

**Леся ГАМАНЕНКО**

здобувач освітньо-професійної програми  
«Публічне управління та адміністрування», ЗУНУ  
(науковий керівник: канд. наук з держ упр., доцент кафедри  
менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ  
Віктор АНТОНЮК)

### **ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ КАМПАНІЙ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ПУБЛІЧНОЇ СФЕРИ**

«Публічна сфера – це сфера функціонування держави, її інститутів і елементів, утворень, публічних об'єднань, таких як профспілки, політичні партії, рухи, інші громадські організації на основі публічної власності, з використанням макроструктурних і інфраструктурних ресурсів публічної сфери» [1].

Організації публічної сфери виконують публічні функції та забезпечують надання послуг населенню від імені держави чи територіальної громади. Ефективність їх діяльності значною мірою залежить від якості комунікацій з громадянами, адже саме через інформування, діалог і зворотний зв'язок забезпечується прозорість, підзвітність та підтримання управлінських рішень громадськістю. У цьому контексті особливого значення набувають підготовка й проведення комунікативних кампаній як інструменту формування довіри, підсилення легітимності політики та залучення громадськості до процесів місцевого розвитку.

Комунікативні кампанії є комплексом цілеспрямованих, системно спланованих і координованих комунікаційних заходів, спрямованих на інформування цільових груп, їх залучення та формування поведінкових чи ціннісних змін у цих групах з метою підтримки реалізації політик, програм, рішень або сервісів організації публічної сфери.

Комунікативні кампанії охоплюють визначення цільових аудиторій, розроблення ключових повідомлень, вибір каналів

комунікації, проведення інформаційних, просвітницьких, мотиваційних чи кризових заходів, а також моніторинг їх ефективності.

Підготовка й проведення комунікативних кампаній є об'єктивною необхідністю для організацій публічної сфери, оскільки сприяє посиленню прозорості їх діяльності, активізації участі громадян, успішній реалізації місцевої політики та ефективному реагуванню на сучасні соціокультурні й інформаційні виклики.

Об'єктивна необхідність підготовки та проведення комунікативних кампаній організаціями публічної сфери обумовлюється множиною причин, основні з яких представлені в табл. 1.

Таблиця 1

**Причини, які обумовлюють необхідність підготовки та проведення комунікативних кампаній організаціями публічної сфери**

| № | Причини                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <b>Забезпечення прозорості та підзвітності діяльності.</b> Організації публічної сфери виконують суспільно важливі функції, а тому зобов'язані забезпечувати відкритість управлінських рішень і доступ громадян до інформації. Комунікативні кампанії є інструментом реалізації принципів прозорості, підзвітності та доброчесності, що підсилює довіру громадян до публічної влади.                                                                                                                                                                    |
| 2 | <b>2. Зростання суспільних очікувань та вимог до комунікації.</b> Розбудова інформаційного суспільства вимагає швидкого, зрозумілого й достовірного інформування зацікавлених сторін. В умовах надлишку інформації й конкуренції між інформаційними джерелами комунікативні кампанії дозволяють організаціям публічної сфери доносити важливі рішення до стейкхолдерів структуровано, професійно та ефективно.                                                                                                                                          |
| 3 | <b>Необхідність залучення громадян до процесів прийняття рішень.</b> Якісні комунікації є передумовою участі громадськості у формуванні політик, зворотного зв'язку, громадських обговорень, слухань та консультативних процесів. Комунікативні кампанії створюють простір для діалогу, що підсилює легітимність управлінських рішень.                                                                                                                                                                                                                  |
| 4 | <b>Підтримка успішної реалізації політик, реформ і програм.</b> Здійснення політики в будь-якій сфері (промислового виробництва, транспорту тощо), проведення реформи (децентралізації й ін.) або реалізація програми (екологічної, соціальної та ін.) потребує розуміння й підтримки громадян. Комунікаційні кампанії сприяють усвідомленню цілей, змісту та очікуваних результатів в результаті модернізації політики, втілення реформ, реалізації програмних заходів. Це зменшує ризик опору змінам, настання конфліктів та виникнення непорозумінь. |

| №  | Причини                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5  | <b>Протидія дезінформації та інформаційним загрозам,</b> що є особливо актуальним для України в умовах воєнних дій та інформаційної гібридної агресії. Комунікаційні кампанії дозволяють швидко й ефективно транслювати достовірну інформацію, спростовувати фейки та зменшувати інформаційні ризики. |
| 6  | <b>Підвищення оперативності та ефективності кризових комунікацій.</b> У надзвичайних ситуаціях (воєнний стан, евакуація населення, епідемії, техногенні аварії) комунікативні кампанії забезпечують чітке, координоване інформування населення, що прямо впливає на безпеку громадян.                 |
| 7  | <b>Формування позитивного іміджу.</b> Через системні комунікації організація демонструє свою компетентність, відповідальність та відкритість. Це зміцнює її репутацію, підвищує довіру громадян і партнерів до її діяльності.                                                                         |
| 8  | <b>Розвиток соціального капіталу громади.</b> Комунікативні кампанії сприяють зміцненню взаєморозуміння між організаціями публічної сфери та мешканцями, формують солідарність, відповідальність, мобілізують громаду до участі у спільних заходах та проєктах.                                       |
| 9  | <b>Підвищення ефективності надання публічних послуг.</b> Через добре розроблені кампанії громадяни дізнаються про нові сервіси, правила, процедури, можливості участі, цифрові інструменти. Це покращує доступність і якість публічних послуг.                                                        |
| 10 | <b>Відповідність принципам сучасного демократичного врядування.</b> Комунікативні кампанії є дієвим механізмом реалізації принципів good governance (справедливий уряд), а саме: участі, відкритості, ефективності, інклюзивності, зворотного зв'язку.                                                |

Примітка. Сформовано автором

Підготовка та проведення комунікативних кампаній органами місцевого самоврядування як організаціями публічної сфери має яскраво виражену локальну специфіку, що зумовлена їх близькістю до населення та необхідністю формувати довіру громадян до управлінських рішень ОМС. Такі кампанії поєднують інформування, діалог і залучення мешканців, забезпечуючи прозорість та результативність місцевої політики. Їх ефективність значною мірою визначає успіх реалізації реформ, програм і проєктів розвитку територіальної громади.

#### **Список використаних джерел:**

1. Крупчан О.Д. Публічна сфера і право публічної власності. URL: <http://ppp-journal.kiev.ua/archive/2017/17/3.pdf>