

## ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ

**Ведмідь П.В.**

*аспірантка,*

*Навчально-науковий інститут публічного управління*

*та державної служби*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

### **ПУБЛІЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР В УКРАЇНІ: КЛЮЧОВІ АКТОРИ**

Українська держава як повноцінний суб'єкт міжнародного демократичного співтовариства намагається слідувати переважній більшості актуальних світових трендів та адаптувати їх до власного соціально-культурного контексту. Саме тому, формування публічного простору, як ариени взаємодії усіх зацікавлених сторін, та перехід до нього від державної монополії у визначенні соціально-політичних стратегем, завдань та практик сприймаються логічним кроком у розвитку сучасної демократичної країни. Окрім того, визначене вище прикладне підгрунття стимулює українську державу й до жвавого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та їх ефективного використання у публічній площині, що з необхідністю призводить до створення та удосконалення публічного інформаційно-комунікаційного простору.

Публічний інформаційно-комунікаційний простір – це сфера визначення пріоритетів та орієнтирів соціально-політичної свідомості та культури громадян, ідентифікації провідних цілей та завдань внутрішньої та зовнішньої політики, засад функціонування суспільства. Це вимір, в якому взаємодіють публічні актори, використовуючи інформаційно-комунікаційні засоби, вони чинять вплив на ідеї, переконання та цінності одне одного та суспільства загалом.

О. Чальцева зазначає, що «...в сучасній публічній політиці під впливом глобальних тенденцій, з розвитком інформаційних технологій і внутрішньосистемних змін, пов'язаних з проявами індивідуалізації поведінки, пошуком нових ідентичностей, переходом суспільства на новий щабель організаційного розвитку і формуванням модернізованих

інституціоналізованих структур включення громадян у процес управління, відбулися істотні зміни, які привели до якісних трансформацій традиційних і появи нових суспільних акторів, зміні характеру їх взаємодій в публічному полі» [2].

«Нові інформаційно-комунікативні механізми формують новий тип соціальних відносин, у яких задіяні як реальні, так і віртуальні учасники політичного процесу. Нові види комунікації породжують нові можливості для акторів публічного поля формувати порядок денний, контролювати його виконання, брати участь у процесі його реалізації за допомогою мережевих ресурсів. Інтерактивні механізми (електронний уряд, електронні послуги, електронні ЗМІ тощо) в сучасних умовах конструюють публічну політику «знизу – вгору», визначаючи нову практику публічно-приватного партнерства», – стверджує у монографії дослідниця [3, с. 98].

Тож, які соціальні суб'єкти сьогодні можуть вважатися повноцінними акторами публічного інформаційно-комунікаційного простору? По суті, до них можуть бути віднесені усі інституції та особи, які репрезентують державний, приватний або громадський сектори та провадять інформаційно-комунікаційний вплив, зокрема органи центральної та місцевої державної влади, політичні партії, громадські організації, профспілки, публічні діячі, ЗМІ, бізнесмени, політики і т. д. Безперечно, сила їх переконання та значущість у публічному інформаційно-комунікаційному просторі часто залежить від їх ресурсного потенціалу (влада, люди, техніка, гроші, інформація, знання тощо). І тут можна простежити чітку закономірність: чим більші обсяги ресурсів, тим більш результативною (значущою) буде діяльність публічного актора. Саме тому, попри налагодження партнерських взаємодій між різними суспільними секторами, перевага часто лишається на боці державного у силу ресурсного «гандикапу».

У той же час, хотілося б відзначити зростаючий потенціал інститутів громадянського суспільства, які останніми роками отримують все більшу довіру соціуму на фоні зростання недовіри до держави та її інституцій. «Здійснення традиційної політики максимально формалізоване, спирається на закон та регламенти. Суб'єкти ж публічної політики основну увагу приділяють імпульсам (соціальним замовленням), які посилає їм громадянське суспільство, колективним рекомендаціям, громадській думці, моральним угодам, намагаючись виробити консенсусні рішення» [1].

У вітчизняних реаліях можна виділити наступних провідних акторів публічного інформаційно-комунікаційного простору:

– Верховна Рада, що на законодавчому рівні визначає засади та напрями формування та розвитку публічного інформаційно-комунікаційного простору (Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», Закон України «Про телебачення і радіомовлення», Закон України «Про електронні комунікації», Закон України «Про видавничу справу», Закон України «Про інформацію», Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», Закон України «Про порядок висвітлення органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», Закон України «Про інформаційні агентства» тощо);

– Президент України, який координує внутрішню і зовнішню політику, включаючи інформаційно-комунікаційний вектор (Укази «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», «Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017–2020 роки» тощо);

– Кабінет Міністрів України, який на виконавчому рівні реалізовує законодавчо закріплені ініціативи (постанови та розпорядження, зокрема «Про схвалення Стратегії інформаційної реінтеграції Автономної Республіки Крим та м. Севастополя», «Про схвалення Стратегії інформаційної реінтеграції Донецької та Луганської областей», «Деякі питання удосконалення комунікативної роботи органів виконавчої влади» тощо);

– Міністерство культури та інформаційної політики України, яке забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах культури, державної мовної політики, популяризації України у світі, державного іномовлення, інформаційного суверенітету України (у частині повноважень з управління цілісним майновим комплексом Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ») та інформаційної безпеки, а також забезпечує формування та реалізацію державної політики у сферах кінематографії, відновлення та збереження національної пам'яті, міжнаціональних відносин, релігії та захисту прав національних меншин в Україні, мистецтв, охорони культурної

спадщини, музейної справи, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей;

– Міністерство цифрової трансформації України, яке здійснює інструментально-технологічне забезпечення модернізації інформаційної політики держави та міжсекторальної взаємодії (онлайн публічні послуги, розширення покриття швидкісним інтернетом, розвиток цифрових навичок українців, збільшення долі ІТ у ВВП країни тощо);

– ЗМІ (телевізійні канали, друковані та електронні видання, радіостанції з переважанням публічно-аналітичного контенту, приміром, «Україна 24», «Прямий», «Українська правда» і т. д.), які почасти визначають порядок денний у інформаційному полі;

– публічні медійні особистості (журналісти, політологи, громадські діячі, політики тощо), які регулярно відвідують шоу соціально-політичного спрямування, транслюючи власну позицію або ставлення до того чи іншого питання організації, установи, сили, яку вони репрезентують, або ж використовують соціальні мережі як інструмент комунікації з аудиторією і таким чином впливають на формування громадської думки.

### **Список використаних джерел:**

1. Гомоляко О. Формування публічної політики: теоретико-методологічні аспекти. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018\\_04\(39\)/6.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_04(39)/6.pdf)

2. Чальцева О. Публічні актори: у пошуках суб'єктності. URL: <https://eppd13.cz/wp-content/uploads/2017/2017-4-2/04.pdf>

3. Чальцева О. Публічна політика: теоретичний вимір і сучасна практика. Вінниця : ФОП Барановська Т. П., 2017. 336 с.