

УДК 35.072:659.3/.4]«364»

Логвін Дмитро

ORCID iD 0009-0002-7123-9169

e-mail: logvindima@knu.ua

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ

[https://doi.org/10.33269/2618-0065-2024-2\(16\)-101-113](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2024-2(16)-101-113)

Анотація. Зв'язки з громадськістю стали невід'ємною частиною сучасної системи державного управління в усіх країнах, які послуговуються у своїй політиці демократичними принципами. Однак сьогодні Україна опинилася в умовах повномасштабної агресії сусідньої країни, яка має потужну пропаганду та регулярно вчиняє інформаційно-психологічні атаки. Як за цих умов працюють зв'язки з громадськістю та яка їхня роль у боротьбі з несправедливою агресією? Та чи діють взагалі ці принципи під час повномасштабної війни? Наукова стаття присвячена аналізу зв'язків із громадськістю в контексті трансформацій, які відбуваються в системі державного управління під час війни та пошуку ефективних моделей зв'язків із громадськістю в системі державного управління під час війни. Дослідження засноване на аналізі відомих теоретичних підходів, а також досвіду країн, які зазнали трансформації зв'язків із громадськістю у системі державного управління внаслідок воєнних конфліктів. Для досягнення мети статті використано методи системного та компаративного аналізу. У дослідженні детально розглянуто різні підходи іноземних та вітчизняних дослідників до визначення терміна «зв'язки з громадськістю». Завдяки використанню компаративного та системного методу дослідження запропоновано класифікацію «зв'язків з громадськістю» залежно від заданих дефініцією функцій. Проаналізовано досвід комунікації країн зі своїми громадянами і мешканцями окупованих територій під час Другої світової війни та війни у В'єтнамі. Визначено роль та важливість пропаганди під час війни у залученні громадськості, зокрема через ефективну комунікацію, активну участь громадян і підтримку соціальної солідарності. Надалі у наукових дослідженнях варто зосередити більше уваги на вивченні вітчизняного досвіду трансформації та використання зв'язків із громадськістю в системі державного управління під час дії воєнного стану.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю, війна, державне управління, комунікація.

Постановка проблеми. 24 лютого 2022 року Україна стала жертвою першого після Другої світової війни повномасштабного вторгнення в Європі. Наступ ворожих військ супроводжували потужні інформаційно-психологічні атаки, які

мали похитнути довіру українців до державного керівництва та сприяти розгубленості центральних органів виконавчої влади. З усіх боків на українців лавиною котилися повідомлення про безперспективність будь-якого спротиву окупації. Найоптимістичніші експерти в іноземних ЗМІ давали Україні лише декілька тижнів, а ворог не більше декількох днів. Українців тоді врятувала нечувана консолідація громадськості, яка була б неможлива без якісно вибудованої комунікації влади з населенням, адаптованої до умов воєнного стану. У перші ж дні організовано «Телемарафон», який цілодобово протидівав ворожій дезінформації, а офіційні канали державних установ стали головним джерелом надійної інформації для громадян. На противагу ворожим інформаційно-психологічним атакам, українська влада стала основним джерелом інформації для населення. Сьогодні інформаційно-психологічні атаки ворога не припинилися, а стали більш продуманими та небезпечними.

Через активність інформаційних атак ворога та специфіку комунікації з населенням під час дії воєнного стану найбільшою проблемою для зв'язків із громадськістю в системі державного управління під час війни стала відкритість і доступність інформації, адже вона є не лише міцним щитом, а й потужною зброєю. Через дію воєнного стану на вільний обіг інформації накладається цілий ряд вкрай важливих обмежень, які мають суттєві ризики для подальшого розвитку демократичних інститутів. У рамках дослідження впливу воєнного стану на громадську участь в Україні, яке проведено в країні на замовлення Ради Європи у 2022 році, автори дійшли висновку, що «громадські організації позбавлені можливості здійснювати свою діяльність через те, що громадськість не отримує інформацію від органів місцевого самоврядування належним чином» [1]. Це може позбавити громадян відчуття своєї активної участі у житті громади та країни. Унаслідок цього актуальність дослідження ролі та перспективи покращення зв'язків із громадськістю в системі державного управління під час війни сьогодні лише зростає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання про вплив війни на комунікацію з громадянами не нові. Дійсно, велика кількість досліджень на цю тему проведена

американськими дослідниками. Дуглас Кіннард у своїй книзі «Військові менеджери» одним із перших звернув увагу на те, як засоби масової інформації впливають на хід війни у В'єтнамі.

Пізніше, у 2003 році, Рей Е. Гіберт також дослідив зв'язки з громадськістю та пропаганду в рамках війни в Іраку. Згодом цю тему досліджували Томас Б. Крісті, Мохан Дж. Датта-Бергман та інші.

У 2015 році Коннор Фолі опублікував своє велике дослідження про американську пропаганду в Другій світовій та В'єтнамській війнах, в якому він детально проаналізував роботу американської пропаганди під час двох війн. Зіставивши їх результати, він зміг виокремити головні особливості ефективної державної інформаційної політики у демократичній країні в умовах війни. Однак ще більш актуальне питання американської пропаганди під час війни розкриває Сьюзен Брюер у книзі «Чому Америка бореться: патріотизм і військова пропаганда від Філіппін до Іраку». На відміну від дослідження Коннора Фолі, Сьюзен Брюер змогла охопити набагато більше військових конфліктів, у яких брали участь США, що дало їй змогу дослідити еволюцію зв'язків із громадськістю в американській системі державного управління під час війни. Для цього вона проаналізувала всі військові конфлікти ХХ століття, в яких брали участь Сполучені Штати Америки.

Початок повномасштабного вторгнення РФ актуалізував це питання і в українському науковому просторі. Одними із перших дослідили вплив воєнного стану на громадську участь в Україні О. Гвоздік, Н. Черногуб, Ю. Гвоздович, В. Кебало та А. Петренко-Лисак у межах проекту Ради Європи. Також аналізуванню різних аспектів комунікації з громадськістю під час війни присвятили свої роботи Т. Лушагіна, В. Губенко, М. Волосюк, Ю. Богач, В. Березенко, Н. Санакоєва, П. Холодний та інші.

Мета статті. Стаття присвячена аналізу зв'язків із громадськістю в контексті трансформацій, які відбуваються в системі державного управління під час війни, та пошуку ефективних моделей зв'язків із громадськістю в системі державного управління під час війни.

Методи дослідження. Дослідження засноване на аналізі

відомих теоретичних підходів, а також аналізі досвіду країн, які зазнали трансформації зв'язків із громадськістю у системі державного управління внаслідок воєнних конфліктів. Для досягнення мети статті використано методи системного та компаративного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Вперше термін «зв'язки з громадськістю», в оригіналі «public relation», використано третім президентом Сполучених Штатів Америки Томасом Джефферсоном у 1807 році під час щорічного звернення до Конгресу. На жаль, першоджерело не має конкретного тлумачення, що змушує нас трактувати його в контексті змін, які мають відбутися в державі за підтримки суспільства для ефективного протистояння актуальним викликам і проблемам, зокрема воєнним [2].

Після 1807 року термін «public relation» ще тривалий час не згадувався і не застосовувався у публічних та наукових колах. Проте це змінилося після того, як у другій половині ХХ – першій половині ХХІ століття суттєво зросла роль науки про комунікацію між суспільством та державою.

Ставши науковою категорією відносно нещодавно, «зв'язки з громадськістю» потребували більш чіткого визначення. Одним із перших і найавторитетніших дослідників «public relation» на заході в другій половині ХХ століття був Рекс Харлоу. Досконало дослідивши зв'язки з громадськістю він сформулював власну дефініцію: «Public relation – це особлива функція управління, яка сприяє встановленню та підтримці спілкування, розуміння, прихильності та співпраці між організацією та громадськістю. Вона передбачає вирішення різних проблем: забезпечує керівництво організації інформацією про громадську думку і надає йому допомогу у виробленні заходів у відповідь; забезпечує діяльність керівництва на користь громадськості; підтримує керівництво у стані готовності до різних змін шляхом завчасного передбачення тенденцій; використовує дослідження та відкрите спілкування як основні засоби діяльності, заснованих на етичних нормах спілкування» [3, с. 36]. Інший видатний американський дослідник «public relation» – Семюель Блек був значно лаконічнішим, коли охрестив зв'язки з громадськістю

наукою для досягнення гармонії за допомогою взаєморозуміння, заснованого на правді й повній інформації [4, с. 95].

Ці визначення і сьогодні можна вважати класичними, але динамічність розвитку науки про комунікацію призвела до розширення дефініцій. Зокрема, значний внесок у дослідження поняття зробили вітчизняні вчені. Наприклад, Миколай Бутко, який має схожі погляди на трактування поняття «public relation». На його думку, зв'язки з громадськістю «є функцією управління, що передбачає вивчення й аналіз настроїв громадськості, гармонізацію політики організації з суспільними інтересами, сприяє реалізації програми дій, спрямованих на досягнення громадського розуміння та схвалення» [5, с. 3].

А українська дослідниця Ліліана Руїс Мендісабаль у своєму кандидатському дослідженні «Зв'язки з громадськістю як комунікативний аспект державного управління» робить висновок, який відрізняється від попередніх, що «зв'язки з громадськістю – це наука і мистецтво управління процесом комунікації між організацією та громадськістю з метою формування громадської думки в бажаному організації напрямку за підтримки засобів масової комунікації» [6, с. 12].

Це чудово демонструє нам як задані дефініції позначаються на підходах та цілях «public relation». Провівши компаративний аналіз, ми можемо стверджувати, що зв'язки з громадськістю мають щонайменше два основних вектори сприйняття: класичний та технічний. У класичному розумінні, представленому Р. Харлоу, С. Блеком, М. Бутко та іншими дослідниками, зв'язки з громадськістю розглядаються як інструмент впливу громадянського суспільства або просто громадськості на ухвалення та реалізацію державних рішень. У цьому разі організації є споживачами інформації про суспільні настрої і вподобання, що допомагає їм краще виконувати свої управлінські функції та сприяє вкоріненню демократичних цінностей в державі. Під час війни такий підхід допомагає владним інститутам отримати ширшу підтримку та довіру з боку громадян, а суспільству зберегти свій вплив на ухвалення політичних і управлінських рішень в країні.

Технічний вектор орієнтується на протилежну

комунікацію суб'єктів, в якій зв'язки з громадськістю сприймаються як механізм впливу організації на громадську думку. Втіленням цього підходу є пропаганда. Її важливість була продемонстрована під час Другої світової війни. Досвід нацистської Німеччини та Радянського Союзу – двох найжорстокіших і найкривавіших режимів в середині минулого століття, довів, що пропаганда є найнеобхіднішим елементом управління громадською думкою для тоталітарної держави в стані війни. Проте подібна форма комунікації може бути неефективною без врахування інформації про настрої населення та завчасного передбачення тенденцій, про які Рекс Харлоу писав у своєму визначенні.

Зокрема, український історик Ярослав Грицак, порівнюючи різні підходи до українського питання з боку Радянського Союзу та нацистської Німеччини, у своїй роботі «Нарис історії України. Формування модерної нації ХІХ–ХХ ст.» відзначив разючу відмінність у підходах двох тоталітарних режимів. Він зазначає: «У ході звільнення України більшовики почали відверту гру на українських патріотичних почуттях. Фраза “національна суверенна українська держава у формі Української РСР” з певного моменту стала все частіше повторюватися у радянських газетах і радіопрограмах... 10 жовтня 1943 р. було прийняте рішення заснувати орден Богдана Хмельницького. Тоді фронти, які вели бої на території України, отримали назви українських, а частка українців в деяких арміях цих фронтів сягала 60–80%... Для посилення ролі національного фактору Верховна Рада СРСР схвалила реформу конституції, яка передбачала право республік на свої власні військові формування, а також право встановлювати прямі зовнішні зв'язки» тощо [7, с. 451]. Це дає змогу зробити висновок, що Радянський Союз вдало використовував зв'язки з населенням (відсутність громадянського суспільства і демократичних інститутів в Радянському Союзі не дає нам змоги використовувати термін «зв'язки з громадськістю»), поєднавши пропаганду з отриманою інформацією про настрої місцевого населення. Наслідком такої комунікації стало зростання частки українців серед мобілізованого населення майже утричі та прихильне ставлення до радянських військ, що

наступали.

Натомість відсутність ефективних зв'язків із місцевим населенням та «непоступливість» німецького управління не сприяли реалізації потенціалу надпотужної нацистської пропаганди. Ось як про це пише Я. Грицак: «Гнучкість політики Москви стосовно нововідвойованої території різко контрастувала з непоступливістю фашистського керівництва... німецька пропаганда змушена була представляти свої військові дії як війну за інтереси не лише Німеччини, а й за визволення європейських народів від більшовицької загрози. Допускалося формування національних військових частин... Але всі ці заходи мали виключно пропагандистський характер і ніким не були по-справжньому втілені в життя» [7, с. 452–453].

Брак ефективної комунікації з населенням та великі розбіжності між словом та справою призвели до того, що нацисти не змогли заручитися підтримкою місцевого українського населення перед радянським наступом у 1945 році. Натомість правильне поєднання отриманої інформації про суспільні настрої та пропаганди змогло забезпечити радянські війська більшою підтримкою серед місцевого населення.

Проте приклад тоталітарних країн не може бути використаний повною мірою іншими країнами, оскільки вони не мають державних інститутів, які б були підзвітні громадськості. Нацистська Німеччина та Радянський Союз використовували комунікацію тільки для формування бажаної громадської думки. Дещо інакше працюють зв'язки з громадськістю в демократичних країнах, де також існує й активно використовується пропаганда для отримання широкої підтримки державних ініціатив. Але державні інститути в демократичних країнах все одно залишаються підзвітними та контролюються громадянами. Така система є одним з основних і найважливіших принципів демократії – підзвітність влади. Однак під час війни цей принцип обмежує гнучкість і швидкість ухвалення рішень, які є критично необхідними в таких умовах. Не менш небезпечним для демократій є вплив ворожої пропаганди на громадську думку.

Зовсім інакше були побудовані зв'язки з громадськістю

під час Другої світової війни у Сполучених Штатах Америки, де не було такої масової пропаганди, як у Німеччині чи Радянському Союзі. Навпаки, Управління військової інформації Рузвельта проголосило «стратегію істини», або «стратегію правди» [8, с. 10]. На відміну від ворогів та навіть деяких союзників, американський уряд заохочував поширення правдивої інформації про події на фронті. Зокрема, ЗМІ надано дозвіл повідомляти громадськості про всі успіхи та невдачі союзників у цій війні [9, с. 6–7]. Все це мало нагадати громадськості про важливість боротьби і про страшні наслідки байдужості. Таким чином, уряд усіляко намагався мобілізувати громадськість, яка поступово стомлювалася від тривалого і дорогого конфлікту [10, с. 59].

Однак досвід США під час війни у В'єтнамі вже свідчить, як погано побудовані зв'язки з громадськістю можуть призвести до поразки у війні. Відсутність чітких формулювань, постійна зміна риторики та спроби видати бажане за дійсне призвели до того, що навіть найвище керівництво США не розуміло цілей цієї війни. Опитування, проведене Дугласом Кіннарлом, свідчить, що сімдесят відсотків американських генералів не розуміли американських військових цілей у В'єтнамі [11, с. 25]. Під час цієї війни уряд США з самого початку намагався не привертати багато уваги до конфлікту, тому зв'язки з громадськістю переважно слугували для того, щоб «викликати пасивну підтримку далекого конфлікту» серед громадян, а не мобілізувати їх на війну, як це було в роки Другої світової війни [8, с. 8]. Згодом зв'язки з громадськістю і зовсім перетворилася лише на засіб контролю з потужною цензурою [10, с. 64]. Брак правдивої та повної інформації в демократичній країні від офіційних джерел призвів до поширення недовіри до державних інститутів та активних антивоєнних протестів, які підбурювалися чутками про поразки на полі бою.

Таким чином, система державного управління під час війни потребує розвитку та налагодження правдивого та ефективного зв'язку з громадськістю. Це дасть змогу системі державного управління вирішити ряд важливих завдань.

По-перше, покращить розуміння владою потреб

громадськості. У часи війни уряду важливо мати чітке розуміння потреб і очікувань громадськості. За допомогою регулярних досліджень громадської думки, опитувань і соціологічних досліджень держава може отримати інформацію про стан думки громадськості, її ставлення до військових дій, підтримку військової кампанії та потреби населення. Це допоможе уряду адаптувати свою комунікаційну стратегію та діяти відповідно до очікувань громадськості.

По-друге, забезпечить прозорість та доступ до офіційної інформації. Уряду важливо забезпечити відкритість та доступність інформації під час війни. Громадськість повинна мати можливість ознайомитися з офіційною інформацією щодо військових дій, стратегічних планів і прогресу в боротьбі. Чесна та точна інформація сприяє зменшенню поширення чуток, запобігає паніці, сприяє довірі до уряду, а також запобігає і протидіє інформаційно-психологічним атакам ворога. Крім того, створення прозорих комунікаційних каналів, таких як пресконференції, офіційні заяви та використання соціальних медіа, дає змогу забезпечити широкий доступ громадськості до оновленої інформації.

По-третє, сприятиме залученню громадськості до дій військового управління. Адже під час війни важливо швидко мобілізувати громадян до потреб військового управління. Як зазначає Тетяна Лушагіна, ефективність комунікації може «вимірюватися здатністю населення давати зворотній зв'язок» через організацію добровольчих підрозділів, участь у волонтерській діяльності тощо [12, с. 486]. Також це може включати військові тренування для громадськості та залучення до процесу ухвалення рішень та консультацій з експертами. На думку М. Волосюк та Ю. Богач, особливість комунікаційної політики під час війни полягає у «визначенні спільних цінностей і наданні можливостей громадськості бути залученими до рішень, які впливають на їхнє життя» [13, с. 87]. Залучення громадськості підвищує рівень свідомості населення щодо ситуації, сприяє взаєморозумінню між урядом та громадськістю, а також підтримує мобілізацію суспільства.

По-четверте, покращить комунікацію системи державного управління із засобами масової інформації. Засоби масової

інформації відіграють ключову роль у поширенні інформації під час війни. Ефективна комунікація із засобами масової інформації, яка включає надання достовірної інформації, підтримку свободи преси та співпрацю з журналістами, допомагає контролювати імідж країни та поширення інформації, а також впливає на публічну думку, внутрішню та зовнішню політику.

Досвід сучасної російсько-української війни демонструє, що українське керівництво чудово засвоїло історичний досвід і вдало використовує його. Попри важку ситуацію в країні, пов'язану із повномасштабним вторгненням, та впровадження військового стану після 24 лютого держава не втратила зв'язок з громадянським суспільством. Прикладом такого зв'язку може бути запропоноване Президентом України від 28 червня 2023 року загальнонаціональне обговорення п'яти основних орієнтирів для Української доктрини [14]. Незважаючи на воєнні дії, українська держава та державне управління продовжують запрошувати суспільство до обговорення важливих питань і дослуховуються до порад громадськості. Таким чином, використання досліджень та відкритого спілкування з громадянами допомагає державним органам навіть під час війни бути готовими до різних змін шляхом завчасного передбачення тенденцій.

Висновки та напрями подальших досліджень. Таким чином, зв'язки з громадськістю, побудовані на правдивій та повній інформації, можуть бути надзвичайно ефективним методом залучення громадян, адже саме довіра громадян до держави та державних інститутів є запорукою єдності та міцності. Це своєю чергою дасть змогу системі державного управління під час війни вирішити ряд важливих завдань, таких як: розуміння потреб громадськості, прозорість та доступ до інформації, залучення громадськості до дій військового управління та якісна комунікація із засобами масової інформації.

З огляду на зазначене вище можемо підсумувати, що управління державними справами під час війни потребує не лише ефективного ведення військових операцій, а й залучення підтримки та співпраці з громадськістю. Отже, зв'язки

з громадськістю стають важливим інструментом для досягнення успіху в державному управлінні в умовах війни.

Отже, успіх державного управління під час війни залежить від налагодження ефективних зв'язків із громадськістю, а хороша комунікація та взаємодія можуть бути визначальними чинниками збереження демократичних інститутів.

У наступних наукових дослідженнях варто зосередити більше уваги на вивченні сучасного вітчизняного досвіду трансформації та використання зв'язків із громадськістю в системі державного управління під час дії воєнного стану. Це дасть змогу більш детально розглянути та дослідити сучасні підходи.

Список використаних джерел

1. Гвоздзік О., Чорногуб Н., Гвоздович Ю., Кебало В., Петренко-Лисак А. Дослідження : «Вплив воєнного стану на громадську участь в Україні». 2022. 40 с. URL : <https://m.coe.int/research-influence-of-martial-law-on-the-civil-participation-in-ukrain/1680a79d85> (дата звернення : 12.04.2024).
2. Thomas Jefferson. Seventh Annual Message to the Senate and House of Representatives of the United States. October 27, 1807. MILLER CENTER : website. URL : <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/october-27-1807-seventh-annual-message> (last accessed : 12.04.2024).
3. Harlow Rex F. Building a Public Relations Definition. *Public Relations review*. 1976. 4. С. 34–42.
4. Сопіна О. А. Зміст і сутність поняття «зв'язки з громадськістю» в контексті державного управління. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Державне управління*. 2020. Т. 31(70). 5. С. 93–97.
5. Бутко М. П., Дітковська М. Ю. Формування інформаційного забезпечення в системі державного управління : монографія. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2010. 244 с.
6. Руїс Мендісабаль Л. М. Зв'язки з громадськістю як комунікативний аспект державного управління : автореф. дис... канд. наук з держ. упр : 25.00.01. Київ, 2001. 19 с.
7. Ярослав Грицак. Нарис історії України. Формування модерної нації XIX-XX століття. Київ : Yakaboo Publishing, 2022. 656 с.
8. Brewer Susan. *Why America Fights : Patriotism and War Propaganda from the Philippines to Iraq*. New York. Oxford University Press, 2009. P. 342.
9. Kimble James. *Mobilizing the Home Front : War Bonds and Domestic Propaganda*. College Station : Texas A&M University Press, 2006. P. 236.
10. Foley, Connor. *An Analysis of American Propaganda in World War II and the Vietnam War*. In BSU Honors Program Theses and Projects. Item 90. 2015 URL : https://vc.bridgew.edu/honors_proj/90 (last accessed : 12.04.2024).
11. Kinnard Douglas. *The War Managers*. Hanover, NH : University Press of New England, 1977. P. 240.
12. Лушагіна Т. Комунікативна політика органів публічної влади під час війни. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2023. № 20. С. 471–491.
13. Волосюк М., Богач Ю. Локальна комунікаційна політика в умовах воєнного стану та післявоєнної відбудови. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України* : матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. м. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. Р. С. 86–88.
14. Україна перемоги буде країною, гідною своїх героїв – виступ Президента на пленарному засіданні Верховної Ради з нагоди 27-ї річниці ухвалення Конституції від 28 червня 2023 р. *Офіційне інтернет представництво Президента України*. URL : <https://www.president.gov.ua/news/ukrayina-peremogi-bude-krayinoyu-gidnoyu-svoiyih-geroyiv-ivst-83869> (дата звернення : 12.04.2024).

References

1. Gvozdik, O., Chornogub, N., Gvozdovich, Ju., Kebalo, V., Petrenko-Lisak, A. (2022). Doslidzhennja «Vplyv voennogo stanu na gromadsku uchastv Ukraïni» [Study: «The impact of martial law on public participation in Ukraine»]. Retrieved from <https://rm.coe.int/research-influence-of-martial-law-on-the-civil-participation-in-ukrain/1680a79d85> [in Ukrainian].
2. Thomas, Jefferson. Seventh Annual Message to the Senate and House of Representatives of the United States. October 27, 1807. MILLER CENTER: websit. Retrieved from <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/october-27-1807-seventh-annual-message> [in English].
3. Harlow, Rex F. (1976). Building a Public Relations Definition. *Public Relations review*, 4. 34–42.
4. Sopina, O. A. (2020). Zmist i sumist ponjattja «zvjazki z gromadskistju» v konteksti derzhavnogo upravlinnja. [The content and essence of the concept of «public relations» in the context of public administration]. *Vcheni zapiski TNU imeni V.I. Vernadskogo. Serija: Derzhavne upravlinnja*, 31(70), 5. 93–97. [in Ukrainian].
5. Butko, M. P., Ditkovska, M. Ju. (2010). *Formuvannja informacijnogo zabezpechemnja v sistemi derzhavnogo upravlinnja* [Formation of information support in the state administration system]. Nizhin: Aspekt-Poligraf [in Ukrainian].
6. Ruis, Mendisabal L. M. (2001). *Zvjazki z gromadskistju jak komunikativnj aspekt derzhavnogo upravlinnja* [Public relations as a communicative aspect of public administration]. (Extended abstract of the candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
7. Jaroslav, Gricak. (2022). *Naris istorii Ukraïni. Formuvannja modernoi nacii XIX-XX stolittja* [Essay on the history of Ukraine. Formation of a modern nation in the 19th and 20th centuries]. Kiïv: Yakaboo Publishing [in Ukrainian].
8. Brewer, Susan. (2009). *Why America Fights: Patriotism and War Propaganda from the Philippines to Iraq*. New York: Oxford University Press. [in English].
9. Kimble, James. (2006). *Mobilizing the Home Front: War Bonds and Domestic Propaganda*. College Station: Texas A&M University Press [in English].
10. Foley, Connor. (2015). *An Analysis of American Propaganda in World War II and the Vietnam War*. In BSU Honors Program Theses and Projects. Item 90. Retrieved from https://vc.bridgew.edu/honors_proj/90 [in English].
11. Kinnard, Douglas. (1977). *The War Managers*. Hanover, NH: University Press of New England. [in English].
12. Lushagina, T. (2023) *Komunikativna politika organiv publichnoi vladi pid chas vijni* [Communicative policy of public authorities during the war]. *Publichne upravlinnja ta regionalnj rozvitok*, 20, 471–491. [in Ukrainian].
13. Volosjuk, M., Bogach, Ju. (2022). *Lokalna komunikatsiina polityka v umovakh voiennoho stanu ta pislivoiennoi vidbudovy* [Local communication policy in the conditions of martial law and post-war reconstruction]. *Aktualni problemy menedzhmentu ta publichnoho upravlinnja v umovakh viiny ta pislivoiennoi vidbudovy Ukrainy : materialy dopovidei Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii z mizhnarodnoiu uchastiu* [Actual problems of management and public administration in the conditions of war and post-war reconstruction of Ukraine: materials of the reports of the All-Ukrainian scientific and practical conference with international participation]. *Temopil: Zakhidnoukrainskyi natsionalnyi universytet* [in Ukrainian].
14. *Ukraina peremogi bude krainoju, gidnoju svoih geroiv – vistup Prezidenta na plenamomu zasidanni Verhovnoi Radi z nagodi 27 richnici uhvalenjja Konstitucii vid 28 chervnja 2023 r. Ofitsiine internet predstavnytstvo Prezydenta Ukrainye* [Official online representation of the President of Ukraine]. Retrieved from <https://www.president.gov.ua/news/ukrayina-peremogi-bude-krayinoyu-gidnoyu-svoiyh-geroyiv-vist-83869> [in Ukrainian].

PUBLIC RELATIONS IN THE SYSTEM OF PUBLIC ADMINISTRATION DURING THE WAR

Logvin Dmytro

Abstract. Public relations have become a integral part of the modern system of

public administration in all countries that use democratic principles in their policies. However, today Ukraine finds itself in the conditions of a full-scale aggression of a neighboring country, which has powerful propaganda and regularly carries out information and psychological attacks. How do connections work with the public in these conditions and what is their role in the fight against unjust aggression? But do these principles even work during a full-scale war? This scientific article is devoted to the analysis of public relations in the context of transformations that occur in the system of public administration during the war and the search for effective models of public relations in the system of public administration during the war. The study is based on an analysis of known theoretical approaches, as well as an analysis of the experience of countries that have undergone a transformation of зв'язків with the public in the system of public administration as a result of military conflicts. To achieve the goal of the article, methods of systemic and comparative analysis were used. This study examined in detail the different approaches of foreign and domestic researchers to the definition of the term «public relations». Thanks to the use of a comparative and systematic method of research, the classification of «public relations» was proposed, depending on the functions specified by the definition. The experience of communication between countries and their citizens and residents of the occupied territories during the Second World War is analyzed. The role and importance of propaganda during the war in the public involved, in particular through effective communication, active participation of citizens and support of social solidarity. In subsequent scientific studies, it is worth focusing more on the domestic experience of transformation and the use of public relations in the system of public administration during the martial law.

Keywords: public relations, war, public administration, communication.