



УДК 351.86:659.4:[35.08:005.336.6

ЗВОРОТНИЙ ЗВ'ЯЗОК ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ЧИННИК СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

К. С. Павлюк,

кандидат наук з державного управління,

головний спеціаліст відділу контрольно-аналітичного забезпечення заступника голови Київської міської державної адміністрації з питань здійснення самоврядних повноважень Сагайдака І.В. управління контрольно-аналітичного забезпечення заступників голови Київської міської державної адміністрації, апарат виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

У статті досліджується сутність зворотного зв'язку органів державної влади з громадськістю в процесі забезпечення національної безпеки. Автор доводить, що позитивний імідж державної служби в системі забезпечення національної безпеки є складним та багатофакторним феноменом, з огляду на який формується довіра населення до органів державної влади, забезпечується підтримка управлінських рішень серед широких верств населення. Система національної безпеки (СНБ) розглядається як відкрита, динамічна, соціальна система. Розкривається роль засобів масової інформації в процесі формування іміджу державної служби, пропонуються практичні рекомендації для реформування прес-служб державних органів влади, висвітлюються розбіжності в організації та здійсненні зв'язків із громадськістю в структурах державного управління та комерційного менеджменту, розглядаються шляхи вдосконалення системи взаємодії державних органів влади з громадськістю.

Ключові слова: державне управління, національна безпека, інститути громадянського суспільства, імідж державної служби, недержавна система забезпечення національної безпеки, засоби масової інформації.

K. S. Pavliuk,

Ph.D in Public Administration, the apparatus of the executive body of the Kyiv City Council (Kyiv city state administration), the department of control and analytical support of the deputy head of the Kyiv city state administration on self-governing powers, Sagaidak I.V. the control and analytical support of the deputy heads of the Kyiv city state administration of the apparatus of the executive body of the Kyiv City Council (Kyiv city state administration)

A FEEDBACK BETWEEN THE GOVERNMENT AND THE PUBLIC AS A FACTOR IN BUILDING AN EFFECTIVE GOVERNMENT IMAGE WITHIN THE SYSTEM OF PROVIDING NATIONAL SECURITY

The article explores the essence of the public authorities feedback with civil society in the process of ensuring national security. The author argues that the positive image of the state service in the system of ensuring national security is a flexible and faint-faced phenomenon through which the credibility of the population is formed to government bodies, provided support decision-making process among the broad segments of the population. The National Security System is viewed as an open, dynamic, social system. The role of the mass media is disclosed in the process of forming the image of the public service; the practical recommendations are proposed for reforming the press services of public authorities; the disagreements in the organization and the implementation of public relations in the structures of public management and commercial management are shown; the ways of improving the system of interaction of state authorities with the public are proposed.

Key words: public administration, national security, civil society institutions, public service image, non-government system for ensuring national security, mass media.

Е. С. Павлюк,

кандидат наук государственного управления, главный специалист отдела контрольно-аналитического обеспечения заместителя председателя Киевской городской государственной администрации по вопросам осуществления самоуправляющихся полномочий Сагайдака И.В. управления контрольно-аналитического обеспечения заместителей председателя Киевской городской государственной администрации, аппарат исполнительного органа Киевского городского совета (Киевской городской государственной администрации)

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ФАКТОР СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В статье исследуется сущность обратной связи органов государственной власти с гражданским обществом в процессе обеспечения национальной безопасности. Автор доказывает, что позитивный имидж государственной

© Павлюк К. С., 2018

службы в системе обеспечения национальной безопасности является сложным и многофакторным феноменом, через который формируется доверие населения к органам государственной власти, обеспечивается поддержка управленческих решений среди широких слоев населения. Система национальной безопасности (СНБ) рассматривается как открытая, динамическая, социальная система. Раскрывается роль средств массовой информации в процессе формирования имиджа государственной службы, предлагаются практические рекомендации для реформирования пресс-служб государственных органов власти, освещаются расхождения в организации и осуществлении связей с общественностью в структурах государственного управления и коммерческого менеджмента, рассматриваются пути совершенствования системы взаимодействия государственных органов власти с общественностью.

Ключевые слова: государственное управление, национальная безопасность, институты гражданского общества, имидж государственной службы, негосударственная система обеспечения национальной безопасности, средства массовой информации.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Суспільно-політичні, соціально-економічні та культурні трансформації, що відбуваються в Україні впродовж останнього часу, внесли суттєві корективи у взаємовідносини влади і громадськості. Формування позитивного іміджу державної служби в системі забезпечення національної безпеки є складним та багатфакторним феноменом.

Відкритість, прозорість, ефективність, результативність, позитивні зрушення є головними принципами формування європейських стандартів системи державного управління. Тому актуалізується питання формування позитивного іміджу органів державної влади, популяризація європейських засад функціонування системи державного управління. Перед органами державної влади на сучасному етапі державотворення постало важливе завдання вироблення дієвого механізму співпраці з громадськістю, недопущення формування недовіри громадян до інституту державної служби та зростання суспільного невдоволення. І саме таким механізмом виступає взаємодія з громадськістю, формування позитивного іміджу органів державної влади, який створює можливість забезпечення підтримки управлінських рішень серед широких верств населення та його консолідацію.

Аналіз останніх публікацій за проблематикою та визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз зарубіжних і вітчизняних наукових джерел засвідчив, що проблематиці налагодження дієвої комунікації між органами державної влади і громадськістю, формуванню державними органами адекватного іміджу, який відповідав би вимогам часу, присвячена значна кількість розвідок. Дослідженню феномену іміджу, але ще в прихованому, латентному, стані, присвячені праці відомих мислителів: Платона, Аристотеля, Н.Макиавеллі, Т.Гоббса, М.Вебера та багатьох інших. У другій половині ХХ ст. під впливом

економічного та соціально-політичного розвитку держав дослідження іміджевої проблематики виходить на експліцитний рівень, з'являються перші міждисциплінарні дослідження західних учених К.Болдінга, А.Саллівана, Е.Бернейза, С.Довнеу, Г.Левінсона, П.Стокса, Г.Уоллеса, А.Мацкевича, Л.Брауна, у яких розглядається феномен іміджу та його значення в системі суспільних відносин.

На відміну від західної наукової думки, у дослідженнях радянських учених О.Карцевої [6] та О.Феофанова [13] імідж розглядався в негативному контексті, як ознака буржуазного способу життя та засіб психологічного впливу на масову свідомість.

Актуалізація наукового дискурсу в питанні іміджевої проблематики в пострадянських країнах відбувається на початку 90-х рр. ХХ ст. під впливом процесів гласності та перебудови, з проведенням демократичних виборів, розвитком ринкової економіки і як наслідок – економічної та політичної конкуренції. Концептуальні дослідження іміджу здійснювалися науковцями за двома напрямками. Перший пов'язаний із розробкою основ теорії іміджу, що знайшло відображення в працях В.Варенко [1], Т.Гаман [2], Г.Почепцова [8], О.Русакова [9], Г.Ситника [10], В.Олуйка [10], М.Вавринчука [10]. Представники другого напрямку – Е.Тарашвілі [11], Г.Татарінова [12] та інші – зосередили свою увагу на дослідженні комплексу прикладних аспектів іміджелогії.

Проблеми формування позитивного іміджу державної служби в системі забезпечення національної безпеки, побудови системи взаємозв'язку з громадськістю є недостатньо дослідженими в історіографії публічного управління.

Отже, **метою статті** є дослідження теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо формування позитивного іміджу державної служби, розкриття змісту інформаційно-комунікаційної взаємодії органів державної влади з громадськістю в системі забезпечення національної безпеки.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Побудова системи зворотного зв'язку та взаємодії особи з органами державної влади, місцевого самоврядування в процесі забезпечення національної безпеки є одним із актуальних завдань, що стоять перед суб'єктами системи національної безпеки.

Систему національної безпеки (далі – СНБ) можна розглядати як відкриту, динамічну, соціальну систему, головною метою якої є інтеграція зусиль особи, суспільства, держави для реалізації національних інтересів, забезпечення цілісності суспільного організму та здатності держави відстоювати вказані інтереси [10, с. 152]. Структура, цілі та завдання СНБ формуються в руслі об'єктивних та суб'єктивних процесів і під впливом чинників, які визначають умови реалізації вказаних інтересів. Діалектична єдність складових СНБ визначається нерозривністю процесу розвитку людини, суспільства, держави в просторі й часі.

Залежно від завдань, які потребують вирішення в процесі забезпечення національної безпеки, можна виділити формальну частину СНБ (органи державної влади, сили та засоби забезпечення безпеки тощо) і неформальну частину (інститути громадянського суспільства, громадяни, ЗМІ тощо).

Як свідчить минулий і новітній історичний досвід, ігнорування соціальних параметрів політики призводить до серйозних прорахунків у багатьох сферах суспільного життя, що особливо згубно позначається на стані національної безпеки. У сучасній Україні спостерігається тенденція збільшення чинників, які негативно впливають на імідж державної служби (насамперед корупційність, некомпетентність, байдужість державних службовців), що тягне за собою недовіру громадян як до інституту державної служби, так і зневіру в державі в цілому, розхитування національної єдності та знецінення національних цінностей, що має наслідком відсутність дієвих механізмів запобігання зростанню суспільного невдоволення до критичного рівня. Усі ці чинники збільшують загрози внутрішньополітичній безпеці України. Тому імідж державної служби посідає далеко не останнє місце в системі забезпечення національної безпеки.

Велику роль у формуванні іміджу державної служби та налагодженню зворотного зв'язку з громадськістю відіграють засоби масової інформації, які завдяки своїй діяльності висвітлюють різноманітні аспекти іміджу державного службовця, включаючи персоніфіковані

портрети та інформацію щодо їхньої діяльності як громадської, політичної, так й особистого життя. Проте ЗМІ активно контролюють їхню діяльність, на думку суспільства, і в цьому аспекті вони є надійним засобом зворотної комунікації між суспільством і державними службовцями [9, с. 140].

Крім того, що ЗМІ займаються формуванням громадської думки стосовно державних службовців, вони ще й впливають на їхній суспільний образ, тобто імідж, оскільки є одним із найважливіших суб'єктів формування іміджу державного службовця. Серед інших політичних і соціальних інститутів ЗМІ відрізняються збільшеним ступенем впливу на створення аудиторії, оскільки використовують вискоєфективні інструменти комунікації. Вони прямо чи опосередковано беруть участь у процесі всебічного процесу творення і трансляції іміджу людини, груп людей, організацій, націй, держав. Ця інформаційна діяльність, що пов'язана із позиціонуванням державних службовців на тлі присутності великої кількості інших суб'єктів, стратегій, соціальних процесів тощо, є багатосторонньою. Тому виникає безліч суперечностей у процесі формування та трансляції іміджу державних службовців в Україні.

ЗМІ має дві важливі характеристики впливу на формування іміджу об'єкта (державного службовця в Україні), а саме: здійснення відбору новин та заміна їх важливості. Це здійснюється шляхом зміщення акценту на іншу подію, акцентування на негативі або, навпаки, висвітлення подій у спосіб, який має більш сприятливий характер, що, зі свого боку, дає можливість медіа формувати й актуальність інформаційних приводів і привабливість іміджу певних об'єктів суспільно-політичного життя [6, с. 257]. Відповідно, особи та групи осіб, які створюють політичні, кримінальні та економічні прецеденти, мають більш сприятливий імідж у ЗМІ.

Варто зауважити, що ЗМІ не можуть не впливати на процес формування іміджу державних службовців в Україні через такі чиники:

- ЗМІ уособлюють собою фактично “четверту владу” та мають досить велику довіру населення;
- ЗМІ можна розглядати як посередника між держслужбовцями та населенням;
- ЗМІ фактично через свої інформаційні повідомлення змушують державних службовців звернути увагу на свою поведінку, манеру одягатися, культуру мовлення та інші важливі аспекти.

Проблемами розробки рекомендацій для реформування прес-служб державних установ

влада фактично розпочала займатися з 1997 р. Проте саме ці підрозділи пов'язують державну установу з її громадськістю, від служб із зв'язків із громадськістю головним чином залежить імідж державних органів влади. В.Варенко під поняттям “прес-служба” розуміє структурний підрозділ, що забезпечує інформаційні й комунікаційні вимоги державних відомств, політичних, громадських, бізнесових, а також постійно діючих міжнародних організацій [1, с. 123]. Однак прес-служба недержавної організації містить певні відмінності від прес-служби державної установи. На думку Г.Почепцова, зв'язки з громадськістю – це комунікативна дисципліна, що спрямована на організацію комунікативного простору в сприятливому розпорядку для об'єкта зв'язків із громадськістю та покликана керувати позитивним іміджем організації або людини [8, с. 16]. Прес-служба державної установи – це окремий відділ, головна мета якого полягає у своєчасному та правдивому висвітленні діяльності державної установи та підтримці доброзичливих зв'язків із засобами масової інформації та громадськістю. Продуктивній діяльності цих служб перешкоджає низка проблем, серед яких: дефіцит професійних працівників через невисоку оплату праці, неповна відсутність чіткої схеми повсякденної роботи, розмитість нормативно-правової бази їхньої діяльності та функціонування [2]. У процесі організації та здійснення зв'язків із громадськістю в структурах державного управління й комерційного менеджменту є низка розбіжностей. Це розбіжності у ресурсах, цілях, відповідальності, оточенні, мотивах [12, с. 23].

Відмінності у ресурсах. Відносини в комерційній сфері будуються на основі домовленостей, оскільки головним фактором виступають фінансові можливості організації, що дає змогу користуватися рекламним інструментарієм для досягнення головної мети. Говорячи про державні установи, слід зазначити, що вони володіють чималими інформаційними ресурсами, проте стосовно людських, фінансових та технічних неодноразово постають проблеми, пов'язані з їх недостатністю. Однак, взаємодіючи з громадськістю, державні органи можуть скористатися примусовими важелями впливу.

Відмінності у цілях. Мета зв'язків із громадськістю структури державної установи найчастіше має неекономічний і узагальнений характер, а для комерційних організацій зв'язки з громадськістю, навпаки, сприяють досягненню головної мети такої організації – отриманню прибутку.

Відмінності у відповідальності. Відповідальність у комерційній сфері нерозривно пов'язана

із внутрішньою складовою організації – не продумані та неефективні зв'язки з громадськістю можуть призвести до знищення організації. Говорячи про державний сектор, зауважимо, що відповідальність має зовнішній характер, тобто перед суспільством держава відповідальна за свої дії й рішення. Це, з одного боку, наголошує про більш розмиті вимоги, а з другого – цю розмитість відшкодовує необхідність слідувати закону, який більш ретельно регулює державну сферу, ніж комерційну.

Відмінності в оточенні. Для державних установ характерна особлива манера взаємовідносин із своєю громадськістю та засобами масової інформації, що визначається справедливим прагненням громадськості дізнатися за допомогою ЗМІ, що відбувається в державних установах. Чималий вплив на роботу державної установи справляє взаємодія із громадськими організаціями і здійснення лобістської діяльності. Рішення комерційних організацій рідко обговорюються в пресі, більше того, преса справляє менший вплив на прийняття рішень. Дуже часто інтерес у ЗМІ до приватного бізнесу підвищується в період кризи або ж за виняткових обставин, тому приватний сектор змушений користуватися різними PR-технологіями, щоб посилити інтерес до новин компанії, і ЗМІ очікують, що підприємці будуть взаємодіяти з ними на комерційній основі.

Відмінності в мотивах. Державний бюджет є головною фінансовою основою в державних організаціях, тому інформаційна політика орієнтована насамперед на аудиторію, яка займається розподілом фінансів, а головним мотивом виступає бажання покращити відносини з джерелом коштів і отримати додаткове фінансування. Інший мотив полягає в тому, щоб доречно розподілити бюджетні кошти, які виділені у зв'язку з конкретною ситуацією, оскільки фінансові потоки надто контролюються. У комерційних організаціях як мотив виступають підприємницькі досягнення та прибуток.

Одним із перших завдань, що постає перед державною установою в Україні, є узгодженість її політики з принципами прозорості й інформаційної відкритості. Для вирішення цього завдання створені служби по зв'язках із громадськістю в державних органах влади сектору безпеки та оборони, що займаються розробкою інформаційної політики та донесенням її до громадськості. Безпосередньо проведення цієї політики і значне поширення її серед верств населення реалізує прес-служба відповідних суб'єктів системи національної безпеки [13,

с. 412]. Адже працівники прес-служб безпосередньо контактують із журналістами, які, у свою чергу, доносять думку до громадськості. Прес-служба державної установи – це офіційний носій інформації не тільки відділу по зв'язках із громадськістю в організації, а й власне державної установи.

Public Affairs – це спеціалізований елемент PR, має на меті роботу з громадськістю на урядовому рівні – інформування різноманітних суспільних груп (виборців, споживачів, активістів) в інтересах обох сторін [5]. Використовуючи служби по зв'язках із громадськістю, державна влада забезпечує стійку, планомірну і репрезентативну інформаційно-комунікаційну діяльність, яка характеризує ступінь ефективності всього управлінського процесу. Робота служби по зв'язках із громадськістю в цілому стане ефективною тільки за умови, коли органи державної влади, отримуючи повну інформацію про думку суспільства, використовуватимуть її в процесі прийому державних рішень як у ролі органічно вбудованої частки, так і в механізмі діяльності державних органів. Державні структури користуються своїми інформаційними, комунікаційними можливостями найбільш повно, якщо посилаються на власні служби по зв'язках із громадськістю, що покликані забезпечити стійку і цілеспрямовану інформаційно-комунікаційну діяльність, від якої головним чином залежить ефективність усього управлінського процесу.

Професійно створений імідж інститутів сектору безпеки є інформаційним об'єктом, мета якого – формування прихильності та визнання з боку громадськості; забезпечення сприйняття цих інститутів як силових структур держави.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, зв'язки із громадськістю в державних органах влади – це форма політичної комунікації, спрямованої на встановлення позитивного ставлення громадськості до державної установи та створення позитивного іміджу державної служби загалом.

На сьогодні існують усі необхідні інформаційно-комунікаційні технології для формування іміджу структур сектору безпеки. Зокрема, є можливість уживати комплексних заходів для досягнення конкретного позитивного іміджу. Використання сучасних інформаційних технологій (PR, реклами, повідомлень у ЗМІ, брифінгів, прес-конференцій) сприяє популяризації діяльності структур сектору безпеки і формує обізнаність населення з актуальних питань життєдіяльності інститутів безпеки.

Позитивний імідж структур системи національної безпеки має стратегічне значення для

формування іміджу держави, а тому необхідно враховувати під час процесу іміджбілдингу такі чинники, як: військово-економічна політика держави; історичні, національні й військові традиції; система соціальних стереотипів, норм, цінностей та установок; форма отримання інформації про інститути сектору безпеки; завдання інститутів сектору безпеки у сфері національної безпеки.

Практичним механізмом формування та втілення позитивного іміджу структур сектору безпеки є відповідна політика органів державної влади. Формування позитивного іміджу сектору безпеки має бути однією з важливих складових політичного, ідеологічного, інформаційно-комунікаційного, економічного, культурного та інших напрямів розвитку країни.

Із всього вищевикладеного випливає, що одним із способів запобігання небажаним ситуаціям є грамотно побудована стратегія забезпечення зв'язків із громадськістю. Зв'язок держави з громадянами може виступати не лише ефективним способом передавання інформації своєчасно, а й методом управління суспільством у кризових та надзвичайних ситуаціях. Саме з цієї точки зору зв'язки з громадськістю можна розглядати як складовий елемент національної безпеки сучасної України. Крім того, держава повинна будувати свою політику виходячи зі зворотного зв'язку, що отримується від суспільства, відсутність або неправильне, недостатнє функціонування якого здатне призвести до політики, що не відображає інтереси народу, тобто до порушення демократичного та конституційного ладу. Для повноцінного функціонування цього елемента національної безпеки недостатньо його простої декларації. Необхідна планомірна, безперервна робота з вибудовування зв'язків із громадськістю. Доцільним вважається розробка нормативно-правового документа, що містить основні положення діяльності у сфері зв'язків із громадськістю, стратегічні плани побудови системи стратегічних комунікацій з громадськістю. Необхідно забезпечити грамотну взаємодію держави і суспільства на всіх рівнях влади, починаючи з вищого і закінчуючи місцевою самоврядністю. Увага держави до цієї проблеми дасть змогу запобігти небажаному деструктивному зовнішньому впливу на громадян, а також сприятиме формуванню довіри між громадськістю та органами державної влади у сфері національної безпеки.

Подальші наукові розвідки процесу формування позитивного іміджу органів державної влади системи національної безпеки доцільно присвятити вивченню зарубіжного досвіду в цій сфері.

Список використаних джерел

1. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. / В. М. Варенко. – Київ : Ун-т “Україна”, 2014. – 417 с.
2. Гаман Т. В. Роль і значення зв'язків з громадськістю у формуванні позитивного іміджу органів державної влади / Т. В. Гаман, О. А. Андрійчук // Унів. наук. зап. – 2011. – № 4 (40). – С. 408–415.
3. Про державну службу [Електронний ресурс] : Закон України від 10 груд. 2015 р. № 889-VIII. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/889-19>. – Назва з екрана.
4. Про основи національної безпеки [Електронний ресурс] : Закон України від 19 черв. 2003 р. № 964-IV. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/964-15>. – Назва з екрана.
5. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації [Електронний ресурс] : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80>. – Назва з екрана.
6. Карцева Е. Н. Массовая культура в США и проблемы личности / Е. Н. Карцева. – М., 1974. – 239 с.
7. Мех О. В. Служби зі зв'язків з громадськістю в державних органах влади [Електронний ресурс] / О. В. Мех. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1913>
8. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – Київ : Знання, 2006. – 327 с.
9. Русаков О. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти : учебник / О. Ю. Русаков. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 224 с.
10. Ситник Г. П. Національна безпека України: теорія і практика : навч. посіб. / Г. П. Ситник, В. М. Олуйко, М. П. Вавринчук ; за заг. ред. Г. П. Ситника. – Хмельницький ; Київ, 2007. – 616 с.
11. Тарашвили Е. Связи с общественностью в государственных структурах. Международный пресс-клуб / Е. Тарашвили. – 2008. – 308 с.
12. Татарина Г. Н. Современная пресс-служба : учеб. пособие / Г. Н. Татарина. – Омск, 2007. – 79 с.
13. Феофанов О. А. США: реклама и общество / О. А. Феофанов. – М., 1974. – 521 с.

References

1. Varenko, V.M. (2014), *Informatsijno-analitychna diial'nist': navchal'nyj posibnyk* [Informational and analytical activity: manual], “Ukraine” University, Kyiv, Ukraine.
2. Haman, T.V. and Andrijchuk, O.A. (2011), “The role and importance of relations with the public in the formation of a positive index of government agencies”, *Universytets'ki naukovi zapysky*, vol. 4 (40), pp. 408–415.
3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), Law of Ukraine “On Public Service” of 10.12.2015 no. 889-VIII, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/889-19> (Accessed 12 September 2017).
4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), Law of Ukraine “On the Basics of National Security” of 19.06.2003 no. 964-IV, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/964-15> (Accessed 12 September 2017).
5. The Verkhovna Rada of Ukraine, Law of Ukraine “On the Procedure for Extending the Activity of the Organizations of the State Bonds and Local Government Organizations in Ukraine with the Personnel of the Ministry of Information”, available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80> (Accessed 20 September 2017).
6. Karceva, E.N. (1974), *Massovaja kul'tura v SShA i problemy lichnosti* [Mass culture in the US and the problems of personality], Moscow, ISSR.
7. Mekh, O.V., “Public Relations Services in Government Bodies”, available at: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1913> (Accessed 20 September 2017).
8. Pocheptsov, H.H. (2006), *Pablik rylejshnz: navchal'nyj posibnyk* [Public relations: manual], Znannia, Kyiv, Ukraine.
9. Rusakov, O.Ju. (2006), *Svjazi s obshhestvennost'ju v organah gosudarstvennoj vlasti: uchebnyk* [Public relations in public authorities: a textbook], Publisher Mihajlov, V.A., St.Petersburg, Russian Federation.
10. Sytnyk, H.P., Olujko, V.M. and Vavrynychuk, M.P. (2007), *Natsional'na bezpeka Ukrainy: teoriia i praktyka: navchal'nyj posibnyk* [National Security of Ukraine: Theory and Practice: a manual], Khmelnytskyi – Kyiv, Ukraine.
11. Tarashvili, E. (2008), *Svjazi s obshhestvennost'ju v gosudarstvennyh strukturah. Mezhdunarodnyj press-klub* [Public relations in state structures. International Press Club].
12. Tatarinova, G.N. (2007), *Sovremennaja press-sluzhba: uchebnoe posobie* [Modern Press Service: A Training Manual], Omsk, Russian Federation.
13. Feofanov, O.A. (1974), *SShA: reklama i obshhestvo* [USA: advertising and society], Moscow, USSR.