

**Лісниченко Лілія Василівна,**  
кандидат юридичних наук,  
провідний науковий співробітник  
ДНДІ МВС України, м. Київ, Україна  
ORCID ID 0000-0003-2211-3105

## ЗАГАЛЬНІ НАПРЯМИ ПОБУДОВИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ПРАВООХОРОННІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

*У статті розглянуто досвід деяких європейських країн щодо впровадження стратегії комунікації у національні правоохоронні системи. Визначено перелік традиційних та нових прийомів комунікаційної взаємодії правоохоронних органів як у системі загалом, так і з населенням та органами управління держави зокрема. Розкрито певні напрацювання вітчизняних правоохоронних органів щодо використання методів комунікації з метою покращення взаємодії з громадськістю та підняття іміджу. Наведено основні напрями побудови стратегічних комунікацій у правоохоронній системі України, де поетапно розглядається ведення стратегії комунікативного планування діяльності правоохоронної системи.*

**Ключові слова:** стратегічні комунікації, соціальні мережі, комунікативні засоби, нові медіа, зв'язки з громадськістю, напрями стратегії комунікації.

Упродовж останніх років стратегічні комунікації посідають одну з провідних позицій у діяльності різних державних інституцій. Загалом стратегічні комунікації – це діяльність із впровадження інформаційної активності у певній системі (органі) або між різними системами (органами) державної влади чи громадськими організаціями. Тобто, це можливість за допомогою комунікативних прийомів залучати аудиторію до реалізації певних завдань. Звичайно, участь аудиторії може бути як активною, так і пасивною (споглядальною). Однак переважна більшість інформації, яка наразі представляється широкому загалу, все ж таки спрямована на активну участь державних органів та громадськості у реалізації політики стратегічної комунікації на рівні держави та за її межами. Тому важливим аспектом у цьому напрямі є розрізнення правдивої та фейкової інформації. А також налагодження комунікативних зв'язків, зокрема безпосередньо у правоохоронній системі та з громадськістю загалом.

У світлі останніх трагічних подій, які відбуваються на території України – повномасштабне збройне вторгнення російських військ на територію держави, стає зрозумілим, що стратегічні комунікації є ефективним інструментом у боротьбі з агресором. Наразі надзвичайно важливим етапом становлення високорозвиненої держави України є практична реалізація наукового доробку вітчизняних та зарубіжних учених у сфері стратегічних комунікацій у діяльності оборонних і правоохоронних структур та держави загалом.

Метою статті є визначення загальних засад та принципів побудови стратегічних комунікацій у системі правоохоронних органів України та інших країн з метою їх удосконалення та подальшого впровадження на практиці.

Методологічною основою нашого дослідження стали численні напрацювання вітчизняних та зарубіжних науковців, діяльність яких спрямована на визначення поняття, сутності, методологічних засад, принципів та практичних засобів упровадження стратегічних комунікацій у різні сфери життя людей загалом та правоохоронних органів зокрема. Серед таких науковців можна виокремити Ліпкана В.А., Пелепейченко Л.М., Шадську У., Венедиктова С., Радновича Б., Петковича М., Дарелла В. Стефенса, Хілл Дж., Виноградову К.О. та ін.

Пелепейченко Л.М., досліджуючи стратегічні комунікації силових структур України, зазначила, що ключовими цілями стратегічних комунікацій правоохоронних органів є: корекція іміджу правоохоронних органів, формування довіри та позитивного ставлення до них із боку пересічних громадян; формування патріотизму у звичайних громадян, офіцерів і військовослужбовців; формування вміння протидіяти викликам інформаційної війни [1, с. 37–39].

На нашу думку, у системі сучасних вимог до кваліфікаційних характеристик співробітників правоохоронних структур комунікативна компетентність є основним компонентом. Розвиток здібностей до ефективної вербальної взаємодії з громадськістю, навичок створення оптимальної системи професійної комунікації у межах функціональних обов'язків має бути однією з основних вимог до службової підготовки правоохоронних органів. Зокрема, для ефективного спілкування з громадськістю правоохоронні органи повинні не лише вміти ефективно використовувати традиційні засоби комунікації, а й швидко освоювати та активно використовувати всі новітні комунікаційні технології. Зокрема працювати з різними медійними ресурсами, активно відслідковувати сучасні технології мережевого спілкування, освоювати електронні комунікації та інтернет-канали, які в останні роки розширилися завдяки розвитку інтернет-технологій. Адже, як відзначають провідні фахівці в області стратегічних комунікацій, старі канали комунікацій, зокрема традиційні ЗМІ, були засновані тільки на монологічній базі, внаслідок чого аудиторії були лише пасивними споживачами повідомлень [2, с. 110–111].

До електронних каналів, з якими передусім правоохоронним органам потрібно активно працювати, належать:

– електронні ЗМІ в інтернеті (журнали, газети, інформаційні агентства), які мають значні переваги перед традиційними ЗМІ. Зокрема через нефіксований обсяг, що не обмежується газетними шпальтами чи ефірним часом та екстериторіальністю;

– соціальні мережі (найбільш популярними є такі мережі, як Facebook, Twitter, Telegram, LinkedIn, Instagram, Viber та ін.) – це найбільші платформи для спілкування. Головною перевагою соціальних мереж є міжнародний фактор та загальнодоступність. Напрями у соціальних мережах досить різноманітні. Деякі соціальні мережі фокусуються на спільнотах; інші виділяють і відображають призначений для користувача контент. Згідно з даними сайту [statista.com](http://statista.com), у 2020 році приблизно 3,5 мільярдів інтернет-користувачів у світі користувалися соціальними мережами. Найпопулярнішою соцмережею у світі була Facebook, яка налічувала

майже 2,5 мільярдів активних користувачів на місяць, YouTube – 2,0 млрд, WhatsApp – 2,0 млрд. Додаток для обміну фотографіями Instagram – 1 мільярд, Twitter – близько 390 млн [3]. У 2021 році в усьому світі вже налічувалось понад 4,5 мільярди людей, які користувалися певним видом соціальних мереж – приблизно 57 % населення планети. Лідером залишається Facebook – 2,9 мільярдів активних користувачів на місяць, YouTube – 2,3 млрд, WhatsApp – 2,0 млрд, Instagram – 1,3 млрд, Twitter – 463 млн [4];

– мобільний зв'язок, зокрема розсилка SMS-повідомлень на мобільні телефони цільової аудиторії дозволяє комунікаторам дістатися до тієї частини аудиторії, яка не має доступу до мережі Інтернет.

Завдяки активному використанню зазначеного вище інструментарію працівники правоохоронних органів мають змогу бути обізнаними про те, яким чином та якого змісту інформацію отримує громадськість. А також широко застосовувати зазначені вище методи комунікації, які дадуть можливість охопити широке коло цільової аудиторії. Зокрема ще у 80-х роках у США поліцейські почали замислюватися над тим, як налагодити тіснішу співпрацю та комунікацію з населенням. Тому, окрім уже наявних, у поліцейських відділках обладнаних громадських приймалень для подачі скарг, пропозицій та звернень, було створено інформаційні центри з питань безпеки міста, взаємодії та комунікації між поліцією і населенням. Так, у 1988 році у Спокані, штат Вашингтон було відкрито “Центр превенції злочинності” (Crime Prevention Center). Такий проєкт був першим у США, але завдяки успіху пілотного варіанту установи з подібним концептом почали створювати як у США, так і в інших країнах світу [5].

До прикладу у Великобританії подібну функцію виконують “Інформаційні пункти поліції” (Police Information Point) [6]. У Сінгапурі діють “Сусідські центри поліції” (Neighbourhood Police Centre) [7], у яких громадянам надається інформація щодо безпеки в місті, про допомогу населенню, а також психологічна та емоційна підтримка жертвам насильства. У центрів немає ані єдиної назви, ані сталого переліку функцій, які вони надають громадянам, проте всі вони є платформами взаємодії поліції та місцевої спільноти. Об'єднує їх також те, що працюють вони у межах філософії “Community policing”. Центри з подібним функціональним навантаженням також є в Канаді та багатьох країнах Європи [5].

Разом зі створенням у різних країнах інформаційних пунктів комунікаційної співпраці поліції та громадськості, деякі європейські країни насамперед розробили нормативний документ, який визначає основні принципи та цілі здійснення комунікаційної діяльності органів поліції. Зокрема, Стратегія комунікації Міністерства внутрішніх справ Республіки Сербія була прийнята відповідно до основних принципів ЄС, а також, урахуваючи досвід у цій галузі розвинутих країн. При розробці Комунікаційної стратегії Міністерства внутрішніх справ Республіки Сербії були сформульовані конкретні питання, зокрема: які конкретні види діяльності необхідно виконувати, які конкретні завдання необхідно зробити, які ресурси необхідні для використання, хто є носієм певних видів діяльності, які показники і джерела необхідні для досягнення поставленої мети, необхідні часові межі для реалізації цілей, цільові групи, ресурси і потенційні ризики.

Основна мета цієї Стратегії – розвиток підтримки і довіри громадян Сербії до роботи поліції [8, с. 135].

Схожою у цьому напрямі є робота Міністерства внутрішніх справ Республіки Хорватії. Першочерговою метою Стратегії зв'язків з громадськістю Міністерства внутрішніх справ Республіки Хорватії є розвиток відповідального, професійного та інтерактивного зв'язку із внутрішньою і зовнішньою громадськістю. Також Стратегія спрямована на підвищення іміджу Міністерства та поліції шляхом забезпечення прозорості їх діяльності, побудови довіри громадян до поліції, забезпечення довгострокового співробітництва з громадськістю. Особлива увага у межах Стратегії зі зв'язків із громадськістю Республіки Хорватії приділяється кризовим ситуаціям і кризовому спілкуванню. Наголошується на необхідності створення комунікаційної бригади зі зв'язків із громадськістю, щоб заспокоїти напруженість і забезпечити взаємовигідне спілкування між поліцією і громадськістю з метою більш ефективного розв'язання кризи [8, с. 135–136].

Упродовж останніх років Міністерство внутрішніх справ України активно працює над створенням ефективної комунікації з громадськістю. Зокрема консультативна місія ЄС в Україні проводить заходи з підготовки співробітників силових структур із питань стратегічних комунікацій. У 2018 році були проведені тренінги з поліцією діалогу, зокрема на сході України. У 2017 і 2018 роках для представників прес-служб Нацполіції з усіх регіонів України відбулись дводенні тренінги зі стратегічних комунікацій. Акцент був зроблений на сучасних трендах у ЗМІ, нових комунікаційних інструментах, ефективній розробці повідомлень [9].

Разом із використанням традиційного висвітлення у ЗМІ діяльності структурних підрозділів системи МВС через представників відділів комунікації чи зв'язків із громадськістю, МВС почало здійснювати комунікацію з громадськістю за допомогою так званих “нових медіа”. Зокрема було створено низку офіційних сайтів, сторінок у соціальних мережах та блогів. Усі територіальні управління системи МВС мають власні офіційні сторінки у таких соціальних мережах, як Facebook, Twitter, Instagram, а також YouTube канали. Позитивним моментом є й те, що вони динамічні, тобто постійно оновлюються та висвітлюють актуальну інформацію про діяльність усіх територіальних підрозділів.

Паралельно з використанням традиційних комунікативних засобів і нових медіа, органами та підрозділами системи МВС постійно проводиться робота із удосконалення їх інформаційно-телекомунікаційних можливостей та використання новітніх технологій у діяльності із налагодження комунікації з громадськістю. Зокрема з листопада 2018 р. запрацював сервіс “Електронний кабінет дільничного” – складова платформи <http://bezpechne.community>. За допомогою сервісу користувачі у кілька кліків можуть дізнатись контактну інформацію свого дільничного та написати офіцеру приватне повідомлення. Також на карті сервісу можна позначати небезпечні місця району. І цю інформацію будуть бачити відповідальні підрозділи поліції [10]. Однак у реальному житті цей сервіс практично не виконує покладених на нього першочергових функцій – зворотного зв'язку з громадянами. Адже програма розроблялась для ефективного налагодження комунікації між територіальною громадою та дільничним офіцером (поліцейським офіцером громади) з метою наведення порядку на території обслуговування. Проте можемо

відзначити лише повідомлення з боку громадян без належної відповіді компетентних органів.

З 1 жовтня 2019 року в Україні запрацював мобільний додаток MyPol, який полегшує і прискорює виклик поліції у випадках загрози життю. Найкорисніший він для людей з обмеженими можливостями, дітей, іноземців, для кожного, хто з будь-якої причини не може пояснити, де знаходиться і що йому загрожує. MyPol – програмний комплекс, який полегшує комунікацію між службами Національної поліції та громадськістю, за допомогою якого поліцію можна викликати одним натисканням на кнопку. Серед можливостей сервісу: швидкий виклик поліції, надсилання фото правопорушень, оцінювання роботи поліцейських за номером жетону, отримування сповіщень про оперативну ситуацію в місті та області. До складу цього програмного комплексу входять: мобільний додаток для суспільства, вебплатформа для диспетчерів поліції та програмне забезпечення для планшетів патрульних [11].

Також Міністерство внутрішніх справ та громадська організація “Громадський рух “Соціальна єдність” підписали Меморандум про співпрацю. У межах Меморандуму МВС продовжить участь у соціальній програмі “Країна без бар’єрів для нечуючих”, спрямованій на впровадження у діяльність ЦОВВ системи МВС сучасних технологій для людей із порушенням слуху. Завдяки інноваційній системі “Connect Pro” люди зі слуховими порушеннями отримують повноцінний доступ до всіх сервісів системи МВС [12].

Ще одним новітнім упровадженням для покращення роботи працівників поліції з метою попередження злочинності, зокрема наркотогівлі, є використання чат-ботів. До прикладу, команда ХНУВС запропонувала рішення – цифрова боротьба з наркозлочинністю чат-бот “Стоп наркотик”. Наразі заблоковано понад 300 адрес наркокрамниць, понад 15 тисяч користувачів познайомилися з чат-ботом. Ще одна частина чат-боту – це онлайн-карта, на якій знаходиться вся наркореклама, що регулярно з’являється на вулицях міст. Чат-бот діє через додаток Telegram як окремий канал “СтопНаркотик MRIYA” (<https://t.me/stopdrugsbot?start=417361947>) та пристосований до будь-яких операційних систем. Чат-бот оснащений інструкцією для людей, які ніколи не користувалися Telegram. Користувачі можуть надсилати рекламу наркоадрес у вигляді фото, або ж саму адресу. Крім того, є можливість надати інформацію про фізичну адресу, де, на думку користувача, продають наркотики. Користувачі чат-боту також можуть щодня допомогти у блокуванні наркокрамниць, подивитися кількість вже заблокованих, долучити друзів та навіть надсилати листи до адміністрації Telegram [13].

Незважаючи на значні кроки щодо покращення стратегічних комунікацій у правоохоронній системі нашої держави, їх рівень залишається недостатнім та не отримує значного схвалення громадянами держави. Так, експертами Експертного центру з прав людини було проведено дослідження щодо думки населення відносно спілкування з поліцейськими на місцях та представниками місцевої влади. За результатами дослідження було окреслено ключові проблемами комунікації органів державної (місцевої) влади, правоохоронних органів та громадськості. Зокрема це: відсутність ефективних механізмів належної комунікації та взаємодії між зазначеними суб’єктами; відсутність умов і місця (так званого єдиного майданчика)

для співпраці, де відбуватиметься спілкування поліцейських, представників місцевої влади з населенням, а також будуть проводитися просвітницькі заходи, зустрічі для обговорення питань безпеки, розробок проєктів попередження правопорушень тощо; відсутність єдиного джерела (центру) узагальненої, систематизованої, постійно оновлюваної інформації з питань безпеки: паспорта дільниць (соціальної карти районів), інформації про криміногенну ситуацію, заходи попередження, опитування населення, рекомендацій та методичної літератури, розкладу просвітницьких заходів тощо [14].

Загалом для застосування нових методів надання інформації громадськості та отримання відповідного зворотного зв'язку необхідне впровадження ефективних стратегічних планів комунікації у діяльності правоохоронних органів. Однак необхідно також звернути увагу, що такі плани комунікаційної діяльності не повинні фіксувати кожен крок відповідних працівників-комунікаторів та відділів зв'язків із громадськістю загалом. Навпаки, стратегічні плани комунікації повинні відображати пріоритетні напрями, цілі для досягнення певного результату, зокрема взаєморозуміння та взаємодії як зовнішньої, тобто правоохоронні органи – громадськість, так і внутрішньої – керівництво-підлегли або підлегли-підлегли.

Тож, для успішної реалізації стратегічних комунікацій у правоохоронній системі України пропонуємо розглянути основні напрями їх побудови. Такі кроки реалізації стратегічної комунікації в правоохоронній системі успішно використовуються у високорозвинених країнах світу, зокрема США, вже понад десять років.

Першочерговим кроком у розробленні стратегічної комунікації є оцінка поточного стану організації, що є основою, на якій базується решта плану – цілі, завдання, стратегії, повідомлення та тактики. Метою є розробка повної та чесної внутрішньої та зовнішньої оцінки середовища комунікації. Здійснення так званого SWOT-аналізу (сильні, слабкі сторони, можливості і загрози) та репутаційної оцінки. Для розробки аналізу ситуації можна використовувати багато різних типів досліджень, зокрема: аудит комунікацій [15, с. 40]; аналіз вмісту негативної та позитивної інформації, яка висвітлюється у ЗМІ; проведення внутрішнього та зовнішнього опитування щодо задоволеності роботою працівників безпосередньо у підрозділі, задоволеності громадян діяльністю правоохоронних органів та виконання ними своїх обов'язків; проведення інтерв'ювання фокус-груп (внутрішніх та зовнішніх) за ключовими напрямками [15, с. 41]; аналітичні огляди документів на історичну перспективу від річних звітів та планових документів до стратегій та планів, що дасть змогу зрозуміти розвиток конкретних підрозділів правоохоронної системи, зі змінами та сталими показниками; здійснення критичного аналізу вже наявної комунікації [15, с. 42].

Із попередньо проведеного аналізу ситуації стає можливим формування цілей та завдань підрозділу. Стратегічні цілі комунікації конкретно зосереджені на підтримці місії та бачення підрозділу, одночасно сприяючи досягненню його оперативних цілей та завдань. Як правило, у зв'язках із громадськістю є три типи цілей: управління репутацією; управління взаємовідносинами між підрозділом та цільовою аудиторією; управління завданнями, які ставить підрозділ для досягнення певної мети [15, с. 43].

У побудові стратегії комунікації окремого правоохоронного підрозділу та системи загалом має бути конкретно визначена цільова аудиторія. Для цілей стратегічного планування необхідне ретельне виявлення та сегментування публіки і повне виключення поняття широкої громадськості. Аудиторії, на які мають орієнтуватися підрозділи комунікації передусім необхідно диференціювати за демографічними показниками (вік, стать). Адже відомо, що особам віком 60+ років досить складно опанувати інструменти нових медіа, таких як інтернет-повідомлення (розсилки на електронну пошту), соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram тощо), чат-боти та різні інтернет-канали (YouTube) тощо. Статистика свідчить, що громадяни похилого віку здебільшого читають газети і дивляться телевізійні новини. На відміну від людей молодого покоління. Однак громадяни віком до 60 років також поділяються за медійними вподобаннями в інтернет-мережі. Молоді люди до 30 років та підліткового віку отримують інформацію переважно через соціальні мережі та месенджери (Twitter, Insagram, Telegram, Tik Tok, Viber тощо). За даними опитування, проведеного Міжнародним республіканським інститутом методом телефонного інтерв'ю (САТІ) з 22 лютого до 28 березня 2021 року, найпопулярнішою соціальною мережею для молоді є Insagram – 82 % серед молоді віком 13–15 років, 64 % – 16–35 років. Друге місце посідає Facebook – 61 %, але тільки серед молоді віком 16–35 років. Популярність платформи TikTok становить 32 % – серед молоді віком 10–15 років [16].

Особи після 30-ти років на рівні із активним використанням соціальних мереж також отримують інформацію з різного роду електронних видань та офіційних сайтів різних державних установ і громадських організацій. Такі соціальні мережі, як Facebook, YouTube та різні чат-боти є найбільш популярними серед усіх вікових категорій осіб до 60–70 років.

Як показують результати опитування, яке проводилося компанією Research & Branding Group у період із 24 січня до 2 лютого 2020 року, де було опитано 1804 респондентів у віці від 18 років і старших методом face-to-face, найпопулярнішими соціальними мережами в Україні є Facebook, YouTube, Instagram і Telegram, далі зі значним відривом йдуть Вконтакте, Однокласники і Twitter, а найменш популярною є LinkedIn. В окремих соціальних мережах є більш вузькі вікові межі: наприклад, Telegram частіше користується молодь від 18 до 29 років, Twitter – молодь і люди середнього віку від 18 до 39 років, а Однокласниками – люди середнього віку від 40 до 49 років. Що ж стосується Facebook, YouTube, Instagram і Вконтакте, то провідні позиції в них займають люди від 18 до 49 років, хоча кількість представників різних поколінь зменшується пропорційно зі збільшенням віку [17].

Із зазначеного вище можна зробити висновок, що для успішності виконання наступного етапу стратегічного планування комунікації необхідно здійснювати систематичне опитування громадської думки та фокус-груп щодо уподобань та думок цільової аудиторії, а також їх зацікавленості у конкретних питаннях.

Після встановлення цілей та завдань, а також визначення цільової аудиторії стає можливим саме реалізація стратегії комунікації – стратегія спілкування. Стратегія спілкування – це загальний опис тактики, яку буде використовувати суб'єкт комунікації для досягнення мети. Зокрема це стиль і тон спілкування, а

саме: проведення очних зустрічей із представниками ЗМІ чи мультимедійний метод; одностороння комунікація чи діалог із громадою; проведення пресконференцій із представниками підрозділів правоохоронної системи чи дати можливість ЗМІ самостійно висвітлювати новини та інформувати громадськість щодо тих чи інших питань діяльності підрозділу. Вибір доречного тону надання інформації – із емоційним підсиленням, використанням гумору, емоційних закликів, залякування тощо.

Вибір потрібної людини для виступу з конкретного питання є ключовим стратегічним рішенням. У деяких випадках доречним може бути виступ особи у спеціальній формі, а в інших – у цивільному. Є питання, щодо яких коментарі та роз'яснення повинен надавати лише безпосередній керівник підрозділу або хтось із керівників управління чи департаменту. Щодо питання речника, то одним із ключових елементів налагодження стратегічного спілкування є виклик довіри громадськості до особи, яка надає ту чи іншу інформацію. Тому, в деяких випадках, для більш ефективного донесення якоїсь інформації до громадян, суб'єктам комунікації необхідно залучати зовнішні джерела на кшталт відомих медійних осіб, артистів або заручатись підтримкою відомих брендів [15, с. 47]. Нещодавно за сприяння Національної поліції України спільно з низкою відомих артистів та громадських діячів було проведено серію відеозвернень у соціальних мережах (флеш-моб) #ТЕБЕ\_ЛЮБЛЯТЬ (<https://www.youtube.com/watch?v=eMlyLncv7A>) з метою донесення до дітей та підлітків інформації про недопущення здійснення відносно них насилля, булінгу та вчинення ними суїциду.

Наступним кроком зі створення ефективної стратегії комунікації є підготовка стратегічних загальних повідомлень (меседжів), які слугуватимуть ядром більшості комунікацій підрозділу. Повинна бути вибудована чітка артикуляція повідомлень, які допомагають сформувати репутацію та імідж підрозділу. Також повідомлення (меседжі) мають урахувувати потребу громадськості в певній інформації та можливості підрозділом комунікації надати таку інформацію повною мірою. Важливим моментом побудови меседжів є не лише його правильне граматичне та лексичне формулювання, а й використання відповідного фону (відео, слайдів тощо), що візуалізує загальне розуміння ситуації, а також формулює уявлення про суб'єкта комунікації та підрозділ загалом [15, с. 48–49].

У результаті визначення цілей та завдань, встановлення цільової аудиторії, визначення ключових комунікаційних суб'єктів, стилю їх спілкування та структури поданих повідомлень (меседжів) необхідно визначити елементи (методи) тактичної реалізації комунікаційної стратегії.

Як зазначалось раніше, на сьогодні майже кожен підрозділ правоохоронної системи має можливість інформувати громадськість та висвітлювати результати своєї діяльності у мережі інтернет. Для цього вже не потрібно залучення значної кількості сторонніх осіб, як то кореспондентів, репортерів, операторів, ведучих новин тощо. Однак, ураховуючи різну цільову аудиторію, все ж таки необхідно користуватися як традиційними тактичними інструментами, так і новітніми технологіями. До традиційних методів зазвичай належать новини у ЗМІ, статті та повідомлення у друкованих виданнях, проведення пресконференцій на радіо та телебаченні, розповсюдження інформаційних брошур, банерів, проведення



тематичних зустрічей тощо. До новітніх технологій передусім належить широке використання інтернет-ресурсу, соціальних мереж, залучення відомих блогерів, розроблення спеціальних застосунків для смартфонів тощо.

Усі ці тактичні методи здебільшого використовуються для проведення ефективної зовнішньої стратегічної комунікації, взаємодії підрозділів правоохоронної системи, громадськості та органів державного управління. Важливим моментом здійснення стратегічних комунікацій є отримання зворотного зв'язку із цільовою аудиторією. Адже, наразі значна кількість інформації, яка подається на телебаченні, офіційних сайтах, в соціальних мережах є лише одностороннім спрямуванням інформації щодо діяльності підрозділів. Для зворотного зв'язку необхідне активне обговорення наданої інформації та роз'яснення спірних питань. Таке обговорення можливе лише під час проведення пресконференцій і тематичних зустрічей. Однак значним недоліком таких заходів є обмежене коло учасників і вузька тематика. Наразі у соціальних мережах є можливість залишити коментарі чи висловити певну реакцію відносно тієї чи іншої інформації. Однак більшість таких коментарів залишаються без відповідної реакції з боку підрозділів, які відповідають за комунікаційні зв'язки, чи безпосередньо керівників підрозділів. Адже у правовому полі такі методи взаємозв'язку ніяк не регламентуються.

Не менш важливим елементом ефективних стратегічних комунікацій у правоохоронній системі є їх внутрішні комунікаційні зв'язки. Наразі лише налагоджуються внутрішні системи передачі інформації між різними підрозділами за допомогою месенджерів і внутрішніх систем зв'язку. Проте на практиці можемо спостерігати мінімальний об'єм процесу обміну інформацією між підрозділами правоохоронної системи. Наявна значна кількість баз даних, доступ до яких має обмежена кількість суб'єктів, лише ускладнює злагоджену роботу всіх підрозділів та унеможлиблює здійснення ефективної взаємодії між ними.

Завершальним напрямом побудови стратегії комунікацій є оцінка результату. Звичайно, вимірювання результатів зусиль щодо комунікації з громадськістю є достатньо проблематичним. На комунікативну діяльність впливає багато факторів. До них можна віднести і відсутність спеціальних знань та професійної підготовки у суб'єктів комунікації, і відсутність технічних можливостей підрозділу, і, врешті-решт, відсутність достатнього фінансування на застосування новітніх технологій. Показником вдалого комунікаційного зв'язку з громадськістю є значний рівень довіри до деяких органів правоохоронної системи. Чим відкритіший керівник та його підлеглі до спілкування з громадськістю, тим більш налагоджений між ними взаємозв'язок. Як результат – збільшення правової свідомості громадян та зменшення правопорушень.

Якщо звернутися до оцінки результату застосування нових медіа, то їх можна оцінити за кількістю підписників у соціальних мережах, кількістю переглядів тих чи інших тематичних роликів. Навіть залишення коментарів від громадян у соціальних мережах вказує на зацікавленість у діяльності підрозділу. А в разі тісної взаємодії громади із територіальними підрозділами за допомогою розробки відповідного програмного забезпечення – це реальна можливість створення ефективних інтерактивних карт найбільш небезпечних місць у режимі онлайн, повідомлення про правопорушення та швидкого реагування на них тощо.

Отже, стратегічний підхід до комунікації передусім означає продуману та цілеспрямовану організацію використання комунікаційного інструментарію для досягнення більш широких цілей і завдань, а не лише донесення інформації в односторонньому напрямі від правоохоронних органів до громадськості.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Пеленейченко Л.М.* Стратегічні комунікації силових структур України в сучасному соціальному контексті. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2017. № 1 (21). С. 34–41. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/iblsd\\_2017\\_1%2821%29\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/iblsd_2017_1%2821%29_7.pdf) (дата звернення: 11.06.2022).
2. *Cunningham T.* Strategic Communication in the New Media Sphere. *Joint Forces Quarterly*. Issue 59. 4<sup>th</sup> Quarter 2010. P. 110–111.
3. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні та країнах світу у 2020. Український спектр: вебсайт від 23.06.2020. URL: <https://cutt.ly/jKknm01> (дата звернення: 27.05.2022).
4. Рейтинг: Найпопулярніші соціальні мережі у світі та кому вони належать. Український спектр: вебсайт від 12.12.2021. URL: <https://cutt.ly/7KknGYc> (дата звернення: 11.06.2022).
5. *Уляна Шадська.* Офіс безпеки громади (Community Safety Office). *Експертний центр з прав людини*: вебсайт від 26.01.2017. URL: <https://cutt.ly/EKknMDr> (дата звернення: 01.06.2022).
6. Advice and crime prevention. Police. UK: web. URL: <https://www.police.uk/pu/advice-crime-prevention/> (дата звернення: 01.06.2022).
7. Mission and Vision. Singapore Police Force: web. URL: <https://www.police.gov.sg/Who-We-Are/Mission-and-Vision> (дата звернення: 01.06.2022).
8. *Раднович Бранислав, Петкович Милорад.* Сравнительный анализ стратегических актов коммуникации и отношений с общественностью Министерства внутренних дел Республики Сербия и Министерства внутренних дел Республики Хорватия: сбор. тез. 7-й Международной научной конференции “Современные проблемы права и управления”, 22–23 ноября 2017 г.: Институт законовещения и управления ВПА. Изд-во: ООО “Суворовская типография”. С. 133–137. URL: <https://cutt.ly/uKkmWjE> (дата звернення: 14.07.2021).
9. КМЕС проводить тренінг зі стратегічних комунікацій для речників поліції з усіх регіонів України. European Union External Action: вебсайт від 09.08.2018. URL: <https://cutt.ly/iKkmJpC> (дата звернення: 18.05.2021).
10. “Електронний кабінет дільничного” підключили у Голосіївському районі. Офіційний інтернет-портал Голосіївської районної в м. Києві державної адміністрації: вебсайт від 02.11.2018. URL: <https://golos.kyivcity.gov.ua/news/9841.html> (дата звернення: 20.05.2021); Взаємодія поліції та громади. Електронний кабінет дільничного. URL: <https://bezpechne.community/> (дата звернення: 20.05.2021).
11. Що таке MyPol. *Сусіди City*: вебсайт. URL: <https://cutt.ly/mKkm15j>; <https://appmy-police.com/ua/> (дата звернення: 23.09.2021).
12. МВС упроваджує сучасні технології для людей з порушенням слуху. Офіційний вебсайт МВС України: вебсайт. URL: <https://cutt.ly/XKkQtJu> (дата звернення: 23.02.2021).
13. Чат-бот “Стоп наркотик” допоміг заблокувати понад 300 наркокрамниць, боротьба з наркочуємою триває”, – Олександр Гогілашвілі. Офіційний вебсайт Міністерства внутрішніх справ України: вебсайт від 06.01.2020. URL: <https://cutt.ly/GKkQsDu> (дата звернення: 20.05.2021).
14. Побудова партнерства між поліцією і суспільством. Ресурсний центр Гурт: вебсайт. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/36639/> (дата звернення: 23.02.2021).
15. *Darrel W. Stephens, Julia Hill, Sheldon Greenberg.* Strategic Communication Practices: A Toolkit for Police Executives. Cooperative Agreement 2008-СК-WX-K008 awarded by the Office of Community Oriented Policing Services, U.S. Department of Justice. 2011. 124 s. URL: <https://cops.usdoj.gov/RIC/Publications/cops-p222-pub.pdf> (дата звернення: 02.03.2021).
16. Найпопулярнішою соцмережею серед української молоді є інстаграм – опитування. Радіо Свобода. Новини. Суспільство: вебсайт від 12.08.2021. URL: <https://cutt.ly/NKkQIRW> (дата звернення: 11.06.2022).
17. Соцсети как источник информации. R&B Group: вебсайт від 26.02.2020. URL: <https://cutt.ly/tKkQXxj> (дата звернення: 02.06.2022).

## REFERENCES

1. *Pelepeichenko L.M.* (2017). Stratehichni komunikatsii sylovykh struktur Ukrainy v suchasnomu sotsialnomu konteksti. “Strategic communications of the power structures of Ukraine in the modern social context”. Information security of a person, society, state. No. 1 (21). P. 34–41. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/iblsd\\_2017\\_1%2821%29\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/iblsd_2017_1%2821%29_7.pdf) (Date of Application: 11.06.2022) [in Ukrainian].
2. *Cunningham T.* (2010). Strategic Communication in the New Media Sphere // Joint Forces Quarterly. Issue 59. 4th Quarter 2010. R. 110–111. [in English].
3. Naipopuliarnishi sotsialni merezhi v Ukraini ta krainakh svitu u 2020. “The most popular social networks in Ukraine and the world in 2020”. Ukrainyskyi spectrum: website from 23.06.2020. URL: <https://cutt.ly/jKknm01> (Date of Application: 27.05.2022) [in Ukrainian].
4. Reitynh: Naipopuliarnishi sotsialni merezhi u sviti ta komu vony nalezhat. “Rating: The most popular social networks in the world and who owns them”. Ukrainian spectrum: website from 12.12.2020. URL: <https://cutt.ly/7KknGYc> (Date of Application: 11.06.2022) [in Ukrainian].
5. *Uliana Shadaska.* Ofis bezpeky hromady (Community Safety Office). “Community Safety Office”. Human Rights Expert Center: website dated January 26, 2017. URL: <https://cutt.ly/EKknMDr> (Date of Application: 01.06.2021) [in Ukrainian].
6. Advice and crime prevention. Police. UK: web. URL: <https://www.police.uk/pu/advice-crime-prevention/> (Date of Application: 01.06.2022) [in English].
7. Mission and Vision. Singapore Police Force: web. URL: <https://www.police.gov.sg/Who-We-Are/Mission-and-Vision> (Date of Application: 01.06.2022) [in English].
8. *Radnovich Branislav, Petkovich Mylorad* (2017). Comparative analysis of strategic acts of communication and relations with the public of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Serbia and the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Croatia: collection. theses 7th International Scientific Conference “Contemporary Problems of Law and Management”, November 22–23, 2017: Institute of Law and Management of the Ukrainian Academy of Sciences. Publisher: LLC “Suvorovskaia tipohrafiia”. P. 133–137. URL: <https://cutt.ly/uKkmWjE> (Date of Application: 14.07.2021) [in Ukrainian].
9. KMIeS provodyt treninh zi stratehichnykh komunikatsii dlia rechnykyv politsii z usikh rehioniv Ukrainy. “KMEU conducts strategic communications training for police spokespersons from all regions of Ukraine”. European Union External Action: veb sait 09.08.2018. URL: <https://cutt.ly/iKkmJpC> (Date of Application: 18.05.2021) [in Ukrainian].
10. “Elektronnyi kabinet dilnychnoho” pidkliuchyly u Hosiivskomu raioni. “Electronic office of the precinct officer” was connected in Hosiivskyi district. The official intranet portal of the state administration of Hosiivska district in Kyiv”: website from 02.11.2018. URL: <https://golos.kyivcity.gov.ua/news/9841.html> (Date of Application: 20.05.2021); Vzaiemodiia politsii ta hromady. Elektronnyi kabinet dilnychnoho. URL: <https://bezpechne.community/> (Date of Application: 20.05.2021) [in Ukrainian].
11. Shecho take MyPol. “What is MyPol. Neighbors City: website”. URL: <https://cutt.ly/mKkm15j>; <https://appmypolice.com/ua/> (Date of Application: 23.09.2021) [in Ukrainian].
12. MVS vprovadzhuie suchasni tekhnolohii dlia liudei z porushenniam slukhu. “The MIA implements modern technologies for hearing impaired people”. The official website of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine: website. URL: <https://cutt.ly/XKkQtJu> (Date of Application: 23.02.2021) [in Ukrainian].
13. Chat-bot “Stop narkotyky” dopomih zablokovaty ponad 300 narkokramnyts, borotba z narkochumoiu tryvaie, – Oleksandr Hohilashvili. “The “Stop Narcotic” chatbot helped to block more than 300 drug stores, the fight against the drug plague continues” – Oleksandr Gogilashvili”. The official website of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine: website from 06.01.2020. URL: <https://cutt.ly/GKkQsDy> (Date of Application: 20.05.2021) [in Ukrainian].
14. Pobudova partnerstva mizh politsiieiu i suspilstvom. “Building a partnership between the police and society”. Group Resource Center: website. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/36639/> (Date of Application: 23.02.2021) [in Ukrainian].
15. *Darrel W. Stephens, Julia Hill, Sheldon Greenberg* (2011). Strategic Communication Practices: A Toolkit for Police Executives. Cooperative Agreement 2008-CK-WX-K008 awarded by the Office of Community Oriented Policing Services, U.S. Department of Justice. 124 p. URL: <https://cops.usdoj.gov/RIC/Publications/cops-p222-pub.pdf> (Date of Application: 02.03.2021) [in English].
16. Naipopuliarnishoiu sotsmerezheiu sered ukrainskoi molodi ye instahram – opytuvannia. “The most popular social network among Ukrainian youth is Instagram – survey”. Radio Svoboda.

News. Society: website from 12.08.2021. URL: <https://cutt.ly/NKkQIRW> (Date of Application: 11.06.2022) [In Ukrainian].

17. Sotssieti kak istochnyk ynformatsii. “Social networks as a source of information”. R&B Group: website as of 26.02.2020. URL: <https://cutt.ly/tKkQXxj> (Date of Application: 02.06.2022) [In Russian].

UDC 352/354:004 (4/9)

**Lisnychenko Lilia,**  
Candidate of Juridical Sciences,  
Leading Researcher,  
State Research Institute MIA Ukraine,  
Kyiv, Ukraine,  
ORCID ID 0000-0003-2211-3105

## **GENERAL GUIDELINES FOR BUILDING STRATEGIC COMMUNICATIONS IN THE LAW ENFORCEMENT SYSTEM OF UKRAINE**

Strategic communications occupy one of the leading positions in the activities of various state institutions. In general, strategic communications is the activity of introducing information activity within a certain system (body) or between different systems (bodies) of state power or public organizations.

Strategically approaching communication primarily means thoughtfully and purposefully organizing the use of communication tools to achieve broader goals and objectives, not just communicating information unilaterally from government agencies to the public.

The key tasks of the strategic communications of law enforcement agencies include, first of all, correcting the image and increasing the level of citizens' trust in them, building the skills of law enforcement agencies to counter the challenges of information warfare, using both traditional and the latest communication technologies. As well as fostering patriotism among law enforcement officials and ordinary citizens in general.

We determined the general directions of building strategic communications of the law enforcement system of Ukraine. In particular, it is necessary to formulate general goals and objectives of the strategy of communication work. Establish high standards of information and propaganda activities and communication. Clearly distinguish between internal, external and administrative-political target audiences, calculate and assume the relationship with each of them. Evaluate current communication strategy, effort, image and credibility. Determine communication objectives at the level of each unit, generate action steps, timelines, distribution of communication subjects, current reports and performance indicators. Identify key communicators and their roles, and develop a clear action plan for them to deal with different situations. Involve people at different levels of the organization, not only communication units. Actively engage with community, business, political, religious, media and other leaders. Allocate appropriate resources (people, equipment, budget) for the implementation of

© Lisnychenko Lilia, 2022

communication of units with the public through traditional media sources and the use of the latest information technology in order to provide quality and competent coverage of information about the operational situation in the community, the activities of law enforcement units in general and in specific situations. To establish an internal system of interconnection and information exchange between all structural subdivisions. To conduct continuous training and professional development of employees of subdivisions in the field of strategic communications.

**Keywords:** strategic communications, social networks, communication tools, new media, public relations, directions of communication strategy.

Отримано 16.06.2022