УДК 316.77+659.44

ВЗАЄМОДІЯ У ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ: КОМУНІКАТИВНІ ТА ІМІДЖЕВІ АСПЕКТИ

М. М. Кулинич, І. І. Колосовська

Українська академія друкарства,
вул. Під Голоском, 19, Львів, 79020, Україна

Розкрито специфіку взаємодії інститутів держави та громадянського суспільства як суб'єктів публічної сфери. Обґрунтовано роль комунікативних та іміджевих аспектів у контексті оптимізації публічної взаємодії. Акцентовано увагу на ефективних формах комунікації з метою забезпечення якісного прямого і зворотнього зв'язку. Проаналізовано особливості використання іміджевих технологій і стратегій у публічній сфері. Розкрито специфіку PR-діяльності у контексті формування іміджу за допомогою модифікації сприйняття і моделі поведінки соціального суб'єкта. Окреслено напрями оптимізації взаємодії у публічній сфері для забезпечення балансу державно-громадських інтересів у суспільстві.

Ключові слова: *публічна сфера, взаємодія, громадянське суспільство, публічні інституції, комунікативні технології, іміджеві стратегії, форми комунікації, зворотній зв'язок, державно-громадські інтереси.*

Постановка проблеми. Формування демократичної та правової держави актуалізує суб'єктність інститутів громадянського суспільства як дієвих учасників взаємодії та діалогу у публічній сфері. Оптимізація партнерства держави та громадянського суспільства є однією з ключових умов здійснення ефективного управління, що набуває особливої важливості у контексті євроінтеграційних прагнень України.

Дослідження даної проблематики обумовлюється комунікативними та іміджевими аспектами, що передбачають пошук ефективних форм комунікації з метою забезпечення якісного прямого і зворотнього зв'язку, урахування комплексу зовнішніх і внутрішніх чинників впливу, застосування сучасних іміджевих технологій і стратегій у публічній сфері.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню питань взаємодії у публічній сфері, розкриттю окремих аспектів даної тематики присвячено роботи таких науковців, як: М. Бойчук, М. Гурицька, А. Дєгтяр, В. Князєв, А. Колодій, О. Крутій, І. Кресіна, О. Скрипнюк, Ф. Рудич, А. Сіленко, І. Хижняк, В. Цвих, І. Юрченко та ін. Комунікативна складова, зв'язки з громадськістю, іміджеві технології є предметом численних наукових досліджень як зарубіжних учених (С. Банкс, Е. Бернейс, Л. Браун, Дж. Груніг, Ф. Джефкінс, М. Кольєр, М. Менчер, Р. Харлоу, М. Томас, Л. Путман, А. Сентер, Т. Хант та ін.), так і вітчизняних науковців (О. Бабінова, Н. Дніпренко, Н. Драгомирецька, С. Колосок, В. Королько,

В. Мельниченко, Н. Плахотнюк, Г. Почепцов, Я. Приходченко, І. Слісаренко, Л. Хавкіна та ін.).

Водночас потребують більш системного розгляду та аналізу механізми підвищення дієвості партнерства та взаємодії у публічній сфері, комунікативні форми та напрями залучення інститутів громадянського суспільства до процесів управління та урахування інтересів і потреб громадськості шляхом ведення ефективного суспільного діалогу, впровадження сучасних іміджевих підходів та PR-технологій.

Мета статті полягає у концептуалізації засад взаємодії у публічній сфері та визначенні напрямів її оптимізації на основі урахування комунікативних та іміджевих аспектів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап трансформаційних перетворень характеризується активізацією процесу визнання офіційної ролі громадянського суспільства у становленні та розвитку різних моделей соціальної демократії. Зокрема, уряди багатьох країн Європейського Союзу як формальне підтвердження такого визнання прийняли документи, в яких основний наголос робився на необхідності подальшої інституціоналізації взаємовідносин між «державним сектором» та «третім сектором», оскільки така співпраця є вигідною для обох сторін. З одного боку, вона сприяє більш активному залученню громадян до системи публічної політики та управління (передусім на місцевому та регіональному рівнях), з іншого – спонукає державу розробляти нові механізми взаємодії з інститутами громадянського суспільства, які частково звільняють державу від надання окремих послуг населенню [1].

Громадянське суспільство передбачає можливість вільної реалізації основоположних прав і свобод людини та громадянина через різноманітні форми публічної громадської активності та самоорганізації і виступає гарантією демократичного розвитку держави.

Виокремлюють якісні параметри громадянського суспільства, які можна класифікувати за сферами:

- в економічній сфері ознакою розвиненості громадянського суспільства є створені на ініціативній основі численні підприємства недержавного сектору з приватними і колективними формами власності;
- у соціальній сфері – недержавні засоби масової інформації, а також механізм формування і вираження суспільної думки з метою вирішення соціальних конфліктів, розвиненість форм самоврядування, суспільних організацій і рухів;
- у політичній сфері – різноманітні суспільно-політичні об'єднання, партії та рухи, діяльність яких спрямована на захист прав і свобод громадян, а також збереження базових принципів демократії;
- у духовній сфері – свобода думки, слова, совісті, існування механізмів для їхньої реалізації та забезпечення можливості самовираження особистості, її духовного розвитку [2].

Комунікативні аспекти взаємодії інститутів публічної влади, засобів масової інформації, організацій громадянського суспільства регулюються низкою нормативно-правових документів: Конституцією України, законами України "Про

інформацію", "Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації", "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності", "Про звернення громадян"та ін. Водночас слід акцентувати увагу на неоднозначності та складності процесу комунікації у публічній сфері, що актуалізує потребу удосконалення механізмів реалізації засад державної комунікативної політики, запровадження відповідних стандартів двостороннього інформаційного обміну з метою врахування інтересів та потреб усіх зацікавлених сторін. Такий підхід сприятиме підвищенню рівня довіри громадян до публічних інституцій та формуванню соціального капіталу.

В Україні участь інститутів громадянського суспільства у процесах публічної сфери є можливою у таких правових формах:

1. Участь у нормотворчій діяльності держави, яка полягає у розробленні та обговоренні проєктів нормативно-правових актів. Громадське обговорення проєктів нормативних актів є обов'язковим етапом нормотворчого процесу в системі органів виконавчої влади. Консультації з громадськістю в нормотворчому процесі проводяться з метою залучення громадян до участі в управлінні державними справами, надання можливості для їх вільного доступу до інформації про діяльність органів виконавчої влади, а також забезпечення гласності, відкритості та прозорості в діяльності цих органів. Проведення консультацій з громадськістю має також сприяти налагодженню системного діалогу органів виконавчої влади і громадськості, підвищенню якості підготовки та прийняття рішень з важливих питань державного і суспільного життя з урахуванням думки громадськості, створенню умов для участі громадян у розробленні проєктів таких рішень. Консультації з громадськістю проводяться з питань, що стосуються суспільно-економічного розвитку держави та життєвих інтересів широких верств населення.

2. Участь у правозастосовній діяльності держави, яка забезпечується шляхом повного або часткового передання повноважень державних органів інститутам громадянського суспільства та громадського контролю. Громадські організації також беруть участь у наданні адміністративних послуг на підставі повноважень, отриманих ними за законом або нормативно-правовим актом органу виконавчої влади. Це також залучення інститутів громадянського суспільства до надання соціальних послуг; здійснення громадського контролю за діяльністю органів державної влади у формі громадського моніторингу підготовки та виконання рішень, експертизи їхньої ефективності, подання органам державної влади експертних пропозицій, утворення спільних консультативно-дорадчих та експертних органів, рад, комісій, груп для забезпечення врахування громадської думки у формуванні та реалізації державної політики; виконання спільних проєктів інформаційного, аналітично-дослідницького, благодійного і соціального спрямування тощо [3].

Окрему увагу у дослідженні публічної сфери фахівці зосереджують на проблематиці формування іміджу у різних його виявах і на різних рівнях: країни як суб'єкта міжнародних відносин; державних інституцій та установ; партій, громадських об'єднань, посадових осіб (керівників, лідерів). Іміджеві технології активно

використовуються у сфері публічного адміністрування, налагодження ефективної взаємодії між владою та громадянами, у системі комунікативних технологій тощо.

Завдання іміджевих технологій полягає у створенні умов для тривалого та легітимного впливу на певну соціальну групу або суспільство у цілому. У процесі застосування іміджевих технологій необхідно налагоджувати зворотній зв'язок із суспільством або тією соціальною групою, на яку спрямовані іміджеві повідомлення. Іміджеві технології набувають комунікативного характеру і стають невід'ємною складовою комунікативних технологій. На думку Л. Климанської, «комунікативні технології… стали індустріальними способами організації комунікативних процесів у суспільстві. Вони не терплять жодного дилетантства, мають розроблятися професіоналами і реалізуються на аудиторіях небачених розмірів» [4]. Комунікативні технології набули застосування у процесі формування політичного іміджу та розповсюдження через мас-медіа. До них відносять пропаганду, політичну рекламу, зв'язки із громадськістю (PR), а до їх основних ознак – штучне раціональне управління наявними комунікативними ресурсами та технологічність [5].

У публічній сфері дослідження комунікативної складової передбачає виокремлення таких аспектів: 1) аналіз зв'язків з громадськістю; 2) аналіз процесу взаємодії між інститутами влади та громадянського суспільства. Варто зауважити, що у даному контексті зв'язки з громадськістю дослідники здебільшого трактують як технологічне вираження комунікативного процесу.

Важливе значення у контексті управління громадською думкою з можливою зміною суспільної свідомості та поведінки має PR-діяльність як дієвий спосіб впливу на цільову аудиторію шляхом врахування її об'єктивних потреб та психологічних особливостей. Специфіка PR-діяльності передбачає цілеспрямоване формування і корекцію іміджу за допомогою модифікації сприйняття і моделі поведінки соціального суб'єкта. Як комунікативний напрям PR має широкий спектр використання:

- проведення корекції або виправлення ситуації, що склалася, за допомогою PR-заходів, якщо події розвиваються незапланово або стихійно;
- концентрація уваги тих, хто повинен сприймати інформацію, на подію, яку вирішено позиціонувати як найважливішу;
- вироблення певного іміджу, який демонструється методами PR з метою укорінення в масовій свідомості;
- інтенсивне використання безпосередніх контактів через засоби масової інформації;
- включення в культурну сферу життєдіяльності людей [6].

Висновки. Ключове значення для оптимізації взаємодії у публічній сфері, забезпечення балансу державно-громадських інтересів у суспільстві має використання дієвих механізмів зворотнього зв'язку та взаємного контролю з метою системного відображення громадської думки щодо суспільно-політичної ситуації та ефективності публічних інституцій, посилення практики публічної звітності владних структур перед громадськістю з питань, що становлять суспільний інтерес. Для налагодження конструктивного партнерства, досягнення умов паритетного

діалогу між суб'єктами публічної сфери, формування позитивного іміджу публічних установ вкрай актуальним є використання новітніх засобів комунікації та інтеракції, ефективних комунікативних інструментів, технологій PR-комунікації, сучасних методів комунікативного впливу, дієвих іміджевих стратегій, напрацювання відповідних законодавчих і контролюючих ініціатив щодо формалізації і легітимності моніторингу діяльності владних інституцій з боку громадянського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Взаємодія держави і суспільства в процесах публічної політики : наук. розробка / авт. кол. С. О. Телешун, І. В. Рейтерович, С. В. Ситник та ін. Київ : НАДУ, 2013. С. 23.
2. Шевченко О. О. Взаємодія суспільства і влади. Київ, 2018. URL: http://tnu.edu.ua/sites/default/files/normativbasa/vzaemodsvleksait.pdf.
3. Семьоркіна О. М. Взаємодія держави та інститутів громадянського суспільства. URL: http://www.minjust.gov.ua/ 0/33679.
4. Климанська Л. Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні» : монографія. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. С. 242.
5. Сандул В. А. Місце та роль іміджевих технологій у процесі професійної політичної діяльності. Молодий вчений. 2016. № 5 (32). С. 465.
6. Колосовська І. І. Комунікативна складова в контексті модернізації управлінських підходів і механізмів. Ефективність державного управління: Збірник наукових праць ЛРІДУ НАДУ / за заг. ред. член-кор. НАН України В. С. Загорського, доц. А. В. Ліпенцева. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2016. Вип. 49. (4). С. 129–135.

REFERENCES

1. Teleshun, S. O., Reiterovych, I. V., & Sytnyk, S. V. ta in. (2013). Vzaiemodiia derzhavy i suspilstva v protsesakh publichnoi polityky : nauk. rozrobka. Kyiv : NADU (in Ukrainian).
2. Shevchenko, O. O. (2018). Vzaiemodiia suspilstva i vlady. Kyiv. Retrieved from http://tnu.edu.ua/sites/default/files/normativbasa/vzaemodsvleksait.pdf (in Ukrainian).
3. Semorkina, O. M. Vzaiemodiia derzhavy ta instytutiv hromadianskoho suspilstva. Retrieved from http://www.minjust.gov.ua/ 0/33679 (in Ukrainian).
4. Klymanska, L. D. (2007). Sotsialno-komunikatyvni tekhnolohii v politytsi: Taiemnytsi politychnoi «kukhni». Lviv : Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» (in Ukrainian).
5. Sandul, V. A. (2016). Mistse ta rol imidzhevykh tekhnolohii u protsesi profesiinoi politychnoi diialnosti: Molodyi vchenyi, 5 (32), 465 (in Ukrainian).
6. Kolosovska, I. I. (2016). Komunikatyvna skladova v konteksti modernizatsii upravlinskykh pidkhodiv i mekhanizmiv: Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia: Zbirnyk naukovykh prats LRIDU NADU / za zah. red. chlen-kor. NAN Ukrainy V. S. Zahorskoho, dots. A. V. Lipentseva. Lviv : LRIDU NADU, 49. (4), 129–135 (in Ukrainian).

doi: 10.32403/0554-4866-2022-1-83-119-124

PUBLIC INTERACTION: COMMUNICATIVE AND IMAGE ASPECTS

M. M. Kulynych, I. I. Kolosovska

Ukrainian Academy of Printing,
19, Pid Holoskom St., Lviv, 79020, Ukraine
kira2007mail@ukr.net

The specifics of the interaction of state institutions and civil society as subjects of the public sphere is revealed. The emphasis is placed on the need to further institutionalize the relationship between the "public sector" and the "third sector", which promotes greater involvement of citizens in public policy and governance (especially at local and regional levels), and encourages the state to develop new mechanisms for interaction with civil society institutions, which partially exempt the state from providing certain services to the population. Qualitative parameters of civil society are singled out and classified by spheres (economic; social; political; spiritual). The role of communicative and image aspects in the context of optimization of public interaction is substantiated. The emphasis is placed on effective forms of communication in order to provide direct quality feedback. Peculiarities of using image technologies and strategies in the public sphere are analyzed. The specifics of PR-activity in the context of the image formation by modifying the perception and the behavior model of the social subject are revealed. The directions of interaction optimization are outlined in the public sphere to ensure the balance of state and public interests in society by using the latest means of communication and interaction, effective communication tools, PR-communication technologies, modern methods of communication, effective image strategies, development of relevant legislative and control initiatives to formalize and the legitimacy of civil society monitoring of government institutions.

Keywords: *public sphere, interaction, civil society, public institutions, communication technologies, image strategies, forms of communication, feedback, state and public interests.*

Стаття надійшла до редакції 08.02.2022.
Received 08.02.2022.