзи, Конфуцієм та Дж. Локком були закладені ідейно-теоретичні передумови для формування ціннісно-нормативного підходу до визначення специфіки феномену легітимації політичної влади. Платона та Т. Гоббса можна вважати адептами інституційного підходу у вивченні явища легітимації. У витоків системного бачення легітимація як складової політичного буття стояв Аристотель. І. Кант зробив визначальний крок до концептуалізації поєднання двох ключових аспектів легітимації політичної влади - ціннісно-нормативного та комунікативного. Культурологічні засади легітимаційних явищ та процесів у соціально-політичному житті суспільства знаходились у центрі філософських розвідок Г.В.Ф. Гегеля. Представниками політико-технологічного підходу у вивченні феномену легітимації влади по-праву вважаються Каутілія, Н. Макіавеллі та Ф. Ніцше. Зокрема, серед політичних філософів саме Н. Макіавеллі найближче підходить до розгляду легітимації політичної влади як проблеми технологій забезпечення суспільного визнання. Легітимація влади в італійського мислителя виступає процесом, яким можна управляти завдяки різноманітним способам, технологіям впливу та контролю громадської думки. До них він відносив формування позитивного образу суб'єкта політики через благочестиві промови та перемоги над ворогами, жорстокість для забезпечення підпорядкування владі, нездійсненні, але переконливі, обіцянки та застосування законів [16].

На наше переконання, М. Вебер є прибічником, перед усім, саме ціннісно-нормативній концепції легітимності політичної влади. У веберівській інтерпретації, легітимність – це «значущість владних відносин у суб'єктивних уявленнях соціальних суб'єктів, що не залежить від їхніх матеріальних інтересів, надій та страхів, пов'язана з почуттям обов'язку та визначається орієнтацією їхньої поведінки на певну ціннісно-нормативну

систему» [7, с. 160]. Можна стверджувати, що легітимність у М. Вебера виступає особливою якістю політичної влади та її носіїв в уявленнях соціальних суб'єктів бути позитивною, корисною для суспільства силою світовлаштування, прагненням оформити життя соціального колективу для загального блага. Таким чином, виходячи з розміркувань М. Вебера, здобути легітимність претендент на політичну владу чи її носій може лише відповідаючи ціннісно-нормативним орієнтаціям суспільства, які обумовлюються політичними ситуаціями та побудованими на їх критичному осмисленні проектами соціально-політичних перетворень.

У свою чергу, теоретична спадщина М. Вебера щодо легітимності стала невичерпним ідейним джерелом для розробки різноманітних концепцій легітимності та легітимації влади представниками сучасної політичної науки в багатьох країнах світу. Його погляди знайшли продовження у працях зарубіжних дослідників, зокрема, Д. Істона, С. Ліпсета, Ю. Габермаса, П. Бурд'є та ін. Серед українських учених питання легітимності влади розробляють Є. Бистрицький, О. Білий, О. Висоцький, Н. Дармограй, О. Дацаківська, П. Манжола, С. Рябов, С. Ситник, Є. Цокур та ін.

Особливо цікавою представляється думка українського вченого О. Ю. Висоцького, який виходить із тези, що прикметною ознакою сучасної ситуації суспільного життя є його прогресуюча технологізація, яка, окрім іншого, загрожує насамперед свободі особистості у реалізації свого вибору як здатності управляти власною долею. Соціальні деструкції цієї тенденції можна послабити, на його думку, «через осмислення світу політики як взаємодії та суперництва технологій у боротьбі за владу та її реалізацію, що, з одного боку, дає можливість політичним суб'єктам зменшити ступінь випадковості та непевності у своїх діях та заходах та, тим самим, досягти більшої ефективності та результативності у втіленні власних політичних проектів, а з іншого боку – орієнтує суспільні сили на «демістифікований», раціоналізований погляд на політичний процес, а відтак – надає більше можливостей для свободи вибору особистості та відстоювання нею власної

позиції щодо шляхів та цілей суспільно-політичного розвитку» [8]. Тож, на противагу іншим підходам до вивчення легітимації політичної влади (ціннісно-нормативного, когнітивного, культурологічного, соціологічного, інституційного, комунікативного, психологічного), систематизованих О.Ю. Висоцьким за критерієм вирішального чинника легітимації, технологічний підхід пропонується ним як такий, що уможливорює не тільки описати формування легітимності політичної влади, а й осмислити легітимацію її як процес суспільного визнання. Це, у свою чергу, дозволяє розглядати комплекс дій політичних суб'єктів як «певний алгоритм операцій, як спрямовані кроки щодо реалізації технології або технологій легітимації влади; визначати можливості та вимоги щодо оптимізації політичних практик, спрямованих на легітимацію» [8]. Легітимація політичної влади тлумачиться О.Ю.Висоцьким як «процес набуття політичною владою суспільної значущості, себто легітимності, що надає суб'єктам влади можливість здійснювати визначальний вплив на суспільно-політичну динаміку» [8]. Вчений акцентує увагу на суб'єктно-об'єктній складовій легітимаційного процесу й дістає висновок про легітимацію як двовекторний процес. Перший з векторів спрямований «від соціального суб'єкта до суб'єкта влади. У цьому разі легітимація постає як внутрішнє сприйняття та визнання значущості політичної влади, що виражається у вірі, довірі, згоді, підтримці її підлеглими, як пасивним суб'єктом легітимаційного процесу (веберівське розуміння). Другий, навпаки, - від суб'єкта влади до соціального суб'єкта як підлеглого. Тепер легітимація виявляє себе як зовнішній щодо реципієнтів впливу процес застосування технологій переконання у значущості політичної влади, який здійснює активний суб'єкт влади» [8]. О.Висоцький визначає сутності та структури легітимації політичної влади суто в технологічному вимірі. Визначаючи головних суб'єктів здійснення технологій легітимацій (політичні лідери, політичні партії, держава), автор слушно стверджує, що «усі їх прагнення, риторика, лексика, символіка – усі засоби мобілізуються для легітимації (укріплення влади) та усунення

делегітимаційних впливів» [8]. Тобто, політична практика легітимації розглядається О.Висоцьким як технологічний процес.

Однак в цілому, назву «легітимність» у науковому обігу отримало позитивне ставлення громадян країни до органів влади всіх рівнів та визнання правомірності їх діяльності. У цьому зв'язку слід відзначити, що у питаннях концептуалізації феномену легітимації вкрай необхідно розрізняти поняття «легальність» та «легітимність» публічної влади. Обидва терміни походять від латинського *legalis* (законність), проте різняться за значенням. Легальність передбачає дотримання юридичних вимог та норм при формуванні й організації публічної влади та її інституцій (організація та функціонування влади відповідно до конституції, законів, інших нормативно-правових актів). Легітимність може містити в собі юридичне поняття законності, але вона більше пов'язана з оціночними, етичними характеристиками. Це явище передбачає сприйняття населенням країни, його певних груп, міжнародною спільнотою державної влади, її інституцій, окремих посадових осіб, їх діяльності, а також відповідність усталеним нормам та очікуванням. Легітимність публічної влади залежить від підтримки населенням країни діяльності органів публічного управління, визнання курсу розвитку держави як такого, що відповідає потребам суспільства, а отже від готовності громадян приймати та виконувати рішення органів влади.

Легітимність влади є результатом процесу, здійснення процедури, спрямованих на досягнення суспільного визнання влади в цілому та її дій, інституцій, посадових осіб зокрема. Такий процес називають легітимацією. На думку С. Ситник, «легітимність завдяки багатогранності поняття виступає і як процес формування ставлення до влади, і як ресурс самої влади, що забезпечує їй значні переваги над політичними опонентами та конкурентами» [47].

У співвіднесенні понять «легальність» та «легітимність» можна виділити три варіанти: влада може бути легальною, проте нелегітимною;

легітимною, але нелегальною; і легітимною, і легальною. На нашу думку, перший варіант, зокрема, характерний для колоніальних країн, другий – для країн, де влада змінилася шляхом революції чи перевороту, які підтримала більшість населення країни, третій – коли владу здобувають на виборах більшістю голосів.

Варто зазначити, що легітимність не стала величина, і навіть переконлива перемога на виборах не є запорукою збереження легітимності протягом усього терміну повноважень. Суспільна оцінка діяльності влади постійно змінюється під впливом об'єктивних і суб'єктивних чинників. Серед них можна виділити результати впровадження владно-управлінських рішень, їх наслідки для суспільства в цілому та окремих категорій громадян зокрема, відсутність своєчасної, повної, достовірної інформації про дії влади, причини ухвалення непопулярних рішень. На зміну громадської думки можуть впливати оцінки опозиційних сил і міжнародного співтовариства. Тому погоджуємося з думкою Є. Цокура, що «своїми діями влада повинна постійно доводити, що гідна визнання та підтримки громадськості, а громадськість у цих діях повинна побачити переконливу відповідь, чому має визнавати правомірність і необхідність таких дій» [52].

Із наведеного вище випливає, що легітимність влади перед усім залежить від ставлення, сприйняття і визнання громадськістю влади. Як зазначають науковці, однією з умов успішної легітимації є її публічність, яка досягається за допомогою комунікації державних інститутів з інститутами громадянського суспільства.

«Щоб забезпечити легітимність своїх дій, заручитися підтримкою громадськості, принаймні переважної її частини, органам влади необхідно налагодити постійний діалог із суспільством, інформувати про проекти та ухвалені рішення, вивчати та враховувати думку громадян під час їх прийняття, залучати представників інститутів громадянського суспільства до самого процесу розробки і прийняття суспільно важливих рішень» [47]. На

переконання експертів, від рівня залучення громадян до процесу управління залежить рівень легітимності владних інституцій.

Наукові дослідження, які стверджують, що рівень легітимності влади залежить від рівня залучення громадськості до процесу управління підтверджуються політичною ситуацією, яка склалася в Україні, що продемонструвала важливість та невідворотність для владних інституцій наслідків зневажання проблематикою легітимності чи заміни її псевдо легітимаційними процесами і технологіями, довівши вкотре, що єдиним і головним джерелом легітимності політичної влади в сучасному політичному процесі є суспільство та особистість.

1.2. Місце та роль формування громадської думки у практиках легітимації влади.

Політичне життя суспільства і соціальні відносини, що складаються в ньому, зазнають впливу багатьох факторів, серед яких громадська думка відіграє важливу, а подекуди й вирішальну роль. Як відзначає з цього приводу відомий іспанський філософ і соціолог Х. Ортега-іГасет, «міцної буде лише та влада, що спирається на підтримку громадської думки. Так було завжди: і десять тисяч років тому, і в наші дні. За всіх часів суспільством можна було правити, тільки спираючись на підтримку громадської думки» [22, с. 96].

Інший представник соціогуманітарного знання - Уолтер Ліпман також акцентував значення громадської думки у політичних процесах. У своєму програмному творі, інтерпретуючи спосіб функціонування та формування громадської думки як кристалізацію уявлень, знань та думок, існуючих у вигляді емоційно забарвлених стереотипів, свого роду механізму «селективного сприйняття», У. Ліпманн підкреслював, що вплив на цей механізм сприяє політичному успіху та визнанню [61 с. 59].

Дослідження сутності процесів легітимації через функціональні імперативи виробництва, відтворення та актуалізації громадської думки

простежується у роботі Ю. Габермаса «Структурна трансформація публічної сфери», в якій репрезентований аналіз виникнення таких нових автономностей у суспільстві другої половини XVIII ст., як громадська думка та публічна сфера, а також зміни західної держави від конституційно-ліберальної до «такої, що опікується» (socialwelfare state). Публічна сфера – це основний структурний підрозділ соціуму, який, за визначенням Ю. Габермаса, не ідентифікується у термінах «організації», «інституту» або «системи», а є простором комунікативних взаємодій, мережею соціальних комунікацій, що постійно фільтруються і «зрощуються у вузли тематично специфікованих громадських думок» [50, с. 45], або інакше, «публічна сфера – це галузь соціальної рефлексії, де формується і кристалізується громадська думка. Відповідно, агентом публічної сфери є громадськість – певна формальна структура добровільної комунікації, що орієнтована на взаєморозуміння суб'єктів як справжній інтерсуб'єктивний взаємозв'язок людей» [50, с. 46]. Громадськість – це такий якісний стан індивіда, при якому, намагання нівелювати спроби колонізації його «життєвого світу» з боку держави призводить до народження «людини політичної», яка не наділена владою державною, але наділена правом легітимації цієї влади як суб'єкт комунікативної влади. Відповідно, «політична комунікація», що бере початок у спрямованих на розуміння ресурсах «життєвого світу», а не створена партіями, які займаються державними справами, повинна захищати границі «життєвого світу і його імперативи» [50, с. 95]. Тобто, незважаючи на те, що у рамках публічної сфери є неможливим ухвалення політичних рішень, адже це прерогатива інституціоналізованих структур, агенти поля політики вдаються до аргументації та, відповідно, легітимації своїх практичних дій сприйнятим комунікативним впливом, ініційованим громадською думкою. Як наслідок, публічна чи комунікативна сфера стає простором, в межах якого громадськість спонукає адміністративну владу до пошуків засобів легітимації перед обличчям громадської думки. Таким чином, у рамках процедурно-дискурсивної моделі суспільства Ю. Габермаса

стає можливим здійснення аналітичного розщеплення поняття політичної влади на адміністративну і комунікативну владу, яка народжується в процесі комунікації, зберігає спонтанний характер і ототожнюється з народним суверенітетом. Стикання імперативів комунікативної і адміністративної влади відбувається в площині політичної громадськості, яка мислиться не сукупністю організацій, а мережею різноманітних форм комунікації. Громадськість, сприймаючи слабкі імпульси, що виходять із периферії приватних життєвих форм, таким чином їх тематизує і фільтрує у комунікативних потоках, що вони конденсуються у загальносуспільні проблеми, які виражає громадська думка. Відповідно комунікативні потоки взаємопов'язуються та здійснюють взаємний вплив на політичні партії, об'єднання, парламентські та урядові структури та ін., а вся повнота державної влади утворюється із комунікативної влади, народженої в процесі комунікації. Політичне панування спрямовується і легітимується законами, які встановлюються самими громадянами в процесі дискурсивно структурованого формування думок і волі. Отже, опосередковуючи систему відносин між державою і конкретними індивідами, виступаючи регулятором і своєрідним посередником між приватною сферою громадянського суспільства і політичною сферою адміністративно-офіційної влади, громадська думка сприяє легітимації останньої.

Розвиваючи положення, сформульовані у роботі Ю. Габермаса «Структурна трансформація публічної сфери», Ч. Тейлор пропонує аналогічні ідеї щодо кристалізації у публічній сфері загального умонастрою, загального очікування, загальної думки і судження, тобто, фактично, громадської думки, яка не є ефемерною, ілюзорною або бездіальною, а цілком функціональна. Це пояснюється тим, що «у процесі конституювання публічної сфери соціальні актори опанували навиками формування та публічної репрезентації свого світорозуміння, а суб'єкти політичного поля – властивостями сприймати та враховувати загальну думку. Подібна усталена сприйнятливність, демонстрована політичними інстанціями, здатність до

рефлексії та врахування суспільнополітичних вимог і попиту, тобто, так звана, «громадянська чутливість», уможлиблюють реалізацію громадською думкою контрольно-легітимізуючих функцій» [64, с. 260 – 261]. Таким чином, публічна сфера – це «відкритий символічний неінституціоналізований простір комунікативної взаємодії, виробництва та функціонування громадської думки, за допомогою якої відбувається акумуляція та передача загальноприйнятих суджень, думок, оцінок, пропозицій, преференцій тощо, орієнтуючись на які адміністративно-політична система може набувати легітимного характеру» [64, с. 265].

Зазначимо, що громадська думка за своєю атрибутивно-субстанціональною суттю є соціокомунікативним феноменом, де різноманітна соціальна інформація виступає детермінантою її формування, відтворення та актуалізації. Відповідно, діяльність сучасної системи масової комунікації значною мірою опосередковує та впливає на легітимаційні процеси у політичному полі. Так, діяльність сучасних мас-медіа орієнтована на генерування та операціоналізацію сконструйованими інтерпретаційними системами, які «задають смислові координати перцепції та аналізу інформаційної репрезентації різних атрибутів соціально-політичного буття, результатом чого є опосередкування виробництва загальноприйнятих нормативнооціночних, когнітивно-пізнавальних структур, тобто універсального принципу бачення» (П. Бурд'є) [57, с. 65], що складають підґрунтя легітимаційного процесу. Наприклад, у роботі «Соціальне конструювання реальності» П. Бергер та Т. Лукман термін «легітимація» інтерпретують наступним чином: «легітимація говорить індивіду не тільки чому він повинен здійснювати ту чи іншу дію, але й те, чому речі є такими, якими вони є» [58, с. 153].

Український соціолог В. Осовський розглядає громадську думку як «певний соціальний інститут, що може виконувати важливі соціальні функції. Зміст і спрямованість цих функцій, за його баченням, реалізуються у двох вимірах: вертикальному і горизонтальному. Змістом вертикального

виміру є вплив громадської думки на владні структури, на процес ухвалення ними суспільно значимих рішень. Цей вплив реалізується громадською думкою через її експресивну, консультативну та директивну функції. Горизонтальний вимір змісту і спрямованості соціальних функцій громадської думки відбиває вплив суб'єкта громадської думки на пересічного громадянина» [24, с. 104-105].

Реалізуючи свою експресивну функцію, громадська думка артикулює оцінку дій влади, спрямованих на розв'язання певної суспільної проблеми, визначає діяльність державних органів тощо. При цьому, на думку експертів, «експресивна функція синтезує в контрольну та оцінну функції» [12, с. 13].

Консультативна функція реалізується через продукування суб'єктами громадської думки конкретних рішень актуальних суспільних проблем, які ретранслюються для суспільства та влади через повідомлення ЗМІ, відкриті публічні дискусії, громадські слухання тощо, тобто форми публічної суспільної комунікації, які реалізуються виключно в умовах демократичного суспільства, для якого саме народ є єдиним джерелом влади.

Способи і форми впливу громадської думки на владні структури багатоманітні: від звичайного вербального схвалення чи засудження їх діяльності до прямого, цілеспрямованого тиску на них, здатного призводити до значних перетворень всередині самої владної верхівки.

Громадська думка є одним з ключових понять соціології політики. Її основними функціями є оцінна, контрольна, захисна, консультативна та директивна, регулятивна.

Оцінна функція виражається через оцінні судження мас про діяльність офіційних владних інститутів та їх лідерів, гучні політичні події тощо.

Своєрідність контрольної функції виражається в тому, що громадська думка про будь-яке значиме питання займає певну позицію та прагне до того, щоб їй відповідала діяльність органів державної влади і їх керівників, тобто, незважаючи на те, що реальна влада у суспільстві в руках владних інститутів, громадська думка може слідкувати за їх діяльністю та впливати на неї.

Близька до контрольної за своєю суттю захисна функція. Суть її полягає в тому, що через вираження своєї думки з важливих суспільних питань люди можуть відстоювати власні інтереси, захищати громадянські права.

Консультативна функція, на думку вченого, громадської думки слугує для зміцнення механізму взаємодії суспільства та влади шляхом вироблення компетентних порад, рекомендацій, адресованих державному органу, щодо вирішення політичних, соціально-економічних, культурних та інших проблем. Реалізація цієї функції залежить від двох факторів: 1) потенційних можливостей суб'єкта громадської думки аналізувати факти, явища та процеси дійсності, передбачати соціальні та політичні наслідки пропонованих рішень, враховувати, наскільки ці рішення артикулюють інтереси різних соціальних груп; 2) готовності владних структур сприймати вироблені громадськістю рішення та впроваджувати їх.

Втім громадська думка може не тільки радити, пропонувати, консультувати інститути влади, але й диктувати їм власні рішення. Таким чином, з консультативною функцією громадської думки тісно пов'язана її директивна функція, яка проявляється у виробленні рішень, що мають суворо заданий, імперативний характер.

Основною, інтегративною функцією, яка пов'язує всі інші у цілісний комункативний комплекс, є, на нашу думку, функція регулятивна. Адже громадська думка включається в процес взаємодії через регулювання як відносин всередині самої влади, так і відносин між владою та суспільством. Саме з нею пов'язана можливість громадської думки певним чином детермінувати політичний процес, коректувати діяльність владних структур та окремих посадових осіб. Безумовно, незалежно від того, які функції ми називаємо ключовими, повною мірою вони можуть реалізуватися лише в умовах держав з розвиненим демократичним режимом, коли влада декларує принципи соціального партнерства з громадськістю, а громадська думка є

одночасно умовою та результатом злагодженої взаємодії влади та суспільства.

Таким чином можна зробити висновок, що громадська думка стає технологією легітимації влади, адже політика - це сфера, де продукується і функціонує громадська думка. Значну роль у продукуванні громадської думки відіграють засоби масової комунікації, серед яких мас-медіа має значний вплив.

Відповідно, діяльність сучасної системи масової комунікації значною мірою опосередковує та впливає на легітимаційні процеси у політичному полі. Так, діяльність сучасних мас-медіа орієнтована на генерування та операціоналізацію сконструйованими інтерпретаційними системами, які задають смислові координати перцепції та аналізу інформаційної репрезентації різних атрибутів соціально-політичного буття, результатом чого є опосередкування виробництва загальноприйнятих нормативнооціночних, когнітивно-пізнавальних структур, тобто універсального принципу бачення що складають підґрунтя легітимаційного процесу. Таким чином влада розробляє та застосовує системи технологій впливу на масову свідомість для утвердження суспільної довіри до певної управлінської практики.

Практики легітимації залежать, на думку О. Дащаківської, від суті влади, якою вона володіє. Так, «для легітимації монарха чи аристократії достатньою підставою були традиції, харизма (авторитет). У сучасних умовах застосування насильства елітою призводить до її ізоляції, тобто до втрати нею легітимності. У демократичних політичних режимах, де здійснюється влада-знання, громадяни теоретично наділені рівними частками влади у вигляді електорального голосу, який періодично реалізується під час виборів. Рівність у демократії гарантується принципом «одна людина – один голос». Ніхто, крім громадян не володіє голосом, не забирає їхньої частки влади. Демократична еліта повинна переконувати громадян у необхідності свого існування, доцільності здійснення того проекту соціальної дійсності,

що його вона пропонує, підтриманні або зміні соціального порядку за її сценарієм. Для цього необхідно переконати людей, що вони хочуть саме того, що їм пропонують. Головною стратегією управління стає формування норм поведінки, а для цього найбільш ефективною соціальною технологією», на переконання О. Дащаківської, є маніпуляція свідомістю [10].

Як бачимо, політичній еліті необхідно взаємодіяти із ЗМК з метою легітимації влади. Технології впливу засобів масової комунікації як генератора інформаційних потоків політичної влади, особливо під час її легітимації, на громадську думку найбільш ґрунтовно у вітчизняній політичній науці дослідив В. Набруско. Він розробив поняттєву базу легітимації у форматі моделі «влада – засоби масової комунікації – суспільство». На думку науковця, «потенціал легітимації реалізується у трьох комунікаційних континуумах: модель нульового континууму легітимації (єдиний централізований контроль, моноідеологічна пропаганда, основне джерело альтернативної інформації – чутки); модель плюралістичного континууму легітимації (велика кількість суб'єктів інформаційного впливу, джерело альтернативної інформації – приватні агенти mass-media (на противагу державним ЗМІ); модель перехідного континууму легітимації (становлення нових соціальних інституцій відстає від масовокомунікативної легітимації, тобто ЗМІ легітимують віртуальну соціальну реальність)» [20].

У зв'язку із цим потрібно наголосити, що ЗМК можуть використовувати або використовуватися як для досягнення консенсусу, що є необхідною умовою легітимації, так і для роз'єднання, поділу суспільства щодо певних подій, тобто вони можуть сприяти і легітимації, і делегітимації влади. ЗМК можуть створювати підґрунтя для формування думки самими громадянами або ж використовувати маніпулятивні технології з метою формування необхідних суспільних настроїв. При цьому ЗМК здатні виступати самостійним політичним актором чи бути засобом, каналом передачі інформації, необхідної замовнику. Замовником виступають органи влади, власники ЗМК, політичні партії, опозиційні сили, інші зацікавлені

сторони. Тому органи влади повинні впроваджувати виважену комунікативну політику, спрямовану на підвищення рівня суспільної підтримки органу влади через донесення до громадськості об'єктивної інформації про свою діяльність, підготовку громадськості до непопулярних рішень, нейтралізацію або зведення до мінімуму негативних наслідків інформаційних кампаній опонентів влади. Таким чином саме формування громадської думки становить основу технологій легітимації влади.

1.3. Понятійно-категоріальний апарат дослідження у фокусі комунікативного забезпечення діяльності органів публічної влади.

Формування зрозумілого понятійно-категоріального апарату дослідження взаємодії органів публічного управління та засобів масової комунікації як інструменту легітимації влади є найголовнішою з умов розуміння щодо його особливостей, налагодження та здійснення. Загально визнане усвідомлення понять та термінів буде слугувати так званим захисним бар'єром суперечностей та непорозумінь в практичній діяльності органів публічної влади при взаємодії з засобами масової комунікації при здійсненні легітимаційних впливів.

Суперечливий підхід або відсутність чіткого і змістовного визначення таких термінів як: «легітимація», «комунікація», «засоби масової комунікації», ускладнює їх тлумачення та дезорганізує у здійсненні практичної діяльності та досягненні кінцевої мети.

Сьогодні в законодавчих документах України та наукових працях вітчизняних дослідників взаємодії влади та ЗМК і легітимаційної політики використовуються поняття, які тлумачаться по різному і не в повному обсязі розкривають їх зміст. Така ситуація підкреслює потребу опрацювання цієї проблеми.

Так український вчений О. Висоцький, на основі розробленого ним технологічного підходу представляє легітимацію влади «як процес суспільного визнання». О. Висоцький розглядає «легітимацію у двох

вимірах: 1) легітимація постає як внутрішнє сприйняття та визнання значущості політичної влади, що виражається у вірі, довірі, згоді, підтримці її підлеглими, як пасивним суб'єктом легітимаційного процесу (веберівське розуміння); 2) легітимація виявляє себе як зовнішній щодо реципієнтів впливу процес застосування технологій переконання у значущості політичної влади, який здійснює активний суб'єкт влади, тобто вплив іде від суб'єкта влади до соціального суб'єкта як підлеглого.

У науковій літературі зустрічаються різноманітні підходи до визначення поняття «легітимація». Серед них у контексті нашого дослідження варто виділити наступні. По-перше, легітимність трактується як «процес формування ставлення до влади, і ресурс самої влади, що забезпечує їй значні переваги над політичними опонентами та конкурентами» [8]. По-друге, легітимність доволі часто трактується як «властивість державної влади, що характеризується здатністю двох систем політичної комунікації – суб'єкта та об'єкта влади (держави і суспільства) знаходити і встановлювати в якості обов'язкових критерії ефективності влади і оцінювати її конкретні дії як такі, що відповідають даним критеріям, тобто це процес, коли своїми діями влада повинна постійно доводити, що гідна визнання та підтримки громадськості, а громадськість у цих діях повинна побачити переконливу відповідь, чому має визнавати правомірність і необхідність таких дій» [9]. У наступному розумінні легітимність передбачає «сприйняття населенням країни, його певних груп, міжнародною спільнотою державної влади, її інституцій, окремих посадових осіб, їх діяльності, а також відповідність усталеним нормам та очікуванням, що залежить від підтримки населенням країни діяльності органів публічного управління, визнання курсу розвитку держави як такого, що відповідає потребам суспільства, а отже від готовності громадян приймати та виконувати рішення органів влади» [10].

Таким чином аналіз трактування терміну «легітимність» різними дослідниками дає змогу зробити висновок про те, що легітимність – це «сприйняття населенням країни, його певних груп, міжнародною спільнотою

державної влади, її інституцій, окремих посадових осіб, їх діяльності, а також відповідність усталеним нормам та очікуванням, що залежить від підтримки населенням країни діяльності органів публічного управління, визнання курсу розвитку держави як такого, що відповідає потребам суспільства, та відображає готовність громадян приймати та виконувати рішення органів влади».

Відповідно до досліджень В. Набруско, який розробив поняттєву базу легітимації у форматі моделі «влада – засоби масової комунікації – суспільство», легітимація відбувається за допомогою засобів масової комунікації. Неоднозначність визначення українськими вченими терміну «засоби масової комунікації», коли одні ототожнюють ЗМК зі ЗМІ, а деякі розуміють під ЗМК і гучномовець, і транспорт як засіб комунікації, змушує звернутись до розуміння основної складової частини терміну - «комунікація».

Сучасний науковий дискурс щодо визначення поняття «політичні комунікації» актуалізувався наприкінці ХХ ст. і продовжується дотепер у зв'язку з осмисленням природи політико – комунікаційних процесів в умовах інформаційно – технологічної революції та третьої хвилі глобалізації. Ці процеси поєдналися з прискоренням розвитку мережі Інтернет.

Оскільки метою наукового дослідження є взаємодія органів публічного управління та ЗМК як інструменту легітимації влади, яке здійснюється у сфері політики то вдається необхідним дослідити визначення терміну «політична комунікація».

Узагальнюючи дефініції політичної комунікації можна стверджувати, що основою комунікації є інформація, а масова комунікація – процес поширення інформації за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення) на кількісно великі, розпорошені аудиторії. Масова комунікація як суспільно-культурна діяльність включає дії мовців (комунікантів), а також дії мас (комунікатів). Очевидним є те, що контакт між комунікаторами опосередкований засобами масової комунікації, які функціонують у системі

масової комунікації для забезпечення впливу комунікантів на комунікатив. Таким чином можна зробити висновок що термін «комунікація» ширше ніж «інформація».

У цьому зв'язку варто погодитись із переконаннями багатьох експертів. що «ЗМК виступають, перш за все, як засоби масової трансляції культури (у широкому сенсі). Тоді умову масовості слід розуміти як умову тиражуємості соціокультурної інформації. Звідси витікає, що ЗМК - засоби масового тиражування соціокультурної інформації». Звідси масову комунікацію можна трактувати як «соціокультурний феномен, що полягає у формуванні і підтримці соціальної спільності шляхом масового тиражування і розповсюдження соціально значущої інформації і встановлення між «розповсюджувачами» і «одержувачами» цієї інформації зворотного зв'язку, який носить, як правило, відстрочений характер». У даному визначенні робиться акцент на комунікативну і інформаційну функції явища, підкреслюється взаємозв'язок аудиторії із ЗМК.

Не можна розглядати термін ЗМІ як синонім ЗМК. Насправді, тут відбувається підміна процесу передачі інформації (тобто інформування) самою інформацією, і стає неясно, що означає «масова інформація». Таким чином поняття ЗМК носить ширший характер і охоплює весь комплекс засобів.

«Загальною ознакою і ЗМК і ЗМІ є можливість масового тиражування інформації, тобто розповсюдження великого числа екземплярів. ЗМІ займається збором, аналізом, переробкою, зберіганням і розповсюдженням актуальної, соціально-значущої інформації. Тоді як ЗМК здійснює спілкування соціуму, розосередженій аудиторії на основі інформації, а не тільки виробництво і передачу інформації. Комунікація не існує без інформації. З чого слідує що, ЗМІ може розглядатися як основна складова ЗМК, а не його тотожністю» [27, с. 288 - 290].

Таким чином приходимо до висновку, що засоби масової комунікації — процес поширення інформації (знань, духовних цінностей, моральних і

правових норм тощо) за допомогою технічних засобів на чисельно великій, розосередженій аудиторії.

Умови функціонування масової комунікації: масова аудиторія (вона анонімна, просторово розосереджена, але ділиться на групи за інтересами тощо); соціальна значущість інформації; наявність технічних засобів, що забезпечують регулярність, швидкість, тиражованість інформації, передачу її на відстань, зберігання і багатоканальність (в сучасну епоху усіма відзначається перевага візуального каналу).

Масова комунікація як процес спілкування з великою кількістю людей здійснюється через природні та технічні засоби масової комунікації.

Приклади усних форм масової комунікації: лекція, мітинг, нарада, збори. Приклади масової комунікації за допомогою технічних засобів: листівка, газета, журнал, теле-, радіопередача, інтернет-видання, документальний кінофільм, книга.

Масова комунікація з'являється з виникненням людського суспільства. З давніх часів до наших днів комунікаційний процес здійснюється через втілення інформації в системах знаків, що її закодовують, зашифровують і передають у часі та просторі.

Засоби масової інформації — це організаційно-технічні комплекси, що дозволяють здійснювати швидку передачу, масове тиражування великих обсягів словесної, образної та музичної інформації. Це розгалужена мережа установ, що займаються збором, обробкою, поширенням інформації. У цю мережу входять телерадіопрограми, газети, журнали, інформаційні агенції, Інтернет. Сучасні ЗМІ є установами, створеними для відкритої публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різноманітних відомостей будь-яким особам.

Отже, узагальнюючи усі розглянуті підходи до визначення категорій нашого дослідження, ми пропонуємо розуміти засоби масової комунікації (ЗМК) як засоби масового тиражування і розповсюдження соціально значущої інформації і встановлення між «розповсюджувачами» і

«одержувачами» цієї інформації зворотного зв'язку, який носить, як правило, відстрочений характер».

Засоби масової інформації ми визначаємо як складову частку ЗМК організаційно-технічні комплекси, що дозволяють здійснювати швидку передачу, масове тиражування великих обсягів словесної, образної та музичної інформації. Це розгалужена мережа установ, що займаються збором, обробкою, поширенням інформації. У цю мережу входять телерадіопрограми, газети, журнали, інформаційні агенції, Інтернет.

Легітимацію ми визначаємо як одночасний процес визнання соціальними суб'єктами значущості суспільно-політичної реальності як в цілому, так і в її окремих проявах та складових, а також процес застосування технологій переконання у значущості політичної влади, який здійснюється самою владою.

Пропонуємо визначити громадську думку як певну сформовану, або таку, що перебуває в процесі формування позицію конкретної спільноти, яка, з урахуванням певного елемента ситуативності та факторів впливу, в усіх випадках, так чи інакше відображає дійсність, адже за будь-якими позиціями групи є реальні причини, події чи соціальні відносини.

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши науково-теоретичні засади легітимації влади ми дійшли висновку, що необхідно чітко диференціювати такі поняття як «легальність» та «легітимність» державної влади.

Легальність передбачає дотримання юридичних вимог та норм при формуванні й організації державної влади та її інституцій (організація та функціонування влади відповідно до конституції, законів, інших нормативно-правових актів).

Легітимність може містити в собі юридичне поняття законності, але вона більше пов'язана з оціночними, етичними характеристиками тобто залежить від ставлення, сприйняття і визнання громадськістю влади. Таким

чином легітимність державної влади залежить від підтримки населенням країни діяльності органів публічного управління, визнання курсу розвитку держави як такого, що відповідає потребам суспільства, а отже від готовності громадян приймати та виконувати рішення органів влади. Легітимність влади є результатом процесу, здійснення процедури, спрямованої на досягнення суспільного визнання влади в цілому та її дій, інституцій, посадових осіб зокрема і основним вектором дії вказаного процесу є громадська думка.

Громадська думка опосередковує систему відносин між державою і конкретними індивідами, виступаючи регулятором і своєрідним посередником між приватною сферою громадянського суспільства і політичною сферою адміністративно-офіційної влади.

Громадська думка, завдяки регулятивній функції, включається в процес взаємодії через регулювання як відносин всередині самої влади, так і відносин між владою та суспільством. Саме з нею пов'язана можливість громадської думки певним чином детермінувати політичний процес, де громадська думка є одночасно умовою та результатом злагодженої взаємодії влади та суспільства, коректувати діяльність владних структур та окремих посадових осіб. Таким чином саме формування громадської думки становить основу технологій легітимації влади.

Ефективна взаємодія органів публічного управління та засобів масової комунікації як інструменту легітимації влади залежить від якості наукового аналізу. Формування зрозумілого понятійно-категоріального апарату дослідження взаємодії органів публічного управління та засобів масової комунікації як інструменту легітимації влади є найголовнішою з умов її налагодження і здійснення. Загально визнане усвідомлення понять та термінів буде слугувати так званим захисним бар'єром суперечностей та непорозумінь в практичній діяльності органів публічної влади при взаємодії з засобами масової комунікації при здійсненні легітимаційних впливів.

РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ГРОМАДСЬКА ДУМКА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

2.1. Комунікативні канали забезпечення формування громадської думки: публічно-управлінський аспект.

Сучасний політичний процес не можливий без обміну інформацією. Розвиток демократії супроводжується розширенням політичних зв'язків, що вимагає збільшення обсягу знань і повідомлень, які слугують суспільству. Важливе значення має політична інформація, яка впливає на легітимаційні процеси.

Однією з основних умов успішної легітимації влади є її публічність, яка досягається за допомогою комунікації державних інститутів з інститутами громадянського суспільства. Модель комунікативної взаємодії влади і суспільства, розроблена В. Набруско у форматі “влада – засоби масової комунікації – суспільство”. Таким чином у тріаді взаємодії влади і суспільства, засоби масової комунікації мають відігравати роль передавача інформації та комунікативного засобу суспільства і влади бути своєрідною зв'язуючою ланкою.

Сьогодні політична комунікація вважається своєрідним інформаційно – комунікаційним полем політичної діяльності. За тлумаченням В. Бебика, «процес передавання політичної інформації, що циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами, називається політична комунікація» [3].

Людина є реципієнтом (отримувачем) інформації, а отже інформаційне спілкування – це соціальна потреба. Відповідним чином тільки ЗМІ – комунікатор (поширювач) можуть забезпечити інформаційну насиченість індивіда в повному обсязі. Нині інформаційно – комунікаційно – технічний прогрес не зупиняються у сфері ЗМІ і суспільство виходить на широкий діапазон вибору каналу ЗМІ.

Як відомо, суспільство є поглиначем інформації, а масмедіа, як передавач – інформатор, має великі можливості впливати на свідомість, суспільну психологію і морально – емоційний стан населення в цілому. Вагомим завданням влади є підпорядкування суспільства своїй волі. Тільки через ЗМІ можна впливати на поведінку та думку індивіда. Під впливом масмедіа формується громадська думка і політична воля. Політичні діячі ставлять перед собою завдання якомога більше людей переконати у правильності своїх дій і важливості бути при владі. Завдання політичної інформації – логічно і емоційно вплинути на громадськість.

Одне з найбільш повних тлумачень політичної комунікації надано відомим французьким соціологом Р.-Ж. Шварценбергом. Він визначив це поняття як «процес передачі політичної інформації, за допомогою якого інформація циркулює між різними елементами політичної системи, а також між політичною і соціальною системами. Безперервний процес обміну інформацією здійснюється як між індивідами, так і між керівниками і керованими задля досягнення згоди» [63].

На нашу думку, Р.-Ж. Шварценберг звертає увагу на зворотний зв'язок між комунікатором і реципієнтом, що є більш характерним для політичної комунікації в демократичних суспільствах, в яких громадяни можуть вимагати від влади прийняття певних політичних рішень. Тобто політична комунікація має на увазі не односторонню спрямованість сигналів від еліт до маси, а весь діапазон неформальних комунікаційних процесів у суспільстві.

Політичне життя в будь-якому суспільстві неможливе без усталених методів політичної комунікації. Р.-Ж. Шварценберг виділяє три основні способи політичної комунікації (відповідно до використання різних засобів) [63]:

- 1) комунікація через засоби масової інформації: друковані засоби (преса, книги, плакати і т. д.); електронні засоби (радіо, телебачення, Інтернет тощо);

2) комунікація через організації, коли проміжною ланкою є політичні партії, групи інтересів тощо;

3) комунікація через неформальні канали з використанням особистих зв'язків.

Виходячи з науково-дослідницької точки зору, можна назвати два основні способи політичної комунікації: горизонтальний і вертикальний. Горизонтальна політична комунікація, насамперед, розглядає процеси обміну інформацією на рівні «індивід – індивід» «соціальна група – соціальна група», «держава – держава» і т. д.; водночас вертикальна політична комунікація передбачає інформаційний обмін між суб'єктами різного рівня «держава – індивід», «соціальна група – держава» і т. д. Науковці схиляються до думки, що «по відношенню до політичної системи і громадянського суспільства політична комунікація виконує такі функції:

1) інформаційну (поширення необхідних знань про елементи політичної системи та їх функціонування);

2) регулятивну (дає змогу виробити оптимальний механізм взаємодії як між елементами політичної системи, так і між політичною системою і громадянським суспільством);

3) функцію політичної соціалізації (сприяє встановленню певних норм політичної діяльності і політичної поведінки);

4) маніпулятивну (формує суспільну думку з найбільш важливих політичних проблем);

5) інтеграційну/дезінтеграційну (за певних політичних обставин об'єднує/поляризує громадян або їхні погляди щодо актуальних питань);

6) мотиваційну (отримана реципієнтом інформація може спонукати його до вчинення певних дій, наприклад виборча комунікація мотивує громадян до участі у виборах)» [11].

Узагальнюючи виокремлені функції, слід підкреслити, що головною метою політичної комунікації є формування громадської думки і суспільної

свідомості, що прямо чи опосередковано впливає на зміст і характер різноманітних політичних процесів, які відбуваються в державі.

Однак не можна відкидати сучасні тенденції комунікативних процесів у політиці. В останні десятиліття відбулись радикальні зміни у сфері інформаційних технологій. Прогрес у розвитку сучасних засобів зв'язку стимулював глобалізаційні процеси у світі, прискорив процес комунікації, сформувались нові способи комунікації, стали широко використовуватись Інтернет-технології. Саме ці трансформації зумовили формування інформаційного суспільства. Політика існує в межах комунікаційних процесів, тому вона однією з перших реагує на виникнення глобального інформаційного ринку, що впливає на умови ведення діалогу між різноманітними політичними інститутами і громадянами. Комунікаційний процес у політичній сфері прискорюється, стає більш технологічним та набуває такої нової властивості, як «зворотний зв'язок». До лексики додаються такі поняття, як «електронний уряд», «комунікаційна демократія».

Поняття інформаційного суспільства набуло актуальності наприкінці 1980-х рр. на Заході і розглядалось як якісно новий період у розвитку цивілізації у зв'язку з електронно-технологічною революцією. Інформаційне суспільство характеризується «визначальною роллю і високим рівнем розвитку інформаційних технологій. Головними факторами суспільних змін стають виробництво і використання інформації; теоретичне знання як вища цінність стає чинником формування нової соціальної структури суспільства, нових моделей управління. Ключову роль починає відігравати сфера послуг, причому інформаційних» [56].

Різні аспекти впливу нових інформаційних технологій на соціально-економічні процеси відображено в книзі «Третя хвиля» Е. Тоффлера. Він виступав за впровадження децентралізованих комп'ютерних мереж, оскільки в такому випадку контроль з боку державних органів буде сильно ускладнений [49].

Одним із перших передбачив появу так званої «електронної цивілізації» Г. М. Маклюен. На його думку, сучасний світ перетворюється на «глобальне електронне село», а засоби масової комунікації формують характеристики суспільства. Під терміном «глобальне село» Г.-М. Маклюен мав на увазі «нову форму соціальної організації, яка виникне, коли надшвидкісні медіа зв'яжуть весь світ в одну величезну соціальну систему» [17].

Проблематика інформаційного суспільства поступово змінюється парадигмою «мережевого суспільства», тобто акцент переноситься з поняття знання на комунікацію та її способи. Серед західних основоположників концепції «мережевого суспільства» найбільш відомим є М. Кастельс. У своїй роботі «Internet Galaxу», він наголошує що «... мережі являють собою відкриті структури, які можуть необмежено розширюватися шляхом включення нових вузлів. Типовим прикладом мережевої структури в політиці є структура Європейського Союзу». М. Кастельс застерігає, що посилення мережі електронних засобів інформації призводить до того, що «лідерство стає персоналізованим, а шлях до влади лежить через створення іміджу» [59].

Резюмуючи політичні наслідки становлення інформаційного суспільства, слід сказати, у першу чергу, про поглиблення процесу медіатизації політики, формування медіаполітичних систем та «еліти знання». Одним із засобів, що визначають розвиток інформаційного простору на сучасному етапі, як у рамках всесвітньої спільноти, так і на рівні національних політичних спільностей, виступає Інтернет, що являє собою глобальну загальнопланетарну інформаційну систему, засіб об'єднання різноманітних інформаційних комп'ютерних мереж для передачі та обміну інформацією між країнами, регіонами, організаціями та індивідуальними користувачами.

Інтернет багатосторонньо впливає на різні політичні процеси. Головними його перевагами є: «гіпермедійне представлення інформації, значно ширший масштаб інформації; відсутність будь-яких територіальних

або часових обмежень поширення чи отримання інформації, низька вартість аудиторного контакту, висока оперативність інформування» [48].

Проаналізувавши дослідження вчених щодо ролі Інтернету в сучасній політичній комунікації, визначимо три основні підходи. Перший висловлює так звану «популістську точку зору», згідно з якою Інтернет забезпечує можливість прямого впливу на уряд (без посередників) та його політику. Згідно з комунікативною точкою зору, основна функція Інтернету – у формуванні і розвитку «співтовариств» різних рівнів (навіть на рівні держав). Концепція «прискореного плюралізму» доводить, що Інтернет сприяє дробленню сучасної політичної системи відповідно до економічних інтересів політичних груп і переходу до гнучкої системи, заснованої на різних стратегіях впливу політичних груп, а також сприяє децентралізації контролю над приватними засобами масової інформації, перешкоджає тенденції укрупнення засобів масової інформації.

Варто погодитися з думками деяких експертів, що перенесення політичними акторами частини своєї комунікаційної діяльності в Інтернет середовище сприяє формуванню принципово нового типу інтерактивної комунікації.

Цікавою представляється думка японського вченого Й. Масуди, який стверджує, що в інформаційному суспільстві технологічно комунікація та обробка інформації як би зливаються у єдину модель, яка отримала спеціальну назву «комп'юнікація» [62], в якій він вбачає основу ефективного функціонування «демократії участі». Під цим розуміється «форма правління, при якій політичні рішення, як для держави, так і для місцевого самоврядування, будуть здійснюватися через участь простих громадян. Нині діє політична система парламентської демократії, в якій народ обирає представників на голосуванні, і люди беруть участь лише побічно в процесі прийняття рішень центральної державної влади або місцевого самоврядування, тобто політичні дії знаходяться в руках представників

народу. Іншими словами, така система діє як непряма демократія шляхом непрямої участі» [62].

В інформаційному суспільстві відбувається динамічна зміна процесів комунікації через введення нових технологічних засобів. В свою чергу, комунікація приводить до формування нової ціннісної системи, згідно з якою по-новому вирішуються соціальні завдання.

Таким чином, наукові ідеї Й. Масуди, спрямовані на розробку абсолютно нової форми здійснення управління суспільством: не шляхом опосередкованої демократії, а шляхом «демократії участі». Це пряма форма влади народу, яка можлива лише через здійснення активної комунікативної взаємодії громадськості та участі кожного у вирішенні практично всіх вагомих питань, а не лише найважливіших на думку органів державної влади, як це відбувається сьогодні при ініціюванні заходів, які називають формами прямої демократії.

На думку більшості вчених, Інтернет дозволяє радикально підвищити ефективність державного механізму як у швидкості обслуговування, так і в його ціні. Одним із прикладів може стати впровадження електронного уряду. В основі ідеї електронного уряду знаходиться подання про державу як про інститут, покликаний ефективно задовольняти насущні потреби суспільства. На думку В. Дрожжинова та А. Штрика, «суть електронного уряду полягає у використанні віртуального простору для вдосконалення моделей надання послуг та підвищення ефективності функціонування органів влади та державних установ» [2].

Тому слід погодитись із думкою Н. Чорної та Т. Аксентьєвої: «Використання в політичній сфері новітніх інформаційно-комп'ютерних технологій, безперечно, розширює можливості політичної участі та становлення різних форм е-демократії – механізмів комп'ютерно-опосередкованої політичної комунікації, що відповідає потребам інформаційного суспільства» [54].

Майбутнє вбачається у функціонуванні принципово нових механізмів громадської участі в управлінні державою. Розширення технічних та інформаційних можливостей людства зумовлює формування сприятливих умов для того, щоб комунікативна взаємодія органів державної влади та громадськості відбувалася на якомога ефективнішому та значимішому рівні.

Водночас, сучасні інформаційні технології й розвиток засобів комунікації створюють великі можливості для покращення інформаційного забезпечення та просування ідей державної політики. Виникає феномен нових соціальних відносин, так званого постмодерного суспільства, й нових комунікативних форм, зокрема, «конвергентна інтерактивна комунікація» – різновид необмеженого в часі і просторі, багатостороннього інформаційного взаємообміну, в якому відбувається зближення або злиття функцій, каналів, засобів, форм та типів відносин між учасниками комунікації.

Отже, перспективний потенціал Інтернету як засобу комунікації на сьогодні – саме в залученні громадян до політичних процесів та реальних можливостях для політичних змін.

Сучасний етап інформаційної революції у світі диктує нову інформаційну парадигму щодо вивчення політичних явищ. Під впливом інформаційних технологій змінюються і політичні інститути, політичні відносини, форми політичного впливу на суспільство та суспільну свідомість, своє місце впевнено посідає влада інформації. Інформаційна взаємодія держави, суспільства і особистості найбільш оптимальна при використанні інформаційних і телекомунікаційних технологій з метою підвищення загальної ефективності діяльності державного механізму, створення інформаційно відкритого суспільства, розвитку інститутів демократії. Обмін інформацією є важливою ланкою в системі державного управління, оскільки повнота, якість і вірогідність інформації, що використовується для прийняття соціально-політичних рішень визначає і правдивість та дієвість таких рішень. Таким чином ЗМК є однією із складових частин демократичного світобачення.

З поняттям «громадська думка» (public opinion) тісно пов'язаний Феномен медіатехнологій. Концептуальна теорія громадської думки склалася у 50–60-х роках ХХ ст. Попри постійне прагнення докладного опису взаємодії громадської думки з різноманітними політичними інститутами учені не дійшли одностайності стосовно цього феномену. Так, П. Шампань вважає, що «громадська думка — це професійна ідеологія. Це думка про політику, яку мають обмежені соціальні групи щодо політики, професія яких складається з виробництва думок і які прагнуть включитись у політичну гру, модифікуючи її саму та перетворюючи свої особисті думки еліт на думки універсальні» [28]. Громадська думка багато в чому визначає суспільне життя і спрямовує діяльність деяких соціальних інститутів; це стосується й діяльності ЗМК. Оскільки ЗМІ намагаються висвітлити значні, актуальні для суспільства проблеми і багато в чому розглядають їх з точки зору громадської думки, можна констатувати, що громадська думка може значною мірою визначати діяльність мас-медіа.

Завдання ЗМІ в процесі переконання — створити стійке ставлення до певного явища. ЗМІ за тривалий час свого існування створили велику кількість прийомів для маніпулювання громадською свідомістю, які дійсно є ефективними і дозволяють впливати на аудиторію.

Основними методами політичного впливу ЗМІ є: формування інформаційного порядку денного, дезінформація, семантичне маніпулювання, інформаційне відволікання, фрагментація політичних подій, ефект «негайності» політичних повідомлень, метод «резонансу», «образ ворога», формування політичних стереотипів, а також політичних міфів та іміджу, політична реклама.

На початку 1970-х років М. Маккомбс і Д. Шоу сформулювали метод порядку денного, де головний вплив ЗМІ на аудиторію полягає в побудові порядку денного. За його допомогою громадську думку можна орієнтувати в бажаному напрямку. При цьому головний вплив ЗМІ пов'язаний не з їхньою можливістю переконувати, а з їхньою спроможністю привертати громадську

думку та визначати критерії, що лежать в основі оцінювання та ухвалення рішень.

Не таємниця, що сучасні мас-медіа дуже часто використовують також метод дезінформації. Зміст цього методу полягає у тому, що в певний момент в ЗМІ подається цілком неправдива інформація. По-перше, дезінформація подається з різноманітних джерел і залишається у свідомості людини. По-друге, дезінформація використовується в момент ухвалення певного важливого рішення, а коли відкриється правда, мета дезінформації буде вже досягнута. Таким чином, цей метод є доволі ефективним, але він відверто грубий і тому нечасто використовується сучасними ЗМК.

Коли інформацію неможливо приховати, дуже часто використовують метод відволікання. Суспільство не може миритися з інформаційним вакуумом, тому аби відволікти від однієї інформації, необхідно переключити його увагу на іншу, яку необхідно показати найбільш сенсаційно. Мета нової інформації — створити відволікаючу альтернативу і знизити актуальність попередньої інформації. Як зазначають експерти, «сьогодні політики і преса постійно змінюють зміст слів і правила гри залежно від кон'юнктури» [66]. Спосіб подавання інформації дозволяє тому, хто її створює, контролювати рівень її сприйняття аудиторією. За способом подавання матеріалу виокремлюють два методи маніпулювання: метод дрібнення (фрагментації) та метод миттєвої передачі інформації [26]. Сутність методу фрагментації полягає у тому, що з ускладненням телевізійних програм тривалість кожного їх елемента зменшується в часі, що створює суперечність між дійсним змістом будь-якої події та часом, який відводиться для його демонстрації. Отже, інформація, яку подають дрібними порціями, не дозволяє ефективно використовувати її.

Але навіювання буває не тільки умисним, а й неумисним. Одним із прийомів навіювання, який використовується в сучасних ЗМІ, є метод «резонансу». Сутність його полягає у тому, що використовується схильність аудиторії гостро реагувати на різноманітні расові, релігійні та національні

ситуації. ЗМІ маніпулюють націоналістичними стереотипами і негативними настановами для провокування певних дій. Прикладами цього можуть слугувати ситуації, пов'язані із штучним протиставленням Заходу і Сходу України, мовне питання.

Ці методи вже настільки поєдналися із ЗМІ, що стали складовими компонентами їхньої діяльності. Вплив масової інформації на свідомість людей дуже часто досягається за допомогою стереотипів, міфів та шляхом створення іміджів. Ще одним методом впливу на свідомість людини є формування стереотипів. Стереотипи ефективно управляють усім процесом сприйняття інформації. Процес сприйняття — це лише механічна підготовка до стереотипу.

Тому преса робить повідомлення стандартним, аби людина сприймала повідомлення вільно і безумовно, без внутрішньої боротьби і критики, тобто як стереотип. У сучасній науці стереотип тлумачиться як схематичний, стандартизований образ соціальних явищ, що має емоційне забарвлення і велику стійкість. За допомогою стереотипів легко маніпулювати свідомістю людини, оскільки стереотип тісно пов'язаний із життєдіяльністю суспільства в цілому і певних груп людей безпосередньо. ЗМІ привчають людину мислити стереотипами і знижують інтелектуальний рівень повідомлень. Це відбувається завдяки головному методу закріплення необхідних стереотипів у свідомості — методу повторення.

Наступним методом ЗМІ є міфотворчість (грец. *mythos* — переказ): у техніці навіювання підтримка міфів відіграє велику роль. Міфи впроваджуються у свідомість, впливають на почуття та поведінку людей. Як зазначає Г. Г. Почепцов, міф є особливою умовою комунікації, оскільки в ньому є слухач, але немає автора повідомлення. Міф формує певне світосприйняття, створює настанови, що володіють стійкістю забобонів. Міф установлює уявні причинні зв'язки між реальними об'єктами, породжує помилкові об'єкти (наприклад, ведучі створюють образи героїчних осіб), легенди про славне минуле, об'єднує дійсність з вигадкою, вносить вигадані

відносини в реальність соціального життя [27, с. 150]. Швидкому поширенню міфів часто сприяють низька інформаційна культура, схильність до некритичного сприйняття дійсності. Велика кількість міфів породжується умовами монополізації інформації. Необізнаність громадян дозволяє владним структурам через ЗМІ приховано впливати на громадську думку.

Практично весь спектр маніпулятивних технологій, які використовують ЗМІ, було продемонстровано під час подій жовтня 2013 – січня 2014, а особливо, Подій на Майдані Незалежності 30 листопада та сутичок на вул. Банковій 1 грудня 2013 року. Так, репортажі про мітинги в Києві, котрі висвітлювали в новинних програмах телеканали 1+1 («ТСН»), ICTV («Факти»), Інтер («Подробности»), УТ-1 («Підсумки дня»), ТРК Україна («События»), відрізнялися фактичними помилками, упереджено підібраним відеорядом, вилученими з контексту коментарями. На жаль, колосальний фактологічний матеріал з даної проблематики надає нам когнітивна складова повномасштабної агресії РФ в Україні.

Таким чином, масова комунікація – це не тільки процес оброблення, формування, оперативного передавання, тиражування, транспортування, відтворення інформації, що для цього використовують інформаційні технології та системи, а й взаємодія з основними закономірностями психічної діяльності людини для звернення на себе уваги, досягнення кінцевої мети при сприйнятті інформаційного продукту.

За твердженням Г. Почепцова, ідеологічний апарат власне базується на комунікаціях і утриманні уваги громадськості [26].

Засоби масової інформації та думка громадськості, яку прагнуть сформувати, є складовою політичного середовища, в межах котрого органи державної влади здійснюють вибір пріоритетів і розподіл ресурсів. Вплив засобів масової інформації на визначення порядку денного зумовлює зміну спрямування політики і системи пріоритетів, наголошування одних питань і нехтування іншими. Таким чином процес комунікації триває безперервно.

ЗМК можуть створювати підґрунтя для формування думки самими громадянами або ж використовувати маніпулятивні технології з метою формування необхідних суспільних настроїв. При цьому ЗМК здатні виступати самостійним політичним актором чи бути засобом, каналом передачі інформації, необхідної замовнику. Замовником виступають органи влади, власники ЗМК, політичні партії, опозиційні сили, інші зацікавлені сторони.

Невід'ємною складовою політики є масова комунікація, оскільки політика відчуває потребу в спеціальних засобах інформаційного обміну під час установлення та підтримання постійних зв'язків між її суб'єктами. Політика неможлива без необхідних форм спілкування і спеціальних засобів зв'язку між різними носіями влади, а також між державою і громадянами, а отже, без мас-медіа. Сьогодні масмедіа є провідним актором політичної соціалізації мас, які формують громадську думку стосовно найважливіших політичних проблем. Управління і контроль над інформаційними потоками стають головною політичною проблемою, оскільки той, хто контролює ЗМІ, має можливість втручатись у політичний процес і впливати на його перебіг. ЗМІ застосовують багато ефективних прийомів для маніпулювання громадською свідомістю, які й дають змогу впливати на аудиторію.

З розвитком інформаційних технологій інформаційна діяльність ЗМІ і надалі незмінно зростатиме та посилюватиметься, впливатиме на всі сторони життєдіяльності суспільства і держави.

2.2. Легітимаційний потенціал взаємодії органів публічного управління та засобів масової комунікації на місцевому рівні.

Ефективність модернізаційних процесів в Україні потребує постійності в забезпеченні легітимності державної влади та здійснюваної нею політики. Важливого значення у цьому процесі надається підтримці громадянами діяльності органів влади як центрального, так і місцевого рівнів. Ця підтримка, зокрема, забезпечується шляхом налагодження ефективної

взаємодії між місцевими органами публічної влади та засобами масової комунікації.

Позитивне ставлення громадян країни до органів влади всіх рівнів та визнання правомірності їх діяльності в суспільно-політичних науках отримало назву «легітимність».

Варто зазначити, що легітимність не стала величина, і навіть переконлива перемога на виборах не є запорукою збереження легітимності протягом усього терміну повноважень. Суспільна оцінка діяльності влади постійно змінюється під впливом об'єктивних і суб'єктивних чинників. Серед них можна виділити результати впровадження владно-управлінських рішень, їх наслідки для суспільства в цілому та окремих категорій громадян зокрема, відсутність своєчасної, повної, достовірної інформації про дії влади, причини ухвалення непопулярних рішень. На зміну громадської думки можуть впливати оцінки опозиційних сил і міжнародного співтовариства. Тому погоджуємося з думкою Є. Цокура, що «своїми діями влада повинна постійно доводити, що гідна визнання та підтримки громадськості, а громадськість у цих діях повинна побачити переконливу відповідь, чому має визнавати правомірність і необхідність таких дій» [52].

Із наведеного випливає, що для легітимності влади велике значення має громадська підтримка. Як свідчать результати соціологічних опитувань, рівень підтримки громадянами України діяльності центральних і місцевих органів влади за роки незалежності в середньому не перевищував 30 %. Соціологічна служба Центру ім. Разумкова оприлюднила дані, згідно з якими кількість українців, які повністю підтримують діяльність органів місцевого самоврядування, становить 9,4 %, не підтримують - 33,4%; 42,3 % респондентів підтримували окремі заходи [51].

Що стосується повної підтримки діяльності районних державних адміністрацій - 5,9%; не підтримують - 36,9%; відповідно обласні державні адміністрації: 4,8% та 39,5% [51]. Ці дані можуть свідчити про кризу легітимності органів місцевого самоврядування, яка настає, на думку

окремих науковців, при зниженні рівня «легітимної підтримки» до 20-25 %. Однак, не завжди низький рівень легітимності місцевих органів влади призводить до зниження легітимності державної влади. Але, ураховуючи, що за результатами роботи органів влади на місцях пересічні громадяни формують свою думку про державне управління та його ефективність в цілому, підтримка населенням діяльності місцевих органів влади здатна забезпечити легітимність не лише місцевої, а й державної влади.

Державне управління не може існувати без комунікації, як форми взаємодії різноманітних суб'єктів і об'єктів управління, оскільки демократичний режим потребує погодження позицій у постійному діалозі між владою і громадськістю. Комунікації інформують населення і владні структури та інститути громадянського суспільства, дозволяють видавати накази, ухвалювати законодавчі акти, переконувати людей.

Інакше кажучи, державне управління – це, перш за все, прийняття і реалізація рішень, заснованих на результативності використання сучасних інформаційних і комунікативних технологій.

Особливо актуальні проблеми комунікації на рівні місцевих органів влади, тому що саме на місцях має забезпечуватися конституційне право громадян на інформацію. Саме тут відбувається налагодження контактів влади з цільовими аудиторіями населення, узгодження надання публічних послуг з потребами громадян, здійснення контролю якості цих послуг та оперативне реагування на зміни в інформаційному просторі.

«Одне з головних завдань місцевих органів влади – надання публічних (громадських, муніципальних, соціальних, адміністративних, управлінських та ін.) послуг населенню з метою забезпечення задоволення його потреб у різноманітних сферах життєдіяльності. Реалізація зазначених завдань, в свою чергу, потребує відповідного комунікативного забезпечення. Саме інформація і комунікація виступають основою процесу надання послуг» [13].

У теорії і практиці державного управління поняття «управління» і «комунікація» пов'язується з поняттям «інформація». «Як організація, чи

будь-яка сфера людської діяльності, не можуть існувати без комунікації, комунікація не існує без інформації. Якщо комунікація розглядається як процес, то інформація – це те, що передається в ході цього процесу» [18, с. 180].

З позицій державного управління найбільш прийнятним є розгляд інформації як засобу організації управління соціальними системами.

Інформація в управлінні соціальними системами – це відповідним чином документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі, і які використовуються в управлінській діяльності (управлінському процесі, управлінських відносинах)

Термін «комунікація» у державному управлінні визначається як рух інформації; інструмент діалогу між учасниками управлінського процесу; складова процесу взаємодії влади і громадянського суспільства [21, с. 120].

Таким чином, можна говорити про комунікацію як процес двостороннього обміну інформацією між місцевими органами влади і громадськістю за допомогою засобів комунікації і соціально-комунікативних технологій.

«В системі місцевих органів влади можна виділити дві інформаційно-комунікативні системи:

- внутрішню (комунікації, що забезпечують взаємодію суб'єктів різних рівнів управління, підрозділів, посадовців шляхом налагодження комунікаційних каналів в процесі особливих контактів, обміну документацією, функціонування електронних засобів зв'язку і т.п.» [19, с. 48]);

- «зовнішню (комунікації МОВ з органами влади, у підпорядкуванні яких вони знаходяться, наприклад, для районних держадміністрацій – обласні держадміністрації, для облдержадміністрацій – виконавчі органи центрального рівня, а також різні групи громадськості)» [19, с. 48]).

Механізм комунікативної діяльності місцевих органів влади доцільно розглядати як послідовну реалізацію комплексу правових та організаційних дій, що базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації та використанні відповідних методів управління, спрямованих на задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення і організації діяльності структурних підрозділів місцевих органів влади. У структурі механізму комунікативної діяльності можна виділити чотири основних блоки: правовий, ресурсний, інформаційний, організаційний (зокрема, цілі управління, елементи об'єкта, методи впливу – принципи).

На нашу думку, специфіка комунікативної діяльності місцевих органів влади полягає у наступному.

По-перше, комунікації місцевих органів влади у більшості випадків носять обов'язковий характер і процеси їх здійснення визначаються впливом внутрішніх, зовнішніх факторів та нормативними актами чи розпорядженнями вищих організацій. Пор-друге, комунікативні процеси на місцях споживання публічних послуг виступають складовими елементами процедури легітимації влади.– через налагодження комунікативних процесів місцеві органи влади здійснюють оперативний контроль за дієвістю свого впливу на вирішення суспільних проблем.

Як зазначають науковці, однією з умов успішної легітимації є її публічність, яка досягається за допомогою комунікації державних інститутів з інститутами громадянського суспільства. Завданнями комунікації в державному управлінні є забезпечення підтримки суспільством дій влади, що досягається підвищенням рівня довіри громадян до державних інституцій; реалізація єдиної державної комунікативної політики шляхом створення системи впливу на громадську думку; формування та підтримка ефективного зворотного зв'язку із громадянами для моніторингу ситуації й оцінювання результатів своєї роботи; налагодження співпраці із засобами масової інформації задля забезпечення інформування громадськості про здійснювану політику, створення й підтримки позитивного іміджу влади, врахування

думки громадян під час прийняття управлінських рішень, залучення представників інститутів громадянського суспільства до самого процесу розробки і прийняття суспільно важливих рішень.

Особливо актуальною проблема публічної комунікації є для місцевих органів влади. На нашу думку, вона спричинена нестачею належних матеріальних і людських ресурсів, а головне відсутністю розуміння більшістю посадових осіб важливості комунікації для забезпечення громадської підтримки не лише своїх рішень, а й легітимності влади в цілому.

Проблеми комунікації на рівні місцевих органів влади актуальні, тому що саме на місцях має забезпечуватися конституційне право громадян на інформацію. Саме тут відбувається налагодження контактів влади з цільовими аудиторіями населення, узгодження надання публічних послуг з потребами громадян, здійснення контролю якості цих послуг та оперативне реагування на зміни в інформаційному просторі.

Як вже було підкреслено вище, одне з головних завдань місцевих органів влади – надання публічних (громадських, муніципальних, соціальних, адміністративних, управлінських та ін.) послуг населенню з метою забезпечення задоволення його потреб у різноманітних сферах життєдіяльності. Реалізація зазначених завдань, в свою чергу, потребує відповідного комунікативного забезпечення. Саме інформація і комунікація виступають основою процесу надання послуг [13, с. 15].

Як свідчить практика, на місцевому рівні діяльність таких інститутів громадянського суспільства, як громадські організації, осередки політичних партій, а також громадські ради, утворені при органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування, є недостатньо ефективною. Тому великого значення у налагодженні взаємодії між органами влади та населенням набувають місцеві ЗМК, особливо недержавні, які мають довіру населення територіальної громади та значний легітимаційний потенціал.

За визначають фахівці, «легітимаційний потенціал становлять мотиви й підстави, що можуть бути використані для публічного доведення легітимності політики, та які спроможні створювати консенсус» [52]. Легітимаційний потенціал ЗМК закладений, насамперед, у їх природі та місії: можливість одночасного охоплення великої частини суспільства, обов'язок доводити до громадян об'єктивну, достовірну, неупереджену інформацію про процеси, що відбуваються у суспільстві та впливають на його розвиток. До цього переліку можна додати й мотиви, що диктує ринок, а саме: потреба у забезпеченні фінансової стабільності організації та пошуків додаткових джерел доходів, що може призвести до поширення замовних матеріалів під виглядом редакційних, необхідність боротьби за утримання та розширення своєї цільової аудиторії, яка спонукає до пошуку тем, цікавих для широких верств населення.

Як відомо, громадяни, за відсутності власного досвіду спілкування з державними службовцями, свою думку про роботу органів влади та їх працівників формують, зокрема, на основі матеріалів ЗМК. Як зазначає Н.П. Пашина, ЗМК, обираючи «героїв» для свого матеріалу, визнають і підсилюють їхній соціальний статус, наділяють їх престижем, тим самим легітимізують їх та сприяють легітимності організації, особи, фактів, про які вони говорять. Увага ЗМК, на переконання науковця, свідчить про те, що «об'єкт повідомлення гідний бути виділеним з анонімної маси, його поведінка і думки важливі для всіх» [25].

У зв'язку із цим потрібно наголосити, що ЗМК можуть використовувати або використовуватися як для досягнення консенсусу, що є необхідною умовою легітимації, так і для роз'єднання, поділу суспільства щодо певних подій, тобто вони можуть сприяти і легітимації, і делегітимації влади. ЗМК можуть створювати підґрунтя для формування думки самими громадянами або ж використовувати маніпулятивні технології з метою формування необхідних суспільних настроїв. При цьому ЗМК здатні виступати самостійним політичним актором чи бути засобом, каналом

передачі інформації, необхідної замовнику. Замовником виступають органи влади, власники ЗМК, політичні партії, опозиційні сили, інші зацікавлені сторони. Тому органи влади повинні впроваджувати виважену комунікативну політику, спрямовану на підвищення рівня суспільної підтримки органу влади через донесення до громадськості об'єктивної інформації про свою діяльність. Для ефективної реалізації комунікативної політики науковцями розроблено моделі формування громадської думки.

Однією з таких моделей є встановлення порядку денного. Порядок денний – це те, що обговорюються на даний момент у суспільстві. Порядок денний громадськості встановлюють ЗМК, обираючи актуальні, сенсаційні, резонансні теми для повідомлень.

Завдання працівників органів влади, відповідальних за зв'язки з громадськістю, вплинути на формування ЗМК порядку денного. Тут ідеться не про цензуру та втручання у редакційну політику, а про створення інформаційних приводів, цікавих для ЗМК та їх аудиторії. Варто зазначити, що для журналістів діяльність органів влади, їх посадових осіб завжди є однією з найпривабливіших тем. Цьому сприяє і постійний інтерес громадськості до подій, що впливають на забезпечення життєдіяльності суспільства, першоджерелом якої є державні службовці та працівники органів місцевого самоврядування. З огляду на це органи влади мають використовувати такий інтерес журналістів для впливу на формування порядку денного, проводячи прес-конференції, брифінги, презентації, організовуючи виступи посадових осіб у ЗМК, поширюючи прес-релізи, інформаційні бюлетені, заяви для преси, розміщуючи WEB-сторінки в мережі Інтернет про орган влади та його діяльність тощо.

Організація форм взаємодії зі ЗМК має свою специфіку на центральному та місцевому рівнях. «Так, існує практика проведення щотижневих пресконференцій перших осіб місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування, під час яких вони висвітлюють важливі події, що відбулися минулого тижня та анонсують події поточного тижня,

відповідають на запитання журналістів. Така форма роботи дає змогу забезпечити подання офіційного погляду на події, що відбуваються у місті, районі чи області, всіма ЗМК незалежно від наявності фінансування з місцевого бюджету. Крім того, розставляються акценти, виділяються найважливіші та бажані для влади теми, також інформація викладена під час прес-конференції може стати поштовхом для підготовки більш розширених матеріалів. На пресконференції посадовець у межах моделі порядку денного має можливість реалізувати й такий варіант технології легітимації влади як відволікання уваги від гострих невивідних для нього тем, пропонуючи журналістам інформацію про нейтральні події чи про реалізовані успішні проекти» [8].

Характерною формою роботи органів влади та аудіовізуальних ЗМК місцевого рівня є зустрічі у прямому ефірі з керівниками органів публічної влади. Особливістю таких передач є можливість поставити запитання не лише у ведучого, а й у слухачів чи глядачів. Слід зазначити, що такий вид комунікації є досить популярним серед громадян: не кожен має змогу потрапити на прийом до посадової особи, крім того, ефект публічно поставленого запитання та отриманої відповіді надає впевненості у вирішенні проблеми. Такі передачі є позитивними і для посадовця, який відповідаючи на запитання не лише показує свою відкритість, а й доносить свою позицію, розповідає про діяльність органу, який представляє. Також такі передачі дозволяють посадовцям отримати зворотній зв'язок щодо їхньої діяльності, врахувати думки та пропозиції громадян під час прийняття рішень, зменшити навантаження на працівників відділів, які працюють зі зверненнями громадян.

Специфіка соціально-політичної ситуації кожного населеного пункту визначає вибір і змістовне наповнення форм роботи органів влади зі ЗМК. Це можуть бути регулярні, приміром, раз у квартал, зустрічі команди міського голови у форматі виїзних засідань на резонансні інфраструктурні об'єкти за участю представників ЗМК. Це можуть бути неформальні зустрічі

представників місцевих органів влади з представниками ЗМІ у офіційних локаціях, онлайн-конференції тощо.

Наведені приклади свідчать, що місцеві органи влади здатні ефективно використовувати легітимацийний потенціал ЗМК, впливати на формування порядку денного. На жаль, такі види роботи – явища нехарактерні, бо, з одного боку, треба враховувати реалії військового стану, а з іншого – за відсутності стратегії комунікації органу влади формат спілкування влади і ЗМІ здебільшого визначається ступенем активності самої посадової особи.

Для більшості місцевих органів влади (особливо для міст обласного підпорядкування, районних центрів) розроблення та впровадження власної комунікативної стратегії становить проблему. Насамперед, це викликано відсутністю спеціалістів, до функцій яких належить забезпечення ефективної комунікації органу влади, створення його позитивного іміджу, та браком коштів для залучення фахівців з професійних агенств. Як правило, за зв'язки зі ЗМК і громадськістю відповідає одна особа – працівник відділу внутрішньої політики, який не має відповідної освіти та фахової підготовки і виконує крім того й інші функції.

Оскільки збільшення обсягу фінансування для залучення сторонніх фахівців органом влади не є можливим, зусилля варто зосередити на рівні медіаграмотності працівників органів влади, які безпосередньо контактують з працівниками ЗМК.

Забезпеченню легітимності влади сьогодні надається важливе значення. Завдяки легітимності, яка ґрунтується на підтримці населенням дій владних інституцій, визнанні чинної влади, готовності виконувати управлінські рішення, досягається стабільність державного устрою. Легітимність залежить від налагодження ефективної комунікації органів влади центрального та місцевого рівнів з громадськістю, в першу чергу через взаємодію зі ЗМК. Одним із ключових понять забезпечення легітимності влади є формування громадської думки. Важливе місце у цьому процесі посідають ЗМК. Їхня роль у трикутнику «влада – ЗМК – громадськість» визначається рівнем

демократичності певного державного устрою, ступенем розвитку громадянського суспільства, утвердженням стандартів свободи слова одночасно із принципами соціально відповідальної журналістики. Потенціал ЗМК може використовуватися як з метою легітимації, так і з метою дискредитації, делегітимації органів влади, їх посадових осіб. Органи публічної влади мають використовувати легітимаційний потенціал ЗМК для забезпечення власної легітимності та легітимності влади в цілому, запорукою цього є ефективна взаємодія з ЗМК.

Висновки до розділу 2

Завданнями комунікації в державному управлінні є забезпечення підтримки суспільством дій влади, що досягається підвищенням рівня довіри громадян до державних інституцій; реалізація єдиної державної комунікативної політики шляхом створення системи впливу на громадську думку; формування та підтримка ефективного зворотного зв'язку із громадянами для моніторингу ситуації й оцінювання результатів своєї роботи.

Особливо актуальні проблеми комунікації на рівні місцевих органів влади, тому що саме на місцях має забезпечуватися конституційне право громадян на інформацію. Саме тут відбувається налагодження контактів влади з цільовими аудиторіями населення, узгодження надання публічних послуг з потребами громадян, здійснення контролю якості цих послуг та оперативне реагування на зміни в інформаційному просторі.

У тріаді взаємодії влади і суспільства, засоби масової комунікації відіграють роль передавача інформації та комунікативного засобу суспільства і влади, є своєрідною зв'язуючою ланкою.

Прогрес у розвитку сучасних інформаційних технологій змінив тенденції комунікативних процесів у політиці: відбувся стрімкий розвиток глобалізаційних процесів у світі; прискорився процес комунікації;

сформувались нові способи комунікації; стали широко використовуватись Інтернет-технології, що зумовило формування інформаційного суспільства.

Потенціал Інтернету як засобу комунікації на сьогодні – саме в залученні громадян до політичних процесів та реальних можливостях для політичних змін.

Політична комунікація стає більш технологічною і набуває такої нової властивості, як «зворотний зв'язок».

Розширення технічних та інформаційних можливостей людства зумовлює формування сприятливих умов для того, щоб комунікативна взаємодія органів державної влади та громадськості відбувалася на якомога ефективнішому та значимішому рівні.

Легітимаційний потенціал ЗМК закладений, насамперед, у їх природі та місії: можливість одночасного охоплення великої частини суспільства, обов'язок доводити до громадян об'єктивну, достовірну, неупереджену інформацію про процеси, що відбуваються у суспільстві та впливають на його розвиток.

ЗМК можуть створювати підґрунтя для формування думки самими громадянами або ж використовувати маніпулятивні технології з метою формування необхідних суспільних настроїв. При цьому ЗМК стають провідним актором політичної соціалізації мас, які формують громадську думку стосовно найважливіших політичних проблем. Управління і контроль над інформаційними потоками стають головною політичною проблемою, оскільки той, хто контролює ЗМІ, має можливість втручатись у політичний процес і впливати на його перебіг.

Потенціал ЗМК може використовуватися як з метою легітимації, так і з метою дискредитації, делегітимації органів влади, їх посадових осіб. Органи публічної влади мають використовувати легітимаційний потенціал ЗМК для забезпечення власної легітимності та легітимності влади в цілому, запорукою чого - є ефективна взаємодія з ЗМК.

РОЗДІЛ 3. ВЗАЄМОДІЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

3.1. Проблемні питання комунікативної діяльності місцевих органів публічного управління.

У сучасному суспільстві, згідно з демократичними вимогами, необхідний інформаційний порядок, тобто така організація інформаційного простору, яка передбачає повноцінне здійснення прав громадян на доступ, отримання, розповсюдження й використання інформації, відповідно до їх потреби бути оптимально поінформованими для прийняття та реалізації максимально вірних рішень як у справах управління державою, так і в усіх інших сферах життєдіяльності. У забезпеченні такого інформаційного порядку важливу роль відіграє державна інформаційна політика, яка є невід’ємною складовою комунікативної діяльності органів публічної влади.

Публічне управління є неможливим без обміну інформацією. Такий обмін за допомогою механізму соціальної комунікації об’єднує політичну систему та громадянське суспільство і дає інститутам публічної влади змогу виконувати функції управління державою і суспільством. Соціально-політична (або масова) комунікація є найбільш широко використовуваним механізмом взаємного узгодження інтересів, соціальних дій та цілей розвитку людини, суспільства та держави.

Оскільки головною умовою розвитку суспільства є можливість отримання об’єктивної інформації про умови життєдіяльності, функціонування держави в цілому та його складових галузей, в тому числі, у міжнародному середовищі, виникає необхідність виокремлення інформаційно-комунікаційної функції держави.

Вітчизняне законодавство дає визначення державній інформаційній політиці як сукупності основних напрямів діяльності щодо такого: – забезпечення доступу кожного до інформації; – забезпечення рівних

можливостей щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації; – створення умов для формування в Україні інформаційного суспільства; – забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень; – створення інформаційних систем і мереж інформації, розвиток електронного урядування; – постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів; – забезпечення інформаційної безпеки України; – сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входженню України до світового інформаційного простору. Таким чином, державна інформаційна політика є нічим іншим як інформаційно-комунікативною функцією держави, суть якої полягає в одержанні, використанні, поширенні і зберіганні інформації, забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень і забезпечення права кожного на доступ до інформації.

Законом України «Про інформацію» встановлено, що «суспільно значима інформація може безперешкодно поширюватись, навіть коли вона не є відкритою за режимом доступу, у випадках, якщо ця інформація є предметом громадського інтересу і якщо право громадськості знати цю інформацію переважає право її власника на її захист» [39].

Тобто зміна режимів доступу до інформації має відбуватися за умови забезпечення безперешкодного доступу та поширення суспільно значущої інформації. Фактично цей принцип є нічим іншим, як особливою угодою між органами державної влади та суспільством, посередником у якій виступають засоби масової інформації, суть цієї якої полягає в таких принципах: – інформація з обмеженим доступом може бути поширена на невизначене коло осіб у тому випадку, якщо вона є суспільно значущою; – суспільно значуща інформація не може бути віднесена до категорії інформації з обмеженим доступом.

Одним з важливих завдань інформаційно-комунікативної політики держави є формування і використання національних інформаційних ресурсів.

Але однією з проблем є відсутність законодавчого визначення поняття «державні інформаційні ресурси». Державні інформаційні ресурси, на думку І. Арістової, є «основою єдиного інформаційного простору України. До таких належать: – ресурси, що утворені для забезпечення діяльності органів державної влади і вироблені в результаті цієї діяльності; – ресурси, що утворені недержавними організаціями за замовленнями і в інтересах органів державної влади» [1, с. 120].

Що стосується зовнішньої інформаційно-комунікативної політики держави, адже легітимація органів влади відбувається і на міжнародному рівні, то у України до останнього часу була дуже слабка глобальна інформаційна присутність.

До самого початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну цілеспрямованим поширенням тематичної інформації за кордон активно займалися переважно соціальні медіа, наприклад, група «Інформаційний спротив». Група вела планову спрямовану політику викриття (спростування) неправдивої інформації про події в Україні, про стосунки України і Росії. Підготовлені експертами аргументовані матеріали перекладалися різними мовами (англійською, німецькою, французькою, чеською, болгарською та ін.) і поширювалися інформаційними каналами світових ЗМІ.

Причиною відсутності докорінних змін у позиціонуванні образу України в світовому інформаційному просторі на рівні державної стратегії, на думку експертів були наступні фактори:

- «недостатність чіткої координації між органами влади, зведення її до разових акцій, що не пов'язані між собою у певну систему дій;
- змістові та методичні недоліки в інформаційно-роз'яснювальній роботі, яка проводилась у цьому зв'язку українськими органами державної влади;
- недостатня увага до визначення цільової аудиторії (громадськість певної країни у цілому чи окрема соціальна група), на яку, перш за все, мав

би бути здійснений інформаційний вплив при проведенні конкретного заходу;

– спроби безпосереднього руйнування існуючих негативних стереотипів щодо ідентифікації «образу» України виключно шляхом їхнього спростування, а не послідовною, систематичною й ціле спрямованою роботою щодо поступового їх заміщення новим позитивним».

За таких умов, за оцінками як зарубіжних, так і вітчизняних експертів, Україна залишалася здебільшого беззахисним об'єктом численних інформаційних агресій ззовні, які здійснювалися з різних причин: боротьба за вплив на Україну між іншими державами, намагання дестабілізувати її внутрішнє становище, завдати шкоди її міжнародному авторитетові, конкуренція на зовнішніх ринках, політичні, територіальні суперечки тощо. З іншого боку, величезна кількість внутрішніх проблем давали й дають безліч інформаційних приводів для негативних повідомлень про Україну у світових медіа. Нажаль, подією, що призвела до докорінного перегляду місця і роді зовнішньополітичної комунікативної стратегії держави, стала відкрита повномасштабна агресія росії 2022 р.

Право доступу до інформації — важливіше конституційне право людини і громадянина. В умовах формування інформаційного суспільства, а також розвитку Інтернету, це право є одночасно ідеологічною основою і технологічною умовою реалізації як свободи слова в Інтернеті, так й інших конституційних прав людини.

В той же час за результатами міжнародної оцінки розвитку електронного урядування в 2024 р. Україна зайняла 81 місце в світі за рівнем розвитку ІКТ серед 193 країн, втративши 8 позицій у порівнянні з 2023 р. Така негативна тенденція продовжується з 2020 р.

Для суттєвого зрушення в становленні електронного урядування необхідна не тільки державна ініціатива та відсутня на сьогодні реальна підтримка з боку вищого керівництва, а достатньо суворі заходи з оптимізації структури та методів діяльності державної влади.

За роки незалежності в Україні було створено законодавчу базу щодо налагодження комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю. Існуючі на сьогодні комунікативні механізми побудовані на основі положень Указів Президента України щодо забезпечення консультацій з громадськістю та участі громадян у прийнятті рішень, Законів України.

Зокрема порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації регулюється Законом України «Про медіа» [40]. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [36]. «Про звернення громадян» [38], «Про громадські об'єднання» [31]. «Про місцеве самоврядування в Україні» [41], «Про службу в органах місцевого самоврядування» [44], «Про статус депутатів місцевих рад» [45]. «Про правовий режим воєнного стану» [43], «Про військово-цивільні адміністрації» [30] тощо.

Крім того, необхідно наголосити на системному впровадженні у правове поле України низки підзаконних актів, прийнятих на виконання зазначених законів, зокрема: – постанов Кабінету Міністрів України «Про Регламент Кабінету Міністрів України», «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» (від 4 січня 2002 р. № 3); від 29 серпня 2002 р. № 1302), «Про заходи щодо подальшого забезпечення відкритості у діяльності органів виконавчої влади» (від 29 серпня 2002 р. № 1302); «Про затвердження Порядку залучення громадськості до обговорення питань щодо прийняття рішень, які можуть впливати на стан довкілля» (від 29 червня 2011 р. № 771); «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» (від 3 листопада 2010 р. № 996) тощо. – розпоряджень Кабінету Міністрів України: «Про затвердження плану заходів щодо виконання Концепції реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період

до 2017 року» (від 18 вересня 2013 р. № 754); «Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів» (від 22 квітня 2009 р. № 448); «Про заходи щодо підвищення рівня інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади, місцевого самоврядування та громадськості з питань фінансової політики» (від 20 листопада 2004 р. № 868); «Про роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення відкритості у своїй діяльності, зв'язків з громадськістю та взаємодії із засобами масової інформації» (від 18 жовтня 2004 р. № 759) тощо.

Результати аналізу існуючої нормативно-правової бази свідчать про те, що рівень правового врегулювання питання налагодження комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю не в повній мірі відповідає європейським тенденціям. Крім того, відсутність ефективної взаємодії та зв'язку між владою (як на центральному, так і місцевому рівні) та суспільством, що створило певний вакуум у спілкуванні з громадськістю врешті вилилося у масштабні суспільні заворушення, протести та збройне протистояння.

Недостатньо використаний досвід Європейського Союзу та не здійснена його належна адаптація до потреб українського споживача.

Україною запозичено досвід Європейського Союзу щодо проведення консультацій з громадськістю з метою залучення громадян до участі в управлінні державними справами, плануванні, врахування громадських ініціатив, надання можливості для їх вільного доступу до інформації про діяльність органів виконавчої влади, а також забезпечення гласності, відкритості та прозорості діяльності зазначених органів. Але система центральних органів виконавчої влади не має добре розвинутої системи консультацій з зацікавленими сторонами під час розробки основних напрямків діяльності та підготовки проектів управлінських рішень. Тоді як

запровадження таких комунікацій стали невід'ємним елементом розробки політики у всіх сферах діяльності членів Європейського Союзу.

У липні 2005 року було прийнято новий План дій комісії з покращення комунікації в Європі (The Action Plan to Improve Communicating Europe (SEC(2005) 985)) [65], в основу якого було покладено три стратегічні принципи для підвищення інтересу громадськості та отримання довіри громадян: «слухати», «спілкуватися», «розуміти». «Слухати» — комунікація — це діалог, в якому беруть участь не тільки інституції ЄС, а й громадяни. Громадяни Європи хочуть, щоб у Європі чули їх голос, та брати пряму демократичну участь у розробці проектів рішень та їх прийнятті [65]. «Спілкуватися»: інформація про політиків ЄС та їх діяльність повинна бути доступною та зрозумілою [65]. «Розуміти» — офіційні повідомлення мають формуватися з урахуванням місцевих особливостей, аудиторії. Комунікативні заходи Комісії повинні забезпечуватися ресурсами і організовані таким чином, щоб у рішеннях враховувалися демографічні та місцеві проблеми, а канали передачі інформацію повинні бути доступними» [65]. У Плані детально перераховувалися всі спеціальні заходи покращення комунікації із громадянами, зокрема, «посилення представницьких офісів Комісії, краща внутрішня координація та планування, робота над мовним питанням та презентацією, більше пунктів комунікативного доступу для громадян. Його мета — започаткувати справжній діалог з громадськістю та краще враховувати її сфери зацікавленостей у комунікаційній діяльності Комісії» [60].

Ще одним проблемним питанням у здійсненні комунікативної діяльності органами публічної влади в Україні, зокрема на місцевому рівні, є законодавче регулювання забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації публічної політики, де існує багато колізій.

Проте законодавство визначає, що інститути громадянського суспільства можуть ініціювати проведення консультацій з громадськістю з питань, шляхом подання відповідних пропозицій громадській раді або

безпосередньо органу виконавчої влади. У разі коли пропозиція щодо проведення консультацій з громадськістю з одного питання надійшла не менше ніж від трьох інститутів громадянського суспільства, які діють на відповідній території, такі консультації проводяться обов'язково [34].

Організатором громадського обговорення може бути орган виконавчої влади, який приймає рішення, орган місцевого самоврядування або замовник проекту такого рішення. Водночас зазначений акт не в повній мірі відповідає актам, які мають вищу та таку ж юридичну силу. Зокрема у постанові зазначається, що врахування пропозицій (зауважень) громадськості забезпечує орган, який приймає рішення. Таким чином у разі прийняття рішень Урядом України, саме Кабінет Міністрів України має розглядати пропозиції (зауваження) громадськості, що не відповідає Регламенту Кабінету Міністрів України.

Протягом 2009–2010 років відповідними розпорядженнями Кабінету Міністрів України схвалено та Концепцію проекту Закону України «Про вплив громадськості на прийняття нормативно-правових актів» та Концепцію проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» [46]. Зазначеними актами доручалося Міністерству юстиції України разом із заінтересованими центральними органами виконавчої влади розробити і подати на розгляд Уряду відповідні законопроекти. Але нажаль і до сьогодні існують лише концепції Концепції названих Законів.

Потреба органів влади у підтриманні зв'язків зі ЗМІ, впливає з необхідності інформування про свою діяльність, враховуючи наступне:

- повідомлення про діяльність влади мусять якнайповніше відображати позицію цієї влади;
- засіб масової інформації повинен мати відповідну репутацію «якісного» (аналітичного чи інформаційного) медіа; – охоплення масової аудиторії необхідна на різних рівнях: загальнодержавному, регіональному, місцевому;

– некритичність (щодо політики влади) працівників ЗМІ при підготовці й поширенні інформації.

Підсумовуючи можна зазначити, що стрімкий розвиток комунікативного простору радикально змінив суспільні взаємозв'язки, інформаційний обмін, ступінь відкритості та кількість діалогових форм спілкування людей, соціальних груп і суспільства в цілому та вимагає трансформації комунікативної моделі взаємодії державних і громадськості та визначає коло проблем: низька ефективність правового регулювання інформаційно-комунікативної сфери, неефективне забезпечення інформаційного суверенітету та інформаційної безпеки України, недостатня інформаційна активність України за кордоном; відставання у запровадженні сучасних інформаційних технологій.

Саме сьогодні, у ситуації системної кризи, що викликана зовнішньою агресією по відношенню до нашої країни, для української держави завдання щодо налагодження комунікацій влади і суспільства на всіх етапах планування, ухвалення політики та програм є першочерговим і невідкладним. Від здатності державних органів перебудувати свою діяльність з урахуванням реальної ситуації у політичній та соціально-економічній сфері, залежить успіх інформаційно-комунікативної політики держави, що є стратегічним фактором ефективного функціонування та розвитку політичної системи країни.

3.2. Шляхи підвищення ефективності комунікативної взаємодії органів публічного управління і засобів масової комунікації на місцевому рівні

Взаємодія органів влади і громадськості на місцевому рівні має на меті кілька головних цілей. На рівні процесуальному (поточної повсякденності) визначально важливою метою взаємодії є постійне взаємне узгодження інтересів, підтримання стану соціально-політичної стабільності. Якщо ж брати за мірило стратегічні перспективи розвитку регіону як територіальної

соціально-економічної цілісності, то головною спільною метою учасників взаємодії буде забезпечення нової якості людського життя, створення умов для життя і праці у безпечних і екологічно здорових умовах. Усі вказані цілі охоплюються словосполученням «стійкий людський розвиток».

Основними принципами взаємодії органів державної влади і громадських організацій на рівні регіону повинні бути партнерська рівність, адекватне представництво, громадська участь, сфокусованість на проблемах локального розвитку, на нагальних потребах громад (у тому числі органів громадської самоорганізації), субсидіарність, відкритість (перш за все поінформованість громадян у ключових справах, що стосуються життя територіальної громади). Взаємодія органів публічної влади і громадськості може бути ефективною за умов, якщо вона побудована на засадах системності і постійності.

Комунікативну діяльність можна розглядати і як внутрішню складову державно-управлінського процесу, і як зовнішньо й внутрішньо спрямовані зв'язки з громадськістю і персоналом, що вимагає своїх правил, методів, засобів, технологій. Отже, можна стверджувати, що до комунікативної діяльності місцевих органів публічної влади відносяться три блоки завдань:

- забезпечення інформаційного обслуговування органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування;
- налагодження комунікації з «внутрішніми клієнтами» – державними службовцями та посадовцями місцевого самоврядування;
- забезпечення комунікативної взаємодії із «зовнішніми клієнтами» – громадянами (населенням й інституціональними структурами громадянського суспільства).

Механізм комунікативної діяльності місцевих органів публічної влади доцільно розглядати як послідовну реалізацію комплексу правових та організаційних дій, що базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації та використанні відповідних методів управління, спрямованих на

задоволення інформаційно-комунікативних потреб населення і організації діяльності структурних підрозділів місцевих органів публічної влади.

У структурі механізму комунікативної діяльності можна виділити чотири основних блоки: правовий, ресурсний, інформаційний, організаційний (зокрема, цілі управління, елементи об'єкта, методи впливу – принципи).

Система управління комунікативної діяльності місцевих органів влади складається з: безпосередньо органів управління на місцях (місцеві державні адміністрації, територіальні підрозділи центральних органів виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, державні службовці та посадовці місцевого самоврядування), а також опосередковано – громадськості (населення, бізнесових структур, громадських організацій, соціальних груп, здатних суттєво впливати на процес прийняття управлінських рішень).

Відповідно до принципів комунікативної діяльності мають бути відібрані форми, методи і технології комунікації. Варто виділити такі форми розповсюдження інформації про діяльність органів державного управління:

- 1) випуск і поширення інформаційних бюлетенів, пресрелізів, оглядів, фото-відеоматеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформації; проведення прес-конференцій, брифінгів, політичних діалогів, телевізійних дебатів, «круглих столів», прес-клубів, інтерв'ю з керівниками органів державної влади; підготовка і проведення теле- і радіопередач; забезпечення публікацій (виступів) у ЗМІ керівників або інших відповідальних працівників органів державної влади;
- 2) створення архівів інформації про діяльність органів державного управління;
- 3) розміщення WEB-сторінок в мережі Інтернет про орган влади та його діяльність;
- 4) інші форми поширення офіційної інформації, що не суперечать чинному законодавству.

На думку науковців, специфіка комунікативної діяльності місцевих органів влади полягає у наступному.

По-перше, «комунікації місцевих органів виконавчої влади у більшості випадків носять обов'язковий характер і процеси їх здійснення визначаються впливом внутрішніх, зовнішніх факторів та нормативними актами чи розпорядженнями вищих організацій».

По-друге, комунікативні процеси на місцях споживання публічних послуг виступають складовими елементами процедури використання цих послуг (управлінських/адміністративних, громадських, соціальних та ін.)».

По-третє, через налагодження комунікативних процесів місцевих органів публічної влади здійснюють оперативний контроль за дієвістю свого впливу на вирішення суспільних проблем».

По-третє. місцеві органи публічного управління мають задовольняти не лише власні інформаційно-комунікативні потреби, зумовлені завданнями та необхідністю прийняття ефективних управлінських рішень, а й потреби фізичних, юридичних осіб та центральних органів державної виконавчої влади».

Поряд з цим ще однією обов'язковою вимогою до комунікативної діяльності місцевих органів публічної влади є врахування специфіки місцевості – галузевої структури виробництва, пріоритетних напрямів розвитку території, наявності ресурсів, інфраструктури економіки та забезпечення її розвитку, демографічних, міграційних особливостей регіону тощо.

Сприяння розвитку громадянського суспільства з боку місцевих органів публічної влади - це налагодження ефективної взаємодії місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з інститутами громадянського суспільства, що повинна базуватися на партнерстві, взаємній зацікавленості у досягненні цілей, пов'язаних з процесом демократизації всіх сфер державного управління та суспільного життя, соціально-економічним та духовним прогресом, всебічним забезпеченням захисту прав і свобод людини

та громадянина. Успішна ефективна взаємодія органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування з громадськістю як елемент комунікативної взаємодії є важливою складовою вирішення актуальних питань місцевої політики та соціально-економічного розвитку регіону.

Включення громадян до процесу ухвалення рішень, особливо тих, кого безпосередньо торкнуться ухвалені питання чи програми, підвищує взаєморозуміння, мінімізує конфлікти та створює умови для широкого суспільного консенсусу в ухваленні рішень.

Необхідно зазначити, що для існування дієвого комунікативного діалогу влади і суспільства як на загальнонаціональному, так і на місцевому рівнях державі необхідно вирішити цілу низку ключових завдань щодо покращення комунікативного діалогу із суспільством. Необхідно вдосконалити законодавчі механізми регулювання процесів обміну інформацією, зокрема впровадити принцип партнерської взаємодії, що передбачає не тільки інформування населення, а й налагодження ефективного зворотного зв'язку, проведення відповідної роз'яснювальної роботи, встановлення громадського контролю за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Насамперед, необхідно зосередитись на першочергових заходах, а саме:

- визначенні пріоритетів у сфері суспільних комунікацій, узгодження механізмів інформування та зворотного зв'язку;
- визначенні центрального органу виконавчої влади, відповідального за розроблення, впровадження та контроль за реалізацією державної комунікативної політики;
- забезпеченні взаємодії, побудови вертикальної та горизонтальної ієрархії комунікацій і керівних принципів зазначеного центрального органу державної влади та інших державних органів;
- підвищенні ефективності використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій, впровадженні високих стандартів щодо

зручності та легкості доступу громадян до публічної інформації й забезпечення зворотного зв'язку;

- розробленні чіткого та прозорого механізму контролю за процесами опрацювання пропозицій (зауважень) звернень громадян і громадських об'єднань;

- підвищенні рівня професійної компетентності працівників державних органів, відповідальних за комунікативну взаємодію з громадськістю.

Здійснення цих заходів неможливе без переходу й розвитку інформаційно відкритого суспільства, що передбачає виникнення нових форм інформаційної взаємодії державної влади із суспільством. Насамперед, державна влада має здійснювати відкриту і чесну інформаційну взаємодію з громадськістю через використання засобів масової комунікації, враховуючи вплив і стрімкий розвиток ЗМК в епоху глобалізаційних процесів [53, с. 48].

Сучасні системні підходи в організації державного управління особливу роль відводять інформаційно-комунікаційним аспектам. Вважається, що для побудови моделі державного управління є вагомою концепція систем з інформаційним зворотним зв'язком. Цей підхід демонструє динаміку перетворення інформації на рішення, які, у свою чергу, стають діями. Необхідно приділяти більше уваги їхнім взаємозв'язкам, а не окремим частинам як таким. У такому розумінні комунікація, вірогідно, розглядається як засіб, за допомогою якого в єдине ціле об'єднується організаційна діяльність, модифікується поведінка, здійснюються зміни, інформація набуває ефективності, реалізуються цілі.

Необхідно також відмітити, що розвиток інформаційного суспільства та електронного урядування може бути приречений на отримання негативного результату оскільки на даний момент не в повній мірі забезпечуються головні умови успішного впровадження електронного урядування, а саме:

- підтримка проекту з боку вищого керівництва держави;

- демократична та правова держава і розвинуте громадянське суспільство; – довіра населення до влади;
- наявність діючої інформаційної інфраструктури, у тому числі, підключення до Інтернету більше, ніж 60 % громадян країни;
- навчені та мотивовані до впровадження е-урядування державні службовці;
- наявність необхідної та достатньої системи нормативно-правових документів;
- достатність ресурсів та їх раціональне та ефективне використання;
- паралельне здійснення адміністративної реформи (зміна структури, функцій та завдань органів влади, їх комунікацій з громадянами та бізнесом тощо) та впровадження електронного урядування.

З метою здійснення державою дієвої комунікативної політики необхідно удосконалити законодавчі механізми регулювання процесів обміну інформацією, зокрема впровадити принцип партнерської взаємодії, що передбачає не тільки інформування населення, а і налагодження ефективного зворотного зв'язку, проведення відповідної роз'яснювальної роботи, встановлення громадського контролю за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

В першу чергу необхідно зосередитись на першочергових заходах, а саме:

- визначення пріоритетів у сфері суспільних комунікацій, узгодження механізмів інформування та зворотного зв'язку;
- визначення центрального органу виконавчої влади, відповідального за розроблення, впровадження та контроль за реалізацією державної комунікативної політики;
- забезпечення взаємодії, побудови вертикальної та горизонтальної ієрархії комунікацій та керівних принципів зазначеного центрального органу державної влади та інших державних органів;

- підвищення ефективності використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій, впровадження високих стандартів щодо зручності та легкості доступу громадян до публічної інформації та забезпечення зворотного зв'язку;
- розроблення чіткого та прозорого механізму контролю за процесами опрацювання пропозицій (зауважень) звернень громадян та громадських об'єднань;
- підвищення рівня професійної компетентності працівників державних органів, відповідальних за комунікативну взаємодію з громадськістю.

«Для покращення міжнародної комунікативної взаємодії необхідно вийти на якісно новий рівень організації роботи щодо творення та підтримки високого міжнародного іміджу України. Вважається необхідним забезпечити фінансування програм і їх впровадження та розробку комплексу узгоджених між собою заходів за такими фундаментальними напрямками:

1. Інформаційний паритет — налагодження постійного, комплексного, багатоканального, на всіх рівнях від еліт до громадськості, постачання потрібної інформації про країну — з одного боку; менеджмент медіаповідомлень, системне відстеження та блокування або ж нейтралізація спрямованих проти України інформаційних кампаній, дезінформації, некоректної, шкідливої інформації — з іншого.

2. Налагодження взаємовигідної співпраці з діаспорою щодо популяризації України та українців, лобіювання їхніх інтересів в інших країнах і на міжнародній арені. У цьому співробітництві Україна має взяти на себе роль головного менеджера, координатора, промоутера, дипломатичного, правового та (у певних випадках) фінансового гаранта.

3. Подальше розширення й розвиток мережі українських культурно-інформаційних центрів у складі закордонних дипломатичних установ України.

4. Формування позитивного інвестиційного іміджу, що досягається не лише завдяки виходу на вигідні для зовнішніх інвесторів об'єктивні фінансово-економічні, інфраструктурні, нормативно-правові параметри, але й завдяки створенню суб'єктивно привабливого образу бізнесової діяльності у нашій країні в комплексі з постійною промоцією наявних можливостей та пропозицій, налагодженням вільного та комфортного доступу до потрібної інформації, вільного обміну нею тощо.

5. Розвиток позитивного туристичного іміджу, що, попри унікальний туристичний та історичний потенціал України, залишається досить слабо розвинутим» [55].

На нашу думку, першочерговим кроком на шляху здійснення державою в цілому, і органами публічної влади на місцях зокрема, є розроблення і прийняття Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики», у якому необхідно передбачити:

- визначення термінів «державна комунікативна політика», «комунікація», «консультації з громадськістю», «вивчення громадської думки», «електронні консультації», «засоби масової комунікації» тощо;
- принципи реалізації державної комунікативної політики;
- розроблення стандартів комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю, що відповідають міжнародним вимогам;
- формування у населення комунікативної культури;
- обов'язки органів державної влади, органів місцевого самоврядування, засобів масової комунікації та інститутів громадянського суспільства;
- основні напрями реалізації державної комунікативної політики: удосконалення нормативно-правової бази у сфері суспільних комунікацій; формування дієвої та ефективної системи комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю;

- проведення роз'яснювальної роботи серед цільових аудиторій щодо пріоритетів державної політики, механізму участі в управлінні державними справами, вирішенні питань місцевого значення;

- забезпечення реального включення громадської думки у прийняття політичних рішень.

Узагальнюючи викладене можна зробити висновок, що використання комунікаційних технологій публічною владою є вимогою часу. Завдяки впровадженню сучасних комунікаційних технологій покращується якість управлінської діяльності, збільшується рівень довіри населення. Крім того завдяки вдалим комунікаційним технологіям державна влада та представники здатні підвищувати власний рівень легітимності в суспільстві переконувати громадян у правильності своїх дій. Легітимність одночасно виступає і метою, і умовою функціонування та ефективності владних відносин у державі. Потенціал легітимності є потенціалом державотворення та стабільності суспільно-політичного життя.

Сучасний стан української держави та її керівництва є дуже складним і полягає в тому, що криза легітимності та делегітимаційні процеси охопили всі рівні політичного та державного управління: соціально-економічна ситуація, стабільність і покращення якої є однією з легітимаційних основ влади, ускладняється факторами зовнішнього впливу і, перед усім, російською агресією проти України.

Проблема ускладнюється ще й тим, що виборча модель легітимації, одна із головних складових сучасної легітимаційної політики та практики, внаслідок суспільно-політичних процесів та дій органів влади виявилася багато в чому дискредитованою в очах суспільства і тому, не може бути ефективно використана.

Оскільки головним джерелом легітимності політичної влади в сучасному державотворенні є суспільство та особистість, для підвищення авторитету органів державної влади доцільно розробити комплексну програму діяльності щодо надання владі дійсно публічного характеру:

- режим відкритості функціонування влади та прозорості прийняття політичних рішень;
- участь громадськості у формуванні державної політики та прийнятті рішень.

Подолання названих проблем у середньостроковій перспективі передбачено багатьма нормативно-правовими документами. Зокрема, певні технології легітимації влади за участю громадськості закріплені в нормативно правових актах, які передбачають вільний доступ до інформації, проведення консультацій з громадськістю та громадських обговорень, громадську та антикорупційну експертизи, існування громадських як дорадчого органу при органах державної влади. Але повною мірою потенціал вказаних заходів як елементів комунікативної політики, направлених на становлення реальної публічності і, як наслідок, легітимації влади не може бути використаний, оскільки комунікації між органами публічної влади і громадськістю регулюється лише частково. Звідси рівень правового врегулювання питання налагодження комунікації між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю не повною мірою відповідає рівню розвитку українського суспільства та сучасній суспільно-політичній ситуації.

На сучасному етапі публічність у сфері державного управління вимагає впровадження стилю роботи в режимі динамічної комунікації. Отже, основні стратегічні напрямки політики публічності влади можуть бути реалізовані за допомогою комунікаційних технологій.

Таким чином постає необхідність удосконалення механізму регулювання процесу обміну інформацією, зокрема впровадження принципу партнерської взаємодії, що передбачає не тільки інформування населення, а і налагодження ефективного зворотного зв'язку, проведення відповідної роз'яснювальної роботи, встановлення громадського контролю за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування. У зв'язку з цим існує нагальна потреба у розробленні основних засад державної

комунікативної політики, впровадження стандартів інформаційного обміну між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації і громадськістю.

Висновки до розділу 3

У сучасному суспільстві, згідно з демократичними вимогами, необхідний інформаційний порядок, тобто така організація інформаційного простору, яка передбачає повноцінне здійснення прав громадян на доступ, отримання, розповсюдження й використання інформації, відповідно до їх потреби бути оптимально поінформованими для прийняття та реалізації максимально вірних рішень як у справах управління державою, так і в усіх інших сферах життєдіяльності. У забезпеченні такого інформаційного порядку важливу роль відіграє державна інформаційна політика, яка є невід'ємною складовою комунікативної діяльності органів публічної влади.

Таким чином, державна інформаційна політика є нічим іншим як інформаційно-комунікативною функцією держави, суть якої полягає в одержанні, використанні, поширенні і зберіганні інформації, забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень і забезпечення права кожного на доступ до інформації.

Стрімкий розвиток комунікативного простору радикально змінив суспільні взаємозв'язки, інформаційний обмін, ступінь відкритості та кількість діалогових форм спілкування людей, соціальних груп і суспільства в цілому та вимагає трансформації комунікативної моделі взаємодії державних і громадськості та визначає коло проблем: низька ефективність правового регулювання інформаційно-комунікативної сфери, неефективне забезпечення інформаційного суверенітету та інформаційної безпеки України, недостатня інформаційна активність України за кордоном; відставання у запровадженні сучасних інформаційних технологій.

Саме сьогодні для української держави завдання щодо налагодження комунікацій влади і суспільства на всіх етапах планування, ухвалення

політики та програм є першочерговим і невідкладним. Від здатності державних органів перебудувати свою діяльність з урахуванням реальної ситуації у політичній та соціально-економічній сфері, залежить успіх інформаційно-комунікативної політики держави, що є стратегічним фактором в політичній системі країни.

Адаптація міжнародного досвіду до українських реалій дасть можливість зробити українську владу відкритою, зрозумілішою для громадян, сформувати законодавчу базу та відповідну структуру для державного регулювання цієї сфери.

Але сучасні суспільно-політичні та економічні реалії України можуть стати на заваді розвитку інформаційного суспільства і створення вираженої інформаційно-комунікативної політики держави.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідження взаємодії органів публічного управління та засобів масової комунікації як інструмента легітимації на місцевому рівні дозволило зробити низку теоретичних і практичних висновків і сформувані на їх основі пропозиції щодо напрямів підвищення ефективності комунікативної взаємодії органів публічного управління та ЗМК.

1. Теоретичні основи легітимації влади почали розробляти ще за часів становлення державності як політичної форми організації суспільства (Лао-Цзи, Конфуцій, Платон, Аристотель та ін.). У науковий обіг термін «легітимність» увів М. Вебер. Виходячи з розміркувань М. Вебера, здобути легітимність претендент на політичну владу чи її носій може лише відповідаючи ціннісно-нормативним орієнтаціям суспільства, які обумовлюються політичними ситуаціями та побудованими на їх критичному осмисленні проектами соціально-політичних перетворень.

Спираючись на технологічний підхід до визначення легітимності влади, запропонований провідними вітчизняними фахівцями, ми отримали змогу не тільки описати формування легітимності політичної влади, а й осмислити легітимацію її як процес суспільного визнання. Це, у свою чергу, дозволяє розглядати комплекс дій політичних суб'єктів як певний алгоритм операцій, як спрямовані кроки щодо реалізації технології або технологій легітимації влади; визначати можливості та вимоги щодо оптимізації політичних практик, спрямованих на легітимацію. Легітимація політичної влади може тлумачитися як процес набуття політичною владою суспільної значущості, що надає суб'єктам влади можливість здійснювати визначальний вплив на суспільно-політичну динаміку. Легітимація трактується як двовекторний процес: перший вектор - від соціального суб'єкта до суб'єкта влади (внутрішнє сприйняття та визнання значущості політичної влади); другий вектор - від суб'єкта влади до соціального суб'єкта як підлеглого

(процес застосування технологій переконання у значущості політичної влади, який здійснює активний суб'єкт влади). Таким чином, щоб забезпечити легітимність своїх дій, заручитися підтримкою громадськості, органам влади необхідно налагодити постійний діалог із суспільством, вивчати та враховувати думку громадян під час їх прийняття, залучати представників інститутів громадянського суспільства до самого процесу розробки і прийняття суспільно важливих рішень.

2. Громадська думка виконує важливі соціальні функції: експресивну, консультативну, контрольну, регулятивну та директивну. Реалізуючи свою експресивну функцію, громадська думка артикулює оцінку дій влади, спрямованих на розв'язання певної суспільної проблеми, визначає діяльність державних органів тощо. Інтегративною функцією є – регулятивна, оскільки громадська думка включається в процес взаємодії через регулювання як відносин всередині самої влади, так і відносин між владою та суспільством. Саме з нею пов'язана можливість громадської думки певним чином детермінувати політичний процес, коректувати діяльність владних структур та окремих посадових осіб. Таким чином громадська думка стає технологією легітимації влади, адже політика це сфера, де продукується і функціонує громадська думка.

Значну роль у продукуванні громадської думки відіграють засоби масової комунікації. Легітимаційні процеси відбуваються у форматі моделі «влада —ЗМК—суспільство», суть якої зводиться до тези, що поняття «комунікація» слід сприймати як спроможність передачі масової інформації з метою впливу на суспільство і його складові. Основу легітимації будь-якої влади становить довіра народу, що виявляється через громадську думку. Відповідно, діяльність сучасної системи масової комунікації значною мірою опосередковує та впливає на легітимаційні процеси у політико-управлінському полі.

3. Формування точного понятійно-категоріального апарату дослідження взаємодії органів публічного управління та засобів масової комунікації як інструменту легітимації влади є найголовнішою з умов розуміння щодо його особливостей, налагодження та здійснення. Загально визнане усвідомлення понять та термінів буде слугувати так званим захисним бар'єром суперечностей та непорозумінь в практичній діяльності органів публічної влади при взаємодії з засобами масової комунікації при здійсненні легітимаційних впливів. Суперечливий підхід або відсутність чіткого і змістовного визначення таких термінів як: «легітимація», «комунікація», «засоби масової комунікації», «громадська думка» ускладнює їх тлумачення та дезорганізує у здійсненні практичної діяльності та досягненні кінцевої мети. У роботі встановлене чітке розмежування понять «засоби масової комунікації», «засоби масової інформації», «легітимність», «легальність», «легітимація».

4. У тріаді взаємодії влади і суспільства, засоби масової комунікації відіграють роль передавача інформації та комунікативного засобу суспільства і влади, є своєрідною зв'язуючою ланкою. Розширення технічних та інформаційних можливостей людства зумовлює формування сприятливих умов для того, щоб комунікативна взаємодія органів державної влади та громадськості відбувалася на якомога ефективнішому та значимішому рівні. Розвиток засобів комунікації створює великі можливості для покращення інформаційного забезпечення та просування ідей державної політики. Виникає феномен нових соціальних відносин, так званого постмодерного суспільства, й нових комунікативних форм, зокрема, «конвергентна інтерактивна комунікація» – різновид необмеженого в часі і просторі, багатостороннього інформаційного взаємообміну. Політико-управлінська комунікація стає більш технологічною і набуває такої нової властивості, як «зворотний зв'язок».

Отже, перспективний потенціал Інтернету як засобу комунікації на сьогодні – саме в залученні громадян до політичних процесів та реальних можливостях для політичних змін.

Інформаційна взаємодія публічної влади, суспільства і особистості стає більш оптимальною при використанні інформаційних і телекомунікаційних технологій з метою підвищення загальної ефективності діяльності державно-управлінського механізму, створення інформаційно відкритого суспільства, розвитку інститутів демократії. Обмін інформацією є важливою ланкою в системі публічного управління, оскільки повнота, якість і вірогідність інформації, що використовується для прийняття соціально-політичних рішень визначає і правдивість та дієвість таких рішень. Таким чином ЗМК є однією із складових частин демократичного світобачення.

Невід’ємною складовою політики є масова комунікація, оскільки політика відчуває потребу в спеціальних засобах інформаційного обміну під час установа та підтримання постійних зв’язків між її суб’єктами. Засоби масової інформації та думка громадськості, яку прагнуть сформувати, є складовою політичного середовища, в межах котрого органи публічної влади здійснюють вибір пріоритетів і розподіл ресурсів. Вплив засобів масової інформації на визначення порядку денного зумовлює зміну спрямування політики і системи пріоритетів, наголошування одних питань і нехтування іншими. Таким чином процес комунікації триває безперервно.

ЗМК можуть створювати підґрунтя для формування думки самими громадянами або ж використовувати маніпулятивні технології з метою формування необхідних суспільних настроїв. При цьому ЗМК здатні виступати самостійним політичним актором чи бути засобом, каналом передачі інформації, необхідної замовнику. Замовником виступають органи публічної влади, власники ЗМК, політичні партії, опозиційні сили, інші зацікавлені сторони.

5. Публічне управління не може існувати без комунікації, як форми взаємодії різноманітних суб’єктів і об’єктів управління, оскільки

демократичний режим потребує погодження позицій у постійному діалозі між владою і громадськістю. У теорії і практиці публічного управління та адміністрування поняття «управління» і «комунікація» пов'язується з поняттям «інформація».

Особливо актуальні проблеми комунікації на рівні місцевих органів влади, тому що саме на місцях має забезпечуватися конституційне право громадян на інформацію. Саме тут відбувається налагодження контактів влади з цільовими аудиторіями населення, узгодження надання публічних послуг з потребами громадян, здійснення контролю якості цих послуг та оперативне реагування на зміни в інформаційному просторі. Враховуючи, що за результатами роботи органів влади на місцях пересічні громадяни формують свою думку про державне управління та його ефективність в цілому, підтримка населенням діяльності місцевих органів влади здатна забезпечити легітимність не лише місцевої, а й державної влади.

Як свідчить практика, на місцевому рівні діяльність таких інститутів громадянського суспільства, як громадські організації, осередки політичних партій, а також громадські ради, утворені при органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування, є недостатньо ефективною. Тому великого значення у налагодженні взаємодії між органами влади та населенням набувають місцеві ЗМК, особливо недержавні, які мають довіру населення територіальної громади та значний легітимаційний потенціал.

6. Державна інформаційна політика є нічим іншим як інформаційно-комунікативною функцією держави, суть якої полягає в одержанні, використанні, поширенні і зберіганні інформації, забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень і забезпечення права кожного на доступ до інформації.

Стрімкий розвиток комунікативного простору радикально змінив суспільні взаємозв'язки, інформаційний обмін, ступінь відкритості та кількість діалогових форм спілкування людей, соціальних груп і суспільства

в цілому та вимагає трансформації комунікативної моделі взаємодії державних інституцій і громадськості та визначає коло проблем: низька ефективність правового регулювання інформаційно-комунікативної сфери, недостатня адаптованість європейського досвіду, неефективне забезпечення інформаційного суверенітету та інформаційної безпеки України, недостатня інформаційна активність України за кордоном; відставання у запровадженні сучасних інформаційних технологій, низький рівень фінансування розвитку інформаційно-комунікативної сфери.

7. Комунікативну діяльність можна розглядати і як внутрішню складову державно-управлінського процесу, і як зовнішню й внутрішню спрямовані зв'язки з громадськістю і персоналом, що вимагає своїх правил, методів, засобів, технологій.

Дослідження взаємодії органів публічного управління та засобів масової комунікації на місцевому рівні як інструмента легітимації влади дає підстави для пропонування певних пропозицій для органів публічного управління:

- визначити пріоритети у сфері суспільних комунікацій, узгодити механізми інформування та зворотного зв'язку;
- визначити центральний орган виконавчої влади, відповідальний за розроблення, впровадження та контроль за реалізацією державної комунікативної політики;
- забезпечити взаємодію, побудову вертикальної та горизонтальної ієрархії комунікацій і керівних принципів зазначеного центрального органу державної влади та інших державних органів;
- підвищити ефективність використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій, впровадити високі стандарти щодо зручності та легкості доступу громадян до публічної інформації й забезпечення зворотного зв'язку;

- розробити чіткий та прозорий механізм контролю за процесами опрацювання пропозицій (зауважень) звернень громадян і громадських об'єднань;

- провести заходи щодо підвищення рівня професійної компетентності працівників державних органів, відповідальних за комунікативну взаємодію з громадськістю;

- покращити міжнародну комунікативну взаємодію;

- розробити і прийняти Закон України «Про основні засади державної комунікативної політики».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арістова І.В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти: Монографія. Харків: Вид-во Ун-ту внутр. Справ, 2018. 368 с.
2. Баровська А. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи. Аналітична доповідь. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1730/>.
3. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. К.: МАУП, 2015. 440 с.
4. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. Хрестоматія / Упоряд. В. Лях. К.: Либідь, 1996. с. 194-250.
5. Вебер М. Про деякі категорії соціології розуміння // Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика / Макс Вебер; Перекл. з нім., післям. та комент. О. Погорілого. Київ, 1998. С. 104-156.
6. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика; Перекл. з нім., післям. та комент. О. Погорілого. Київ: Основи, 1998. 534 с.
7. Вебер М. Три чисті типи легітимного панування // Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика; Перекл. з нім., післям. та комент. О. Погорілого. Київ, 1998. С. 157-272.
8. Висоцький О. Ю. Громадська думка як головний об'єкт впливу легітимаційних технологій. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2012_57/Gileya57/P14_doc.pdf.
9. Галанець В. В. Легітимність // Енциклопедія державного управління : [у 8 т.]. – Т. 8 : Публічне врядування ; [наук.-ред. кол. : В. С. Загорський С. О. Телешун [та ін.] ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Львів. регіон. ін-т держ. упр. – К. : НАДУ ; Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. С. 328–330.

10. Дащаківська О. Маніпуляція як легітимацийна технологія Суспільно-політичний часопис „І”. 2013. № 30. URL:: <http://www.ji.lviv.ua/n30texts/daschakivska.htm>
11. Державна інформаційна політика і національні інформаційні ресурси URL: <http://www.refine.org.ua/pageid-982-1.html>
12. Енциклопедичний словник з державного управління / [уклад. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.]. К. : НАДУ, 2010. 820 с.
13. Інформаційна складова державної політики та управління : монографія / Соловійов С. Г., та ін. ; заг. ред. Грицяк Н. В. ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Каф. інформ. політики та електрон. урядування. Київ : К.І.С., 2018. 320 с.
14. Конституція України, Конституція, Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР
15. Ліппманн У. Громадська думка. Київ: Р'book, 2023. 448 с. - (Ексклюзивна класика).
16. Макіавеллі. Н. Державець. 2020. Київ: Андронум. 88 с.
17. Мак-Люен, Маршалл. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / М. Мак-Люен ; пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. К. : Ніка-Центр, 2015. 388 с. — (Серія «Зміна парадигми»)
18. Малиновський В. Я. Державне управління : навч. посіб. Луцьк : Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. 558 с.
19. Мельник А. Ф., Васіна А. Ю., Кривокульська Н. М. Менеджмент державних установ і організацій: навч. посіб. Київ : ВД “Професіонал”, 2020 р. 464 с.
20. Набруско В. І. Громадська думка як предмет політикосоціологічного дослідження URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1587>
21. Нижник Н.Р., Машков О.А. Системний підхід в організації державного управління: Навч. посібник / За заг.ред.Н.Р.Нижник. К.: Вид-во УАДУ, 1998. 160 с.

- 22.Ортега-і-Гассет, Х. Бунт мас // Ортега-і-Гассет Х. «Вибрані твори». К. : Основи, 1994. С. 15-139.
- 23.Ортега-і-Гассет Х. «Вибрані твори». К. : Основи, 1994. 424 с.
- 24.Оссовський В. Л. Соціологія громадської думки. К. : ПЦ “Фоліант”; ВД “Стилос”, 2015. 86 с.
- 25.Пашина Н. П. Роль засобів масової комунікації в процесі політичної ідентифікації соціальних суб’єктів URL: [\[http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/900/1/Пашина.pdf\]](http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/900/1/Пашина.pdf).
- 26.Почепцов Г.Г. Контроль над розумом. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 348 с.
- 27.Почепцов Г. Г. Теорія комунікації . Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – 2-ге вид., доп. К. : Видавничий центр «Київський ун-т», 2019. 307 с.
- 28.Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 24.02.2022 № 64/2022 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text>
- 29.Про військово-цивільні адміністрації: Закон України від 3 лютого 2015 року № 141-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/141-19#Text>
- 30.Про громадські об’єднання: Закон України від 22 березня 2012 року № 4572-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>
- 31.Про добровільне об’єднання територіальних громад: Закон України від 05.02.2015 № 157-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text>
- 32.Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>
- 33.Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики: Постанова Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 р. № 996. : URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF>

34. Про затвердження Порядку залучення громадськості до обговорення питань щодо прийняття рішень, які можуть впливати на стан довкілля: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 червня 2011 р. № 771-: URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771-2011-%D0%BF>.
35. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України 11 вересня 2003 року № 1160-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15#Text>
36. Про заходи щодо подальшого забезпечення відкритості у діяльності органів виконавчої влади: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 серпня 2002 р. № 1302 : URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771-2011-%D0%BF>.
37. Про звернення громадян: Закон України від 2 жовтня 1996 року № 393/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>
38. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
39. Про медіа: Закон України від 13 грудня 2022 року № 2849-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#n2353>
40. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>
41. Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади: Постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 р. № 3: URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%B>
42. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 № 389-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
43. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 7 червня 2001 року № 2493-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14#Text>

44. Про статус депутатів місцевих рад: Закон України від 11.07.2002 № 93-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15#Text>
45. Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики». Кабінет Міністрів України; Розпорядження від 13.01.2010 № 85-р: URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85-2010-%D1%80>.
46. Присяжнюк М. М., Шайного М. А. Глобальне інформаційне протистояння та його революційний шлях. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка*. 2011. № 26. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/VKNU_vsn/2011_26/Visnik_26_19.pdf
47. Ситник С. В. Роль публічної політики у забезпеченні легітимації правлячого режиму URL: http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2010/11/blog-post_09.html.
48. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index19973.html?page=9>
49. Тоффлер. Елвін Третя хвиля / Перекладач: Андрій Євса, за редакцією Віктора Шовкуна. Київ : Видавничий дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
50. Хабермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадянське суспільство. Львів. 2002. 85 с.
51. Центр Разумкова URL: <http://www.razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php>.
52. Цокур Є. Г. Особливості реалізації легітимаційного процесу URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/P8_doc.pdf].
53. Чічановський А. А. Національна держава та її засоби масової комунікації у глобалізованому світі / Україна на шляху до Європи: Наук. вид. / Упоряд.: В. І. Шкляр, А. В. Юричко. К.: Етнос, 2019. С. 213–225.
54. Чорна Н., Авксентьева Т. Тенденції в розвитку політичної комунікації в інформаційному суспільстві URL: Electronic Archive of Kharkov

- National University of Radioelectronics.: <http://open-archive.kture.kharkov.ua/handle/123456789/312>.
- 55.Чупрій Л.В. Створення позитивного іміджу України у світі URL: <http://opros-dim.com/index.php?/stvorennpozitivnogo-imidzhu-ukrayini-u-sviti.html>.
 - 56.Bell Daniel The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting. NY: Basic Books, 1973. 616 p.
 - 57.Bourdieu. Pierre Sur la télévision, suivi de L'Emprise du journalisme. — Liber, 1996. 95 p.
 - 58.Berger Peter L., Luckmann Thomas The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. Anchor, 2021. 219 p.
 - 59.Castells Manuel The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford UP. 2021. 306 p.
 - 60.Communication to the commission. Action plan to improve communicating Europe by the commission / Brussels, 20.7.2005/ URL:: http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/comm-initiatives/2005-actionplan-improve-communicating-europe-by-commission-sec2005-985_en.pdf
 - 61.Lippmann Walter Public Opinion. Digireads.com Publishing 2019. 226 p.
 - 62.Masuda, Y.. The Information Society: as Post-Industrial Society [Electronic resource] Washington, 1981. – Access mode: URL: http://www.friends-partners.org/GLOSAS/GPA-Taipei_81501/References/Masuda/Masuda_1981.html. – Title screen
 - 63.Schwarzenberg, R. Zh.. Political sociology.Vol.3. 2002. 180 c.
 - 64.Taylor C. Liberal Politics and the Public Sphere. Harvard University Press : Cambridge, Massachusetts, London, 1995. 325 p.
 - 65.The Action Plan to Improve Communicating Europe (SEC(2005) 985) URL: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/better-informed-about-europe.html>
 - 66.Van Dijk, T.A. Discourse as Social Interaction London: Sage, 2022.

67. Van Dijk, T.A. Ideological discourse analysis . *New Courant*. 1995. №4. – P.135–161.