

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**  
**Факультет історії, політології та національної безпеки**  
**Кафедра політології та публічного управління**

На правах рукопису

**ХОМІЧ ДАНИЛО ОЛЕКСАНДРОВИЧ**

**ОСОБЛИВОСТІ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ**

Спеціальність: 281 «Публічне управління та адміністрування»

Освітньо-професійна програма: «Державна служба»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Науковий керівник:  
**РОЗІК МАРІЯ ВАСИЛІВНА,**  
кандидат політичних наук,  
старший викладач кафедри політології та  
публічного управління

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол №

засідання кафедри політології та

публічного управління

від

2024 р.

Завідувач кафедри

проф. Бусленко В. В.

**ЛУЦЬК – 2024**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ .....</b>	<b>8</b>
1.1. Поняття та сутність PR у системі публічного управління.....	8
1.2. Методологічні основи дослідження PR у діяльності органів влади .....	17
Висновки до розділу 1.....	23
<b>РОЗДІЛ 2. ІНСТРУМЕНТИ, ФОРМИ ТА ПРАВОВІ ЗАСАДИ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ .....</b>	<b>25</b>
2.1. Традиційні та новітні методи PR у публічних комунікаціях.....	25
2.2. Нормативно-правова база PR-діяльності органів влади .....	34
Висновки до розділу 2.....	42
<b>РОЗДІЛ 3. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ .....</b>	<b>45</b>
3.1. Проблеми комунікації та вплив громадської думки в умовах інформаційної глобалізації.....	45
3.2. Перспективи розвитку PR-діяльності в умовах цифровізації.....	52
3.3. Приклад здійснення PR-діяльності органами влади на прикладі Національного агентства з питань запобігання корупції.....	56
Висновки до розділу 3.....	63
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>65</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>69</b>

## ВСТУП

**Актуальність та обґрунтування обраної теми.** Сучасні умови інформаційної глобалізації, стрімкий розвиток цифрових технологій та зростання вимог громадян до прозорості й підзвітності органів публічної влади роблять тему PR-діяльності надзвичайно актуальною. Ефективна комунікація з громадськістю є невід'ємною складовою сучасного публічного управління, оскільки саме вона сприяє формуванню довіри до влади, підвищенню рівня обізнаності громадян щодо діяльності державних інституцій та забезпеченню двосторонньої взаємодії між владою і суспільством.

Одним із ключових викликів для органів публічної влади є подолання інформаційної асиметрії, яка часто виникає внаслідок недостатньої або неефективної комунікації. В умовах демократії громадяни мають право на доступ до інформації про діяльність органів влади, а публічні установи, у свою чергу, зобов'язані забезпечувати прозорість своєї роботи. Відповідно, PR-діяльність стає інструментом, який дозволяє не лише інформувати громадян, а й формувати позитивний імідж державних установ, пояснювати складні управлінські рішення, мінімізувати суспільне невдоволення та попереджати виникнення конфліктів. Значна увага до PR-діяльності органів публічної влади також обумовлена поширенням дезінформації, маніпуляцій у медіапросторі та зростанням ролі соціальних мереж як каналів комунікації. У цих умовах важливим є забезпечення достовірності, оперативності та доступності інформації, яку надають державні органи. Особливу актуальність має розробка стратегій комунікації, які враховують специфіку цільових аудиторій, динаміку їхніх інформаційних потреб та зміну суспільних настроїв. Обґрунтуванням актуальності цієї теми є також необхідність розв'язання низки практичних питань, пов'язаних із впровадженням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у сферу публічного управління. Цифровізація та автоматизація процесів надають можливість органам влади ефективніше виконувати свої функції, однак вимагають від державних службовців нових компетенцій та підходів до управління інформаційними потоками. Дослідження особливостей PR-діяльності органів публічної влади дозволяє окреслити перспективи вдосконалення комунікаційної політики, сформулювати

практичні рекомендації для підвищення її ефективності та зміцнення довіри до влади. Усе це робить тему дослідження не лише теоретично значущою, але й практично корисною для розвитку публічного управління в Україні.

**Метою дослідження** є дослідження особливостей PR-діяльності органів влади, визначення ключових принципів, методів та інструментів, що використовуються у процесі комунікації з громадськістю, а також розробка рекомендацій щодо вдосконалення комунікаційних стратегій у сфері публічного управління.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

- розкрити поняття та сутність PR діяльності у системі публічного управління, зокрема визначити його ключові ознаки та характеристики, проаналізувати взаємозв'язок між PR і публічним управлінням;

- охарактеризувати методологічні основи дослідження PR технологій у діяльності органів влади, зокрема описати методи й підходи до вивчення PR та встановити специфіку їх застосування в контексті публічної адміністрації;

- описати традиційні та новітні методи PR діяльності у публічних комунікаціях, а також порівняти їх ефективність і доцільність застосування;

- проаналізувати нормативно-правову базу PR-діяльності органів влади, виявити її недоліки і переваги, визначити відповідність чинного законодавства сучасним викликам та обґрунтувати необхідність удосконалення правового регулювання;

- дослідити проблеми комунікації органів влади з громадськістю, зокрема визначити вплив інформаційної глобалізації на формування громадської думки;

- визначити перспективи розвитку PR-діяльності в умовах цифровізації, а також дослідити роль технологій у нових підходах до взаємодії влади з громадянами;

- проаналізувати здійснення PR-діяльності на прикладі Національного агентства з питань запобігання корупції, зокрема розкрити специфіку реалізації PR-кампаній, визначити їхню ефективність, оцінити вплив таких заходів на довіру громадськості та формування прозорості діяльності органів влади.

*Об'єкт дослідження* – особливості комунікаційних стратегій, технологій і підходів, які застосовують органи публічної влади для прозорості та організації інформаційної взаємодії.

*Предмет дослідження* – особливості PR-діяльності органів публічної влади.

**Методологія дослідження** базується на комплексному підході, який передбачає використання низки взаємопов'язаних методів. Їхнє застосування дозволяє забезпечити глибокий аналіз об'єкта дослідження, виявити закономірності, оцінити практичні аспекти та розробити рекомендації щодо вдосконалення PR-діяльності органів публічної влади. Одним із ключових інструментів дослідження є метод аналізу, який передбачає розчленування об'єкта на складові елементи для детального вивчення. Зокрема, було проаналізовано нормативно-правову базу, що регулює PR-діяльність, різні підходи до використання інформаційно-комунікаційних технологій у комунікаціях, а також реальні кейси з практики органів влади. Паралельно застосовувався метод синтезу, який дозволив об'єднати результати аналізу в єдину систему для формування цілісного уявлення про особливості PR-діяльності.

Важливу роль у дослідженні відіграв метод порівняння, який дозволив виявити подібності та відмінності у підходах до організації PR-діяльності різними органами влади, як в Україні, так і за кордоном. Завдяки цьому методу були оцінені ефективність комунікаційних стратегій, використання цифрових технологій і соціальних медіа. Для узагальнення отриманих даних і формування висновків використовувався метод узагальнення, який забезпечив систематизацію результатів аналізу та виділення ключових аспектів PR-діяльності органів публічної влади. Метод опису сприяв чіткому формулюванню виявлених особливостей, тенденцій і проблем, що дозволило представити результати дослідження у зрозумілій і структурованій формі. У процесі дослідження активно застосовувалися індуктивний і дедуктивний методи. Індукція використовувалася для формування загальних висновків на основі аналізу окремих випадків, наприклад, успішних PR-кампаній або кейсів управління кризовими ситуаціями. Дедукція дозволила визначити теоретичні засади дослідження, які згодом були підтверджені практичними спостереженнями.

Поєднання різних методів забезпечило багатовимірний підхід до вивчення особливостей PR-діяльності органів публічної влади. Це дозволило не лише виявити актуальні проблеми, а й запропонувати ефективні шляхи їх вирішення, орієнтовані на підвищення прозорості, довіри та ефективності комунікацій між владою та громадськістю.

**Наукова новизна** одержаних результатів дослідження зумовлена комплексним підходом до вивчення PR-діяльності органів публічної влади, який охоплює аналіз нормативно-правового забезпечення, особливостей використання сучасних комунікаційних інструментів і їхнього впливу на взаємодію з громадськістю. У роботі детально досліджено чинну нормативно-правову базу PR-діяльності органів влади, що дозволило систематизувати її основні переваги та виявити наявні прогалини, які потребують доопрацювання. Також було розглянуто використання традиційних та цифрових методів комунікації, зокрема соціальних мереж і платформ для взаємодії з громадянами, що сприяло визначенню ключових факторів їхньої ефективності. У дослідженні систематизувало сучасні виклики, з якими стикаються органи публічної влади у процесі комунікації, зокрема боротьбу з дезінформацією, необхідність оперативного реагування на інформаційні запити та адаптацію до умов цифровізації. На прикладі діяльності Національного агентства з питань запобігання корупції було проаналізовано успішні PR-практики, які можна застосувати для інших державних установ. Особливу увагу приділено механізмам забезпечення прозорості діяльності органів влади через публічну комунікацію, що дозволяє формувати довіру громадян і підвищувати ефективність управління.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у тому, що сформульовані теоретичні положення, висновки та практичні рекомендації можуть бути використані у науково-дослідній роботі, спрямованій на подальше вивчення PR-діяльності органів публічної влади, зокрема в аспектах удосконалення їхньої комунікаційної політики та впровадження сучасних інструментів взаємодії з громадськістю. Одержані результати можуть стати основою для розробки методичних рекомендацій щодо використання цифрових платформ, соціальних мереж та інших інформаційно-комунікаційних технологій у практичній діяльності

органів влади. Рекомендації, викладені у дослідженні, можуть бути впроваджені у діяльність державних установ для підвищення ефективності їхньої комунікації, формування позитивного іміджу та забезпечення прозорості прийняття управлінських рішень. Вони також можуть бути корисними для розробки освітніх програм і курсів з підвищення кваліфікації працівників державної служби, спрямованих на розвиток їхніх компетенцій у сфері зв'язків з громадськістю. Практичні аспекти дослідження, зокрема аналіз нормативно-правового забезпечення та приклади успішних PR-кампаній, можуть слугувати прикладом для адаптації комунікаційних стратегій органів влади до умов цифрової трансформації. Це дозволить державним установам ефективніше реагувати на виклики інформаційного суспільства, такі як боротьба з дезінформацією, побудова діалогу з громадянами та забезпечення участі у процесах публічного управління.

**Апробація результатів дослідження.** Окремі аспекти дослідження було представлено та обговорено на засіданні кафедри політології та публічного управління ВНУ імені Лесі Українки.

**Структура дослідження.** Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів (7 підрозділів), висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дослідження становить 74 сторінки.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ**

### **1.1. Поняття та сутність PR у системі публічного управління**

Роль зв'язків із громадськістю (PR) у публічному управлінні є ключовою складовою забезпечення прозорості, підзвітності та взаємодії між органами влади й суспільством. У сучасному світі, де домінує інформаційне суспільство, взаємодія державних інституцій з громадськістю є фундаментом їхньої ефективності та легітимності. Як зазначає вітчизняний дослідник Д. В. Купріянов, PR у системі публічного управління формує основу для довіри громадян, забезпечує відкритість інформації та підтримує демократичні принципи державного управління [17]. Однак така базова довіра не є вродженою якістю, а скоріше результатом ретельно розроблених комунікаційних стратегій, які балансують між прозорістю та залученням.

Тема PR-діяльності органів публічної влади викликає значний інтерес серед дослідників, які вивчають взаємодію державних інституцій із громадськістю. У рамках аналізу публікацій було розглянуто роботи, що стосуються теоретичних засад, практичних аспектів та інновацій у сфері публічних комунікацій. Купріянов Д. В. досліджує практичні аспекти взаємодії органів влади із громадськістю, пропонуючи механізми підвищення ефективності комунікацій у публічному управлінні. У роботі акцентується увага на ролі сучасних цифрових інструментів і важливості розвитку інформаційної грамотності серед державних службовців. Практичні рекомендації включають впровадження електронних платформ для збору зворотного зв'язку від громадян, що є актуальним у контексті цифровізації управлінських процесів. Тимофєєв С. П., Кириленко О. В. акцентують на ключовій ролі публічних комунікацій у формуванні громадянського суспільства. У роботі підкреслено важливість відкритості, прозорості та доступності інформації, що поширюється органами влади. Окрема увага приділена використанню традиційних медіа та соціальних мереж у поширенні державних ініціатив, а також необхідності розробки стратегічних комунікаційних програм. Загорський В., Ганущин С. пропонують структурно-функціональну модель комунікацій у сфері публічного управління, яка базується на

використанні зворотного зв'язку, інтеграції цифрових технологій та адаптації до потреб громадян. Автори підкреслюють, що ефективна комунікація є інструментом підвищення довіри до влади, а її ключовими елементами є відкритість і двостороння взаємодія. У роботі Шевченко О. розглядаються специфіка і переваги використання PR-технологій у сфері публічного управління. Автор звертає увагу на необхідність впровадження стратегічного підходу до управління комунікаціями, а також важливість аналітики громадської думки. Основною тезою є те, що професійне використання PR-інструментів сприяє покращенню іміджу органів влади та підвищенню рівня довіри громадян. Зяйлик М. досліджує значення PR-діяльності для зміцнення зв'язків між державними органами та суспільством. Автор аналізує функції зв'язків із громадськістю, серед яких інформаційна, комунікативна та аналітична. Особливу увагу приділено розробці комунікаційних стратегій, спрямованих на зміцнення репутації органів влади. Ці роботи забезпечують комплексний підхід до вивчення особливостей PR-діяльності органів публічної влади, їхньої ролі у взаємодії з громадськістю та впровадженні інноваційних підходів.

Джерельна база дослідження складається з нормативно-правових актів, офіційних документів, наукових публікацій, а також інформаційних матеріалів, розміщених на офіційних ресурсах Національного агентства з питань запобігання корупції (НАЗК). Особливу увагу приділено аналізу комунікаційної діяльності НАЗК, яка є прикладом ефективної PR-діяльності органів публічної влади.

У процесі дослідження особливостей PR-діяльності органів публічної влади були проаналізовані ключові нормативно-правові акти, які регулюють діяльність у цій сфері. Аналіз охоплював Конституцію України, закони України "Про інформацію", "Про доступ до публічної інформації", "Про державну службу", "Про місцеве самоврядування" та інші акти, які формують законодавчу основу для взаємодії органів влади з громадськістю. Ці документи визначають основні принципи відкритості, підзвітності та прозорості діяльності органів публічної влади, що є фундаментом для організації PR-діяльності. Наприклад, Закон України "Про інформацію" встановлює права громадян на доступ до публічної інформації, а Закон "Про доступ до публічної інформації" конкретизує процедури її отримання, що

зобов'язує органи влади забезпечувати регулярне та своєчасне оприлюднення інформації. Також важливу роль відіграє Закон "Про державну службу", який встановлює вимоги до професійної етики державних службовців. Він передбачає, що службовці повинні використовувати ефективні методи комунікації для налагодження діалогу із суспільством. Аналіз документів показав, що сучасна нормативно-правова база створює основу для організації PR-діяльності, але потребує подальшого вдосконалення з урахуванням нових викликів, таких як діджиталізація управління, поширення соціальних мереж і боротьба з дезінформацією. Наприклад, в Україні наразі відсутній комплексний закон, який би регулював комунікації органів влади у цифровому середовищі, що створює прогалини у правовому полі. Було виявлено, що нормативно-правові акти мають недостатню деталізацію стосовно організації стратегічних комунікацій, інструментів кризового PR та підходів до управління репутацією. Це вимагає прийняття додаткових нормативних актів і внесення змін до існуючих законів для покращення умов функціонування PR-діяльності в публічному управлінні. Отже, аналіз документів дозволив виявити як переваги, так і прогалини у правовій основі PR-діяльності органів публічної влади, що стало основою для розробки рекомендацій з її вдосконалення. Джерельна база дослідження дозволяє отримати комплексне уявлення про особливості PR-діяльності органів публічної влади, її значення для забезпечення прозорості, довіри громадськості та ефективного управління.

Концепція PR у державному управлінні виходить за межі поширення фактичної інформації; він охоплює стратегічне формування наративів для узгодження з суспільними цінностями та очікуваннями. Державне управління за допомогою ефективного PR має не лише реагувати на суспільні потреби, але й передбачати їх, створюючи проактивну, а не реактивну комунікаційну структуру. Вбудовуючи механізми участі в структурі управління, PR забезпечує демократизацію процесів прийняття рішень, сприяючи розвитку почуття спільної відповідальності серед громадян. Важливим елементом комунікаційних процесів між громадськістю та органами публічного управління є форми PR-діяльності, серед яких виділяють:

- співпрацю з представниками громадських організацій;

- прийоми виборців за відповідними округами;
- особисті зустрічі з керівництвом;
- обмін кореспонденцією;
- виступи представників влади в медіа.

Таким чином, інформаційний обмін між мас-медіа та органами влади ґрунтується на двосторонніх інформаційних зв'язках — прямих і зворотних. Прямі інформаційні зв'язки характеризуються як комплексний потік інформації, спрямований від органів влади до суспільства. Цей потік охоплює питання функціонування державних структур, ситуації в країні, реалізації програм розвитку та перспективних напрямків діяльності. Такий підхід забезпечує прозорість діяльності органів влади через такі механізми, як:

- друк і розповсюдження інформаційних бюлетенів, оглядів, експрес-інформації, прес-релізів тощо;
- організація брифінгів, «круглих столів», пресконференцій, інтерв'ю з представниками керівництва органів влади;
- виступи посадовців у тематичних програмах і рубриках засобів масової інформації.

Зворотні зв'язки, своєю чергою, є інформаційними потоками, що надходять від громадськості, організацій, підприємств і засобів масової інформації до органів публічного управління. Вони відображають реальні проблеми, пов'язані з життєдіяльністю міста, регіону чи країни, а також оцінки суспільством рішень, дій органів влади та їх посадових осіб. До механізмів реалізації зворотних зв'язків належать:

- звернення громадян і громадські ініціативи;
- прямі ефіри на радіо та телебаченні, «гарячі лінії» та відповідні рубрики в ЗМІ;
- моніторинг та аналітичне дослідження даних із засобів масової інформації, що мають значення для місцевого самоврядування;
- систематичне дослідження громадської думки [47].

Зворотні зв'язки є ключовими для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, оскільки дозволяють враховувати громадську думку та адаптувати політику органів влади до актуальних потреб суспільства. Справедливим видається твердження, що ефективність PR-діяльності органів публічної влади значною мірою залежить від збалансованого використання прямих і зворотних інформаційних зв'язків. Такі механізми дозволяють не лише забезпечувати суспільство необхідною інформацією, а й отримувати важливі дані з громадського середовища, що сприяє підвищенню рівня довіри громадян до влади та її легітимності

Особливості PR у публічному управлінні зумовлені його соціальною спрямованістю. Основна мета PR у цьому контексті полягає не в досягненні економічних вигод, як у корпоративному секторі, а у зміцненні довіри до органів влади, створенні умов для активного залучення громадськості до процесів прийняття рішень та реалізації політики. Таким чином, PR стає інструментом формування прозорості та ефективної комунікації між владою та громадянами, що є основою сучасного публічного управління [21]. Означена відмінність підкреслює орієнтацію PR на громадські інтереси в рамках управління. На відміну від корпоративного PR, який надає пріоритет максимізації прибутку, PR у державному секторі за своєю суттю є нормативним, керується принципами справедливості, прозорості та інклюзивності. Ефективний PR в управлінні має на меті подолати інформаційну асиметрію між владою та громадянами, забезпечуючи, щоб державна політика була не лише добре відома суспільству, але й спільно розробленою з урахуванням внеску громадян. Останні дослідження підкреслюють потенціал інструментів участі, таких як цифрові платформи для обговорення політики, у перетворенні традиційної комунікації на взаємні обміни, які зміцнюють суспільний договір між державою та її народом [61].

Слід зазначити, що еволюція PR у публічному управлінні бере початок із перших спроб органів влади донести до суспільства інформацію про свою діяльність. Протягом XX століття, з розвитком демократичних інститутів, PR перетворився з інструменту односторонньої комунікації на механізм двостороннього обміну інформацією. У другій половині століття, завдяки поширенню медіа та інтеграції інформаційних технологій, роль PR значно зросла. Доречним вважаємо згадати

позицію О. Шевченко, який у власному дослідженні зазначав, що PR у публічному управлінні виконує багатофункціональну роль, включаючи інформаційну, комунікативну, репутаційну та антикризову функції [39]. Вітчизняна дослідниця М. Зяйлик, продовжила наведену класифікацію, додавши інтегративну функцію в перелік. PR, як явище, охоплює широкий спектр дій, спрямованих на встановлення, підтримку та розвиток комунікацій між органами влади та громадськістю. Відповідно, специфіка PR у державному секторі визначається не лише інформаційною функцією, але й репутаційною, комунікативною та інтегративною складовими, оскільки PR у публічному управлінні є інструментом побудови довіри до державних інституцій через прозорість, відкритість та ефективну взаємодію (див. Таблиця 1.1) [39].

*Таблиця 1.1.*

#### **Основні функції PR у системі публічного управління**

<b>Функція</b>	<b>Опис</b>
Інформаційна	Забезпечення доступу до актуальної інформації про діяльність органів влади.
Комунікативна	Створення діалогу між владою та громадськістю.
Репутаційна	Формування позитивного іміджу органів влади.
Антикризова	Запобігання конфліктам та мінімізація репутаційних ризиків у кризових ситуаціях.
Інтегративна	Створення спільного інформаційного простору для узгодження суспільних та державних інтересів.

Джерело: [13].

Зв'язки з громадськістю у системі державного управління глибоко вкорінені в принципах теорії комунікації, соціології та політології. Вчені вже давно обговорюють теоретичні основи PR, позиціонуючи його як практичну та академічну дисципліну. Теорія систем, наприклад, пропонує корисну ідею у межах якої зв'язки з громадськістю можна розглядати як засіб зворотного зв'язку, що з'єднує державні установи з їхніми виборцями. Двостороння симетрична модель втілює ідеальний сценарій, коли і громадськість, і адміністрація взаєморозуміють і впливають [52].

Така модель підкреслює трансформаційний потенціал PR, адже вона сприяє прозорості, підзвітності та довірі – важливим елементам демократичного управління.

Справедливим буде відзначити, що сьогодні роль PR у публічному управлінні також посилюється через виклики, пов'язані з глобалізацією, цифровізацією та зростанням очікувань громадян щодо прозорості влади. Сучасне суспільство вимагає від органів влади більшої відкритості, що неможливо без систематичного використання PR як інструменту забезпечення підзвітності та інтеграції громадської думки у процеси ухвалення рішень. У XXI столітті PR у державному секторі виконує декілька стратегічних функцій, забезпечуючи ефективність управлінських процесів, які ще більше посилюються шляхом прийняття інтегрованих комунікаційних моделей, які узгоджують PR-ініціативи з організаційними цілями. Наприклад, використання збалансованих показників у PR-плануванні дозволяє органам влади вимірювати вплив їхніх комунікаційних зусиль у багатьох вимірах, включаючи охоплення, залучення та сприйняття громадськістю. Таке узгодження не тільки максимізує ефективність використання ресурсів, але й гарантує, що PR-діяльність сприяє досягненню загальних цілей управління, таких як соціальна справедливість та економічний розвиток [39]. Підкреслимо, що довіра слугує основним капіталом державної влади, без якого неможливо забезпечити стабільність політичної системи та підтримку суспільних ініціатив.

Слід зауважити, що грамотне використання зв'язків з громадськістю також сприяє залученню суспільства до процесів управління. За допомогою використання різних інструментів, наприклад, громадських слухань, онлайн-консультацій або соціальних мереж, органи влади можуть отримувати зворотний зв'язок від громадян, що сприяє підвищенню ефективності прийняття рішень. Окрім того, PR виконує антикризову функцію, дозволяючи мінімізувати репутаційні ризики та підтримувати стабільність у періоди політичної чи соціальної турбулентності.

Перш за все, PR є інструментом побудови довіри – справжнього мистецтва, і науки у сфері суспільних відносин. Дослідники визначили кілька основних принципів, які лежать в основі зусиль зі зміцнення довіри, зокрема автентичність, послідовність і чуйність. Автентичність вимагає, щоб повідомлення передавали

справжні наміри, вільні від маніпуляцій. Послідовність зміцнює довіру, узгоджуючи слова з діями з часом, тоді як чуйність демонструє увагу до проблем громадськості. У PR ці принципи втілюються в життя через спеціалізовані комунікаційні стратегії, які враховують демографічні, культурні та соціально-політичні нюанси, гарантуючи, що PR-зусилля резонують із різними сегментами аудиторії.

Практичне застосування принципів PR в державному управлінні демонструє значні успіхи в усьому світі. Однією з яскравих ініціатив є «Партнерство відкритого уряду», яке об'єднує PR-стратегії для сприяння прозорості та спільному управлінню. Використовуючи цифрові інструменти та публічні консультації, ця ініціатива подолає розрив між владою та громадськістю [42]. Такі приклади підкреслюють, як стратегічна комунікація, адаптована до соціокультурного та політичного контексту, може змінити суспільне сприйняття та довіру до структур управління.

У період кризи роль PR стає ключовою. Незалежно від того, чи йдеться про стихійні лиха, надзвичайні ситуації у сфері охорони здоров'я чи політичні скандали, ефективні зв'язки з громадськістю гарантують, що правильні повідомлення досягнуть потрібної аудиторії в потрібний час. Прозоре та чуйне спілкування має вирішальне значення для пом'якшення суспільної паніки та відновлення довіри. Наприклад, під час пандемії COVID-19 уряди в усьому світі прийняли скоординовані PR-стратегії, використовуючи цифрові платформи, прес-брифінги та кампанії в соціальних мережах для поширення інформації [53]. Ефективність стратегій підкреслює роль PR як незамінного інструменту врегулювання криз у державному управлінні

Стратегії комунікацій у кризових ситуаціях у державному управлінні часто обертаються навколо трьох ключових етапів: підготовки, реагування та відновлення. Підготовка передбачає планування сценарію та встановлення протоколів зв'язку. На етапі реагування розповсюдження точної інформації в режимі реального часу має вирішальне значення для управління сприйняттям громадськості та стримування дезінформації. Етап відновлення зосереджується на відновленні довіри через прозору оцінку зусиль з управління кризою та проактивні заходи для запобігання повторенню. Наприклад, інтеграція керованих даними інструментів прийняття рішень у кризову

комунікацію довела ефективність у підвищенні точності та гнучкості урядових реакцій (див. Табл. 1.2).

Таблиця 1.2

### Концепція кризової комунікації в державному управлінні

Етап	Ключові дії	Очікуваний результат
Передкризова оцінка ризиків	Залучення зацікавлених сторін	Підвищена готовність
Під час кризи	Прозорі та чуйні повідомлення	Зведено до мінімуму суспільне лихо
Посткризовий	Оцінка та відновлення суспільної довіри	Відновлена довіра

Джерело: [48].

Однією з ключових особливостей сучасного PR є його інтеграція з цифровими технологіями. Цифровізація відкриває нові можливості для PR у публічному управлінні, дозволяючи швидко реагувати на суспільні запити, поширювати інформацію через соціальні мережі та отримувати зворотний зв'язок у реальному часі. Поява цифровізації також сприяла появі платформ електронного урядування, які інтегрують функції PR у ширші адміністративні процеси. Вони дозволяють у режимі реального часу відстежувати суспільні настрої, дозволяючи владі динамічно коригувати комунікаційні стратегії. Крім того, використання штучного інтелекту для аналізу тенденцій у соціальних мережах дає можливість зрозуміти, що хвилює громадян, що забезпечить більш цілеспрямований і ефективний охоплення. Однак залежність від цифрових інструментів також викликає занепокоєння щодо конфіденційності даних і справедливого доступу, що вимагає надійної нормативної бази для забезпечення відповідності технологічних досягнень етичним стандартам. Це сприяє підвищенню ефективності комунікацій та адаптації органів влади до потреб сучасного інформаційного суспільства. Водночас цифровізація створює й проблему дезінформації. Поширення фейкових новин та маніпуляцій у медіа-просторі підриває довіру до органів влади, що вимагає від PR-спеціалістів розробки нових підходів до управління репутацією та боротьби з дезінформацією [18].

Функціональний аспект PR дозволяє оцінити його значення в побудові довірливих стосунків між владою та громадянами. Політична комунікація утворює спеціалізовану систему PR у державному управлінні, зосереджуючись на взаємодії між державними органами та їхніми виборцями. Наприклад, під час виборчих циклів стратегічні PR-кампанії формують суспільний дискурс і впливають на поведінку виборців. Використовуючи аналіз даних, аналіз настроїв і методи побудови окремих наративів, політична комунікація сприяє інформуванню населення та спонукає суспільство до вчинення конкретних дій. Отож, поняття та сутність PR у публічному управлінні можна визначити як багатофункціональний інструмент, що об'єднує інформаційні, комунікативні та соціальні складові для досягнення довіри, ефективності та прозорості у взаємодії між владою та суспільством. У сучасному світі, де інформаційні виклики стають дедалі актуальнішими, PR відіграє ключову роль у забезпеченні стабільності та адаптивності публічного управління.

## **1.2. Методологічні основи дослідження PR у діяльності органів влади**

Методологічні основи дослідження PR у діяльності органів влади є критично важливими для забезпечення ефективного управління публічними комунікаціями. У сучасному світі, де прозорість, підзвітність та залучення громадськості є основними вимогами до державного управління, застосування правильних методологій дозволяє забезпечити стійкі результати. PR-дослідження надають інформацію про настрої громадськості та сприяють формуванню стратегій, які відповідають очікуванням різних груп зацікавлених сторін. Варто відзначити, що наукові розробки у сфері зв'язків з громадськістю охоплюють широкий спектр підходів, від традиційних методів (опитування, контент-аналіз) до використання інноваційних технологій (аналітика великих даних, прогнозне моделювання) [43]. Основна мета полягає у забезпеченні точності, достовірності та релевантності зібраної інформації для подальшого її використання в ухваленні стратегічних рішень.

З метою конкретизувати дослідження звернемося до аналізу сучасних наукових підходів щодо дефініції поняття PR у означеному контексті. Слід зауважити, що у

науковій літературі поняття зв'язків з громадськістю у публічному управлінні має різні тлумачення, що відображають багатогранність його функцій та завдань. На думку вітчизняної дослідниці О. Руденко, PR у публічному управлінні можна визначити як багатовимірну, динамічну управлінську систему, яка орієнтована на встановлення, підтримку та розвиток взаємозв'язків між органами влади та громадськістю. Така система базується на взаємодії, побудованій на основі довіри, прозорості та етичних принципів, і передбачає діяльність, спрямовану на забезпечення прозорості дій державних інституцій та формування позитивного ставлення до їхньої роботи. Науковиця відзначає, що особливістю PR у державному секторі є його програмний характер. Це означає, що діяльність зв'язків з громадськістю включає розробку стратегій, проєктів та довгострокових планів, які відповідають суспільним інтересам та забезпечують ефективну комунікацію між владою та суспільством. Послідовно, такі програми спрямовані не лише на розповсюдження інформації, але й на формування публічного дискурсу, враховуючи особливості масової та групової свідомості, систем політичних цінностей і громадської думки. Важливою складовою PR у публічному управлінні є його інформаційна спрямованість. PR працює у просторах комунікації та інформації, забезпечуючи надання достовірної, актуальної та доступної інформації громадянам.

У свою чергу, це дозволяє владі підтримувати зворотний зв'язок із суспільством, вчасно реагувати на його запити та критику, а також створювати основу для побудови партнерських відносин. Надійність каналів комунікації, які використовуються у процесі взаємодії, є ключовим фактором успіху. О. І. Руденко акцентує увагу на тому, що PR у публічному управлінні не тільки працює з реальною інформацією, але й активно оперує простором суспільного ідеалу – масовою та груповою свідомістю, системами цінностей та суспільних очікувань [36]. Означена специфіка безумовно, вимагає від фахівців у сфері зв'язків з громадськістю постійного вдосконалення технологій, методів і стратегій, які відповідають новим викликам інформаційного суспільства та зростаючому запиту громадян на прозорість і підзвітність влади.

За визначенням Г. Л. Бондар, PR у публічному управлінні – це багатогранний вид управлінської діяльності, що спрямований на встановлення ефективної двосторонньої взаємодії між владними установами та громадськістю. Така діяльність, на думку, дослідниці, має забезпечувати сприятливі умови для узгодження інтересів, формування позитивного ставлення до державних установ та досягнення взаєморозуміння між усіма суб'єктами комунікації. У власному дослідженні науковиця зазначає, що особливістю зв'язків з громадськістю у публічному управлінні є його цілеспрямована комунікаційна функція, що передбачає спеціальну організацію обміну інформацією для створення спільних інтересів та формування основи для конструктивного діалогу [44]. Важливо, що PR у цьому контексті можна вважати мистецтвом запобігання, уникнення та врегулювання конфліктів, які можуть виникати у взаємодії між владою та суспільством.

Успішна діяльність PR-структур у сфері публічного управління ґрунтується на кількох ключових умовах. Інформація, яку передають фахівці з PR, має бути правдивою, відкритою та об'єктивною, що є основою довіри громадськості до органів влади. Крім того, діяльність у сфері зв'язків з громадськістю повинна ретельно плануватися, включаючи виконання стратегій та програм, орієнтованих на суспільні інтереси. Фахівці з PR у публічному управлінні відіграють роль ефективних комунікаторів, які забезпечують обмін інформацією в обох напрямках – від влади до громадськості та навпаки. Вони повинні передавати інформацію, доки не буде досягнуто порозуміння між усіма суб'єктами комунікації. Особливе значення має використання наукових методів вивчення громадської думки та пояснення сутності проблем до їх ескалації в кризові ситуації. Завчасне інформування громадськості дозволяє мінімізувати конфлікти, зміцнити довіру та підвищити ефективність управлінських процесів [44]. Доречним вважаємо згадати і позицію американського дослідника Джеймса Грюніга, який розглядає PR як процес побудови взаємовигідних відносин між організацією та її аудиторією, наголошуючи на взаємодії, а не лише на односторонньому впливі [49]. На думку автора, такий підхід особливо важливий у контексті публічного управління, де взаєморозуміння між владою та громадянами є базовим принципом демократичного розвитку. Водночас український дослідниця С.

М. Євтушенко акцентує увагу на тому, що PR у державному секторі має враховувати соціокультурні особливості країни, щоб забезпечувати максимально ефективне спілкування [9]. Особливості PR у публічному управлінні стають особливо очевидними у контексті його головної мети – створення та підтримання довіри між владою та суспільством. Д. Едельман, американський експерт з комунікацій зазначав, що спеціалісти у сфері зв'язків з громадськістю мають надавати суспільству повну та достовірну інформацію та слугувати інструментом формування позитивного сприйняття та легітимності дій влади. Довіра до влади формується через комплексний підхід, який поєднує прозорість, відповідальність та якісну комунікацію [64].

Розглядаючи сутність PR, варто наголосити, що цей інструмент спрямований не лише на інформаційне забезпечення, однак, і на вплив на громадську думку через адаптацію до сучасних інформаційних викликів. Зв'язки з громадськістю у публічному управлінні сприяють формуванню спільних цінностей та орієнтирів між владою та громадянами, що особливо важливо у кризові періоди. Таке узгодження цінностей є особливо критичним у часи суспільної поляризації чи потрясінь. PR виступає посередницькою силою, поєднуючи різні точки зору та сприяючи почуттю спільної мети. Результат досягається за допомогою технік оформлення розповіді, які підкреслюють спільні цілі та взаємну вигоду. Для прикладу інформаційні кампанії, що сприяють громадянській участі, часто висвітлюють відчутні наслідки залучення громади, таким чином перетворюючи абстрактні ідеали на пов'язані з діяльністю ініціативи. Американський дослідник Скотт М. Катліп у власному дослідженні слушно зазначав про інтерактивну природу PR, яка дозволяє в реальному часі реагувати на зміни в суспільстві, що робить цей інструмент незамінним у публічному управлінні [46]. Адаптація до локальних викликів та специфічних потреб громадськості є ключовою умовою успіху PR-кампаній.

Важливим аспектом PR у публічному управлінні є його інформаційна складова. У сучасному світі інформація є стратегічним ресурсом, який визначає не лише рівень поінформованості громадян, але й їхню активність у прийнятті рішень. Зважаючи на це, багаторівнева система комунікацій, яка інтегрує традиційні та цифрові канали, забезпечує розповсюдження інформації і формування довіри. У цьому контексті

корисною є ідея колективу німецьких авторів на чолі з Л. Шмідтхубер, які пропонують розглядати інформацію як засіб залучення громадян до процесу державного управління, що є важливим для досягнення соціальної стабільності [47].

Етичний аспект PR також заслуговує на окрему увагу, адже саме етичність стає мірилом його легітимності. За словами А. Морено, використання маніпулятивних практик у PR підриває довіру громадськості до органів влади, тоді як дотримання етичних принципів сприяє створенню відкритого і чесного діалогу [47]. Прозорість і відповідальність у комунікаціях мають бути не просто декларативно прописаними, але й практичними принципами, на основі яких вибудовується робота державних інституцій. Етичність, у свою чергу, пов'язана з багатьма функціями PR, які забезпечують ефективність цієї діяльності у публічному управлінні.

Методи дослідження PR у діяльності органів влади можна умовно поділити на кількісні та якісні. Кількісні методи дослідження є основою для аналізу громадської думки та оцінки поведінкових тенденцій. Вони дозволяють отримати точні числові дані, які можуть бути використані для побудови моделей поведінки громадськості. Одним із найпоширеніших таких інструментів є опитування, яке дозволяє вивчати ставлення громадян до певних ініціатив або політик. Зокрема, використання телефонних опитувань або онлайн-анкетування забезпечує широкий охоплення аудиторії за короткий час. Статистичний аналіз даних, таких як регресійні моделі, дозволяє виявити кореляції між різними факторами. Вдалим прикладом слугує дослідження проведене у США. Емпіричні результати зі Сполучених Штатів продемонстрували, що 42% з користувачів соціальних мереж стверджували, що Інтернет допоміг їм відчувати більше зв'язку з політичними кандидатами. Однак у той же час застосування регресійної моделі у науковій праці К. Штарке продемонструвало, що підвищена взаємодія респондентів із політиками через соціальні мережі безпосередньо не підвищила довіру до національного уряду [60].

Якісні методи дослідження забезпечують глибше розуміння мотивацій, емоцій та сприйняття громадськості. Вони є незамінними для вивчення складних соціальних явищ, таких як реакція на кризові комунікації. Одним із найбільш поширених якісних методів є використання фокус-груп, що надає можливість отримати безпосередній

зворотний зв'язок від представників цільової аудиторії. Ще одним важливим інструментом слугують особисті інтерв'ю. Для прикладу глибинні інтерв'ю з керівниками структурних підрозділів органів державної влади або ж органів місцевого самоврядування забезпечують суспільству контекст для розуміння соціальних процесів і дозволяють прес-службам органів публічної влади формувати більш персоналізовані стратегії комунікації. Особиста зустріч із представником медіа, організована прес-службою, може стати надзвичайно продуктивним інструментом комунікації за умови ретельної підготовки. Такий процес передбачає попереднє ознайомлення PR-фахівця із попередніми публікаціями журналіста, його професійними інтересами, спеціалізацією та стилем викладу матеріалів. Інтерв'ю як формат комунікації є унікальним різновидом особистого контакту з журналістом, що вимагає особливої уваги до деталей. Участь в інтерв'ю, незалежно від ініціатора – організації чи журналіста, передбачає значну підготовчу роботу. Від організації зазвичай залучаються керівники, залежно від значущості заходу це може бути директор з питань зв'язків із громадськістю або керівник найвищого рівня. Чим важливіша тема інтерв'ю, тим вищою має бути позиція особи, яка представляє організацію. Завдання PR-фахівців полягає у всебічній підготовці спікера - вони збирають необхідні інформаційні матеріали, формулюють можливі питання, розробляють відповідні тези і рекомендації [3]. Слід зауважити, що сучасні методології дослідження PR часто базуються на інтеграції кількісних і якісних підходів. Такий підхід дозволяє враховувати як числові показники, так і соціокультурні аспекти, забезпечуючи більш глибоке розуміння ситуації. Для прикладу, аналіз результатів опитування може бути доповнений якісними даними, отриманими з фокус-груп. Така інтеграція дозволяє не лише визначити основні тенденції, а й зрозуміти причини, що стоять за ними. Звернемось до порівняльного аналізу використання кількісних і якісних методів (див. Таблиця 1.3).

Таблиця 1.3

### Переваги інтеграції кількісних і якісних методів

Аспект	Кількісні методи	Якісні методи	Інтеграція
Точність	Висока	Обмежена	Збалансована
Глибина аналізу	Поверхова	Глибока	Комплексна
Швидкість	Висока	Помірна	Оптимальна

Джерело: [3].

Важливим аспектом при здійсненні досліджень PR, особливо в державному управлінні, займають етичні міркування. Використання даних громадськості повинно відповідати принципам прозорості та конфіденційності [25]. Наприклад, при моніторингу соціальних медіа слід уникати збору персональних даних без інформованої згоди. Етичний підхід також передбачає уникнення маніпулятивних тактик, які можуть підірвати довіру громадян до державних інституцій.

Встановлено, що використання кількісних і якісних методів дослідження, таких як опитування, фокус-групи, контент-аналіз та аналітика великих даних, є необхідним для ефективного аналізу громадської думки, планування комунікаційних стратегій і оцінки їх результативності. Наголошено на значенні інтеграції цих методів, що дозволяє забезпечити глибоке розуміння соціальних процесів та підвищити точність зібраної інформації. Особливу увагу приділено етичним аспектам, які мають ключове значення для забезпечення прозорості, відповідальності та довіри громадськості до органів влади. Зроблено висновок, що розробка стратегій PR у державному секторі потребує системного підходу, що враховує сучасні виклики.

### Висновки до розділу 1

Було розглянуто теоретичні та методологічні основи PR-діяльності органів публічної влади, акцентуючи увагу на її понятті, сутності та особливостях у системі публічного управління. Встановлено, що зв'язки з громадськістю є не лише засобом інформаційної взаємодії, але й стратегічним інструментом управління, спрямованим на забезпечення відкритості, прозорості та підвищення рівня довіри громадян до

органів влади. Визначено, що ключовими функціями PR у публічному управлінні є інформаційна, комунікативна, репутаційна, антикризова та інтегративна, кожна з яких сприяє досягненню ефективної взаємодії між владою та суспільством. Також було досліджено еволюцію PR в державному секторі, яка зазнала трансформацій від одностороннього інформування до двостороннього діалогу. Було встановлено, що особливістю PR-діяльності у публічному управлінні є його соціальна орієнтованість, спрямована на зміцнення довіри до органів влади та залучення громадян до процесів прийняття рішень. Отож, було визначено концептуальні засади PR-діяльності органів публічної влади, її основні функції та методологічні підходи, що стали основою для подальшого аналізу практичних аспектів взаємодії органів влади з громадськістю.

## **РОЗДІЛ 2. ІНСТРУМЕНТИ, ФОРМИ ТА ПРАВОВІ ЗАСАДИ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ**

### **2.1. Традиційні та новітні методи PR у публічних комунікаціях**

Зв'язки з громадськістю у комунікаціях з громадськістю представляють сферу, що постійно розвивається і поєднує традиційні стратегії з інноваційними методами. Така взаємодія відображає як незмінні принципи ефективної комунікації, так і нагальну потребу адаптуватися до мінливих технологічних і соціальних викликів. У цьому контексті застосування методів PR є втіленням динамічного процесу, який вимагає не лише творчості, але й міцного розуміння теорій комунікації та їх практичних наслідків. Зауважимо, що історія методологій PR-досліджень є свідченням поступової еволюції від інтуїтивного підходу до структурованого наукового аналізу. Наприкінці XX століття основним акцентом PR було забезпечення комунікаційної підтримки через описові методи, такі як опитування громадської думки. Вони дозволяли фіксувати настрої громадян, однак не надавали інструментів для прогнозування або оцінки ефективності заходів. З початку XXI століття розвиток технологій і доступність великих обсягів даних відкрили нові горизонти для досліджень. Застосування кількісних методів, таких як статистичний аналіз, у поєднанні з якісними методами, такими як фокус-групи, дозволило забезпечити більш цілісний підхід до вивчення громадської думки.

Історично традиційні методи слугували основою практики PR, забезпечуючи стабільність і безперервність комунікаційних зусиль. Прикладами традиційних методів є прес-релізи, публічні виступи, друковані брошури та зв'язки з медіа. Спираючись на фундаментальні теорії комунікації, комунікаційні стратегії спрямовані на інформування, переконання та побудову стосунків із різними зацікавленими сторонами. Доречною вважаємо думку вітчизняних науковців О. С. Біліченка та Д. О. Хржановського, які у власному дослідженні наголошували на ролі PR як мистецтва та науки, де комунікація виступає потужним інструментом для залучення суспільства та впливу [2]. Фундаментальним інструментом традиційного PR у системі органів публічного управління залишаються прес-релізи, особливо в

умовах кризових. В Україні цей метод активно використовують державні установи для офіційного інформування громадян і міжнародної спільноти про ключові події та рішення. Наприклад, Генеральний штаб Збройних Сил України щоденно публікує прес-релізи з оновленнями про ситуацію на фронті, кількість знищеної ворожої техніки та плани евакуації мирного населення [6]. На думку автора, такі повідомлення забезпечують прозорість та допомагають боротися з дезінформацією, поширюваною ворогом.

Під час атак на критичну інфраструктуру України в осінньо-зимовий період 2022-2023 років прес-релізи Міністерства енергетики стали важливим джерелом інформації про стан енергетичної системи, часи відновлення енергопостачання та рекомендації для громадян. Повідомлення демонстрували готовність уряду реагувати на виклики та координувати зусилля для захисту населення [1]. Важливу роль у зв'язках з громадськістю відіграють і публічні виступи, спрямовані на формуванні довіри до влади, зміцненні бойового духу та залученні міжнародної підтримки. Яскравим прикладом є щоденні відеозвернення Президента Володимира Зеленського у перші місяці повномасштабного вторгнення. Під час публічних виступів він регулярно закликав українців до єдності та ефективно комунікував із міжнародною спільнотою, апелюючи до лідерів інших країн. Наприклад, промови Президента України перед парламентами Великої Британії, Німеччини, США та Європарламентом стали невід'ємним елементом зовнішньої PR-стратегії, яка допомогла забезпечити Україні значну військову та фінансову підтримку [63].

Після деокупації територій важлива роль у комунікації з населенням відводилась друкованим матеріалам. У регіонах, що перебували під окупацією, державні установи використовували друковані інформаційні листівки для інформування про порядок евакуації, місця розташування гуманітарних пунктів та доступ до медичної допомоги [5]. Такі матеріали поширювалися через дрони, волонтерів та гуманітарні штаби. Вони стали критично важливими у регіонах з обмеженим доступом до Інтернету чи мобільного зв'язку.

Слід зауважити, що уряд України приділяє значну увагу координації з медіа для забезпечення єдиної інформаційної політики під час війни. Створення єдиного

інформаційного марафону національних телеканалів забезпечило громадянам доступ до перевіреної інформації, мінімізуючи вплив ворожої пропаганди. Крім того, відбувались регулярні брифінги радника Офісу Президента України Михайла Подоляка та інших посадовців слугуючи джерелом оперативних коментарів щодо поточних подій. Загалом вплив традиційних методів PR у публічних комунікаціях залишається значним, створюючи можливості для формування громадської думки та формування репутаційного капіталу. Звернемося до порівняльного аналізу за результатами дослідження автора (див. Табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Порівняльний аналіз традиційних методів PR у публічних комунікаціях органів влади**

<b>Традиційний метод</b>	<b>Мета</b>	<b>Основні переваги</b>
Прес-релізи	Поширення організаційних новин	Економічна доцільність порівняно з впливом на широкую аудиторію
Публічні виступи	Безпосереднє спілкування із зацікавленими сторонами	Зміцнюють довіру та особисті зв'язки
Відносини з медіа	Управління стосунками з журналістами	Поширення наративів та повідомлень через надійних посередників
Друковані матеріали	Надають поглиблену інформацію	Відчутність та доступність для різних демографічних груп

На відміну від традиційних підходів, новітні методи PR використовують цифрові технології для підвищення ефективності та результативності комунікацій. Новітні методи включають кампанії в соціальних мережах, партнерство з інфлюенсерами та аналітику в реальному часі. Вони більше відповідають вимогам світу, що стає все більш пов'язаним і насиченим інформацією. На думку Х. ван Дайк та Т. Поелла, використання цифрових інструментів несе трансформаційний потенціал в зміні того, як організації спілкуються зі своєю громадськістю [62].

Вдалим прикладом успішної комунікації з населенням та міжнародною аудиторією стали соціальні мережі. Вони пропонують неперевершені можливості для двостороннього спілкування, дозволяючи організаціям безпосередньо взаємодіяти з зацікавленими сторонами в режимі реального часу. Така інтерактивна модель різко контрастує з одностороннім розповсюдженням, характерним для традиційних методів. Сучасні тенденції свідчать, що провідні органи публічного управління (Офіс Президента, Кабінет Міністрів України, міністерства, обласні державні адміністрації) активно використовують Twitter, Facebook та Instagram для публікації оновлень про прийняті рішення, зміни у векторах політики, опис наявної ситуації, а також для звернень до міжнародної спільноти. У публікаціях органів публічної влади доволі часто використовуються візуалізації, що підвищує їх ефективність. Окрім офіційних сторінок, соціальні мережі використовуються для організації волонтерських ініціатив, таких як збори коштів на безпілотники чи медичне обладнання. Прикладом ефективною взаємодії між громадянським суспільством і державою слугують кампанії, ініційовані платформами «Повернись живим» або фондом Сергія Притули [54].

Варто відзначити, що Україна активно залучає до співпраці як українських, так і міжнародних лідерів думок для популяризації своїх меседжів, особливо у період війни. Відомі діячі культури, спорту, медіа та політики стали важливим каналом поширення інформації про необхідність гуманітарної, військової та фінансової підтримки. Такий підхід спрямований не лише на підвищення обізнаності серед української аудиторії, а й на формування міжнародної підтримки. Одним із найяскравіших прикладів стала ініціатива «United 24», створена за підтримки Президента України. Платформа об'єднала міжнародних зірок, серед яких Анджеліна Джолі, Шон Пенн, Лієв Шрайбер та Барбра Стрейзанд [12 ; 26]. Їх участь у благодійних акціях, звернення до їхньої аудиторії та залучення фінансових ресурсів значно посилили вплив кампанії. Кошти, зібрані через «United 24», були спрямовані на відновлення лікарень, закупівлю медичного обладнання та військову допомогу.

На внутрішньому рівні низка акторів, співаків, спортсменів та публічних діячів стали голосами підтримки української армії, закликаючи громадян до єдності та

волонтерської діяльності. Участь відомих осіб у благодійних концертах, інформаційних кампаніях та зверненнях значно посилила ефективність державної PR-стратегії [24]. Особливу увагу привертає співпраця з YouTube-блогерами та активними користувачами соціальних мереж, які поширюють меседжі серед молоді аудиторії, яка є найбільш активною в онлайн-просторі.

Одним із найбільш інноваційних методів PR є аналітика в реальному часі, що дозволяє швидко адаптувати стратегії до змін у поведінці аудиторії. У контексті публічних комунікацій під час війни цей інструмент став критично важливим для ефективного управління інформаційними потоками та протидії дезінформації. Державні установи України активно використовують платформи моніторингу соціальних мереж, аналізу настроїв громадськості та відстеження реакції на повідомлення [24]. Наприклад, аналіз даних з соціальних мереж дозволяє оперативно ідентифікувати фейки, які поширює ворог, та спростовувати їх у перші години після публікації, що значно знижує вплив дезінформації на аудиторію.

Іншим аспектом використання аналітики є оптимізація комунікаційних кампаній. Завдяки платформам аналізу, як-от, Google Analytics чи спеціалізованим сервісам моніторингу, органи публічної влади можуть оцінювати, які канали зв'язку є найбільш ефективними для різних демографічних груп. Наприклад, під час кампаній із залучення волонтерів було виявлено, що соціальні мережі Instagram і TikTok мають найбільший вплив на молодь [4], тоді як Telegram є основним джерелом для ширшої аудиторії [10]. Інтерактивний контент став важливою складовою новітніх PR-методів, що дозволяє створювати глибший рівень взаємодії між державою та громадянами. Такий формат включає відео, опитування, ігри та інтерактивні карти і дозволяє інформувати та залучати аудиторію до спільної участі у вирішенні проблем. Яскравим прикладом є створення інтерактивних карт, які відображають укриття, гуманітарні пункти чи зони бойових дій [15]. Такий підхід забезпечує не лише поінформованість, а й конкретну допомогу громадянам у реальному часі.

Ще одним прикладом є використання відео та опитувань у соціальних мережах. Інтерактивні платформи також використовуються для збору даних про потреби громадян. Наприклад, додаток «Дія» інтегрував функцію подачі заявок на отримання

допомоги або реєстрацію пошкодженого майна, що дозволяє громадянам бути активними учасниками процесу відновлення. , інтерактивний контент забезпечує не лише ефективну комунікацію, але й формує відчуття причетності до спільної мети, що є надзвичайно важливим у контексті війни [38]. Порівняльний аналіз новітніх методів PR для зручності відображено у таблиці (див. Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

**Порівняльний аналіз новітніх методів PR у публічних комунікаціях органів  
влади**

<b>Новий метод PR</b>	<b>Застосування</b>	<b>Ключові переваги</b>
Кампанії в соціальних мережах	Залучення аудиторії через такі платформи, як Facebook і Twitter	Миттєвий відгук, широке охоплення, економічна ефективність
Співпраця з інфлюенсерами	Партнерство з лідерами думок	Підвищує довіру, охоплює нішеву аудиторію
Аналітика в реальному часі	Відстеження поведінки аудиторії	Прийняття рішень на основі даних, покращене оцінка векторів комунікації
Інтерактивний контент	Залучення через відео, опитування та вікторини	Вищий рівень залучення сприяє участі

Незважаючи на те, що впровадження нових методів зв'язку з громадськістю відкриває значні можливості, воно також створює проблеми, з якими організації повинні орієнтуватися. Такі проблеми, як цифрова дезінформація, проблеми конфіденційності даних і потреба в безперервній технологічній адаптації ускладнюють впровадження сучасних PR-стратегій. Наявні виклики підкреслюють важливість етичних міркувань і нормативних рамок у керуванні практикою зв'язків з громадськістю. Попри наявні виклики, нові методи PR надають величезні можливості. Потенціал для зростання та впливу величезний, починаючи від залучення аудиторії до сприяння інноваціям у комунікаційних техніках. Оскільки організації продовжують досліджувати та експериментувати з цими методами, вони повинні залишатися заснованими на принципах прозорості, підзвітності та

громадських інтересів. Звернемось до порівняльної характеристики традиційних і новітніх методів у PR (див. Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

### Порівняння традиційних та новітніх методів PR

Параметр	Історичні методи	Сучасні методи
Тип даних	Описові	Аналітичні та прогнозні
Швидкість отримання	Тривала	Миттєва через цифрові платформи
Масштабованість	Локальна	Глобальна
Інструменти	Опитування, аналіз текстів	Аналітика великих даних, машинне навчання

Справедливим буде зауважити, що перехід від традиційних до сучасних методів відображає не лише технологічний прогрес, але й зміну очікувань аудиторії. Оскільки громадськість потребує більш персоналізованого та інтерактивного спілкування, PR-практика повинна відповідним чином адаптуватися. Сьогодні найефективніші PR-стратегії поєднують традиційні та сучасні методи для створення комплексної комунікаційної структури. Така інтеграція гарантує, що сильні сторони кожного підходу максимізуються, а їхні слабкі сторони пом'якшуються [50]. Наприклад, прес-реліз із повідомленням про серйозні зміни в політиці може бути доповнений кампанією в соціальних мережах, щоб розширити її охоплення та залучення. Крім того, змішаний підхід узгоджується з принципами стратегічної комунікації, які виступають за узгодженість у багатьох каналах.

Дослідження публічних кампаній під керівництвом уряду показує переваги цієї інтеграції. Під час кризових ситуацій органи публічної влади часто використовують прес-конференції разом із оновленнями в соціальних мережах для поширення своєчасної та точної інформації. Такий подвійний підхід забезпечує охоплення та сприяє довірі через прозорість. Взаємодія між традиційними та сучасними методами PR – це не просто питання заміни, а радше можливість стратегічної інтеграції. Організації повинні оцінити свої комунікаційні цілі, характеристики аудиторії та

контекстуальні фактори, щоб визначити оптимальне поєднання методів. Такий цілісний підхід узгоджується з «двосторонньою симетричною моделлю», запропонованою Дж. Грунігом, яка наголошує на збалансованому спілкуванні та взаєморозумінні між організаціями та їх громадськістю [49]. Розглянемо випадок урядової кампанії сприяння збереженню навколишнього середовища. Традиційні методи, такі як зустрічі спільноти та друковані навчальні матеріали, можуть створити фундаментальну обізнаність, тоді як цифрові інструменти, такі як соціальні медіа та досвід віртуальної реальності, посилюють залучення та спонукають до дій. Застосування інтегрованого підходу гарантує ефективне охоплення кампанією різних демографічних груп, водночас використовуючи переваги як традиційного, так і сучасного PR.

Інтеграція традиційних і сучасних методів PR не позбавлена труднощів. До них належать розподіл ресурсів, прогалини в навичках PR-фахівців і етичні міркування в цифрових комунікаціях. Попри те, що цифрові платформи пропонують безпрецедентний охоплення та інтерактивність, вони також наражають організації на такі ризики, як дезінформація та порушення конфіденційності. Вирішення низки проблем вимагає поєднання ініціатив із розбудови потенціалу, нормативно-правової бази та етичних принципів. Слід підкреслити, що динамічний характер цифрових технологій вимагає постійного навчання та адаптації серед PR-практиків. Навчальні програми та платформи для обміну знаннями сприяють подоланню прогалин у навичках, дозволяючи фахівцям ефективно орієнтуватися в складнощах інтегрованих PR-стратегій [61]. Зважаючи на те, що PR продовжує розвиватися, нові тенденції, такі як доповнена реальність (AR), системи перевірки на основі блокчейну та метавсесвіт, готові змінити комунікаційне середовище. Інновації мають потенціал вдосконалити спосіб взаємодії організацій зі своєю аудиторією, пропонуючи нові можливості для взаємодії, прозорості та зміцнення довіри. Наприклад, додатки AR у публічних комунікаціях можуть створювати інтерактивні накладки, які покращують взаємодію з користувачем (див. Таблиця 2.4).

### Перспективи застосування інноваційних технологій в PR

Нові PR-інновації	Потенційне застосування	Наслідки застосування
Доповнена реальність (AR)	Покращення взаємодії з користувачем за допомогою інтерактивних накладень	Сприяння глибшому залученню аудиторії
Системи перевірки блокчейн	Забезпечення прозорості та підзвітності в кампаніях	Зміцнення довіри та надійності
Метавсесвіт	Створення віртуальних просторів для взаємодії зацікавлених сторін	Розширення меж залучення аудиторії

Джерело: [59].

Аналіз традиційних та новітніх методів PR у публічних комунікаціях дає автору підстави стверджувати, що зв'язки з громадськістю є надзвичайно динамічною сферою, яка адаптується до сучасних викликів технологічного прогресу та суспільних трансформацій. Традиційні методи (прес-релізи, публічні виступи, друковані матеріали, робота із ЗМІ), залишаються важливими інструментами комунікації, що забезпечують стабільність та довіру до влади, особливо в умовах кризових ситуацій. Вони демонструють високу ефективність в умовах необхідності офіційного інформування громадян та боротьби з дезінформацією.

Новітні методи PR, натомість, пропонують більшу гнучкість, інтерактивність та персоналізацію комунікацій. Використання соціальних мереж, аналітики в реальному часі, співпраці з лідерами думок та інтерактивного контенту дозволяє органам публічної влади адаптувати свої стратегії до потреб сучасної аудиторії. В Україні новітні методи довели свою ефективність, зокрема, під час війни, коли оперативність, точність та двостороння комунікація стали критично важливими. Інтеграція традиційних і новітніх методів PR є необхідною умовою створення ефективної комунікаційної системи. Традиційні підходи забезпечують стабільність і достовірність, тоді як новітні дозволяють залучати ширшу аудиторію та забезпечувати зворотний зв'язок у реальному часі. Відповідно, прес-релізи можуть

бути доповнені публікаціями в соціальних мережах для розширення охоплення, а публічні виступи — інтерактивними візуалізаціями для кращого розуміння.

Сучасні зв'язки з громадськістю повинні здійснюватись з дотримання низки етичних аспектів, включаючи боротьбу з дезінформацією, забезпечення конфіденційності даних та дотримання принципів прозорості. Виклики, пов'язані із цифровою трансформацією, потребують постійного навчання фахівців та впровадження інноваційних підходів до комунікації. Взаємодія традиційних та новітніх методів PR забезпечує ефективність публічних комунікацій, сприяє формуванню довіри та позитивного іміджу органів влади, а також створює умови для активної участі громадськості у суспільних процесах. У майбутньому впровадження інноваційних технологій (доповнена реальність, метавсесвіт та блокчейн) дозволить ще більше підвищити ефективність зв'язків із громадськістю, забезпечуючи інтерактивність, прозорість та глобальний масштаб комунікацій.

## **2.2. Нормативно-правова база PR-діяльності органів влади**

Конституція України закладає фундаментальні принципи, які визначають нормативно-правову базу PR-діяльності органів державної влади. Основою для цього є положення про відкритість, прозорість, підзвітність влади та право громадян на отримання інформації, що безпосередньо стосується їхніх прав і свобод. Зокрема, у статті 3 проголошено, що держава відповідає перед людиною за свою діяльність, а утвердження і забезпечення прав і свобод людини є її головним обов'язком. Такий принцип підкреслює важливість формування довіри громадян до органів влади через відкриту комунікацію. Стаття 6 визначає поділ влади на законодавчу, виконавчу та судову, що зобов'язує кожен з гілок діяти в межах своїх повноважень та відповідно до закону. Це створює підґрунтя для належної координації комунікаційних процесів, оскільки PR-діяльність повинна бути узгодженою з функціями кожної гілки влади. Свобода слова та відкритість інформації є ключовими аспектами PR-діяльності, що знайшли відображення у статтях 15 і 34 Конституції. У статті 15 проголошується заборона цензури, а стаття 34 гарантує право кожного на свободу думки і слова,

вільне вираження своїх поглядів і переконань, а також вільне поширення інформації. Ці положення закладають правову основу для забезпечення вільного доступу до інформації, що створюється органами державної влади, та відкритості їхньої діяльності. Особливу увагу слід звернути на статтю 40, яка гарантує право громадян звертатися до органів державної влади з індивідуальними чи колективними запитами. Органи влади зобов'язані надавати обґрунтовану відповідь у встановлені законом строки. Зазначене положення безпосередньо стосується зворотного зв'язку з громадськістю, який є одним із ключових інструментів PR-діяльності. Стаття 57 наголошує на обов'язку держави доводити до відома населення закони та нормативно-правові акти, що визначають права і обов'язки громадян. Виконання цього обов'язку є важливим елементом PR, оскільки передбачає комунікацію, спрямовану на підвищення правової обізнаності громадян і забезпечення їхньої довіри до державних інституцій. Отож, Конституція України встановлює принципи відкритості, прозорості, доступу до інформації, свободи слова та підзвітності влади, які є основоположними для нормативно-правової бази PR-діяльності органів державної влади [16]. Ці положення створюють фундамент для подальшого розвитку правових механізмів, які регламентують інформаційну політику держави, формування її іміджу та налагодження ефективної взаємодії з громадськістю.

Нормативно-правова база PR-діяльності органів влади визначена законами України "Про місцеве самоврядування в Україні" та "Про державну службу", які встановлюють основні принципи, обов'язки та порядок функціонування органів влади у сфері комунікації з громадськістю. Закони закріплюють правила щодо забезпечення відкритості, прозорості та підзвітності органів влади, які є основою для їхньої PR-діяльності. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" визначає правові та організаційні основи місцевого самоврядування. У статті 4 цього закону встановлено, що місцеве самоврядування здійснюється на принципах народовладдя, законності, гласності, колегіальності, поєднання місцевих і державних інтересів.

Зокрема, принцип гласності є ключовим для забезпечення відкритості діяльності органів місцевого самоврядування. Стаття 26 закріплює повноваження

місцевих рад щодо інформування населення. Згідно з нею, органи місцевого самоврядування повинні забезпечувати оприлюднення своїх рішень, планів, програм і звітів для загального доступу громадян. Це передбачає регулярну публікацію інформації на офіційних сайтах, в місцевих ЗМІ та через інші канали комунікації. Стаття 42 передбачає обов'язок сільського, селищного чи міського голови забезпечувати регулярне інформування населення про рішення органів місцевого самоврядування, хід їх виконання та реалізацію місцевих програм [34]. Ця стаття закладає основи для безпосередньої комунікації керівників місцевих громад з громадянами, сприяючи прозорості управлінських процесів.

У свою чергу, ЗУ "Про державну службу" регулює діяльність державних службовців та визначає їх обов'язки у сфері комунікації. У статті 4 закріплено основні принципи державної служби, серед яких виділено верховенство права, законність, професіоналізм, політичну неупередженість, прозорість та добросовісність. Прозорість передбачає відкритість інформації про діяльність державного службовця, за винятком випадків, передбачених законом. Принцип є основою для забезпечення належного рівня комунікації державних органів із суспільством. Стаття 10 регламентує обов'язки державних службовців, серед яких – забезпечення реалізації державної політики, інформування громадян про її сутність і цілі, а також підтримка зворотного зв'язку з громадськістю. Це положення встановлює вимоги до службовців у сфері PR, зокрема щодо інформування громадян про дії та рішення влади. Стаття 20 визначає, що державні службовці повинні забезпечувати своєчасне надання публічної інформації та відповідей на запити громадян. Зазначене положення зобов'язує державних службовців діяти у спосіб, який сприяє побудові довірливих відносин між владою і громадянами, що є основою для PR-діяльності [27]. Стаття 48 передбачає, що державні службовці несуть дисциплінарну відповідальність за недотримання стандартів прозорості та відкритості, що стимулює державних службовців забезпечувати якісне інформування громадян та підтримку позитивного іміджу державних органів.

ЗУ "Про інформацію" в статті 2 визначає основні принципи інформаційних відносин, серед яких гарантованість права на інформацію, відкритість і доступність

інформації, її достовірність і повнота. У статті 5 закріплено, що інформація може бути відкритою або з обмеженим доступом, а підстави для обмеження доступу повинні бути чітко визначені законом. Закон встановлює обов'язок органів влади надавати інформацію громадянам, що сприяє формуванню прозорих та довірливих відносин [32]. Закон України "Про доступ до публічної інформації" визначає порядок отримання інформації, що знаходиться у володінні органів державної влади. Стаття 3 гарантує право на доступ до публічної інформації, яке забезпечується обов'язком розпорядників оперативно надавати запитовані дані. У статті 5 йдеться про необхідність систематичного оприлюднення інформації через офіційні сайти, інформаційні стенди та інші засоби комунікації. Закон встановлює принципи прозорості та відкритості, які є ключовими для PR-діяльності [29]. ЗУ "Про звернення громадян" регулює механізми комунікації між громадянами та органами влади. У статті 1 зазначено, що громадяни мають право подавати звернення до органів влади із зауваженнями, пропозиціями, заявами чи скаргами. Це право є важливим каналом зворотного зв'язку, що дає змогу органам влади враховувати громадську думку в своїй роботі [31]. Стаття 15 встановлює порядок розгляду звернень. На думку автора, положення статті зобов'язують органи влади діяти у визначені строки, що забезпечує ефективність комунікацій.

Закон України "Про медіа" є одним із ключових нормативно-правових актів, який регулює відносини у сфері засобів масової інформації та їхню взаємодію з органами влади. Він спрямований на забезпечення права громадян на доступ до достовірної, різнобічної та оперативної інформації, що є важливим компонентом PR-діяльності органів влади. Стаття 2 Закону визначає сферу його дії та основні принципи регулювання медійної діяльності. Одним із таких принципів є забезпечення прозорості діяльності медіа, що передбачає відкритість інформації про їхню роботу, джерела фінансування та власників. Це створює умови для довіри з боку громадян і формування об'єктивного інформаційного середовища. Органи державної влади, згідно з цим законом, зобов'язані надавати медіа правдиву інформацію, що відповідає дійсності. Це стосується як оперативних повідомлень, так і стратегічної інформації, яка впливає на формування іміджу влади в суспільстві. Стаття 6 Закону акцентує на

важливості дотримання етичних стандартів під час роботи з інформацією та недопущення маніпуляцій. Особливу увагу закон приділяє взаємодії органів влади з національними та міжнародними медіа. Стаття 12 регулює порядок надання інформації для масового поширення, визначаючи чіткі терміни відповіді на запити журналістів та правила проведення пресконференцій. Цей механізм спрямований на забезпечення рівного доступу медіа до важливої інформації, що знижує ризики інформаційних спотворень. Додатково, стаття 20 закону визначає відповідальність за поширення недостовірної інформації. Це положення спрямоване на запобігання дезінформації та забезпечення об'єктивності у висвітленні діяльності органів влади. Такі норми стимулюють державні установи працювати над якістю своїх PR-кампаній, розробляючи достовірні інформаційні повідомлення та прозорі механізми взаємодії з громадськістю. Закон також впроваджує стандарти для організації інформаційних кампаній, які здійснюють органи державної влади. Стаття 25 встановлює, що такі кампанії повинні відповідати принципам об'єктивності, суспільної значущості та дотримання прав громадян на вільне отримання інформації. Ці норми є основою для формування позитивного іміджу державних установ і підтримки довіри до них. Закон України "Про медіа" формує правову основу для PR-діяльності органів влади, забезпечуючи прозорість, справедливість та доступність інформації для суспільства [33]. Він регламентує як технічні, так і етичні аспекти взаємодії органів влади з медіа, закладаючи основи для ефективної комунікації.

Указ Президента України від 01.08.2002 №683/2002 "Про додаткові заходи щодо забезпечення відкритості у діяльності органів державної влади" є ключовим нормативним документом, який встановлює конкретні заходи для підвищення прозорості, доступності інформації та залучення громадян до управління державними справами. Цей указ спрямований на вдосконалення інформаційної політики органів влади, забезпечення реалізації конституційного права громадян на доступ до інформації, а також підвищення ефективності взаємодії між владою та суспільством.

Відповідно до указу, забезпечення відкритості у формуванні та реалізації економічної й соціальної політики держави визначено як пріоритетне завдання Кабінету Міністрів України, центральних і місцевих органів виконавчої влади. Це

сприяє підвищенню зрозумілості дій влади для громадян та формуванню довіри до органів державного управління. Окремо вказується на необхідність аналізу виконання законодавства, що регулює інформаційні відносини. Кабінету Міністрів України доручено вивчити практику виконання Закону України "Про інформацію" та інших нормативно-правових актів, приділяючи особливу увагу забезпеченню права громадян на отримання достовірної інформації, обов'язковому оприлюдненню нормативно-правових актів, а також публікації статистичних даних. Це спрямовано на створення умов для прозорості діяльності органів влади. Указом також передбачено покращення доступу до інформації, зокрема шляхом створення загальнодоступних баз даних відкритої інформації. Встановлено, що обмеження доступу до інформації можуть бути застосовані лише у випадках, прямо передбачених законом, і повинні відповідати інтересам національної безпеки, громадського порядку або захисту прав інших осіб. Водночас указ закликає вдосконалити процедури подання запитів громадян, забезпечити системну допомогу в оформленні таких запитів, визначити процедуру розгляду запитів і відмов у їх задоволенні, а також врегулювати систему оплати за надання інформації. Особлива увага в документі приділена розвитку інформаційних технологій. Указ зобов'язує органи державної влади та місцевого самоврядування створити й регулярно оновлювати офіційні вебсторінки. На цих сторінках повинна розміщуватися інформація про діяльність органів, чинні нормативно-правові акти, форми та зразки документів, а також проекти нормативних актів для обговорення громадськістю. Це сприяє оперативному поширенню інформації та залученню громадян до ухвалення важливих рішень. Додатково указом передбачено організацію та фінансування соціологічних досліджень громадської думки щодо ключових дій органів влади. Результати таких досліджень повинні враховуватися при розробці державної політики, що забезпечує врахування інтересів громадян у діяльності органів виконавчої влади. Керівники центральних і місцевих органів виконавчої влади зобов'язані організовувати регулярні пресконференції, у тому числі із залученням інтернет-ресурсів, відповідати на запитання громадян через медіа та сприяти обговоренню суспільно важливих питань. Це положення спрямоване на зміцнення зворотного зв'язку між владою та суспільством [28].

Постанова Кабінету Міністрів України від 04.01.2002 № 3 "Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади" та Постанова Кабінету Міністрів України від 29.08.2002 № 1302 "Про заходи щодо подальшого забезпечення відкритості у діяльності органів виконавчої влади" є ключовими нормативними актами, які регламентують принципи та порядок поширення інформації про діяльність органів виконавчої влади, забезпечуючи прозорість, підзвітність та доступність для громадськості. Постанова № 3 встановлює порядок створення та функціонування офіційних вебсайтів органів виконавчої влади. Органи влади зобов'язані забезпечити регулярне оновлення інформації, що публікується на вебсайтах, включаючи нормативно-правові акти, структуру органу, плани роботи, звіти та проекти документів, які підлягають громадському обговоренню. Вся інформація повинна бути достовірною, актуальною та доступною для громадян, у тому числі осіб із обмеженими можливостями, зокрема для людей із вадами зору, слуху чи опорно-рухового апарату. Встановлюються вимоги до захисту інформації від несанкціонованого доступу або змін, а також до інклюзивності вебресурсів, що має забезпечити рівний доступ усіх громадян до інформації про діяльність органів влади. Особливо важливим аспектом є створення Єдиного вебпорталу КМУ, який інтегрує інформаційні ресурси органів виконавчої влади, забезпечуючи централізований доступ громадян до важливих даних [30].

Постанова № 1302 деталізує вимоги до забезпечення відкритості діяльності органів виконавчої влади та розширює підходи, встановлені попереднім документом. Ця постанова зобов'язує органи виконавчої влади регулярно публікувати статистичні дані, звіти про стан економіки, соціальної сфери та інші аспекти державної політики, забезпечуючи вільний доступ до відкритої інформації. Водночас вона забороняє обмежувати доступ громадян до такої інформації, запроваджувати необґрунтовану відмову у її наданні чи встановлювати плату за її отримання, якщо це не передбачено законодавством. Документ передбачає організацію регулярних пресконференцій не рідше одного разу на квартал, що сприяє прямій взаємодії органів влади з громадськістю та засобами масової інформації. Окремо наголошується на необхідності передбачення коштів у бюджетах органів влади для висвітлення їх

діяльності, що підвищує ефективність комунікаційних стратегій. Контроль за виконанням постанови покладається на Прем'єр-міністра України, а органам місцевого самоврядування рекомендовано дотримуватись аналогічних стандартів у своїй діяльності для забезпечення прозорості. Постанови КМУ забезпечують правові рамки для організації PR-діяльності органів виконавчої влади. Вони сприяють формуванню прозорої інформаційної політики, забезпечують громадянам доступ до актуальної інформації та створюють умови для побудови довіри між владою та суспільством [35]. Виконання цих вимог є важливим кроком до підвищення ефективності управління та відкритості державних інституцій.

Етичні стандарти діяльності державних службовців, як складова нормативно-правової бази, відіграють важливу роль у формуванні позитивного іміджу органів влади. Закон України "Про державну службу" регулює поведінку державних службовців, акцентуючи увагу на їх професіоналізмі, дотриманні високих стандартів етики та недопущенні дій, які можуть негативно вплинути на репутацію державної служби. Загальні правила поведінки державного службовця додатково деталізують принципи їх діяльності, спрямовані на забезпечення довіри громадськості до державних інституцій. Водночас аналіз чинної нормативно-правової бази показує, що в Україні відсутній комплексний нормативний акт, який би системно регулював питання формування позитивного іміджу органів державної влади. Наявні акти часто мають фрагментарний характер і не забезпечують цілісного підходу до PR-діяльності. Це створює потребу в розробці єдиної концепції формування іміджу органів виконавчої влади. Така концепція має включати організаційно-правові та методологічні засади формування іміджу, визначати механізми оцінювання ефективності PR-діяльності та враховувати кращі міжнародні практики. Перспективи розвитку нормативно-правової бази PR-діяльності органів влади пов'язані з удосконаленням механізмів комунікації між владою і громадськістю, впровадженням інноваційних технологій у сфері зв'язків із громадськістю, а також підвищенням ефективності інформаційної політики. Запровадження єдиної концепції формування позитивного іміджу органів державної влади стане важливим кроком до забезпечення прозорості, підвищення довіри суспільства та ефективного функціонування системи

державного управління [7]. Нормативно-правова база PR-діяльності органів влади в Україні є ключовим інструментом забезпечення відкритості діяльності державних установ, налагодження діалогу з громадянським суспільством та формування позитивного іміджу держави як на внутрішній, так і на міжнародній арені.

Отже, нормативно-правова база PR-діяльності органів влади є важливим інструментом забезпечення відкритості, прозорості та підзвітності їхньої діяльності. Конституція України встановлює фундаментальні принципи, які гарантують право громадян на доступ до інформації, забезпечують свободу слова та зворотний зв'язок між громадянами й владою. Закони України, зокрема "Про місцеве самоврядування в Україні", "Про державну службу", "Про інформацію" та "Про доступ до публічної інформації", регулюють механізми інформування громадськості, сприяють підвищенню прозорості управлінських процесів та формуванню довіри до державних інституцій. Проте відсутність комплексного нормативного акта, який би системно регулював формування позитивного іміджу органів влади, підкреслює необхідність розробки єдиної концепції PR-діяльності. Такий документ міг би стати основою для вдосконалення комунікаційної політики, інтеграції інноваційних технологій і посилення довіри громадян до органів публічної влади.

## **Висновки до розділу 2**

Аналіз інструментів, форм і правових засад PR-діяльності органів публічної влади підтверджує, що ефективна комунікація є фундаментальною складовою забезпечення прозорості, підзвітності та довіри громадян до державних інституцій. Традиційні методи зв'язків з громадськістю, зокрема прес-релізи, публічні виступи, друковані матеріали та співпраця із засобами масової інформації, демонструють високу ефективність у кризових ситуаціях. Вони залишаються стабільною основою комунікаційної політики органів влади, забезпечуючи своєчасне і достовірне інформування громадськості. Зокрема, приклади використання таких методів в умовах війни в Україні показали їхню критичну важливість для подолання інформаційної кризи, боротьби з дезінформацією та забезпечення соціальної згуртованості. Водночас сучасні реалії потребують впровадження новітніх

інструментів PR, які базуються на цифрових технологіях. Соціальні мережі, інтерактивний контент, співпраця з лідерами думок та аналітика в реальному часі дозволяють органам публічної влади не лише швидко реагувати на суспільні виклики, а й підтримувати активний зворотний зв'язок із громадянами. Використання платформ соціальних мереж, таких як Twitter, Facebook та Instagram, сприяє ширшому охопленню аудиторії та оперативному поширенню важливої інформації. Залучення інфлюенсерів та громадських діячів дозволяє урядовим установам підвищувати рівень довіри до своїх повідомлень, а інтерактивні формати контенту сприяють активному залученню громадськості до вирішення спільних проблем.

Особливу увагу слід приділити аналізу нормативно-правової бази, яка регулює PR-діяльність органів публічної влади. Конституція України встановлює принципи відкритості, прозорості, доступності інформації, свободи слова та підзвітності органів влади. Закони України "Про місцеве самоврядування в Україні", "Про державну службу", "Про інформацію", "Про доступ до публічної інформації" та інші акти визначають правові рамки для реалізації зв'язків з громадськістю. Вони регламентують механізми інформування громадян, забезпечення прозорості управлінських процесів і зворотного зв'язку між владою та суспільством. Особливо важливим є дотримання принципів свободи слова, прозорості та підзвітності, закріплених у Конституції України, які створюють фундамент для взаємодії органів влади з громадськістю. Попри існуючу нормативно-правову базу, дослідження виявило низку прогалин, які потребують усунення. Зокрема, відсутність єдиного нормативного документа, що системно регулював би формування позитивного іміджу органів влади, значно ускладнює впровадження ефективної PR-стратегії. Розробка такої концепції, яка б враховувала організаційно-правові й методологічні аспекти PR-діяльності, дозволила б забезпечити інтеграцію інноваційних технологій у комунікаційну політику органів влади та сприяла б підвищенню ефективності їх взаємодії з громадськістю. Отож, традиційні методи PR, які забезпечують стабільність і довіру до влади, повинні бути інтегровані з новітніми інструментами, які забезпечують гнучкість, оперативність та інтерактивність комунікацій. Така інтеграція дозволить забезпечити ефективну комунікацію між владою та

громадськістю, сприяти формуванню позитивного іміджу органів публічної влади та зміцненню довіри громадян до державних інституцій.

## **РОЗДІЛ 3. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ**

### **3.1. Проблеми комунікації та вплив громадської думки в умовах інформаційної глобалізації**

В умовах інформаційної глобалізації комунікаційні процеси зазнають значних трансформацій, які суттєво впливають на формування громадської думки. Розвиток цифрових технологій та глобальних мереж створює нові можливості для комунікації, однак водночас породжує низку проблем, які ускладнюють ефективний обмін інформацією та її сприйняття. Однією з головних проблем комунікації є інформаційна перевантаженість. Користувачі постійно стикаються з величезними обсягами інформації, що ускладнює її критичне осмислення, що призводить до поверхневого сприйняття подій та явищ. Додатково проблема ускладнюється дезінформацією та поширенням фейкових новин, які можуть спотворювати реальну картину та впливати на прийняття рішень як на особистому, так і на суспільному рівнях. Відсутність ефективних механізмів перевірки інформації посилює цю загрозу. Цифровий розрив між різними соціальними групами також залишається суттєвою перешкодою для ефективної комунікації. Нерівномірний доступ до сучасних технологій призводить до інформаційної нерівності, що, своєю чергою, впливає на рівень обізнаності та громадської участі [8]. Ще однією проблемою є культурна уніфікація, яка проявляється у витісненні локальних культур глобальними моделями, що може спричинити втрату національної ідентичності та зменшення культурного різноманіття.

Проблеми комунікації влади є одним із ключових викликів у публічному управлінні, оскільки ефективна взаємодія між владою та суспільством залежить від якості інформаційного обміну, своєчасності та правдивості переданої інформації. Згідно з аналізом, основною проблемою комунікації в Україні є брак зрозумілої, своєчасної, об'єктивної та неупередженої інформації, що значною мірою зумовлює недовіру громадян до державних інституцій. Недостатній рівень комунікації проявляється через низку факторів, таких як дефіцит інформаційної прозорості,

відсутність чіткої стратегії інформування цільової аудиторії та брак професійно підготовлених комунікаторів. Наприклад, у кризових ситуаціях, таких як пандемія COVID-19, влада не змогла забезпечити оперативне та зрозуміле інформування населення про карантинні заходи, що призвело до нерозуміння та спротиву серед громадян. Непослідовність повідомлень та відсутність єдиного джерела офіційної інформації поглиблювали проблему, породжуючи дезінформацію та поширення фейкових новин. Ще одним аспектом проблеми є відчуження між владою та громадянами, що часто спричинене формалізованим підходом до взаємодії. Влада нерідко обмежується одностороннім інформуванням замість ведення діалогу, що унеможливує врахування потреб та запитів суспільства. Відсутність ефективного зворотного зв'язку посилює соціальну напруженість та формує негативне сприйняття державних інституцій. Значну роль у комунікації відіграють засоби масової інформації. Однак через переважну комерціалізацію медіа їхній інформаційний порядок денний часто формується відповідно до приватних або політичних інтересів, що не завжди збігається з потребами суспільства. Це ускладнює поширення об'єктивної інформації про діяльність влади та посилює недовіру до державних рішень. Отже, вирішення проблем комунікації влади є одним із пріоритетних завдань для забезпечення демократичного управління, підвищення довіри до державних інституцій та налагодження ефективного діалогу з громадянським суспільством [51]. Це вимагає системного підходу до вдосконалення комунікаційних стратегій, підвищення професійного рівня кадрів та забезпечення прозорості й доступності інформації.

Проблеми комунікації влади, особливо в умовах криз, таких як воєнний стан, стають надзвичайно актуальними через необхідність забезпечення стабільності, підтримки соціальної згуртованості та ефективного реагування на виклики. Комунікація між державними органами та громадськістю є ключовим елементом успішного управління, однак її ефективність обмежується низкою факторів. Основною проблемою комунікації влади є недостатній рівень прозорості та оперативності. У кризових умовах обмеження доступу до інформації, зокрема до публічних електронних реєстрів, знижує рівень довіри громадян до державних

інституцій. Такі обмеження часто виправдовуються міркуваннями безпеки, однак вони обмежують громадський контроль і участь у прийнятті рішень. Це ускладнює взаємодію між владою та суспільством, формуючи відчуженість і посилюючи напруженість. Ще однією значною проблемою є складність і негнучкість законодавства, яке регулює взаємодію між владою та громадськістю.

Таблиця 3.1.

### Узагальнення проблемних аспектів комунікації

Проблемний аспект	Опис проблеми	Можливі наслідки
Недостатній рівень прозорості та оперативності	Затримки у наданні інформації, нерегулярне оновлення даних та низька доступність офіційної інформації.	Підвищення рівня недовіри до влади, поширення дезінформації.
Обмеження доступу до інформації під час криз	Закриття електронних реєстрів, обмежений доступ до статистики та інших важливих даних.	Зниження участі громадян у прийнятті рішень, посилення соціальної напруженості.
Складність і негнучкість законодавства	Складні процедури регулювання взаємодії з громадськістю, які ускладнюють їх ефективну участь.	Перешкоджання реформам і адаптації до сучасних викликів.
Недоліки процедур громадської участі	Формальний підхід до громадських консультацій, що не враховує реальні потреби населення.	Ігнорування інтересів громадян при ухваленні рішень.
Низький рівень довіри до публічних службовців	Недовіра населення через відсутність підзвітності та корупційні ризики у діяльності органів влади.	Нестача підтримки з боку населення, зниження легітимності влади.
Відсутність прозорості у прийнятті рішень	Незрозумілі механізми ухвалення рішень, що створюють відчуження між владою та громадянами.	Відсутність громадського консенсусу щодо політики влади.
Дезінформація та інформаційний вакуум	Швидке поширення недостовірної інформації, яка викликає паніку та послаблює довіру до держави.	Розширення впливу маніпуляцій та панічних настроїв у суспільстві.
Обмеження громадського	Зменшення можливостей моніторингу діяльності	Обмеження демократичних процесів

контролю під час воєнного стану	органів влади через законодавчі обмеження.	та зниження прозорості управління.
------------------------------------	---	---------------------------------------

Джерело: [57]

Недосконалість процедур громадської участі, таких як консультації чи громадські слухання, робить процес залучення громадян формальним, що позбавляє людей можливості впливати на ухвалення рішень. У період воєнного стану це особливо відчутно, оскільки невизначеність і брак доступної інформації можуть сприяти поширенню дезінформації. Важливим викликом є низький рівень довіри до публічних службовців, що пов'язано як із недоліками комунікації, так і з корупційними ризиками. Відсутність прозорості у прийнятті рішень та недоступність для обговорення важливих питань знижують сприйняття влади як підзвітної та відкритої до громадськості [55]. Разом із цим позитивним аспектом комунікації є активність громадянського суспільства, яке відіграє важливу роль у моніторингу державних дій, підтримці прозорості та наданні допомоги в кризових умовах. У період воєнного стану інститути громадянського суспільства залишаються ключовими партнерами держави у вирішенні питань соціального забезпечення, безпеки та відновлення. Спільна реалізація проєктів розвитку громад, а також моніторинг діяльності через платформи, такі як система "Прозоро", дозволяють зберігати певний рівень контролю. Ефективна комунікація влади можлива за умови дотримання принципів відкритого урядування, які включають прозорість, підзвітність і залучення громадян. Для цього необхідно удосконалити процедури громадської участі, адаптувати законодавство до сучасних викликів і впровадити нові інструменти комунікації, такі як цифрові платформи, які забезпечують доступ до інформації та можливість зворотного зв'язку. Проблеми комунікації влади вимагають комплексного підходу до їх вирішення, включаючи модернізацію інформаційної політики, розробку зрозумілих процедур залучення громадян і забезпечення їх реальної участі у прийнятті рішень. Це є основою для зміцнення довіри до державних інституцій, підвищення ефективності управління та розвитку демократичних процесів [57].

Водночас громадська думка в умовах інформаційної глобалізації набуває нових форм і впливу. Завдяки швидкості поширення інформації через соціальні мережі та інші цифрові платформи, громадська думка формується значно швидше, ніж у попередні епохи. Цей процес впливає на політичні та соціальні рішення, оскільки громадські настрої миттєво відображаються у віртуальних спільнотах та медіапросторі. Інтернет сприяє активізації громадської участі через інструменти електронної демократії, такі як онлайн-петиції, голосування та обговорення. Водночас цей процес посилює поляризацію, оскільки користувачі об'єднуються у "інформаційні бульбашки", де домінують однорідні погляди. Це обмежує плюралізм думок і посилює конфлікти між різними групами. Глобалізація також змінює вплив громадської думки на політику та бізнес. Завдяки швидкому поширенню інформації компанії та політики змушені реагувати на суспільні настрої, що іноді стає вирішальним фактором у прийнятті управлінських рішень.

Вплив громадської думки в умовах інформаційної глобалізації має багатогранний характер і суттєво трансформується під впливом цифрових технологій та глобалізаційних процесів. Згідно з аналізом наукових досліджень, громадська думка відіграє ключову роль у формуванні політичного порядку денного, демократизації суспільства та адаптації публічної сфери політики до глобальних викликів. Громадська думка виступає засобом вираження суспільних цінностей, позицій і потреб, створюючи основу для прийняття рішень, які враховують інтереси більшості. У добу глобалізації завдяки цифровим технологіям громадяни мають змогу оперативно висловлювати свої позиції, брати участь у публічних обговореннях та впливати на політичні рішення як у локальному, так і глобальному масштабах. Це особливо актуально для країн, що перебувають у процесі політичної трансформації, таких як Україна. Водночас розвиток цифрових комунікацій створює нові ризики для автономності громадської думки. Серед них – маніпуляції інформацією, поширення фейкових новин та надмірна медіатизація політики. У таких умовах важливим є розвиток комунікативних компетентностей громадян і формування етичних запобіжників проти викривлення політичної волі індивідів і груп. Як зазначено в дослідженнях, автономія громадської думки від маніпулятивного впливу є критерієм

успішності демократичних систем. Цифрові технології також змінюють механізми політичної участі, забезпечуючи інструменти для самоорганізації громадянських рухів, проведення публічних обговорень і мобілізації суспільної думки. Громадська думка стає активним учасником публічної політики, сприяючи консолідації демократичної ідентичності суспільства. Це має особливе значення для держав, що прагнуть інтеграції до міжнародних демократичних спільнот, наприклад, для України в контексті євроінтеграції. Однак глобалізація інформаційного простору створює загрози асиметричного впливу. Великі інформаційні корпорації та медіаактори можуть монополізувати публічний простір, що веде до обмеження плюралізму думок і посилення технократичних тенденцій у політиці. Для подолання цих викликів необхідна інституалізація прозорих і підзвітних механізмів публічної політики, які враховують інтереси громадян і забезпечують їхню участь у формуванні політичного порядку денного. В умовах інформаційної глобалізації громадська думка не лише відображає соціально-політичні реалії, а й виступає інструментом їх зміни, забезпечуючи легітимність демократичних процесів та посилюючи взаємодію між владою та громадянським суспільством. [38] Отож, інформаційна глобалізація створює як нові можливості для ефективної комунікації та формування громадської думки, так і значні виклики, пов'язані із забезпеченням достовірності інформації, доступом до неї та підтримкою культурного різноманіття. У цих умовах важливо розробляти стратегії, спрямовані на підвищення медіаграмотності населення, вдосконалення механізмів перевірки інформації та підтримку рівного доступу до інформаційних ресурсів для забезпечення гармонійного розвитку суспільства.

В умовах інформаційної глобалізації вплив громадської думки стає ключовим інструментом соціального управління, що відображає настрої суспільства, спрямовує політичні та економічні рішення, а також впливає на розвиток демократичних процесів. Інформаційні технології, соціальні мережі та медіа перетворюють громадську думку на динамічний чинник, що безпосередньо впливає на формування суспільної свідомості. Інформаційне суспільство створює умови для поширення демократії участі, яка базується на активній залученості громадян до вирішення важливих суспільних питань. Сучасні засоби комунікації надають індивідам

можливість оперативно виражати свою позицію, брати участь у громадських обговореннях та ініціативах, а також здійснювати вплив на прийняття рішень. Це призводить до підвищення прозорості діяльності влади, але також висуває вимоги до ефективності комунікаційних стратегій. Суттєвою характеристикою впливу громадської думки є її здатність швидко мобілізувати соціальні групи навколо певних питань, що особливо проявляється у кризових ситуаціях. Водночас інформаційна глобалізація створює умови для маніпуляцій через поширення фейкових новин, дезінформації та емоційно забарвлених наративів. Такий контекст вимагає від владних структур активного використання стратегічних комунікацій, які орієнтовані на довгострокові цілі та передбачають побудову довірливих відносин із громадськістю. Іншим важливим аспектом є сегментація громадської думки, що виникає внаслідок демасифікації аудиторії. Завдяки доступу до глобального інформаційного простору громадяни утворюють нові соціальні зв'язки, що базуються на спільних інтересах, цінностях або поглядах. Це ускладнює процеси впливу, оскільки комунікатори змушені враховувати специфіку кожного сегменту аудиторії.

Громадська думка в умовах глобалізації стає не лише відображенням суспільних настроїв, але й активним інструментом впливу на політику, економіку та суспільні процеси. У цьому контексті ефективність управління громадською думкою залежить від здатності влади адаптувати свої комунікаційні стратегії до сучасних реалій, забезпечувати прозорість інформаційних потоків, враховувати інтереси різних груп населення та активно працювати над побудовою довіри з боку суспільства [14].

В умовах інформаційної глобалізації комунікаційні процеси зазнають значних трансформацій, що впливають на формування громадської думки. Цифрові технології створюють нові можливості для комунікації, зокрема оперативність, інтерактивність та ширше охоплення аудиторії. Водночас виникають виклики: інформаційна перевантаженість, поширення дезінформації, нерівність у доступі до технологій, а також ризики втрати національної ідентичності через культурну уніфікацію. Однією з ключових проблем є недостатня прозорість і своєчасність комунікацій, що формує недовіру громадян до влади. Відсутність чіткої стратегії взаємодії, односторонній характер комунікації та обмежений зворотний зв'язок посилюють відчуженість між

владою та суспільством. Ці виклики загострюються в кризових умовах, таких як воєнний стан, коли своєчасність і достовірність інформації стають критично важливими. Попри виклики, розвиток цифрових технологій сприяє підвищенню громадської участі у демократичних процесах через онлайн-платформи, петиції та публічні обговорення. Проте глобалізація інформаційного простору супроводжується ризиками маніпуляцій і поляризації громадської думки.

### **3.2. Перспективи розвитку PR-діяльності в умовах цифровізації**

Перспективи розвитку PR-діяльності влади в умовах цифровізації базуються на використанні новітніх інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення прозорості, оперативності та ефективності управлінських процесів. Цифровізація стає ключовим елементом модернізації публічного управління, сприяючи зниженню адміністративних бар'єрів, створенню зручних інструментів для взаємодії громадян із владою та мінімізації корупційних ризиків. Основною перспективою є інтеграція цифрових технологій у всі аспекти PR-діяльності, що дозволяє забезпечити автоматизацію процесів інформування, аналізу громадської думки та реагування на потреби населення. Наприклад, впровадження електронних платформ на зразок порталу "Дія" значно полегшує доступ громадян до державних послуг, забезпечуючи їхню прозорість та доступність. Це сприяє формуванню позитивного іміджу влади та підвищенню рівня довіри громадськості. Цифровізація відкриває можливості для активного використання соціальних медіа, які дозволяють забезпечити прямий контакт із громадянами, оперативно реагувати на їхні запити та поширювати актуальну інформацію. Успішна PR-стратегія в умовах цифровізації має враховувати специфіку комунікації через такі канали, як соціальні мережі, мобільні додатки та інші цифрові платформи, які забезпечують двосторонній зв'язок із населенням [45].

Важливим напрямом є розвиток кадрового потенціалу в сфері PR-діяльності. В умовах цифровізації державні службовці мають володіти не лише традиційними навичками комунікації, але й компетенціями у використанні сучасних технологій, аналізі даних та управлінні цифровими платформами. Для цього необхідно

впроваджувати системи безперервного навчання та розвитку цифрової грамотності. Однак цифровізація також створює нові виклики, серед яких недостатнє фінансування, технологічна неоднорідність, кадрові проблеми та загрози кібербезпеці. Вирішення цих проблем потребує модернізації законодавства, зокрема прийняття комплексного "Цифрового кодексу", який би регулював діяльність у цифровому просторі, а також розвитку інфраструктури кіберзахисту. Отже, перспективи розвитку PR-діяльності влади в умовах цифровізації включають активне використання цифрових технологій для налагодження ефективної взаємодії з громадськістю, підвищення прозорості та довіри до органів влади. Цифрові інновації стають основою для формування сучасної комунікаційної політики, яка відповідає викликам інформаційного суспільства [45].

Розвиток PR-діяльності влади в умовах цифровізації відкриває широкі перспективи для зміцнення зв'язків між державними органами та громадськістю. Сучасні цифрові інструменти дозволяють зробити комунікацію більш ефективною, прозорою та взаємодійною, що є критично важливим для підвищення довіри громадян до державних інституцій. Однією з ключових тенденцій є активне використання соціальних мереж як основного каналу комунікації з населенням. У дослідженнях підкреслюється, що соціальні медіа дозволяють оперативно інформувати громадськість про реформи, послуги чи нагальні питання, які перебувають у зоні відповідальності держави. Наприклад, успішна реалізація інформаційної кампанії щодо запуску додатку "Дія" демонструє, як правильно організована комунікація через Facebook, Telegram та інші платформи сприяє формуванню позитивного сприйняття реформ серед населення. Ще одним перспективним напрямом є інтеграція мобільних додатків для надання адміністративних послуг. Це забезпечує доступність державних послуг, мінімізує бюрократичні бар'єри та дозволяє громадянам взаємодіяти з державою у зручний спосіб. Цифрові інструменти, такі як "Дія", не лише спрощують доступ до послуг, але й сприяють прозорості діяльності державних органів. Важливим аспектом є впровадження стратегічних комунікацій, які базуються на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Для цього потрібна модернізація підходів до управління

інформацією, включаючи аналіз даних про громадську думку та адаптацію комунікацій до потреб різних соціальних груп [58].

Особливу увагу слід приділяти персоналізації повідомлень для різних сегментів населення, використовуючи дані про їхні потреби, інтереси та соціально-економічні характеристики. Цифровізація PR-діяльності також вимагає зміцнення компетенцій державних службовців. Потреба в професійно підготовлених кадрах, здатних ефективно використовувати цифрові інструменти, стає дедалі актуальнішою. Державні органи мають впроваджувати програми навчання та підвищення кваліфікації, спрямовані на розвиток навичок у сфері комунікації та цифрових технологій. Однак цифровізація створює й нові виклики. Зокрема, проблема кібербезпеки та захисту даних стає однією з ключових у контексті цифрової трансформації. Необхідно забезпечити надійний захист інформації, щоб уникнути витоків даних чи маніпуляцій. Крім того, потрібно боротися з дезінформацією та фейковими новинами, які можуть спотворювати суспільне сприйняття дій влади [58].

Перспективи розвитку PR-діяльності влади в умовах цифровізації набувають особливого значення у контексті демократизації публічного управління та впровадження інноваційних підходів до комунікації з громадськістю. Цифрові технології створюють нові можливості для налагодження ефективної взаємодії між владою та суспільством, забезпечуючи прозорість, оперативність і доступність інформації. Одним із ключових напрямів є впровадження стратегій відкритого врядування, які базуються на принципах прозорості, підзвітності та участі громадськості у прийнятті рішень. Інформаційні платформи, такі як портали електронного врядування, дозволяють громадянам взаємодіяти з органами влади у зручний спосіб, отримувати доступ до публічних послуг та брати участь у обговоренні соціально важливих питань. Це сприяє зміцненню довіри до державних інституцій та формуванню позитивного іміджу влади. Соціальні мережі залишаються одним із найпотужніших інструментів цифрової PR-діяльності. Їх використання дозволяє органам влади вести прямий діалог із громадськістю, оперативно реагувати на її запити та інформувати про політику та заходи у зрозумілій та доступній формі. Успішна реалізація таких кампаній, як інформування про вакцинацію під час пандемії

COVID-19, демонструє ефективність соціальних медіа як комунікаційного каналу. Перспективним є також використання технологій великих даних (Big Data) для аналізу громадської думки та адаптації політики до потреб населення. Завдяки цьому влада може краще розуміти настрої громадян, прогнозувати їх реакції на реформи та оптимізувати комунікаційні стратегії. Штучний інтелект та автоматизація рутинних процесів, таких як моніторинг інформаційного середовища, сприяють підвищенню ефективності PR-діяльності. Водночас цифровізація висуває нові виклики. Зокрема, необхідність боротьби з дезінформацією та фейковими новинами вимагає від держави розробки механізмів перевірки достовірності інформації та навчання громадян основам медіаграмотності. Кібербезпека також стає критичним аспектом, оскільки забезпечення захисту даних є важливою умовою довіри до цифрових ініціатив [39].

Таблиця 3.2.

### Перспективні напрямки PR-діяльності влади в умовах цифровізації

Перспективний напрямок	Опис напрямку	Ключові переваги
Інтеграція цифрових технологій у PR-діяльність	Забезпечення автоматизації процесів інформування та аналізу громадської думки з використанням цифрових інструментів.	Покращення прозорості та оперативності інформаційних процесів.
Використання соціальних медіа для комунікації	Активне використання соціальних мереж для прямої взаємодії з громадськістю та оперативного реагування на запити.	Безпосередній контакт з громадянами, швидке реагування на запити.
Аналітичні інструменти для вивчення громадської думки	Використання аналітичних інструментів для оцінки ефективності комунікацій та корекції стратегії в реальному часі.	Покращення точності даних і оперативність коригування стратегій.
Персоналізація повідомлень та таргетинг	Адаптація повідомлень до інтересів та потреб різних соціальних груп для підвищення ефективності комунікації.	Збільшення ефективності PR-комунікацій через таргетовані кампанії.
Розвиток кадрового потенціалу у сфері PR	Навчання та підвищення кваліфікації державних службовців для ефективного	Підвищення професійних навичок

	використання цифрових інструментів.	працівників та ефективність роботи.
Мобільні додатки для адміністративних послуг	Впровадження мобільних додатків для полегшення доступу громадян до державних послуг та зниження бюрократичних бар'єрів.	Зручний доступ до послуг, зменшення черг і бюрократії.
Інформаційні платформи для відкритого врядування	Розвиток електронного урядування та платформ для публічних послуг, що сприяють прозорості влади.	Забезпечення відкритості, залучення громадян до управлінських процесів.
Аналіз великих даних (Big Data) для оптимізації політики	Аналіз громадської думки за допомогою великих даних, щоб краще зрозуміти настрої населення та оптимізувати політику.	Оптимізація рішень на основі даних, підвищення їх відповідності запитам населення.
Штучний інтелект для автоматизації процесів	Використання штучного інтелекту для автоматизації рутинних PR-процесів та моніторингу медіа.	Зменшення витрат часу, підвищення швидкості виконання рутинних задач.
Кібербезпека та захист даних	Забезпечення кібербезпеки для захисту даних та боротьба з дезінформацією та фейковими новинами.	Захист інформації та забезпечення довіри до цифрових платформ.

Отже, перспективи розвитку PR-діяльності в умовах цифровізації базуються на використанні новітніх технологій, персоналізованому підході до аудиторії, інтерактивних комунікаціях та автоматизації рутинних процесів. Ці інновації створюють можливості для побудови більш ефективних, прозорих та інклюзивних комунікацій, які відповідатимуть сучасним вимогам інформаційного суспільства.

### **3.3. Приклад здійснення PR-діяльності органами влади на прикладі Національного агентства з питань запобігання корупції**

Офіційний вебсайт Національного агентства з питань запобігання корупції (НАЗК) є багатофункціональною платформою, яка забезпечує прозорий доступ до інформації про антикорупційну діяльність агентства, його сервіси, програми та

результати роботи. Структура сайту розроблена з урахуванням потреб різних аудиторій: громадян, державних службовців, викривачів корупції та міжнародних партнерів. Вебсайт пропонує низку інструментів, які сприяють ефективному впровадженню антикорупційної політики та забезпеченню доброчесності. Одним із ключових розділів є реєстри, що включають Єдиний реєстр декларацій, Реєстр порушників корупційних правопорушень та Реєстр звітності політичних партій. Ці сервіси дозволяють громадянам та зацікавленим сторонам отримувати актуальну інформацію про фінансові декларації посадовців, осіб, причетних до корупції, та діяльність політичних партій. На головній сторінці публікуються останні новини про діяльність НАЗК, зокрема про результати перевірок декларацій, рекомендації щодо усунення корупційних ризиків та міжнародні ініціативи. Наприклад, у листопаді 2024 року було презентовано дослідження щодо корупційних ризиків у тилових закупівлях для ЗСУ та оцінку Єврокомісії щодо прогресу України у боротьбі з корупцією. Вебсайт містить окремі розділи для викривачів корупції, які включають Портал повідомлень викривачів, рекомендації щодо захисту їхніх прав та механізми подачі інформації про корупційні дії. Це сприяє створенню безпечних умов для громадян, які хочуть долучитися до боротьби з корупцією. Сайт також надає доступ до Державної антикорупційної програми (ДАП), яка охоплює понад 1000 заходів у 15 сферах. Інформаційна система моніторингу антикорупційної політики дозволяє відслідковувати реалізацію програми та оцінювати її вплив на зменшення рівня корупції. Для освітніх та просвітницьких цілей на вебсайті доступна навчальна платформа, яка містить інформаційні матеріали, курси та рекомендації для державних службовців і громадян. Також розміщено інструменти для виявлення та врегулювання конфліктів інтересів, що допомагає підвищити рівень доброчесності в державному управлінні. Розділ антикорупційної експертизи містить дослідження, рекомендації та аналіз нормативно-правових актів, які сприяють виявленню корупціогенних факторів у законодавстві. Вебсайт активно висвітлює співпрацю НАЗК із міжнародними партнерами, такими як Європейська комісія, USAID та Transparency International. Користувачі можуть скористатися інтерактивними сервісами, такими як подання декларацій, запити на публічну інформацію та повідомлення про корупцію. Також

передбачено окремі розділи для запобігання політичній корупції, які містять дані про звітність політичних партій та рекомендації щодо фінансового моніторингу. Вебсайт демонструє сучасний підхід до управління інформацією, забезпечуючи доступність, зручність та прозорість у взаємодії з громадськістю. Його функціональність спрямована на зміцнення довіри до НАЗК, підвищення ефективності антикорупційної політики та інтеграцію міжнародних стандартів у практику управління в Україні [19].

Офіційна сторінка Національного агентства з питань запобігання корупції (НАЗК) у Facebook є важливим інструментом для інформування громадськості про діяльність агентства, реалізацію антикорупційних ініціатив та створення відкритого діалогу з громадянами. Сторінка має понад 53 тисячі читачів, що свідчить про високий рівень зацікавленості її контентом. НАЗК активно використовує сторінку для висвітлення ключових подій, таких як форуми, конференції та освітні заходи. Наприклад, публікуються анонси заходів, як-от конференції "Викривачі корупції в Україні" або форум "Шлях до майбутнього без корупції", які є значущими у формуванні антикорупційної політики. Такі публікації сприяють залученню громадян до процесу боротьби з корупцією та підвищенню обізнаності про її ризики. Сторінка також виконує функцію освітнього ресурсу, надаючи інформацію про механізми боротьби з корупцією, права викривачів, способи анонімного інформування про корупційні дії. У публікаціях агентство роз'яснює важливі аспекти своєї діяльності, наприклад, дослідження корупційних ризиків під час оборонних закупівель або роботу інституцій у період кризи. НАЗК через Facebook забезпечує доступ до матеріалів українською та англійською мовами, що дозволяє охоплювати як національну, так і міжнародну аудиторію. Активна співпраця зі ЗМІ та громадськістю підкріплюється відкритістю до коментарів і діалогу з користувачами, хоча іноді зустрічається критика, яка вказує на чутливість суспільства до антикорупційних питань. Facebook-сторінка НАЗК є багатофункціональною платформою, яка використовується для інформування, залучення та навчання громадян у питаннях запобігання корупції. Це демонструє сучасний підхід агентства до комунікації та прагнення до прозорості та відкритості. НАЗК регулярно публікує різноманітні дописи, що охоплюють актуальні теми у сфері запобігання корупції. Наприклад, у

дописі від 7 листопада роз'яснюються права викривачів корупції, зокрема, як забезпечується їх захист і конфіденційність. Такі публікації підвищують обізнаність громадян щодо важливих механізмів боротьби з корупцією та їхньої участі у цьому процесі. Додатково публікуються щотижневі дайджести, які інформують громадськість про ключові події в антикорупційній сфері. Один із таких дописів від 7 листопада включає інформацію про оцінку прогресу України Європейською комісією, арешт майна високопосадовців та нові інвестиційні проєкти. Такі огляди допомагають формувати цілісну картину стану антикорупційної політики в країні. Сторінка також забезпечує оперативне інформування щодо важливих адміністративних дат і процедур [22]. У дописі від 6 листопада наголошується на останньому дні подання звітів політичними партіями до Реєстру POLITDATA, що є важливим елементом фінансового моніторингу та прозорості. Особливістю сторінки є публікація інфографік, які візуалізують складну інформацію та роблять її доступною для розуміння широкої аудиторії. Наприклад, інфографіки про захист викривачів корупції, порядок подання звітності політичними партіями або результати антикорупційних досліджень дозволяють ефективно донести ключові меседжі до громадян [23].

Офіційна сторінка НАЗК у соціальній мережі X (раніше Twitter) є одним із основних інструментів міжнародної та національної комунікації агентства. Вона дозволяє оперативно інформувати про антикорупційну діяльність, презентувати результати роботи та ініціативи, а також встановлювати відкритий діалог із міжнародними партнерами та громадськістю. Сторінка має чіткий міжнародний акцент, оскільки її контент представлений переважно англійською мовою, що сприяє залученню широкої аудиторії за межами України. У своїх публікаціях НАЗК акцентує увагу на співпраці з міжнародними організаціями та партнерами, такими як Європейська комісія, Європейська бізнес-асоціація (EBA) та Центр доброчесності в оборонному секторі (CIDS). Наприклад, у дописах висвітлено результати звіту Європейської комісії за 2024 рік, де відзначено прогрес НАЗК у досягненні незалежності від політичного впливу та значні успіхи в антикорупційній сфері. Оперативність та регулярність оновлення є ключовими характеристиками сторінки.

НАЗК щодня публікує інформацію про свою діяльність, включаючи результати антикорупційних експертиз, аудитів декларацій та зустрічей із регіональними органами влади. Наприклад, у жовтні 2024 року агентство завершило 88 повних аудитів декларацій, виявивши порушення на загальну суму 685 мільйонів гривень, а також надало рекомендації для усунення 17 корупційних ризиків у законодавчих актах. Особлива увага приділяється темі корупційних ризиків у секторі оборони. НАЗК активно співпрацює з Міністерством оборони України та іншими організаціями у проведенні досліджень, спрямованих на вдосконалення системи закупівель і зниження корупційних ризиків. Такі результати не лише публікуються у відкритому доступі, але й активно розповсюджуються через сторінку у X, що підкреслює прозорість діяльності агентства. Сторінка також виконує важливу освітню функцію, спрямовану на підвищення обізнаності про антикорупційну політику серед різних цільових груп. Наприклад, НАЗК організовує зустрічі зі студентами та освітянами, обговорюючи значення доброчесності та демонструючи свої проекти, спрямовані на боротьбу з корупцією. Такі ініціативи сприяють залученню молоді до антикорупційної діяльності та формуванню позитивного ставлення до боротьби з корупцією. Сторінка НАЗК у X активно використовує функцію поширення аналітичної інформації через дайджести. У щотижневих публікаціях висвітлюються ключові події та досягнення у сфері боротьби з корупцією, як на національному, так і міжнародному рівнях [56]. Такий підхід дозволяє створити цілісне уявлення про роботу агентства та її результати

Офіційний YouTube-канал Національного агентства з питань запобігання корупції (НАЗК) є важливим ресурсом для комунікації з громадськістю, який активно використовується для інформування, навчання та просування антикорупційних ініціатив. Канал налічує понад 11 тисяч підписників і містить 441 відео, що охоплюють широкий спектр тем, пов'язаних із запобіганням та протидією корупції в Україні. Основним завданням каналу є інформування громадян про результати діяльності НАЗК. Відео висвітлюють ключові аспекти антикорупційної політики, зокрема перевірки декларацій, проведення аудитів і моніторинг публічних закупівель. Наприклад, у нещодавніх відео детально розглянуто виявлені порушення під час

перевірки декларацій посадовців та представлені рекомендації щодо усунення корупційних ризиків у різних сферах державного управління. Особливу увагу приділено освітнім і просвітницьким проектам, які спрямовані на підвищення рівня обізнаності громадян та державних службовців щодо інструментів запобігання корупції. На каналі публікуються вебінари, семінари та інтерв'ю з експертами, які пояснюють правові механізми боротьби з корупцією. Наприклад, цикл відеороликів "Сім'я Принципівичів" надає практичні рекомендації, як уникнути корупції в повсякденному житті, наприклад, при отриманні соціальних виплат, оформленні документів чи взаємодії з освітніми установами. Канал також є майданчиком для представлення аналітичних досліджень, організованих НАЗК у співпраці з міжнародними партнерами. Наприклад, серія відео висвітлює результати досліджень корупційних ризиків у секторі оборонних закупівель та рекомендації щодо їх усунення. Це сприяє не лише поширенню інформації про антикорупційну діяльність, а й залученню міжнародної спільноти до підтримки України в боротьбі з корупцією. Контент YouTube-каналу включає також інтерв'ю з керівництвом НАЗК, яке висвітлює позицію агентства з актуальних питань, таких як захист прав викривачів корупції, моніторинг декларацій чи нові ініціативи у сфері доброчесності. Наприклад, у розмовах із головою НАЗК обговорюються конкретні кроки, спрямовані на посилення доброчесності серед посадовців і підвищення рівня прозорості в державному секторі. Канал НАЗК активно використовує візуальні матеріали для підвищення ефективності комунікацій [20]. Інфографіки, схеми та візуалізації допомагають глядачам краще зрозуміти складні антикорупційні механізми, а також підкреслюють прозорість і відкритість діяльності агентства.

Телеграм-канал Національного агентства з питань запобігання корупції є платформою для оперативного інформування громадськості про антикорупційну діяльність в Україні. Канал забезпечує доступ до актуальної інформації про ініціативи, досягнення та ключові антикорупційні заходи агентства та налічує близько 11 тис. підписників. Завдяки структурованому та зручному формату подання інформації, Телеграм-канал слугує надійним джерелом для тих, хто цікавиться питаннями доброчесності, прозорості та боротьби з корупцією. Контент каналу

охоплює широкий спектр тем, серед яких особливе місце займає санкційна політика. НАЗК регулярно повідомляє про результати своєї роботи у цьому напрямі, зокрема про внесення до санкційних списків фізичних та юридичних осіб, які підтримують агресію Росії проти України. У дописах акцентується увага на важливості порталу «Війна & Санкції» як інструменту моніторингу санкцій та взаємодії громадськості з цією ініціативою. Особливу увагу у Телеграм-каналі приділено впровадженню Державної антикорупційної програми (ДАП) на 2023–2025 роки, яка є важливою складовою євроінтеграційних процесів України. У дописах НАЗК наголошується, що ця програма не лише сприяє прозорості в державному управлінні, але й є фундаментом для відновлення України у післявоєнний період. Телеграм-канал також виконує просвітницьку функцію. Серед матеріалів, що публікуються, - серії анімаційних відеороликів, таких як «Принциповичі», які доступно пояснюють, як уникати корупційних дій у повсякденному житті. Такі освітні матеріали спрямовані на підвищення обізнаності громадян про методи боротьби з корупцією та їхні права у випадках, пов'язаних із неправомірними діями. Крім того, НАЗК активно висвітлює результати моніторингу декларацій посадовців, розкриваючи приховані активи, невідповідності у звітах та інші порушення. Це сприяє забезпеченню прозорості в роботі державних органів і підвищенню довіри громадян до антикорупційної політики. Важливим напрямом роботи НАЗК, який знаходить відображення у публікаціях Телеграм-каналу, є розвиток інноваційних антикорупційних інструментів. Зокрема, агентство демонструє успішну реалізацію діджитал-стратегії через такі ІТ-продукти, як Реєстр декларацій та портал «Війна & Санкції», які отримали міжнародне визнання. Такі рішення підкреслюють ефективність цифрових підходів у боротьбі з корупцією. Залучення громадськості є ключовим аспектом комунікації НАЗК. У Телеграм-каналі часто публікуються заклики до участі в антикорупційних ініціативах, наприклад, у програмах з OSINT чи волонтерських проектах. Це не лише активізує громадянське суспільство, але й підсилює роль громадськості у впровадженні змін. Дописи у Телеграм-каналі оформлені чітко та лаконічно, часто супроводжуються інфографіками, що візуалізують важливу

інформацію та полегшують її сприйняття. Користувачам надаються посилання на офіційні джерела, що підвищує достовірність інформації [21].

Національне агентство з питань запобігання корупції демонструє ефективність у PR-діяльності через використання сучасних цифрових платформ, таких як вебсайт, соціальні мережі та мультимедійні ресурси. Вебсайт НАЗК забезпечує прозорість завдяки інтерактивним сервісам, реєстрам, навчальним платформам і доступу до Державної антикорупційної програми. Це сприяє довірі громадськості до агентства та підвищує ефективність антикорупційної політики. Соціальні мережі, включно зі сторінками у Facebook, X (Twitter), Telegram та YouTube-каналом, дозволяють агентству оперативно інформувати громадськість, поширювати освітні матеріали та залучати громадян до антикорупційної діяльності. Використання інфографік, відео та інтерактивного контенту підкреслює відкритість та прагнення Національного агентства з питань запобігання корупції до прозорості. Такий багатовекторний підхід забезпечує сучасний рівень комунікації і підтримує міжнародні стандарти управління.

### **Висновки до розділу 3**

Аналіз викликів та перспектив розвитку PR-діяльності органів публічної влади в умовах інформаційної глобалізації та цифровізації демонструє комплексний характер комунікаційних процесів, що безпосередньо впливають на рівень довіри громадян до державних інституцій, ефективність управління та демократичний розвиток суспільства. Сучасні умови інформаційного суспільства створюють як значні можливості для побудови відкритих і прозорих відносин між владою та громадськістю, так і серйозні виклики, пов'язані з дезінформацією, інформаційним перевантаженням, недостатнім рівнем прозорості й оперативності комунікацій, особливо в кризових умовах. Недостатня професійна підготовка кадрів, нерівномірний доступ до цифрових технологій, формальний підхід до громадських консультацій та низький рівень прозорості у прийнятті рішень ускладнюють ефективну взаємодію з громадянами та формування їхньої довіри до держави.

Зокрема, приклад НАЗК демонструє, як багатофункціональне використання вебсайту, соціальних мереж та мультимедійних ресурсів допомагає ефективно поширювати інформацію, залучати громадян до антикорупційної діяльності та підвищувати рівень доброчесності у суспільстві. Важливою складовою успішної PR-діяльності є розвиток кадрового потенціалу, що передбачає постійне навчання державних службовців сучасним технологіям і підходам до комунікацій, а також удосконалення їхніх навичок взаємодії з громадськістю. Разом із тим цифровізація висуває нові виклики, серед яких забезпечення кібербезпеки, боротьба з фейковими новинами та подолання інформаційної нерівності між різними соціальними групами.

Отже, розвиток PR-діяльності органів публічної влади в сучасних умовах потребує комплексного підходу, що поєднує використання інноваційних технологій, підвищення прозорості інформаційних процесів, адаптацію законодавства до сучасних реалій та активну роботу з громадськістю. Успішна комунікація можлива за умови забезпечення відкритого урядування, яке передбачає прозорість, підзвітність та інклюзивність. Лише за таких умов влада зможе реагувати на виклики глобалізації, посилювати довіру до інституцій та зміцнювати демократичні процеси в суспільстві.

## ВИСНОВКИ

У сучасному світі PR-діяльність органів публічної влади є важливим інструментом побудови прозорих і довірчих відносин між державою та громадянським суспільством. Зростання значення інформаційних технологій і підвищення очікувань суспільства щодо прозорості та підзвітності влади вимагають впровадження нових підходів до комунікації. PR-діяльність органів публічного управління не лише забезпечує інформування громадян про діяльність влади, але й сприяє зміцненню довіри, формуванню позитивного іміджу державних інституцій та залученню громадян до процесу прийняття рішень. Актуальність дослідження визначається необхідністю підвищення ефективності публічних комунікацій в умовах цифровізації, поширення дезінформації та загального зниження довіри до державних інституцій. Головним завданням є виявлення ключових особливостей PR-діяльності органів влади, аналіз сучасних інструментів комунікації та розробка рекомендацій для вдосконалення інформаційної політики. Робота спрямована на поглиблення теоретичних знань і вирішення практичних проблем, пов'язаних із впровадженням інноваційних технологій у сферу публічного управління.

У ході дослідження встановлено, що PR-діяльність є важливим елементом державного управління, який забезпечує ефективну взаємодію між владою та громадськістю. Основними ознаками PR у публічному управлінні є прозорість, відкритість, оперативність та інтерактивність, що дозволяють органам влади створювати довірливі відносини з громадянами та сприяти їхній участі у прийнятті рішень. Виявлено, що PR-діяльність допомагає формувати позитивний імідж державних інституцій, підтримує їхню легітимність та сприяє демократизації управлінських процесів. Взаємозв'язок між PR і публічним управлінням полягає у забезпеченні комунікаційної підтримки реалізації управлінських рішень, що сприяє більш ефективному функціонуванню системи державного управління загалом.

Використання інструментів контент-аналізу, соціологічні опитування, аналіз ефективності комунікаційних кампаній, дозволило комплексно оцінити вплив PR-діяльності на громадську думку. Специфіка їх застосування у контексті публічної

адміністрації передбачає врахування потреб та очікувань громадян, соціокультурних особливостей різних аудиторій та необхідності забезпечення прозорості й підзвітності державних органів.

З'ясовано, що традиційні методи, такі як прес-конференції, офіційні звернення та друковані видання, залишаються важливими для взаємодії з певними категоріями населення. Водночас новітні методи, зокрема використання соціальних медіа, онлайн-платформ та цифрових інструментів аналізу громадської думки, забезпечують оперативність і ширше охоплення аудиторії. Порівняння показало, що сучасні технології є більш ефективними у кризових умовах, оскільки дозволяють швидко адаптувати комунікаційні стратегії до змінних обставин та забезпечувати двосторонній зв'язок із громадськістю.

У ході дослідження виявлено, що законодавча база України щодо регулювання PR-діяльності є фрагментарною та потребує удосконалення. Позитивним аспектом є наявність законодавчих норм, що визначають механізми прозорості та доступу до публічної інформації. Однак, відсутня деталізація правових підходів до цифрової комунікації та захисту даних. Це підтвердило необхідність розробки спеціалізованого нормативного акту, який би регулював усі аспекти PR-діяльності органів влади в умовах цифровізації.

Встановлено, що основними проблемами комунікації є інформаційна перевантаженість, поширення дезінформації, низький рівень довіри до державних інституцій та недостатня прозорість управлінських процесів. Інформаційна глобалізація, попри відкриття нових можливостей для інтерактивної взаємодії, також створює загрози, пов'язані з маніпуляціями громадською думкою. Було зроблено висновок, що ефективна PR-діяльність потребує стратегічного підходу, який передбачає активне використання цифрових інструментів, протидію дезінформації та підвищення медіаграмотності населення.

З'ясовано, що цифровізація відкриває широкі можливості для інтерактивності, персоналізації комунікацій та автоматизації рутинних процесів. Такі інструменти, як соціальні мережі, мобільні додатки та аналітичні платформи для вивчення громадської думки, дозволяють органам влади ефективніше реагувати на запити

громадян і підвищувати рівень їхньої довіри. Водночас цифровізація ставить перед владою нові виклики, пов'язані з кібербезпекою, захистом персональних даних та необхідністю боротьби з дезінформацією. Це підтверджує необхідність створення відповідних правових механізмів регулювання та інвестицій у розвиток цифрових компетенцій державних службовців.

Завдяки дослідженню специфіки реалізації PR-кампаній Національного агентства з питань запобігання корупції, було встановлено, що НАЗК активно використовує цифрові інструменти для підвищення прозорості своєї діяльності, інформування громадськості та залучення громадян до антикорупційних ініціатив. Ефективність таких заходів підтверджується зростанням рівня довіри до роботи агентства, що свідчить про успішність реалізованих PR-кампаній та відповідність їх сучасним викликам. Результати підкреслюють важливість PR як інструменту прозорості, підзвітності та зміцнення довіри громадськості, створюючи основу для подальшого розвитку комунікаційної політики в умовах цифровізації.

Таким чином, дослідження відображає сучасні тенденції, проблеми та перспективи комунікаційної політики державних органів. У результаті було підтверджено, що PR-діяльність є невід'ємним елементом публічного управління, спрямованим на забезпечення прозорості, підзвітності, формування довіри громадян та інтеграції їх у процеси прийняття рішень. Теоретичний аналіз виявив, що PR-діяльність органів влади виконує важливі функції: інформаційну, комунікативну, іміджеву та аналітичну. Ключовими принципами ефективної комунікації є відкритість, оперативність, доступність, інтерактивність і підзвітність. При цьому нормативно-правове забезпечення в Україні створює загальну основу для організації PR-діяльності, але потребує вдосконалення, особливо у сфері регулювання цифрових комунікацій та боротьби з дезінформацією. Аналіз сучасних підходів до PR-діяльності показав, що цифрові технології, такі як соціальні мережі та електронні платформи, є основними інструментами взаємодії між органами влади та громадянами. Використання цих технологій дозволяє забезпечити персоналізацію комунікацій, інтерактивність і зворотний зв'язок. Водночас виявлено низку викликів, серед яких дезінформація, кіберзагрози, низька цифрова грамотність громадян і

державних службовців, а також недостатня інтеграція цифрових інструментів у загальну комунікаційну стратегію. Розроблені рекомендації включають впровадження стратегічного підходу до комунікаційної діяльності, інтеграцію сучасних цифрових технологій, автоматизацію рутинних процесів, аналіз громадської думки та підвищення професійних компетенцій службовців. Запропонована модель ефективної комунікації базується на комплексному підході, що враховує потреби різних соціальних груп і сучасні технологічні можливості. Перспективи розвитку PR-діяльності пов'язані з інтеграцією цифрових інновацій, такими як соціальні медіа, аналітичні платформи та автоматизовані системи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Біліченко О., Хржановський Д. Public Relations як наука та мистецтво. Педагогічні інновації : матеріали Всеукр. науково-практ. інтернет-конф., м. Миколаїв, 28–29 жовт. 2021 р. Миколаїв, 2021. С. 212–214. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9590/1/212-214.pdf> (дата звернення: 10.11.2024).
2. Василенко К., Башманівський В. Інформаційні служби органів державної влади: особливості співпраці з медіа. МЦНД. 2024. С. 155–156. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/39625/1/Стаття%20нова.pdf> (дата звернення: 09.11.2024).
3. Всеукраїнський молодіжний центр. Каталог кращих практик молодіжної роботи в Україні 2022-2023 : каталог. Київ : Всеукр. молодіж. центр, 2024. 236 с. URL: <https://youth-worker.org.ua/wp-content/uploads/2024/06/smoll-kataloh-2.pdf> (дата звернення: 14.11.2024).
4. Гарбар В. О. Інформаційне забезпечення руху громадянського супротиву на тимчасово окупованих територіях України під час російсько-української війни : автореф. кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти ОС Магістр : спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Київ, 2023. 124 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/62152/3/ГАРБАР%20В.О..pdf> (дата звернення: 12.11.2024).
5. Генеральний штаб ЗСУ / General Staff of the Armed Forces of Ukraine. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/GeneralStaff.ua> (дата звернення: 11.11.2024).
6. Глущенко К. С. Нормативно-правове забезпечення іміджу центральних органів виконавчої влади в системі комунікації з громадянським суспільством // Інвестиції: практика та досвід. 2016. №15. С. 79–83. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/15\\_2016/17.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/15_2016/17.pdf) (дата звернення: 19.11.2024).
7. Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції., м. Полтава, 3 грудня 2015 р.. І.Г. Передерій, А.А. Соляник та ін. Полтава. ПолтНТУ, 2016. 226 с. URL:

<https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/150/1/Глобалізаційні%20процеси.pdf>  
(дата звернення: 19.11.2024).

8. Євтухова С. М. Паблік Рилейшнз : навч. посіб. Херсон : Вид-во ХДУ, 2015. 151 с. URL: <https://www.kspu.edu/FileDownload.ashx/Євтухова%20С.М.%20Паблік%20рилейшнз.%20Навч.-метод.посібник.pdf?id=7c3008bf-a07c-48ae-ac59-b1f1565ea9a3> (дата звернення: 03.11.2024).

9. Забазнова Н. Для більшості українців Telegram є основним джерелом інформації. ZAXID.NET. URL: [https://zaxid.net/dlya\\_bilshosti\\_ukrayintsiv\\_telegram\\_je\\_osnovnim\\_dzherelom\\_informatsiyi\\_n1596598](https://zaxid.net/dlya_bilshosti_ukrayintsiv_telegram_je_osnovnim_dzherelom_informatsiyi_n1596598) (дата звернення: 14.11.2024).

10. Загорський В., Ганущин С. Модель ефективної комунікації у сфері публічного управління та адміністрування: структурно-функціональний аспект. Науковий вісник "Демократичне врядування". 2016. № 16/17. С. 1–11. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/feb/26715/zagorskyj.pdf> (дата звернення: 01.11.2024).

11. Звіт. UNITED24 - The initiative of the President of Ukraine. URL: <https://u24.gov.ua/uk/impact-report/intro> (дата звернення: 13.11.2024).

12. Зяйлик М. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. Актуальні проблеми публічного управління та адміністрування. 2020. С. 33–49. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32396/2/monograph\\_PU\\_2020\\_TNTU\\_Ziailyk\\_M-The\\_role\\_and\\_value\\_of\\_public\\_33-49.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32396/2/monograph_PU_2020_TNTU_Ziailyk_M-The_role_and_value_of_public_33-49.pdf) (дата звернення: 03.11.2024).

13. Іванова О. А. Public opinion management in information society: strategic approach. Dialog: media studios. 2019. No. 24. P. 8–41. URL: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2018.24.153390> (date of access: 19.11.2024).

14. Інтерактивна карта укриттів у Дії: як знайти найближчий притулок під час повітряної тривоги. Visit Ukraine - SERVICE PORTAL ABOUT UKRAINE 24/7. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/3412/interactive-map-of-shelters-in-diia-how-to-find-the-nearest-shelter-during-an-air-raid> (дата звернення: 14.11.2024).

15. Конституція № 254к/96-ВР: станом на 1 січня 2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 19.11.2024).
16. Купріянов Д. В. Удосконалення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю : автореф. кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за освітньо-професійною програмою «Публічне управління та адміністрування» зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування». Дніпро, 2021. 95 с. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/5638/1/Купріянов%20Д.В..pdf> (дата звернення: 01.11.2024).
17. Міненко Є. С. Розвиток інститутів інформаційної безпеки сучасної України як чинник суспільно-політичної стабільності : автореф. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 052 - Політологія. Київ, 2024. 257 с. URL: [https://udu.edu.ua/images/data\\_file/viddil\\_aspirant/Doctor\\_filosofii/Minenko/Minenko\\_dis.pdf](https://udu.edu.ua/images/data_file/viddil_aspirant/Doctor_filosofii/Minenko/Minenko_dis.pdf) (дата звернення: 02.11.2024).
18. НАЗК | Національне агентство з питань запобігання корупції. URL: <https://nazk.gov.ua/uk/> (дата звернення: 19.11.2024).
19. НАЗК НАСР. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/@nacp\\_ua/videos](https://www.youtube.com/@nacp_ua/videos) (дата звернення: 19.11.2024).
20. НАЗК. Telegram. URL: [https://t.me/NAZK\\_gov\\_ua](https://t.me/NAZK_gov_ua) (дата звернення: 19.11.2024).
21. НАЗК. Про права викривача корупції в деталях. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/p/8DumpEigM2drCLcF/> (дата звернення: 19.11.2024).
22. Національне агентство з питань запобігання корупції - НАЗК. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/NAZKgov> (дата звернення: 19.11.2024).
23. Пахарчук О. С. Вектори розвитку вітчизняного шоу-бізнесу в умовах воєнного стану. Мистецтвознавчі записки. 2023. № 43. С. 225–230. URL: <https://journals.uran.ua/mz/article/view/286865> (дата звернення: 13.11.2024).
24. Попова Г. В., Секлецов А. А. Технології публік рилейшнз як засоби впливу на цільові аудиторії органів місцевого самоврядування. Актуальні питання сучасної науки та освіти. 2023. № 9. С. 126–133. URL:

[https://ddpu.edu.ua/images/stories/news/2023/05\\_may/24/03/Збірка%202023.pdf#page=127](https://ddpu.edu.ua/images/stories/news/2023/05_may/24/03/Збірка%202023.pdf#page=127) (дата звернення: 09.11.2024).

25. Президент Зеленський об'єднав довкола допомоги Україні лідерів думок з усього світу. вони – амбасадори UNITED24. UNITED24 - The initiative of the President of Ukraine. URL: <https://u24.gov.ua/uk/ambassador> (дата звернення: 13.11.2024).

26. Про державну службу : Закон України від 10.12.2015 № 889-VIII : станом на 30 черв. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

27. Про додаткові заходи щодо забезпечення відкритості у діяльності органів державної влади : Указ Президента України від 01.08.2002 № 683/2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/683/2002#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

28. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI : станом на 8 жовт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

29. Про заходи щодо подальшого забезпечення відкритості у діяльності органів виконавчої влади : Постанова Каб. Міністрів України від 29.08.2002 № 1302 : станом на 25 лют. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1302-2002-п#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

30. Про звернення громадян : Закон України від 02.10.1996 № 393/96-ВР : станом на 31 груд. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

31. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII : станом на 27 лип. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

32. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX : станом на 11 лют. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

33. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР : станом на 30 жовт. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр#Text> (дата звернення: 19.11.2024).

34. Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади : Постанова Каб. Міністрів України від 04.01.2002 № 3 : станом на 24 верес. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-п#Text> (дата звернення: 19.11.2024).
35. Руденко О. І. Зв'язки з громадськістю в умовах сучасного політичного процесу : автореф. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 - політичні інститути та процеси. Одеса, 2014. 20 с. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/73387d5e-7224-4b9c-a9b1-7e68147c9f3b/content> (дата звернення: 02.11.2024).
36. Тимофєєв С. П., Кириленко О. В. Зв'язки органів публічного управління з громадськістю як важливий елемент розбудови громадянського суспільства. Наукові праці. Державне управління. 2017. Т. 305, № 293. С. 61–66. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/379261> (дата звернення: 09.11.2024).
37. Третьяк О. А., Торяник В. М. Громадська думка та публічна сфера політики: можливості взаємовпливу в умовах демократизації. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія політичні науки. 2023. № 8. С. 27–32. URL: <https://doi.org/10.31558/2617-0248.2023.8.4> (дата звернення: 19.11.2024).
38. Шевченко О. Особливості застосування PR у публічному управлінні. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. № 3 (7). С. 47–55. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/96981/92372> (дата звернення: 01.11.2024).
39. Як подати заяву про пошкоджене майно в застосунку Дії?. Підтримка Paperless. URL: <https://paperless.dii.gov.ua/instruction/yak-podati-zayavu-pro-poskodzene-maino-v-zastosunku-diyi> (дата звернення: 15.11.2024).
40. 2023-й – рік енергетичних викликів та перемог: підсумки року від Міненерго. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/2023-i-rik-enerhetychnykh-vyklykiv-ta-peremoh-pidsumky-roku-vid-minenerho> (дата звернення: 11.11.2024).
41. A systematic analysis of digital tools for citizen participation / B. Shin et al. Government Information Quarterly. 2024. Vol. 41, no. 3. P. 1019–1054. URL: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2024.101954> (date of access: 06.11.2024).

42. About - Open Government Partnership. Open Government Partnership. URL: <https://www.opengovpartnership.org/about/> (date of access: 04.11.2024).
43. Andersson R. Public Relations Strategizing: A Theoretical Framework for Understanding the Doing of Strategy in Public Relations. *Journal of Public Relations Research*. 2023. P. 1–22. URL: <https://doi.org/10.1080/1062726x.2023.2259523> (date of access: 07.11.2024).
44. Bondar H. Public Relations (PR) in Public Governance and Administrative Management in Ukraine. *Administrative Management in Ukraine*. 2021. P. 194–211. URL: <https://doi.org/10.34132/idu.2021.6-07> (date of access: 02.11.2024).
45. Bondarchuk N. V., Dubrova N. P. Digitalization of public administration: status and prospects of development. "Scientific Notes of Taurida V.I. Vernadsky University", series "Public Administration". 2023. No. 1. P. 213–218. URL: <https://doi.org/10.32782/tnu-2663-6468/2023.1/38> (date of access: 19.11.2024).
46. Center A. H., Broom G. M., Cutlip S. M. *Effective Public Relations* (9th Edition) (Effective Public Relations). 9th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall, 2005. 486 p. URL: [https://archive.org/details/effectivepublicr0000cutl\\_i5p1](https://archive.org/details/effectivepublicr0000cutl_i5p1) (date of access: 03.11.2024).
47. Citizen participation in public administration: investigating open government for social innovation / L. Schmidhuber et al. *R&D Management*. 2019. Vol. 49, no. 3. P. 343–355. URL: <https://doi.org/10.1111/radm.12365> (date of access: 03.11.2024).
48. Gagu E., Rus M., Taseţe T. Stages of crisis communication in public administration. case study Romanian Ministry of Transport. *Technium Social Sciences Journal*. 2021. Vol. 19. P. 252–267. URL: <https://doi.org/10.47577/tssj.v19i1.3336> (date of access: 05.11.2024).
49. Grunig J. E. Public relations and international affairs: Effects, ethics, and responsibility. *Journal of International Affairs*. 1993. No. 47. P. 137–162. URL: [https://www.researchgate.net/publication/321485567\\_Grunig\\_J\\_E\\_1993\\_Public\\_relations\\_and\\_international\\_affairs\\_Effects\\_ethics\\_and\\_responsibility\\_Journal\\_of\\_International\\_Affairs\\_471\\_137-162](https://www.researchgate.net/publication/321485567_Grunig_J_E_1993_Public_relations_and_international_affairs_Effects_ethics_and_responsibility_Journal_of_International_Affairs_471_137-162) (date of access: 03.11.2024).
50. Hurwitz O. Modern PR vs. Traditional PR – Here's What You Need to Know | Entrepreneur. Entrepreneur. URL: <https://www.entrepreneur.com/growing-a->

business/modern-pr-vs-traditional-pr-heres-what-you-need-to/450347 (date of access: 15.11.2024).

51. Karpenko O., Myronova O. Problems of communication between government and society as a challenge for the state. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok*. 2021. No. 1. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2156-2021.1.2> (date of access: 19.11.2024).

52. Makarova M. Social networks as leading sources of information in war conditions. *Вісник Книжкової палати*. 2023. No. 10. P. 25–31. URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.10\(327\).25-31](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.10(327).25-31) (date of access: 13.11.2024).

53. *Managing public relations* / ed. by H. T. 1938-. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1984. 550 p. URL: [https://www.researchgate.net/profile/James-Grinig/publication/322802009\\_Managing\\_Public\\_Relations/links/5a70b327a6fdcc33daa9dfad/Managing-Public-Relations.pdf](https://www.researchgate.net/profile/James-Grinig/publication/322802009_Managing_Public_Relations/links/5a70b327a6fdcc33daa9dfad/Managing-Public-Relations.pdf) (date of access: 04.11.2024).

54. Mohamed Nour M., Kisa A. Political Leaders' Communication Strategies during COVID-19 in Highly Infected Countries: A Scoping Review. *Healthcare*. 2024. Vol. 12, no. 6. P. 607. URL: <https://doi.org/10.3390/healthcare12060607> (date of access: 04.11.2024).

55. Moreno Á., Tench R., Verhoeven P. Trust in Public Relations in the Age of Mistrusted Media: A European Perspective. *Publications*. 2021. Vol. 9, no. 1. P. 7. URL: <https://doi.org/10.3390/publications9010007> (date of access: 03.11.2024).

56. NACP Ukraine. X (formerly Twitter). URL: [https://x.com/NAZK\\_gov](https://x.com/NAZK_gov) (date of access: 19.11.2024).

57. Nitsevych O. V. Problems of communication between government bodies and civil society institutions under the conditions of marital state. *South Ukrainian Law Journal*. 2024. No. 2. P. 10–14. URL: <https://doi.org/10.32850/sulj.2024.2.2> (date of access: 19.11.2024).

58. Novikova N., Prytula K. Social networks as a tool for public authorities for establishing public relations. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2020. No. 5-6. P. 123. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.5-6.123> (date of access: 19.11.2024).

59. Oltarzhevskyi D., Oltarzhevska O. VR, NFT, Metaverse... How digital innovations affect the development of marketing and PR communications. *Current Issues of*

Mass Communication. 2023. No. 33. P. 26–33. URL: <https://doi.org/10.17721/cimc.2023.33.26-33> (date of access: 15.11.2024).

60. Starke C., Marcinkowski F., Wintterlin F. Social Networking Sites, Personalization, and Trust in Government: Empirical Evidence for a Mediation Model. *Social Media + Society*. 2020. Vol. 6, no. 2. P. 205630512091388. URL: <https://doi.org/10.1177/2056305120913885> (date of access: 08.11.2024).

61. The Evolution of Public Relations: From Traditional to Digital. Peppermint Soda. URL: <https://peppermintsoda.co.uk/evolution-public-relations-traditional-to-digital/> (date of access: 15.11.2024).

62. Dijck J., Poell T. Social Media and the Transformation of Public Space. *Social Media + Society*. 2015. Vol. 1, no. 2. P. 205630511562248. URL: <https://doi.org/10.1177/2056305115622482> (date of access: 12.11.2024).

63. Vidnyanskyj S. The un and Ukrainian diplomacy in the struggle for independence and territorial integrity of Ukraine in the context of the Russian-Ukrainian war. *Mižnarodni zv'âzki Ukraïni: naukovì pošuki ì znahìdki*. 2023. Vol. 32. P. 10–44. URL: <https://doi.org/10.15407/mzu2023.32.010> (date of access: 11.11.2024).

64. Wisner F. Edelman and the Rise of Public Relations. Daniel J. Edelman, Inc., 2012. 127 p. URL: <https://microsites.bournemouth.ac.uk/historyofpr/files/2010/03/Edelman-and-the-Rise-of-Public-Relations2.pdf> (date of access: 03.11.2024).