

УДК 316.77

Т. А. Ломакіна,  
аспірант кафедри публічне управління та адміністрування,  
Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.5.143

# НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ "ДЕРЖАВНА КОМУНІКАЦІЯ"

T. Lomakina,  
post-graduate student of the specialty "Public management and administration",  
Donetsk State University of Management, Mariupol

## SCIENTIFIC APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE TERM "GOVERNMENT COMMUNICATION"

*У статті розглянуто сучасні наукові підходи до визначення поняття державної комунікації крізь призму комунікативного підходу. Проаналізовано широку дискусію щодо її суті та наявності відмінних рис. Наведено аргументи, що дозволяють виокремити державну комунікацію в якості особливого типу політичної комунікації. Авторка пропонує розуміти під державною комунікацією системну діяльність усіх установ державного сектору з передачі громадянам та їхнім об'єднанням інформації щодо пояснення державних рішень і реформ, захисту та просування суспільних прав та цінностей, підтримки інституційного дизайну та соціальних зв'язків, позиціонування держави для аудиторій за її межами. Детально описано функції, акторів, цільові аудиторії, канали, які відносяться до системи державних комунікацій. Зауважується, що, з одного боку, демократизація громадського життя, а з іншого — трансформація та розширення структури публічної комунікації, нові інформаційно-комунікаційні технології та медійні формати вимагають адаптації існуючих схем та стратегій державної комунікації в Україні, щоб зробити її ефективною та такою, що відповідає запиту суспільства.*

*The article analyzes the scientific approaches to the definition of the term "government communication" through the prism of the communicative approach. There have been analyzed a wide discussion of the essence and distinctive features of the term. The arguments for distinguishing the government communication as a special type of the political communication are provided. Details of functions, actors, target audiences, channels that relate to the system of state communications are described in detail. The considers that, on the one hand, the democratization of public life, and on the other hand, the transformation and expansion of the structure of public communication, new information and communication technologies and media require adaptation of the existing schemes and strategies of the government communication in Ukraine in order to make it effective and which meets the community's request. The arguments for distinguishing the government communication as a special type of the political communication are provided in the article. Communication of a goal-oriented process, built on relationships, mutual understanding and empathy through common interests with the help of the symbolic system, signs or behavior with the aim to effect on feelings, understanding and actions of the other persons. Political communication is, fist, the administrative process in which organizations or individuals strive to achieve their own political goals, and through targeted communication and actions, they influence citizens for their good reputation and support. Specific features due to the strategic nature of narrative, the focus on common values and benefits of citizens, education, representation of opportunities and best practices of social behavior, invitation to participate in democratic processes, formation of a national agenda, public discussion of the positions of all interested parties, openness and accountability to citizens describes the features of the government communication unlike political. We offer to understand the government communication as a systemic activity of all institutions of the public sector (the President, the*

*parliament, the government, territorial offices of the state, courts, the office of the general prosecutor, etc.), who inform citizens and their associations about the explanation of state decisions and reforms, protection and promotion of public rights and values, support for institutional design and social ties, and positioning the state for audiences beyond its borders.*

*Ключові слова: комунікація, політична комунікація, державна комунікація, інтеграція, інформаційне суспільство.*

*Key words: communications, government communications, integration, information society.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Наразі в Україні триває децентралізація та однією з найважливіших складових цього масштабного процесу є впровадження адміністративно-територіальної та секторальних реформ. Суть реформи місцевого самоврядування є, передусім, забезпечення його спроможності самостійно, за рахунок власних ресурсів, вирішувати питання місцевого значення. А чи знають громадяни про те, що відбувається? Насправді українці турбуються про реформи в країні чи нове законодавство вже після того, як вони вже прийняті або впроваджені. Це наслідки неефективної комунікації держави з громадянами, чи, навіть, її відсутності, хоча комунікації мали відбутися ще на початку запланованих змін.

Ми бачимо, як поточний стан державних комунікацій, як всередині державних органів так і назовні, будує шлях недовіри громадян до державних інститутів і їх діяльності. Ми розуміємо, що в умовах демократичної держави неможливо ефективно управляти змінами без розуміння і підтримки громадян, які є не тільки отримувачами результатів започаткованих змін, а й певним чином, учасниками процесів перетворень.

В українській історіографії державні комунікації найчастіше зводяться до урядових комунікацій, суть яких — знайомити громадян з вже прийнятими урядовими рішеннями. Такі аспекти державної комунікації, як розвиток політичної культури громадян, формування національного порядку денного, представлення можливостей та найкращих практик — для громадян не присутні.

Тому важливо визначити, що саме ми називаємо комунікацією, що таке політична та державна комунікація, як відбувається комунікація між владою та громадою, і як змінилися умови, в яких сьогодні державні комунікації треба вибудовувати.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Українські дослідники, які працюють над питаннями комунікацій в політичних і державних процесах розкривають природу комунікацій, визначають етапи зміни інструментів, від публічних виступів на майданах і ринках до аудіовізуальної і цифрової ери, пропонують власні визначення процесу, аналізують структуру політичної комунікації, визначають принципи, описують комунікативні процеси і засоби підвищення їх ефективності (Зелинський С.А., Почепцов Г.Г., Калініченко Б.М., Заславська О.О., Рибак І.В., Унгурян П.Я. та інші) [1—5].

Сьогодні державна комунікація (і пов'язані з нею поняття, такі як політичні зв'язки з громадськістю, політичний маркетинг держави тощо) привернули інтерес зростаючого числа світових вчених. Існує усвідомлення необхідності проведення спільних досліджень у споріднених областях для вивчення особливостей саме державних комунікацій [6]; [7, с. 73—92]; [8, с. 189—213]; [9]; [10, с. 269—295]; [11, с. 36—41]; [12]; [13, с. 34—68]; [14]. Незважаючи на роботи, в яких вивчаються конкретні питання, концепції та країни, поки що немає ретельного і системного вивчення теми державних комунікацій, від концептуалізації поняття, до аналізу конкретних ефективних дій державних інститутів у цій сфері державного управління.

### ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є уточнення поняття державних комунікацій крізь призму комунікативного підходу, аналіз функцій, акторів, каналів і складових системи державних комунікацій, визначення викликів, які пов'язані з реаліями інформаційного суспільства.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розглядаючи питання комунікацій, необхідно відповісти на питання — що саме ми визначаємо? Якщо ми аналізуємо дії, то треба відповісти на питання: які це дії? Якщо ми аналізуємо державної комунікації як інструмент, то треба відповісти на питання: заради чого використовуються комунікації, і які саме канали комунікації задіяні? Яким чином розповсюджується інформація і збирається зворотній зв'язок?

Різні автори підходять до визначення цих аспектів по-різному. У Платона ми можемо знайти визначення функції політики як "мистецтва жити разом, мистецтва знаходження єдності у множині" [15]. На наш погляд, це включає вищий рівень комунікацій на рівні з узгодженням інтересів, здійсненням керівництва і підтримкою порядку.

Словник Мерріам-Вебстер визначає комунікацію як, по-перше, "процес обміну інформацією між особами через загальну систему символів, знаків або поведінки", по-друге, "комунікація, як особисте ставлення, — це відносини, що характеризуються договором, взаєморозумінням або співпереживанням, що робить спілкування можливим або легким" [16]. Ці визначення демонструють нам сутність процесу, як "обмін інформацією", а також умови: "зрозуміла система символів, знаків або поведінки". Крім того, комунікацію в цьому випадку можна розглядати, як "договір, взаєморозуміння, співпереживання".

Цю думку доповнює Д. Кришнамурти, який відзначає, що якщо одна людина розповідає, а інша слухає — це спілкування, аж до того моменту, коли на додаток до вербального, встановлюється невербальний контакт, і ми стаємо зацікавленими у тому, що нам розповідають, і відчуваємо саме те, що відчуває ця людина. Цей момент і є встановленням саме комунікації [17]. Тобто це визначення дає нам розуміння, що важливою ознакою комунікації є саме встановлення контакту через спільні інтереси.

В. Андерсен дає визначення комунікації як процесу розуміння іншої людини. І в цьому процесі ми також намагаємось бути почутими, зрозумілими [18, с. 9—15]. В його визначенні, на наш погляд, зроблено акцент на тому, що ми маємо знати, про що зараз думають особи, з якими ми спілкуємось. Для нас важливо зрозуміти реакцію одержувача на наше повідомлення, тобто почути думку нашого партнера по комунікації. І це додає дуже важливий компонент комунікативної системи, яким є зворотній зв'язок. Саме він дозволяє обом сторонам комунікаційного процесу коригувати комунікацію зі співрозмовником: цілі, очікування, поведінку у відповідності до того, що побачили, почули, зрозуміли. З огляду на те, щоб передбачити реакцію співрозмовника не можливо, зворотній зв'язок стає засобом моніторингу впливу комунікації заради страхування від небажаних наслідків.

Відомий український дослідник Г.Г. Почепцов дає власне визначення комунікації, в якому відображені мета і цілеспрямованість процесу: "Історично комунікацією було саме це: примушування іншого до виконання тієї чи іншої дії. Тобто для комунікації суттєвим є перехід від звернення Одного до дій Іншого. Саме заради

цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини" [19].

Тему цілеспрямованої комунікації з метою впливу на оточуючих, у т.ч. через використання символів розглядає дослідник С. Шехтер [20]. Розвиваючи цю тему, можна відзначити, що правителі у всі часи виявляли зацікавленість до того, що сьогодні називається державною комунікацією. Вони розуміли, наскільки важливо впливати на почуття, погляди, інтереси підданих і громадян. Для цього збирали людей на урочисті церемонії, будували величні споруди, встановлювали монументи, тримали у руках символи влади.

Цікавим, на нашу думку, є розкриття теми впливу символів через культуру людей і культуру просторів, тобто через символічні світи, представлене у роботах І. Довгалюк: "Символи слід структурувати наступним чином: символи-ідеї, символи-дії, символи-звуки, символи-об'єкти, символи-персони. У державі символи виконують наступні функції: мобілізуючу, інтегруючу, комунікаційну, ідентифікаційну, політичної соціалізації, естетизації та маніпуляції. Символи є інструментами "м'якої влади" (soft power), яка діє так, що суб'єкт вільно їй підкоряється. Символи можуть сприяти як стабілізації, так і дестабілізації соціально-політичних процесів; сприяти як врегулюванню конфлікту, так і його загостренню" [21]. Тобто належне використання символів може зробити комунікації в державному управлінні консолідуючою силою суспільства.

Підсумовуючи наведене, можна визначити, що комунікація — це цілеспрямований процес, побудований на відносинах, взаєморозумінні та співпереживанні через спільні інтереси за допомогою загальної системи символів, знаків або поведінки з метою впливу на почуття, розуміння та дії інших осіб.

Окрім визначення комунікації, вважаємо за доцільне розглянути поняття політичної та державної комунікації, які, на перший погляд, мають багато спільних рис, але також мають і суттєві відмінності.

Політична комунікація — це процес прийняття політичних рішень владою, в якому беруть участь, з одного боку — політичні актори: представники державного управління, правлячої політичної партії, опозиції, політичні експерти, селебриті, які зацікавилися політичними процесами, а з іншого боку — громадяни, їхні об'єднання та представники громадянського суспільства: неурядових організацій (НУО), громадських рухів, спільнот і об'єднань, тобто всі, кого поєднує спільний інтерес.

Політологічний енциклопедичний словник фокусує визначення комунікації саме у політичному процесі: "...комунікація (від лат. communicatio — повідомлення, передача, бесіда, розмова) — це процес передачі, обміну інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з врахуванням їхніх потреб та інтересів [22]. Важливим у цьому визначенні є те, що політична комунікація будується на підставі потреб і інтересів громадян, які є в цьому процесі виборцями.

Н.А. Кудрявченко вважає, що "...політична комунікація — це сукупність теорій і методів, якими можуть користуватися політичні організації і органи влади з

метою визначення своїх завдань і впливу на поведінку громадян" [24, с. 65—68]. З її допомогою з'являється можливість передачі політичних знань і досвіду, а також формування "образу" влади, бо сьогодні, як і у всі часи, правителі прагнуть з'явитися перед масами з найвищого боку, залежно від вимог, які пред'являлися до вождя, государя, президента в кожен історичний епоху. Отже, ми погоджуємось, що політична комунікація — це своєрідний вид політичних відносин, без якого неможливий сучасний політичний процес. Як бачимо, це визначення додає уточнення, що політична комунікація — це формування відносин з громадянами заради політичної вигоди.

На наш погляд, політична комунікація — це насамперед процес управління, в якому організації чи окремі особи для досягнення власних політичних цілей намагаються через цілеспрямовану комунікацію та дії впливати на громадян заради своєї доброї репутації та підтримки.

Як відокремити особливості саме державної комунікації?

Часто дослідники вважають, що державна комунікація — це насамперед дії, спрямовані на підтримку правлячої партії. Так, Маарек відзначає, що "уряди командують величезними ресурсами, а правляча партія хоче підтримки громадськості і має політичні цілі комунікації. Проте також очевидно, що суперечності та зростаюче недовіра до політиків у західних демократіях спонукають до вжиття заходів для забезпечення комунікації, орієнтованої на громадян" [25].

Послідовники іншої думки розглядають державні комунікації як те, що продукується вищим керівництвом держави: президентом, прем'єр-міністром, головою парламенту тощо. Тому досліджують контент виступів, прийняті рішення, публічну поведінку [26—29].

На нашу думку, державну комунікацію відокремлюють від більш широкого поняття політичної комунікації специфічні риси: стратегічний характер наративу, націленість на спільні цінності і блага громадян, просвітництво, представлення можливостей і кращих практик суспільної поведінки, запрошення до участі у демократичних процесах, формування національного порядку денного, публічне обговорення позицій всіх зацікавлених сторін, відкритість і підзвітність громадянам тощо.

Таким чином, ми пропонуємо розуміти під державною комунікацією системну діяльність усіх установ державного сектору (президента, парламенту, уряду, територіальних представництв влади, судів, офісу генерального прокурора тощо) з передачі громадянам та їхнім об'єднанням інформації щодо пояснення державних рішень і реформ, захисту та просування суспільних прав та цінностей, підтримки інституційного дизайну та соціальних зв'язків, позиціонування держави для аудиторій за її межами.

Кожна дія держави здійснює вплив на громадян, компанії та організації, суспільство та міжнародне співтовариство. З цієї причини комунікація має бути частиною всіх аспектів діяльності державних установ і організацій від планування до остаточної реалізації.

По відношенню до політичної системи та громадян державна комунікація виконує певні функції [28; 29]:

— координуюча — забезпечує внутрішні комунікації в системі державного управління, та зовнішні комунікації, які мають залучити громадян до процесів змін;

— інтегруюча — пов'язана із здійсненням такої державної політики, яка б враховувала інтереси зацікавлених сторін;

— мобілізаційна — спрямована на забезпечення легітимності ухвалених управлінських рішень, отримання підтримки і схвалення дій державних інституцій суспільством;

— інформаційна — просування соціально-політичних норм, цінностей і традицій держави, підвищення рівня компетентності громадян, забезпечення доступу до освітньої, культурної, розвиваючої та профілактичної інформації.

Вивчення сутності та змісту державних комунікацій неможливе без визначення основних її моделей. Тому ми можемо виокремити основні з них:

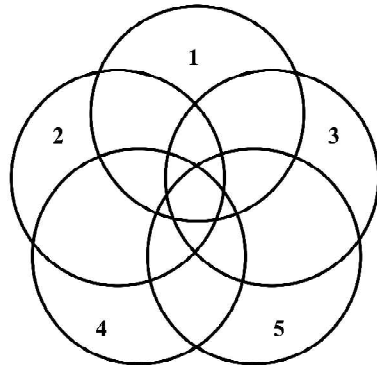
1. Одностороння комунікація — державні дії презентують власну позицію, повідомляють про прийняті рішення. Така комунікація реалізується через проведення прес-конференцій, брифінгів, розсилання прес-релізів, розміщення реклами.

2. Двостороння комунікація, несиметричний діалог — під час зустрічі з представниками політичних партій, груп інтересів, громадських організацій, спільнот, рухів вони мають ставити питання, отримувати відповіді, ділитися думками, експертним досвідом, висувати пропозиції відповідно до порядку денного, але остаточне рішення приймається особами, що мають владні повноваження.

3. Двостороння комунікація, з елементами розширення прав і повноважень громадян, або представників громадянського суспільства — референдуми, передача права управління публічною школою батьківській наглядовій раді, передача права на розподілення частини бюджетних коштів громадянами — бюджети участі тощо.

Вважаємо за необхідне додати до цього, що державні комунікації відбуваються в складних обмежуючих рамках цілей, потреб, аудиторій, ресурсів. Комунікаційне середовище можна описати як багаторівневе та сповнене конфліктуючими цілями, привнесеними сюди різними політичними акторами. У взаємодії із громадськістю, державні комунікації відбуваються на багатьох платформах, беручи до уваги різні групи зацікавлених сторін, наприклад політиків, користувачів державних послуг, громадських спільнот та об'єднань, представників НУО, бізнесу, громад тощо [31].

Як зазначалося нами в нашій попередній роботі, що криза довіри в суспільстві до основних інститутів — держави, бізнесу, громадянського сектору і ЗМІ [32, с. 82—92] привела до низької здатності домовлятися між собою всіх інститутів суспільства. По характеру державні комунікації можуть будуватися як конфліктоцентричні: опоненти намагаються зробити із латентних інтересів — публічні, і надати можливість сторонам вирішувати проблему через відкритий конфлікт, в якому будуть переможці та переможені. А також консенсусцентричні, коли, маючи різні погляди та можливо взаємовиключні цілі, сторони намагаються з'ясувати позиції заради того, щоби про щось спільне домовитись (ситуації win-win). Тому ми бачимо важливу складову дер-



1. Технологічний
2. Соціологічний
3. Економічний
4. Просторовий
5. Культурний

**Рис. 1. П'ять вимірів інформаційного впливу на суспільство**

жавних комунікацій саме у вибудовуванні діалогу між всіма зацікавленими сторонами заради інтересів громадян.

Досліджуючи тему державних комунікацій, Ю.В. Нестеряк, наголошує, що обмін інформацією є важливим елементом системи державного управління, оскільки повнота, якість і достовірність інформації, що використовується для прийняття управлінських рішень всіх рівнів, визначають їх доцільність, ефективність і дієвість. А оперативність передачі, форма подання і захищеність інформації визначають функціональну ефективність системи державного управління [33].

Враховуючи поширеність засобів масової комунікації, як-от: газети, радіо, телебачення, протягом тривалого часу державним діячам і політикам важливо було мати до них доступ, щоб транслювати вже не тільки важливі для держави повідомлення, а власне й себе, свій образ [34]. Слід зазначити, що спілкування і взаємодія відбувалися синхронно для багатьох людей, що надавало відчуття спільності, єдності. На нашу думку, це привело до того, що громадяни почали відчувати спільність і єдність з державними діячами, які щодня з'являлися у кожній оселі на блакитному екрані.

З появою і розвитком електронних засобів комунікації спостерігається процес атомізації, тобто значна кількість громадян зараз формує власний споживчий контент, обираючи цікаві для себе засоби інформації і спілкування. Соціальні медіа формують групи за інтересами, які дозволяють відчувати себе серед однодумців, отримувати відчуття долученості до чогось важливого. Водночас вилучати із спілкування всіх, хто викликає незадоволення. І якщо донедавна вважалося, що держава має пріоритетне право на володіння та управління розповсюдженням інформації для суспільного споживання, то перехід до інформаційного суспільства певним чином змінив правила гри на цьому полі. Тому сьогодні важливо актуалізувати механізми управління державними комунікаційними процесами, виходячи зі зміни позицій, ролей, запиту від громадян, та викликів часу. Ми маємо справу з процесом розвитку України в умовах переходу до цифрового інформаційного суспільства. Наприклад, так ці умови розглядаються в роботі О.М. Гриценка [36, с. 265—379]:

— наявність системи комунікаційних ресурсів: технологій, мереж, обладнання.

— сформована інформаційна індустрія зі створення та доставки цифрового контенту, в т.ч. стосовно функціонування суспільних та державних інституцій.

— наявність у громадян технічних, правових та соціально-культурних можливостей доступу до різноманітних цифрових інформаційних ресурсів, у т.ч. створених державними інституціями та установами.

Саме ці умови вимагають змін механізмів в державних комунікаціях, тому що інформаційного впливу на суспільство стає все більше. Хіраня К. Нат ілюструє суттєві зміни в суспільстві у п'яти вимірах (рис. 1).

#### 1. Технологічний

Інновації в галузі комунікацій: кабельне, пізніше супутникове телебачення, персональні комп'ютери, мобільні телефони, Інтернет, смартфони, смарт-помічники по дому фактично змінили наше життя таким чином, що це знайшло відображення на стилі життя, культурі споживання і сприйнятті світу і себе в світі. Ці технології мали значний вплив на бізнес, політику і навіть особисте життя.

#### 2. Соціологічний

Ідеї, знання, навички, талант і творчість створюють багатство в новій економіці. У сфері освіти, науки, розробок програмного забезпечення та телекомунікаційної інженерії, серед працівників НУО та соціальних сервісів відбувається суттєве зростання. Дистанційна освіта створює широкі можливості для навчання протягом життя. Соціальні мережі допомагають у підтриманні контактів, створенні груп за інтересами, знаходженні однодумців, обміні лайфхаками.

#### 3. Економічний

Економіка знань, нова економіка, інтернет-економіка цими термінами користуються дослідники для позначення інформаційної економіки. Виділяють п'ять секторів економіки знань: освіта, дослідження і розвиток, засоби масової інформації, інформаційні технології та інформаційні послуги. Інформація тут — це те, що привертається і генерується в професійній діяльності або втілене в людях через освіту і досвід.

#### 4. Просторовий

Нові інформаційні технології звільнили користувачів від обмежень що накладаються часом і простором. Вплив на життя фізичного розташування індивіда зменшується, якщо він / вона підписалися на ці світові інформаційні мережі. Групи спеціалістів та окремі фахівці мають можливість працювати разом, фактично знаходячись в різних населених пунктах, в різних часових поясах. Суттєві зміни у співвідношенні робочого і вільного часу, можливість працювати не тільки в офісі, а й в коворкінгу, кафе, дома.

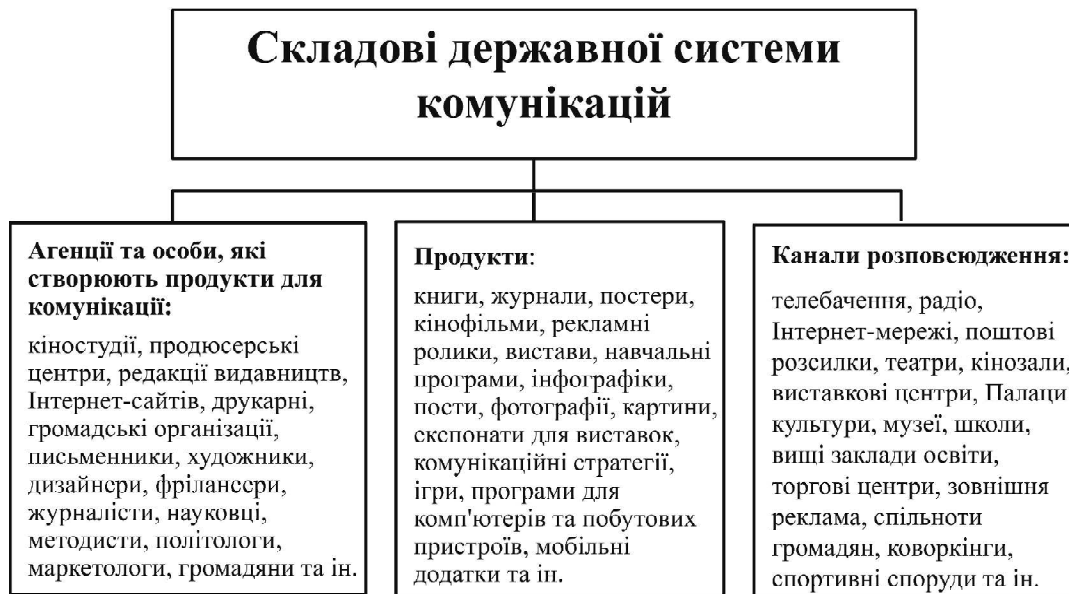


Рис. 2. Класифікація складових державної системи комунікацій

5. Культурний

Доступ до широкого спектру новин, розваг, особистої та громадської допомоги з усього світу через різні канали масової комунікації: радіо, телебачення, інтернет, газети та журнали, практично в будь-якому місці та в будь-який час, відкрив прихід ери інформаційно навантаженого суспільства. Людина весь час знаходиться під інформаційним тиском і важливими стають навички критичного мислення, орієнтуванні в інформаційному просторі, концентрації на важливому, виборі усвідомленого життя. Відбувається зміна запиту людини від придбання матеріальних цінностей і власності до бажання самовираження, саморозвитку, вражень, залучення до важливих перетворень. Переосмислюється ставлення до навколишнього середовища та споживання [37, с. 19—29].

Водночас можна виділити ряд чинників, які негативно впливають на розвиток цифрових комунікацій, що спричиняє розшарування суспільства за ознакою доступу до сучасних технологій, наприклад: за даними компанії Укртелеком, у містах України проживає 26 млн українців, і можливість підключення до інтернету є у 98% з них. Без інтернету залишаються 21,7 тисяч сіл, де проживає 8,2 млн мешканців. Це спричиняє цифровий розрив між містами і селами. Крім того, значна кількість українців старшого віку продовжує користування кнопковими телефонами без виходу в Інтернет, і це також є суттєвим обмеженням їх доступу до сучасних каналів комунікації [38].

Сьогодні фахівці відзначають суттєве розширення пропозиції державних електронних адміністративних та інших послуг як на державному, так і на муніципальному рівнях, але культура їх використання не розвинута, і відповідно кількість споживачів не надто висока. Тому розширення доступу для всіх верств населення має стати важливою складовою державних комунікацій.

На думку А.А. Чічановського [39, с. 20], державна система комунікацій складається з:

- газет, журналів й інші періодичних видань,
- книг, друкованих матеріалів,

- інформаційних агенцій,
- кінофільмів,
- телебачення, радіо, інші електронних засобів і служб електрозв'язку,
- музеїв, театрів, виставкових залів,
- різних форм навчання — шкіл, вищих навчальних закладів, курсів тощо,
- сервісних служб, що обслуговують всі компоненти системи і мають доступ до отримання, обробки і зберігання інформації.

Вивчення перелічених складових вимагає на нашу думку структуризації їх за певними класифікаційними ознаками та осучаснення (рис. 2).

Водночас, неможливо провести чітку межу між цими напрямками, тому що, наприклад, вищі заклади освіти є не тільки виробниками комунікаційного продукту, такого як навчальні програми, але й каналом комунікації також. Але ми чітко бачимо з яких складових формується процес сучасних комунікацій.

Наслідком розвитку інформаційного суспільства в Україні і в світі є втрата контролю з боку держави над змістом інформаційного простору, каналами розповсюдження інформації, агенціями і особами, що створюють інформаційні продукти. І це структурування дає можливість більш чітко спроектувати нові державні комунікаційні стратегії та механізми моніторингу їх виконання.

Отже, відкритість національних інформаційних систем для людей, надання державних електронних адміністративних послуг, електронні закупівлі, розвиток і доступність інструментів електронного урядування демонструє відкритість і розвиток України, що ми можемо спостерігати в зростанні рейтингу країни за даними щорічного дослідження ООН з питань електронного урядування [40].

**ВИСНОВКИ**

Підсумовуючи наведене, слід відзначити, що державні комунікації в Україні на шляху розвитку, але суттєво відстають від триваючих змін в суспільстві. І ці

процеси треба вибудовувати та прискорювати. Саме держава має формувати єдину державну комунікацію, щоб доступно донести до кожного громадянина зрозумілу та правдиву інформацію, забезпечити зворотній зв'язок, відстоювати спільні цінності та просувати інтегри держави у світі.

Для розвитку комунікацій важливо визначити їх зміст та сутність. У результаті проведеного аналізу запропоновано авторське визначення державної комунікації, її відмінності від політичної комунікації, функції та моделі державної комунікації, проаналізовано вплив на суспільство інформаційних та цифрових технологій, викладено бачення сучасної системи державних комунікацій, та визначені напрями співпраці між громадянами та державою завдяки сучасним інформаційним інструментам.

Література:

1. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. URL: <https://psyfactor.org/lib/zelinski-01.htm> (дата звернення 04.02.2019).
2. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. — Киев: Рефл-бук, 2001. — 352 с.
3. Заславська О.О. Паблік рілейшнз як комунікативна складова процесу державного управління. науковий вісник. 2016. Вип. 112. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2016\\_112\\_66](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_112_66)
4. Рибак І.В. Вплив інформаційно-маніпулятивних технологій на процес легітимації політичної влади в Україні: дис. ... канд. іст. наук: 23.00.02 / Університет економіки та права "КРОК". — Київ, 2015. — 276 с.
5. Унгурян П. Я. Комунікаційні процеси в державному управлінні сталим розвитком. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=ipd\\_2012\\_5\\_31](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ipd_2012_5_31)
6. Lee M. Government public relations. A reader. Boca Raton: CRC Press, 2007. 456 p.
7. Strombock J., Mitrook A., & Kiouisis S. Bridging two schools of thought: applications of public relations theory to political marketing. *Journal of Political Marketing*, 2010. — Vol. 9 (1). — P. 73—92.
8. Liu F., Horsley J., & Levenshus B. Government and corporate communication practices: do the differences matter? *Journal of Applied Communication Research*, 2010. Vol. 38 (2). — P. 189—213.
9. Strombock J. & Kiouisis S. (Eds). *Political public relations. Principles and applications*. New York: Routledge, 2011. — 340 p.
10. Horsley J., Liu F., & Levenshus B. Comparisons of U.S. government communication practices: expanding the government communication decision wheel. *Communication Theory*, 2010. — Vol. 20 (3). — P. 269—295.
11. Jackson N. Political public relations: spin, persuasion or reputation building? PSA Annual International Conference 2010: The Paper was presented by Jackson N. at the PSA Annual Conference, Edinburgh, Scotland, April, 2010. — P. 36—41.
12. Ayer A. What is Communication. *Studies in Communication*. London: University College, 1955. — 182 p.
13. Hong H., Park H., Lee Y., & Park J. Public segmentation and government-public relationship building: a cluster analysis of publics in the United States and 19 European countries. *Journal of Public Relations Research*, 2012. — Vol. 24 (1). — P. 34—68.
14. *Government Communication Handbook*. Government Office. URL: [https://www.valitsus.ee/sites/default/files/content-editors/failid/government\\_communication\\_handbook\\_eng\\_13.09.2017.pdf](https://www.valitsus.ee/sites/default/files/content-editors/failid/government_communication_handbook_eng_13.09.2017.pdf)
15. Plato. Sophist. URL: <http://www.gutenberg.org/files/1735/1735-h/1735-h.htm>
16. The dictionary by Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/>
17. Krishnamurti A. What Is Communication with Others? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kyNwfT560c4>
18. Andersen W. What is Communication. *Journal of Communication*. — 1959. — No. 9. — P. 9—15.
19. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: навч. посіб. — Київ: Знання, 2006. — 665 с.
20. Schachter S. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1951. Vol. 46(2). P. 190-207. URL: <http://psycnet.apa.org/record/1951-08043-001?doi=1m> (Last accessed: 03.02.2019).
21. Довгалюк І. Символи як засоби соціального управління: структура, класифікація, функції та особливості застосування. URL: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XyVJKKz1S4J:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD%3D1%26Image\\_file\\_name%3DPDF/Pubupr\\_2014\\_3\\_17.pdf+&cd=6&hl=uk&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XyVJKKz1S4J:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/Pubupr_2014_3_17.pdf+&cd=6&hl=uk&ct=clnk&gl=ua)
22. Горбатенко В. П. Політологічний енциклопедичний словник / Ред. В.Д. Шемшученка, В.П. Горбатенка. 2-ге вид., доп. І перероб. — К.: Генеза, 2004. — 736 с.
23. Schwartzberg R.-J. *Sociology Politique*. P., 1988. — P. 42
24. Кудрявченко Н. А. Політична комунікація і влада // Актуальні проблеми політології / Н.А. Кудрявченко // Збірник наукових робіт студентів і аспірантів / Відп. ред.: В.Д. Зотов. — М.: МАКС Пресс, 2001. — С. 65—68.
25. Maarek P. J. *Campaign communication and political marketing*. — Oxford/Boston: Wiley-Blackwell, 2011. — 272 p.
26. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування. URL: [www.slg-coe.org.ua/wp-content/uploads/2016/09/Communication\\_Handbook\\_2016\\_web.pdf](http://www.slg-coe.org.ua/wp-content/uploads/2016/09/Communication_Handbook_2016_web.pdf)
27. Public Information and Communications Service. Ministry of General Affairs of the Netherlands. A state of sharing — Relevant trends for government communication. 2013. URL: <https://www.government.nl/binaries/government/documents/reports/2013/08/30/a-state-of-sharing-relevant-trends-for-government-communication/01-a-state-of-share.pdf>
28. Nicolescu A., Teodorescu M., Gifu D. *Architecture of Political Legal Communication*. *International Letters of*

Social and Humanistic Sciences. 2015. — Vol. 42. — P. 21—31. URL: <https://www.scipress.com/ILSHS.42.-21.pdf>

29. Шиманова О. Теоретичні основи дослідження політичної комунікації. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: зб. наук. пр. — 2007. — Вип. 19. — С. 179—184. URL: [http://vlp.com.ua/files/30\\_33.pdf](http://vlp.com.ua/files/30_33.pdf)

30. Webster F. Theories of the Information Society. Second Edition. 2002, Routledge. URL: <http://www.artefaktum.hu/it/Webster.htm>

31. Sanders K., Jose Canel M. Government Communication Cases and Challenges. New York, USA: Bloomsbury Academic, 2013. — 336 p.

32. Ломакина Т.А. Світові виклики, що постали перед урядовими комунікаціями: тези до дискусії". Менеджер. Вісник Донецького університету управління. Серія "Державне управління". 2018. — № 3 (80). — С. 82—92.

33. Нестеряк Ю. В. Державна інформаційна політика та державне управління в умовах інформаційного суспільства. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=ipd\\_2011\\_23\\_31](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=ipd_2011_23_31)

34. McLuhan M. Understanding media. The extensions of man. URL: [http://robynbacken.com/text/nw\\_research.pdf](http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf)

35. Калініченко Б.М. Два види влади засобів масової інформації: політологічна концептуалізація. Політологічний вісник: Збірник наукових праць. — Київ, 2007. — Вип. 29. — С. 219—232.

36. Гриценко О.М. Українські ЗМІ в контексті глобальних процесів на початку XXI століття // Україна на шляху до Європи: Наук. вид. / Упоряд.: В.І. Шкляр, А.В. Юричко. — К.: Етнос, 2006. — С. 265—379.

37. Hiranya K. The Information Society. A Journal of the SCTU. — 2009. — Vol. 4. — P. 19—29.

38. Юрасов С. Цифровой разрыв: почему украинские села остаются без интернета. URL: <https://biz.liga.net/all/telekom/article/tsifrovoy-razryv-pochemu-ukrainskie-sela-ostayutsya-bez-interneta>

39. Чічановський А. А. Проблеми інформаційного простору. Засоби масової інформації і процеси державотворення в Україні: тези наук. конф. (29—30 бер. 1994 р.). — Київ, 1994. — С. 20.

40. Применение электронного правительства для формирования Устойчивого и гибкого общества. URL: [https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018\\_Russian.pdf](https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018_Russian.pdf)

41. Канеман Д. Мислення швидко й повільно / пер. з англ. М. Яковлев. — Київ: Наш формат, 2016. — 480 с.

42. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / Сумський державний університет. — Суми: СумДУ, 2011. — 187 с.

43. Організація зворотного зв'язку влади та громадськості: проблемні питання. Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/392/>

44. Еко У. Про деякі функції літератури. URL: <https://commons.com.ua/uk/pro-deyaki-funktsiyi-literaturi/>

References:

1. Zelinsky, S. A. (2008), "Informational and psychological impact on the mass consciousness", available at: <https://psyfactor.org/lib/zelinski-01.htm> (Accessed 4 January 2019).

2. Pocheptsov, G.G. (2001), *Kommunikativnye tekhnologii dvadtsatoh veka* [Communicative technologies of the twentieth century], Refl-buk, Kyiv, Ukraine.

3. Zaslavskaya, O. O. (2016), "Public relations as a communicative component of the public administration process", available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2016\\_112\\_66](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_112_66) (Accessed 5 January 2019).

4. Rybak, I.V. (2015) "Influence of information-manipulative technologies on the process of legitimizing political power in Ukraine", Abstract of Candidate is Sciences: 23.00.02, University of Economics and Law "KROK", Kyiv, Ukraine.

5. Unguryan, P. Ya. "Communication processes in the state management of sustainable development", available at: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=ipd\\_2012\\_5\\_31](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=ipd_2012_5_31) (Accessed 4 January 2019).

6. Lee, M. (2007), *Government public relations. A reader*, CRC Press, Boca Raton, USA.

7. Stromback, J. Mitrook, A. and Kioussis, S. (2010), "Bridging two schools of thought: applications of public relations theory to political marketing", *Journal of Political Marketing*, vol. 9(1), pp. 73—92.

8. Liu, F. Horsley, J. and Levenshus, B. (2010), "Government and corporate communication practices: do the differences matter?", *Journal of Applied Communication Research*, vol. 38 (2), pp. 189—213.

9. Stromback, J. and Kioussis, S. (2011), *Political public relations. Principles and applications*, Routledge, New York, USA.

10. Horsley, J. Liu, F. and Levenshus, B. (2010), "Comparisons of U.S. government communication practices: expanding the government communication decision wheel", *Communication Theory*, vol. 20 (3), pp. 269—295.

11. Jackson, N. (2010), "Political public relations: spin, persuasion or reputation building?", *PSA Annual International Conference*, Edinburgh, Scotland, April 2010, pp. 36—41.

12. Ayer, A. (1995), "What is Communication. Studies in Communication", p. 182 London: University College.

13. Hong, H. Park, H. Lee, Y. and Park, J. (2012), "Public segmentation and government-public relationship building: a cluster analysis of publics in the United States and 19 European countries", *Journal of Public Relations Research*, vol. 24 (1), pp. 34—68.

14. *Government Communication Handbook*, Government Office, available at: [https://www.valitsus.ee/sites/default/files/content-editors/failed/government\\_communication\\_handbook\\_eng\\_13.09.2017.pdf](https://www.valitsus.ee/sites/default/files/content-editors/failed/government_communication_handbook_eng_13.09.2017.pdf) (Accessed 3 January 2019).

15. Plato. Sophist. URL: <http://www.gutenberg.org/files/1735/1735-h/1735-h.htm>

16. The dictionary by Merriam-Webster, available at: <https://www.merriam-webster.com/> (Accessed 4 January 2019).



17. "Krishnamurti A. What Is Communication with Others?", available at: <https://www.youtube.com/watch?v=kyNwfT560c4> (Accessed 5 January 2019).
18. Andersen W. (1959), "What is Communication" *Journal of Communication*, vol. 9, pp. 9—15.
19. Pocheptsov, G.G. and Chukut, S.A. (2006), *Informatsiyna polityka [Information policy]*, Znannya, Kyiv, Ukraine.
20. Schachter, S. (1951) *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 46 (2), pp. 190-207, available at: <http://psycnet.apa.org/record/1951-08043-001?doi=1m> (Accessed 3 January 2019).
21. Dovgalyuk, I. "Symbols as means of social management: structure, classification, functions and peculiarities of application" available at: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XyVJKKz1S4J:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD%3D1%26Image\\_file\\_name%3DPDF/Pubupr\\_2014\\_3\\_17.pdf+&cd=6&hl=uk&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XyVJKKz1S4J:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/Pubupr_2014_3_17.pdf+&cd=6&hl=uk&ct=clnk&gl=ua) (Accessed 3 January 2019).
22. Gorbatenko, V.P. (2004), *Politolohichnyy entsyklopedychnyy slovnyk [The Political Encyclopedic Dictionary]*, Ed. V. D. Shemshuchenko and V. P. Gorbatenka, 2nd ed, Geneza, Kyiv, Ukraine.
23. Schwartzberg, R.-J. (1988), *Sociology Politique*, Paris, France.
24. Kudryavchenko, N.A. (2001), *Politychna komunikatsiya y vlada. Aktualni problemy politolohiyi [Political Communication and Power. Current Problems of Political Science]*, Collection of Scientific Papers for Students and Postgraduates, pp.65—68, MAKS Press.
25. Maarek, P.J. (2011), *Campaign communication and political marketing*, Wiley-Blackwell, Oxford/Boston, UK.
26. "Communication in public administration: aspects of organizational culture and business communication", available at: [http://www.slg-coe.org.ua/wp-content/uploads/2016/09/Communication\\_Handbook\\_2016\\_web.pdf](http://www.slg-coe.org.ua/wp-content/uploads/2016/09/Communication_Handbook_2016_web.pdf), (Accessed 4 January 2019).
27. Public Information and Communications Service. Ministry of General Affairs of the Netherlands. A state of sharing — Relevant trends for government communication, available at: <https://www.government.nl/binaries/government/documents/reports/2013/08/30/a-state-of-sharing-relevant-trends-for-government-communication/01-a-state-of-share.pdf> (Accessed 3 January 2019).
28. Nicolescu, A. Teodorescu, M. and Gifu, D. (2015), "Architecture of Political Legal Communication", *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, no. 42. pp. 21—31, available at: <https://www.scipress.com/ILSHS.42.21.pdf> (Accessed 4 January 2019).
29. Shymanova, O. (2007), "Theoretical basics of research of the political communications". *Ukrains'ka natsional'na ideia: realii ta perspektyvy rozvytku: zb.-nauk.pr.* vol. 19. pp. 179—184. Available at: [http://vlp.com.ua/files/30\\_33.pdf](http://vlp.com.ua/files/30_33.pdf) (Accessed 4 January 2019).
30. Webster, F. (2002), *Theories of the Information Society. Second Edition*. Routledge, available at: <http://www.artefaktum.hu/it/Webster.htm> (Accessed 5 January 2019).
31. Sanders, K. and Jose Canel, M. (2013), *Government Communication Cases and Challenges*, Bloomsbury Academic, New York, USA.
32. Lomakina, T. (2018), "Global challenges which faced before the government communication: thesis to the discussion", *Manager. Bulletin of the Donetsk State University of Management. Series "Public administration"* [Online], Vol. № 3 (80), available at: <file:///C:/Users/HP/Desktop/Ломакина%20док/Менеджер.%20№3,%202018%20ДУ.pdf> (Accessed 8 Feb 2019).
33. Nesteryak, Yu. V. "State information policy and government in the conditions of the information society", available at: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21-DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=ipd\\_2011\\_23\\_31](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21-DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=ipd_2011_23_31) (Accessed 3 January 2019).
34. McLuhan, M. "Understanding Media. The Extensions of Man", available at: [http://robynbacken.com/text/nw\\_research.pdf](http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf)
35. Kalinichenko, B. M. (2007), "Two types of media power: political science conceptualization" *Political Politolohichnyy visnyk: Zbirnyk naukovykh prats*, vol. 29, pp. 219—232, Kyiv.
36. Gritsenko, O.M. (2006), *Ukrayinski ZMI v konteksti hlobalnykh protsesiv na pochatku XXI stolittya [Ukrainian Mass Media in the Context of Global Processes at the Beginning of the 21st Century]*, [Ukraine on the Road to Europe], pp. 265—379, Etnos, Kyiv, Ukraine.
37. Hiranya, K. (2009), "The Information Society", *Journal of the SCTU*, Vol. 4, pp. 19—29.
38. Yurasov, S. "Digital divide: why Ukrainian villages remain without the Internet", available at: <https://biz.liga.net/all/telekom/article/tsifrovoy-razryv-pochemu-ukrainskie-sela-ostayutsya-bez-interneta> (Accessed 3 January 2019).
39. Chichanovsky, A.A. (1994) "Problems of information space" *Mass media and processes of state formation in Ukraine*, Kyiv, Ukraine.
40. "Application of e-government for formation Sustainable and flexible society", available at: [https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018\\_Russian.pdf](https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018_Russian.pdf) (Accessed 3 January 2019).
41. Kaneman, D. (2016), "Thinking fast and slow", translating from English. M. Yakovlev, Nash format, p. 480, Kyiv.
42. Kosenko, Yu.V. (2011), "Fundamentals of the theory of linguistic communication: teach. manual", p. 187, Sumy State University, Sumy, Ukraine.
43. "Organization of the main link the owner of the authorities: problems of nutrition. Analytic note, available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/392/> (Accessed 6 January 2019).
44. Eko, U. "About some functions of literature" available at: <https://commons.com.ua/en/pro-deyaki-funktsiyi-literaturi/> (Accessed 5 January 2019).

Стаття надійшла до редакції 19.02.2019 р.