

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

Інститут заочного та дистанційного навчання

Кафедра адміністративного права та процесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

для здобуття ступеня вищої освіти магістра

**з теми «Публічні комунікації як інструмент формування довіри до
Національної поліції України»**

Виконав: здобувач 2 курсу 4 групи

Спеціальність:

281 Публічне управління та адміністрування

Кіреєва Руслана Андріївна

Залікова книжка №24-46 1.6 МПУА

Мобільний телефон: +380964757941

*Науковий керівник:
Завідувач кафедри
адміністративного права
та процесу
д.ю.н. професор
Ігор Пастух*

*Кваліфікаційна робота допущена до захисту
04 грудня 2025р., Протокол №8
завідувач кафедри
адміністративного права
та процесу
д.ю.н. професор*

Київ 2026

Ігор ПАСТУХ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ДОВІРИ ДО ІНСТИТУЦІЙ.....	6
1.1. Сутність і функції публічних комунікацій у суспільстві.....	6
1.2. Поняття довіри до державних інституцій: соціологічний та комунікативний аспекти.....	13
1.3. Місце публічних комунікацій у діяльності правоохоронних органів.....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ	33
2.1. Інструменти комунікації НПУ з громадськістю.....	33
2.2. Типові помилки та проблеми комунікацій поліції у кризових ситуація...	41
2.3. Роль медіа у формуванні довіри до поліції.....	45
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ.....	53
3.1. Стан довіри до Національної поліції та ефективності її публічних комунікацій в українському суспільстві.....	53
3.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.....	64
3.3. Шляхи удосконалення публічних комунікацій Національної поліції України.....	75
ВИСНОВКИ.....	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91
ДОДАТКИ.....	97

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасних умовах трансформації державних інституцій в Україні, особливо в контексті реформування сектору безпеки та правоохоронної системи, надзвичайно важливим є питання налагодження ефективної взаємодії між владою та суспільством. В центрі цієї взаємодії дедалі чіткіше виокремлюється інструмент публічних комунікацій — як спосіб забезпечення прозорості, підзвітності та діалогу між державними структурами та громадянами. Одним із найбільш чутливих до довіри суспільства органів є Національна поліція України, чия діяльність безпосередньо пов'язана з гарантуванням безпеки, правопорядку та дотриманням прав людини.

Актуальність теми дослідження зумовлена низкою чинників. По-перше, це триваюче реформування Національної поліції, яке передбачає зміну не лише структурно-організаційних аспектів, а й підходів до комунікації з населенням. По-друге, в умовах воєнного стану, інформаційної агресії та загального зростання суспільної тривожності надзвичайно важливо підтримувати високий рівень суспільної довіри до силових органів. По-третє, стрімкий розвиток цифрових технологій, соціальних мереж та інформаційного середовища створює нові виклики і водночас відкриває нові можливості для формування відкритого, партнерського стилю комунікації між поліцією та громадянами.

Попри певні позитивні зрушення, досвід останніх років показує, що довіра до поліції залишається нестійкою і чутливою до комунікаційних помилок, дезінформації або неефективного реагування на кризові ситуації. У цьому контексті особливої значущості набуває дослідження того, яким чином публічні комунікації можуть виступати інструментом формування, зміцнення або відновлення довіри до поліції.

Таким чином, тема дипломної роботи є надзвичайно актуальною як з теоретичного, так і з практичного погляду. Вона спрямована на вивчення ролі

стратегічної комунікації у побудові партнерських відносин між поліцією та громадянами, виявлення ефективних практик комунікаційної взаємодії, а також формулювання рекомендацій щодо удосконалення інформаційної політики Національної поліції України.

Мета дослідження полягає у визначенні ефективних шляхів використання публічних комунікацій як інструменту формування довіри до Національної поліції України, що виступає регулятором діяльності правоохоронного органу та задає стратегію й тактику подальших комунікаційних заходів. Загальним результатом є розробка науково обґрунтованих рекомендацій щодо удосконалення комунікаційної політики поліції з урахуванням сучасних викликів і потреб суспільства.

Для досягнення цієї мети сформульовано низку **завдань**:

- проаналізувати теоретико-методологічні засади публічних комунікацій та поняття довіри до державних інституцій, зокрема у контексті діяльності правоохоронних органів;
- вивчити інструменти та практики публічних комунікацій Національної поліції України, а також типові проблеми і помилки у комунікації, особливо в кризових ситуаціях;
- дослідити роль медіа у формуванні довіри до поліції та її вплив на суспільну думку;
- оцінити сучасний стан довіри до Національної поліції України та ефективність її публічних комунікацій на основі емпіричного дослідження;
- розробити рекомендації щодо удосконалення публічних комунікацій Національної поліції з метою підвищення рівня довіри громадян.

Об'єктом дослідження є публічні комунікації Національної поліції України як соціальний феномен, що відображає процеси взаємодії правоохоронного органу з громадськістю в умовах трансформації суспільних відносин і викликів сучасності.

Предмет дослідження – публічні комунікації як інструмент формування довіри до Національної поліції України.

Методологічною основою дослідження є системний підхід до вивчення публічних комунікацій і довіри як соціально-психологічних феноменів, що враховує взаємозв'язок між комунікативними процесами, соціальними інститутами та громадськістю. У роботі використано основні принципи комунікативної теорії, теорії соціальної довіри, а також концепції стратегічних і кризових комунікацій у публічному секторі. Для дослідження застосовано комплекс методів, зокрема теоретичний аналіз наукових джерел, контент-аналіз офіційних комунікацій поліції, соціологічні опитування та інтерв'ю з представниками правоохоронних органів і громадськості. Емпірична база доповнена методами якісного та кількісного аналізу, що дозволяють комплексно оцінити ефективність публічних комунікацій та їхній вплив на формування довіри до Національної поліції України.

Практичне значення. Здобуті під час дослідження результати мають важливе практичне значення для удосконалення діяльності Національної поліції України у сфері публічних комунікацій. Вони дозволяють вирішувати конкретні проблеми, пов'язані з недостатнім рівнем довіри громадян до поліції, низькою ефективністю інформаційної взаємодії та недосконалістю комунікаційної стратегії. Розроблені рекомендації та методичні пропозиції можуть бути використані для підвищення прозорості діяльності поліції, формування партнерських відносин із громадами, а також для оптимізації кризових і щоденних комунікацій.

Структура роботи. Кваліфікаційне дослідження складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами до них, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ДОВІРИ ДО ІНСТИТУЦІЙ

1.1. Сутність і функції публічних комунікацій у суспільстві

Нове століття, завдяки передовим технологіям, стало епохою стрімкого розвитку та формування гіпермасового інформаційного середовища. Відбувається зростання значення комунікації в умовах відкритого глобалізаційного простору, а також становлення багатовекторної системи активних публічних комунікацій. Ці комунікації набувають сучасних форм, ознак та характеристик, повністю орієнтуючись на технічну перенасиченість.

У контексті трансформаційних процесів, що охоплюють усі сфери суспільного життя, особливої ваги набуває осмислення ролі публічних комунікацій як фундаментального механізму взаємодії між різними структурами, інституціями та громадськістю. Публічні комунікації не лише забезпечують обмін інформацією між суб'єктами соціального простору, але й виступають визначальним чинником формування суспільної довіри, легітимізації управлінських рішень, посилення громадянської участі та консолідації соціуму навколо спільних цінностей і стратегічних цілей. Вивчення сутнісних характеристик публічних комунікацій, а також їхніх основних функцій, є необхідною передумовою для глибшого розуміння комунікативних процесів у демократичному суспільстві, зокрема – в аспекті формування ефективної, відкритої та відповідальної системи управління.

У межах дослідження публічних комунікацій одним із першочергових завдань є осмислення природи комунікативного процесу та його структурної організації. Комунікація розглядається не лише як технічний акт передавання інформації, а й як складне соціокультурне явище, що забезпечує інтеграцію індивідів у суспільство, формує суспільну думку та здійснює регулятивну функцію в соціальних взаємодіях [15, с. 43].

У контексті глобальних трансформацій, які охоплюють усі аспекти суспільного життя – політичний, економічний, культурний, – публічні комунікації набувають статусу ключового механізму соціальної взаємодії. Вони не лише забезпечують обмін інформацією між різними суб'єктами – індивідами, інституціями, органами влади, громадянським суспільством, – а й сприяють формуванню публічного дискурсу, легітимізації управлінських рішень, зміцненню суспільної довіри, підвищенню рівня громадянської участі та консолідації соціуму на основі спільних цінностей і стратегічних орієнтирів.

Публічна комунікація виконує низку функцій, зокрема:

- *інформаційну* (поширення фактів, подій, даних);
- *інтерпретаційну* (формування контексту і смислів);
- *регулятивну* (вплив на поведінку аудиторії);
- *ідентифікаційну* (конструювання соціальної ідентичності);
- *інтегративну* (згуртування суспільства) [4, с. 15].

Важливо підкреслити, що суспільство існує саме завдяки комунікації. Як зазначає Г. Г. Почепцов, без ефективного процесу спілкування неможливе функціонування ані міжособистісної взаємодії, ані виробничих, політичних чи культурних систем [38, с. 29]. Поняття «спільнота» етимологічно та концептуально пов'язане зі спілкуванням (*communication – community*), що ще раз засвідчує визначальну роль комунікації як чинника соціальної інтеграції [Кушнір].

Комунікативний процес охоплює суб'єктів, зміст, засоби та саму динаміку взаємодії. Комунікант ініціює контакт із комунікатом, що зумовлено як ситуативними умовами, так і психологічними та соціокультурними характеристиками учасників [13; 40]. У свою чергу, ефективність комунікації залежить від духовної та професійної спільності її учасників, а також від рівня довіри, символічного капіталу та ціннісної спільності.

Публічна комунікація як різновид соціальної взаємодії має системний, структурний, соціальний, психологічний і технологічний характер [6, с. 57]. У сучасному інформаційному суспільстві вона постає як середовище обміну смислами, що включає як раціональні, так і емоційні компоненти [23; 26].

Для наукового аналізу доцільно розглядати комунікацію через низку аспектів:

- *історичний* – дозволяє простежити еволюцію форм комунікації та трансформацію публічного простору у різні історичні періоди, що дає змогу глибше зрозуміти сучасні тенденції та механізми взаємодії в суспільстві [19];

- *типологічний* – передбачає її класифікацію за різними формами, видами та каналами взаємодії, що дає змогу систематизувати комунікативні процеси залежно від їхніх цілей, учасників, змісту та контексту функціонування. Такий підхід дозволяє чітко розмежовувати міжособистісну, масову, публічну, організаційну, політичну та інші типи комунікації, визначаючи їх специфіку, особливості впливу та механізми функціонування [28];

- *функціональний* – зосереджується на оцінці ефективності процесу передачі та сприйняття змісту між учасниками, враховуючи рівень розуміння, точність донесення інформації та вплив повідомлення на поведінку аудиторії. Цей підхід допомагає визначити, наскільки комунікація досягає своїх цілей і забезпечує взаєморозуміння у соціальному середовищі [22];

- *онтологічний* – розглядає сутність комунікативної взаємодії як фундаментальний прояв людського досвіду і способу буття у світі. За Apendt, комунікація виступає як основа публічного простору, де людина через слово і дію реалізує свою людяність, утверджує свою ідентичність та взаємодіє з іншими як рівноправний учасник соціального життя [1];

- *культурологічний* – акцентує увагу на її тісному зв'язку з культурними кодами, символами та наративами, які формують спільне розуміння ідентичності та смислів у суспільстві. Через призму цього аспекту

досліджується, як комунікативні практики відображають, відтворюють і трансформують культурні цінності, традиції та колективні історії, впливаючи на конструювання соціальної реальності [16; 39];

- *інформаціологічний* – зосереджується на управлінні інформаційними потоками, каналами та платформами, що забезпечують ефективний обмін даними у суспільстві. Він досліджує механізми організації, контролю та регулювання інформації в умовах цифрової епохи, що має вирішальне значення для формування публічного дискурсу, протидії дезінформації та підтримки прозорості в комунікаційних процесах [23; 24];

- *рольовий та стильовий* – досліджують динаміку соціальних ролей і позицій учасників комунікативного процесу, а також індивідуальні особливості їхнього стилю спілкування. Ці аспекти враховують, як зміна ролей впливає на взаємодію, а також як персональні характеристики, емоції та мовленнєві стратегії формують унікальний стиль комунікації, що визначає ефективність і якість взаєморозуміння [20];

- *мовленнєвий* – зосереджується на способах мовної реалізації комунікативного процесу, вивчаючи вербальні засоби, стилі, структури та мовленнєві стратегії, які використовують учасники для передачі ідей, емоцій та намірів. Цей аспект розкриває роль мовних інструментів у формуванні змісту, ефективності спілкування та адаптації повідомлень до конкретних соціокультурних контекстів [45].

Як наголошує Ю. Габермас, комунікативна раціональність і доступність до участі в дискусії є ключовими умовами функціонування демократичного публічного простору. Проте, як вказує А. Башук, у сучасному інформаційному суспільстві державна влада повинна розробляти ефективні комунікаційні стратегії для налагодження діалогу з громадянами, особливо в умовах кризових викликів [6, с. 39].

Таким чином, комунікація є не просто процесом обміну повідомленнями, а базовим механізмом конструювання соціальної реальності, засобом легітимації влади, механізмом прийняття рішень і

джерелом суспільного розвитку. Її публічний вимір потребує не лише ефективних технічних засобів, а й осмислених ціннісних засад і довіри між усіма суб'єктами взаємодії.

У науковому дискурсі термін «публічні комунікації» також має багатозначний характер, охоплюючи як інституціональні, так і міжособистісні канали передачі повідомлень, що здійснюються у публічній сфері, яка за відомим німецьким політичним філософом і соціологом, представником Франкфуртської школи критичної теорії, творцем концепцій комунікативного процесу та сфери громадської відкритості Ю. Габермасом є ареною раціонального обговорення суспільно важливих питань [2].

У сучасній комунікативістиці публічні комунікації розглядаються крізь призму міждисциплінарних підходів, зокрема соціологічного, політологічного, лінгвістичного та медіазнавчого [5; 8]. Багато дослідників стверджують, що майже вся філософія останнього століття була тісно пов'язана з питаннями комунікації та впровадженням технологій публічного спілкування в різні аспекти життя. Через це увага досліджень публічності науковцями зосереджувалася на різних способах прояву цього явища – від організації публічних просторів у політичному контексті до визначення його соціокультурних меж.

Серед авторів, які зробили внесок у вивчення феномену публічних комунікацій, можна виокремити: Ханну Арендт, Юргена Габермаса, Морріса Гарселона, Ентоні Гідденса, Яна Ван Дейка, Роберту Дойч, Майкла Девіса, Шерон Зукін, Мануеля Кастельса, Нікласа Лумана, Террі Флю, Ненсі Фрейзер, а також таких українських дослідників, таких як: Дмитро Заєць, Георгій Почепцов, Руслан Кушнір, Людмила Васильєва, Людмила Пугач, Андрій Башук, Віталій Демченко, Олена Зернецька, Андрій Досенко, Сергій Даниленко, Марія Колінько, Олександр Гутиряк, Мар'яна Пальчинська, Галина Дзяна, Роман Дзяний, Олена Холод, Микола Титаренко та ін.

За твердженнями науковців, публічні комунікації передбачають відкритість, доступність і взаємодію, що відрізняє їх від приватного

спілкування. Вони опосередковані не лише міжособистісною взаємодією, але й засобами масової комунікації, цифровими платформами, інституційними каналами (державні заяви, пресконференції, виступи в публічному просторі тощо) [3; 10].

Поняття публічності є ключовим для розуміння сутності цього виду комунікацій. Як зауважує Ю. Габермас, «Публічність – це передусім умова для демократичного обговорення, коли учасники комунікації мають рівний доступ до інформації та можливість брати участь у її продукуванні й оцінюванні» [15, с. 45]. Такий підхід передбачає наявність комунікативної раціональності – спільного пошуку істини, згоди та рішень у процесі обміну аргументами.

Крім того, варто розрізняти публічні комунікації як явище та як процес. Як явище, вони охоплюють систему інституцій, медіа, каналів поширення інформації. Як процес — це динамічна взаємодія між суб'єктами суспільного життя, яка реалізується через повідомлення, дискурси, образи та символи [2; 4]. Таким чином, публічні комунікації виступають не лише механізмом поширення інформації, а й важливим інструментом конструювання соціальної реальності [5].

Сучасні підходи до трактування поняття «публічні комунікації» наголошують на тому, що їхня природа не є статичною і однозначною. Це складний соціальний феномен, який виникає на перетині особистісних смислів, культурних норм, ідеологічних уявлень та інституційних практик. У такому разі публічна комунікація виходить за межі простого обміну інформацією або схожості поглядів її учасників. Важливим аспектом розуміння публічної комунікації є визнання різноманітності думок, позицій, світоглядів.

Так, Юрген Габермас зазначає, що публічна сфера функціонує завдяки раціональним дискусіям між громадянами, які мають рівні можливості для обговорення значущих суспільних тем. Це вимагає відкритості, плюралізму

та готовності до аргументованої взаємодії. Проте в реальному житті ці ідеали реалізуються неповністю [15, с. 44].

Науковиця Мар'яна Пальчинська у своїй теорії публічної комунікації висвітлює психологічні механізми замовчування, що виникають під впливом домінантної думки. На думку авторки, люди, які відрізняються від загальної позиції, часто утримуються від вираження власних поглядів через страх соціальної ізоляції. Публічна комунікація, яка видається як консенсус, може фактично бути результатом самозамовчування та нерівності голосів [39, с. 82].

Український дослідник Володимир Різун також звертає увагу на те, що публічний дискурс має ґрунтуватися не лише на доступі до інформації, але й на здібності її інтерпретувати, зберігаючи власну ідентичність та автономність. На його думку, якщо всі поділяють однотипні правила та моделі світогляду, спілкування перетворюється на ритуал без суттєвого значення. Однотонність ставить під загрозу можливість продуктивного конфлікту та змінотворення. Публічний простір взаємодії ефективний лише тоді, коли учасники відчують безпеку висловлюватися і бути почутими навіть у випадку конфлікту з загальноприйнятою думкою. Таку позицію підтримує інший український дослідник Дмитро Заєць, який акцентує на важливості інклюзивності як запоруки демократичного розвитку [27, с. 8].

Отже, істинна публічна комунікація можлива лише за умови рівноправної взаємодії, відкритості до різних позицій та підтримки свободи вираження думок. Якщо ж домінують централізовані дискурси з маргіналізацією альтернативних точок зору, то ми стикаємося з її імітацією. Це деформує ключові характеристики публічної комунікації: дискусійність, прозорість і довіру до інституцій.

Відповідно, вчені пропонують й різні визначення цього поняття.

Так, у праці «Структурні перетворення публічної сфери» (1962), Ю. Габермас визначає публічну комунікацію як форму суспільного спілкування, що відбувається у публічній сфері, де приватні особи ведуть дискусію з

приводу загального блага. Така комунікація передбачає раціональність, відкритість, аргументованість та участь усіх зацікавлених сторін [15].

Науковиця Марія Колінько визначає публічну комунікацію як «систему соціальних взаємодій, що реалізується через повідомлення, дискурси, знаки, символи, а також канали масової інформації з метою впливу на суспільну свідомість та «конструювання соціальної реальності» [28, с. 39].

Андрій Досенко в своїх дослідженнях зазначає, що публічна комунікація – це «інструмент взаємодії між державою, громадянським суспільством та громадянами в умовах відкритості, прозорості та соціального діалогу» [23, с. 99]. Основу публічної комунікації становить взаємодія суб'єктів у публічному просторі з метою прийняття рішень та вироблення згоди.

Таким чином, публічна комунікація у сучасному розумінні – це не просто передача інформації до масової аудиторії. Це глибокий соціокультурний феномен, який охоплює ідейну боротьбу, символічне панування, формування громадської думки, мобілізацію соціальних ресурсів і забезпечення демократичного діалогу. Вона є необхідною умовою функціонування відкритого суспільства, в якому кожен має право на голос і участь у суспільному житті.

1.2. Поняття довіри до державних інституцій: соціологічний та комунікативний аспекти

Публічна комунікація важлива не лише в середині системи державного управління, а й зовні – у суспільстві, у громадському та приватному його секторах. Саме в аспекті зовнішньої публічної комунікації актуальною сьогодні тенденцією є громадська участь. Завдяки процесам участі громадяни залучаються до обговорень, можуть висловлювати свої думки і ухвалювати спільні рішення в питаннях, що стосуються їхньої громади. Тому такий вид участі називається громадською, бо вона стосується безпосередньо громадян. В основі її лежить зв'язок між органами влади та громадянами, і увага

зосереджується на процесах діалогу, який полегшує ухвалення рішення органами публічної влади. Громадська участь іноді називається «залученням громадян до процесу прийняття рішень» або «партисипацією».

Громадська участь – це визначення з соціальних наук, яке стосується різних механізмів вираження думки громадськості, і дозволяє громаді чинити вплив на суспільні рішення. Учасницьке прийняття рішень може бути застосоване в будь-якій сфері соціальної активності, включаючи економіку, політику, управління, культуру та сім'ю [18, с. 42].

У 2012 році група осіб, які опікуються якістю діалогу влади і громадян в Польщі, розробила документ під назвою «Сім принципів консультацій з громадськістю». Серед розробників були як представники органів влади, органів місцевого самоврядування, так і громадських організацій. В такому середовищі досить різних людей з різних сфер діяльності було розроблено набір оперативних принципів та мінімальних стандартів, яким повинні відповідати всі процеси співучасті, щоб бути максимально наближеними до побудови взаємної довіри учасників і культури діалогу.

Ці принципи наступні:

1. Довіра. Консультації влаштовуються у форматі громадського діалогу. Сторони слухають одна одну, демонструючи волю до розуміння різних думок.

2. Загальна доступність. Кожен, хто цікавиться темою, повинен мати можливість дізнатися про консультації та висловити на них свою думку.
3. Прозорість. Інформація про цілі, правила, перебіг і результати консультацій повинна бути у відкритому доступі. Потрібно, щоб було зрозуміло, хто яку ідею відстоює.

4. Відповідальність. Кожен, хто висловить думку, має право на відповідь по суті, надану в розумні терміни, що не виключає колективних відповідей.

5. Координація. Громадські консультації повинні мати координатора, відповідального за них як політично, так і організаційно. Вони повинні бути відповідним чином закріплені в структурі адміністрації.

6. Передбачуваність. Громадські консультації повинні організовуватися з початку законодавчого процесу. Вони повинні бути проведені запланованим способом на основі прозорих правил.

7. Повага до загальних інтересів. Хоча окремі учасники консультацій мають право представляти свій окремий інтерес, але остаточні рішення, що ухвалюються в результаті проведених консультацій, повинні відображати суспільний інтерес і загальне благо [32, с. 56-57].

Довіра до державних інституцій є однією з ключових складових стабільності суспільства, його соціальної згуртованості та ефективного функціонування політичної системи. Вона виступає як фундаментальний ресурс, що забезпечує легітимність влади, сприйняття громадянами правомірності дій держави та сприяє формуванню конструктивного діалогу між владою та суспільством. Однак розгляд поняття довіри у контексті державних інституцій не може бути відокремлений від аналізу публічної комунікації, адже саме через комунікативні процеси відбувається формування, підтримка або, навпаки, ерозія довіри.

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі феномен довіри у його різноманітних проявах здобув значну увагу й ґрунтовне дослідження. Ця проблема є предметом вивчення представників багатьох дисциплін, зокрема психології, філософії, політології, соціології, юриспруденції та економіки. Соціальний аспект довіри й її вплив у суспільстві розглядають такі дослідники, як: Френсіс Фукуяма, Адам Селігмен, Ніколас Луман, Ентоні Гідденс, Бен Барбер, Тосіхіко Ямагіші, Роберт Шо та інші [17, с. 5].

Оскільки, соціологічний аспект довіри охоплює системний погляд на суспільні взаємини між громадянами та державними структурами, науковці розглядають довіру як соціальний капітал – невидимий, але надзвичайно важливий ресурс, який підвищує ефективність взаємодії та сприяє зниженню

конфліктів. Тобто соціологи визначають довіру як готовність індивідів чи груп покладатися на інституції, очікуючи, що їхні дії будуть відповідальними, передбачуваними та справедливими. Відсутність такої довіри, на думку вищезазначених авторів, може призводити до політичної апатії, зниження рівня участі у виборах, протестних настроїв і навіть до делегітимізації самої державної влади. При цьому соціологічний підхід включає як кількісні вимірювання рівня довіри (через опитування громадської думки, індекси соціального капіталу), так і якісні дослідження, що дають змогу глибше зрозуміти мотивації, очікування та емоційний стан громадян.

В різні історичні періоди питання довіри досліджували такі відомі мислителі, як Г. Гроцій, Дж. Локк, І. Кант та Е. Дюркгайм. Вони розглядали довіру як фундаментальну основу моральних відносин у суспільстві, сформованих на базі певних домовленостей. У цьому контексті довіра виконує роль регулятора, який обмежує необмежений обмін ресурсами, що здійснюється через посередництво створення суспільних благ. Питання довіри також аналізували П. Блау та Дж. Хоманс, розглядаючи її через призму соціологічних теорій, що трактують суспільні взаємодії як форму соціального обміну.

За І. Кантом, довіра виникає одночасно з людською свободою і завдяки їй існує. Свобода у Канта розуміється як дія людини, що відповідає об'єктивній необхідності та реалізується у відповідності з ціллю, визначеною самою особистістю. Відсутність такої дії означає відсутність свободи, а отже і неможливість довіри. Таким чином, у Канта довіра має моральний характер і є проявом свободи [3].

Г. Гегель розкриває сутність довіри через протиставлення недовірі, підкреслюючи її значення у взаємодії та боротьбі цих двох станів [11].

Психологічне розуміння поняття «довіра» досліджене в працях Еріка Еріксона та Карла Роджерса. Американський психолог і психотерапевт, засновник психосоціальної теорії розвитку особистості Ерік Еріксон

розглядав базову довіру як ключову психологічну основу, необхідну для повноцінного життя людини. Він трактує довіру як віру у власні сили та відчуття стабільної підтримки і прихильності з боку інших людей. З позиції психотерапевта Еріксон підкреслює, що довіра до себе, до оточуючих і до світу в цілому є фундаментом психологічного здоров'я особистості. Водночас зниження рівня довіри, яке супроводжується посиленням недовіри, викликає відчуження, замкнутість у собі, а також проблеми у міжособистісних стосунках – це вже симптоми, які вказують на потребу в професійній психологічній підтримці [20, с. 36].

У теорії американського психолога Карла Роджерса феномен довіри особистості до себе розглядається як довіра до власного життєвого досвіду або «цілісне органічне відчуття ситуації», що включає інтеграцію фізіологічних потреб та культурного контексту існування. Роджерс визначав довіру як фундаментальну умову для розвитку особистості та побудови здорових стосунків. Він підкреслював, що внутрішня довіра до себе є необхідною передумовою для довіри до інших і формує основу самоактуалізації. Дисгармонія інконгруентних організмичних процесів досвіду «Я» призводить до саморуйнування і невротизації особистості. Таким чином, довіра до себе стає найважливішою умовою для реалізації потенціалу індивіда. Роджерс також наголошував, що людина діє правильно, якщо довіряє будь-якому внутрішньому неінтелектуальному почуттю, а атмосфера прийняття і відкритості сприяє встановленню справжніх і глибоких міжособистісних зв'язків [41, с. 78].

Георг Зіммель наприкінці XIX століття розглядав довіру як необхідну складову соціальних зв'язків і умову існування суспільства, однак його ідеї щодо довіри залишилися недостатньо поміченими [6]. Він звертав увагу на те, що в сучасних суспільствах відбувається звуження сфери особистої довіри, оскільки дедалі більшого значення набувають інші форми взаємодії, зокрема безособистісна довіра. Зіммель наголошував, що довіра виконує

функцію контролю над учасниками соціальних відносин, особливо в економічній сфері [9].

Ніклас Луман, зокрема, зазначав, що довіра не стала самостійним напрямком у соціологічній науці, проте, поділяючи позицію Зіммеля, визнавав довіру як невід'ємний елемент соціального життя, без якого неможливе функціонування суспільства. Луман підкреслював, що без довіри людина навіть не змогла б розпочати свій день. Він визначав довіру як очікування надійної поведінки партнера у певній ситуації взаємодії, що має ситуативний характер і часто не піддається раціональному поясненню [22, с. 31].

Крім того, Луман вважав довіру одним із способів прогнозування майбутнього, адже виявити довіру – це фактично передбачити подальший розвиток подій. З цього випливає, що довіра виступає як механізм забезпечення «безпеки системи», тоді як ризик є необхідною умовою здатності робити вибір у ситуації наявності альтернатив та відсутності повної інформації для прийняття раціонального рішення. З точки зору Лумана, раціональні пояснення інтересів, очікувань та дій людей не завжди є ефективним інструментом для вивчення феномену довіри [29].

Ентоні Гідденс наголошував, що ключовою особливістю довіри є її безперервність, адже неможливо обмежувати її лише конкретними обставинами, в яких індивід свідомо розглядає альтернативні варіанти дій. Відповідно до його концепції, довіра до окремих агентів чи абстрактних систем базується на своєрідній вірі, яка дозволяє подолати або не звертати уваги на нестачу інформації про конкретну особу чи соціальний інститут [8]. Гідденс виділяв два типи довіри: «персоніфіковану», що ґрунтується на особистісних зобов'язаннях, і довіру до абстрактних систем, пов'язану з безособовими обов'язками. Простір довіри охоплює не лише міжособистісні відносини, але й політичні та економічні зв'язки, які поширюються на інститути, організації, символічні системи та соціальний порядок загалом. У суспільстві «пізнього модерну» довіра до абстрактних систем виконує

критично важливу роль, забезпечуючи відчуття стабільності повсякденних взаємодій, тоді як персоніфікована довіра є основою відчуття чесності та справжності особистості [8, с. 61].

Гідденс також розрізняв суспільні системи з низьким і високим рівнями довіри. Системи з низьким рівнем довіри характеризуються максимальною відстороненістю людини від процесів виробництва, де керівні функції виконують менеджери, а фізична праця часто делегується машинам. У протилежність цьому, системи з високим рівнем довіри надають працівникам більше автономії, зокрема щодо змісту роботи, що супроводжується підвищенням морального клімату й продуктивності [24].

Френсіс Фукуяма в своїй праці «Довіра: соціальні добродії та шлях до процвітання» [35, с. 82] трактує узагальнену довіру як один із ключових факторів, що визначають темпи економічного зростання суспільства. За його визначенням, довіра – це очікування членами спільноти того, що інші діяти будуть передбачувано, чесно та з повагою до суспільних норм і потреб. Рівень довіри, притаманний різним культурам, формує соціальний капітал і суттєво впливає на економічний розвиток. Фукуяма зводить довіру до очікування, яке виникає в однієї особи щодо поведінки іншої. Якщо це очікування не виправдовується, довіра не виникає. Водночас таке очікування сприяє стимулюванню передбачуваної, чесної та взаємодопоміжної поведінки, заснованої на загальноприйнятих правилах. Структура довіри має форму «стимул–реакція»: обмін очікуваними діями закріплює цей феномен. Отже, довіра є продуктом тривалого соціального розвитку, а її рівень слугує фундаментом стабільності соціальної системи. У суспільствах із низьким рівнем довіри значно ускладнене впровадження позитивних змін [10].

Попри різні підходи, погляди Зіммеля, Гідденса та Фукуями сходяться в тому, що довіра виступає як елемент або форма віри – тобто як ірраціональне ставлення чи культурно обумовлена соціальна звичка.

А. Селігмен досліджував феномен довіри від XVI століття до доби постмодернізму, припускаючи, що вона виникає в умовах вразливості

індивіда, пов'язаної з невідомістю чи початковою невизначеністю щодо мотивів іншої людини. Сам факт існування довіри є ключовим елементом усіх стабільних суспільних зв'язків, а проблема формування генералізованої довіри визначає характер сучасної епохи. Науковець вважав, що початковою основою для системи суспільної довіри слугує довіра на базовому міжособистісному рівні, яка у своїй генералізації трансформується у довіру до влади, державних інституцій та суспільства загалом. Важливим чинником підтримки цього рівня довіри є «неухильне виконання обіцянок» [44].

За А. Селігменом, довіра виникає в соціальних відносинах у момент, коли з'являється можливість відступити від жорстких ролей, утворюючи так званий відкритий простір для інтерпретації ролей і очікувань. Вона зароджується на межі системи, у зонах загроз, у тому «метафізичному» проміжку між ролями, де їхня поведінка піддається осмисленню [44, с. 73].

У поглядах Селігмена довіра має дві полярні характеристики: з одного боку, це почуття відповідальності й обов'язку, а з іншого – впевненість у майбутньому. Він стверджує, що довіра виникає як реакція на рольову невизначеність, пов'язану зі структурною непрозорістю ролей, коли традиційні системні очікування втрачають свою життєздатність. Таким чином, довіра є відповіддю на наявність дисонансу або «прогалини» у визначенні поведінки в межах ролей; вона виступає як функція узгодження суперечностей між різними соціальними ролями і навіть всередині однієї ролі.

А. Селігмен дійшов висновку, що у сучасну епоху довіра сприймається як особлива форма генералізованого обміну, яка є складовою системи безумовних понять, притаманних суспільству. Вона регулює не лише неформальні і приватні взаємодії, але й охоплює більш офіційні, публічні та інституційні сфери, такі як державне управління і економіка. Соціальний актор у цій системі – це людина, яка здійснює соціальну діяльність [44, с. 70].

П'єр Бурдьє пов'язував поняття довіри з політичним життям суспільства, підкреслюючи, що політичний капітал є однією з форм

символічного капіталу. Він розглядав його як кредит, що базується на вірі та визнанні, а сама влада існує завдяки суб'єктивним актам визнання і фактично функціонує як уявлення, що підтримується цим кредитом довіри. Символічна влада виникає завдяки тому, що піддані добровільно надають їй кредит довіри, «вкладаючи в неї свою віру». Відповідно, політик отримує свою силу в межах довіри, яку йому надає певна соціальна група [9, с. 44].

Бен Барбер у своїх дослідженнях аналізував роль меж довіри в різних інституційних сферах, зокрема в політиці та економіці. Він розглядав довіру через призму концепції опіки, інституту довірених осіб і представництва.

Тошіакі Ямагіші та Мортон Дойч виявили, що рівень довіри є ключовим фактором, який визначає стійкість довготривалих взаємин. Особи, які довіряють іншим, з часом демонструють більший рівень співпраці порівняно з тими, хто має низьку довіру. Натомість ті, хто недовірливий, частіше вдаються до санкцій. Водночас примус може сприяти зростанню довіри, оскільки стимулює співробітництво [1, с. 26].

Люк Бос вважав довіру основною силою соціального творення та фундаментом здорового суспільства, наголошуючи, що на основі довіри можна створити абсолютно нову соціальну реальність [7, с. 32].

Мартін Бубер визначав довіру як відповідність між реальною поведінкою об'єкта та нашою уявою про нього, тобто як впевненість у тому, що об'єкт довіри відповідатиме певним нормам і очікуванням. За Бубером, довіра є ментальним станом, який виражає суб'єктивну оцінку ймовірності та формується як емоційна установка на здійснення очікуваної поведінки. Відносини довіри базуються на особливому стані, який учений називав «станом стикання» або співпричетності – моментом, коли власна цілісність співпадає з об'єктом довіри. Цей складний процес поєднує раціональні та ірраціональні елементи, і визначити точний початок його розвитку в часі досить важко [40].

Довіра є ключовою категорією в комунікативній філософії, яка спрямована на формування дискурсивно-комунікативної етики та моралі

інтерсуб'єктивності. Як зауважує Юрген Габермас, учасники конструктивного діалогу виходять із припущення, що «їхні різні погляди, зумовлені конкретними життєвими обставинами, поступово зближуються тут і тепер, приводячи до спільного розуміння ситуації» [15, с. 77]. Найпоширенішою та найстійкішою формою довіри вважається авторитет, зокрема у відносинах між населенням і владою, а також у ставленні до лідерів різних рівнів. В. Кніте підкреслював: «Мистецтво спілкування з людьми полягає в здобутті їхньої довіри, не пригнічуючи їх» [48, с. 33].

Польський соціолог Пйотр Штомпка був одним із перших, хто окреслив важливість проблеми довіри для сучасної соціології, пов'язуючи це зі значними парадигмальними змінами у самій дисципліні – від домінування «соціології соціальних систем» до «соціології дії» [4]. У своїй доповіді «Довіра, недовіра та парадокс демократії» професор Краківського університету пропонує тривимірну модель довіри, що включає: «відображену надійність» – яка проявляється в міжособистісних відносинах; «базову довірливість» – розглянуту як індивідуальну характеристику; та «культурно вироблену довіру» – як важливий ресурс суспільства і умову його розвитку. Для формування міцної культури довіри необхідно забезпечити дві ключові умови: послідовне, незмінне й всеохопне дотримання демократичних принципів, а також помірне та виняткове застосування механізмів контролю, які ці принципи передбачають [4, с. 50].

Довіра, як складне та соціально значуще явище, має багатоварову структуру, яку можна розглядати через кілька ключових аспектів: *онтологічний, аксіологічний, культурологічний та етичний*.

Онтологічний вимір довіри відображає ставлення людини до світу загалом, його сприйняття як сенсового, значущого та сутнісного буття. Тут довіра розглядається як інтегральний елемент взаємодії особистості зі світом, а її ступінь показує, наскільки світ відповідає очікуванням індивіда та наскільки адекватні його реакції на різні життєві обставини. Цей аспект виводить проблему довіри за межі лише міжособистісних стосунків і

переносить її у сферу «людина – світ». Саме таку базову життєву установку, що ґрунтується на довірі, виділяв Ерик Еріксон, вважаючи її фундаментальною для існування особистості.

Аксіологічний аспект підкреслює роль ціннісних орієнтацій і корисності в структурі довіри. Феномен довіри передбачає узагальнення мотивів надійності й значущості, пов'язаних із прогнозованою результативністю майбутніх дій. Здатність наділяти ці дії бажаними властивостями, які не завжди можуть здійснитися, підвищує ризик і вимагає підтвердження на основі вже існуючих очікувань довіри. Внаслідок цього формується або позитивний, або негативний досвід довірчих взаємин. Водночас довіра до себе передбачає визнання цінності власної суб'єктності. Уміння довіряти іншим і вважати їх відповідальними – це результат як індивідуального, так і соціального досвіду. Наявність традиційної складової у формуванні довіри логічно веде до розгляду культурологічного аспекту.

Культурологічний зріз висвітлює історичний і ментальний контекст довіри, акцентуючи на національних особливостях формування культури довіри, її зв'язку із традиційною системою цінностей. Рівень національної ідентичності та транскласова солідарність суттєво впливають на специфіку культури довіри [11, с. 48].

Етичний аспект фокусується на моральних засадах, які супроводжують довірчі відносини. Важливу роль відіграє ступінь самоідентифікації індивіда з «моральною спільнотою». Однією з ключових проблем тут є формування етики відповідальності – дискурсивно-етичної стратегії поведінки, що займає центральне місце в комунікативній філософії.

Комунікативний аспект довіри підкреслює роль інформаційних потоків, символічних значень і міжособистісних контактів у процесі формування ставлення до державних інституцій. Якість і прозорість цієї комунікації безпосередньо впливає на формування довіри, адже ефективна публічна комунікація створює умови для відкритого діалогу, знижує рівень

невизначеності та спотворень інформації, а також демонструє відповідальність і готовність інституцій до партнерства з громадянами.

Таким чином, довіра до державних інституцій є результатом взаємодії соціальних структур і комунікативних процесів. Вона формується не лише через об'єктивні дії інституцій, а й через те, як ці дії інтерпретуються, оцінюються і передаються у публічному просторі. Відповідно, вивчення довіри потребує комплексного підходу, який об'єднує соціологічний аналіз суспільних настроїв та комунікативний аналіз публічних дискурсів.

У сучасних умовах, коли інформаційне середовище стає дедалі більш фрагментованим і насиченим, роль публічної комунікації як інструменту формування довіри набуває особливої значущості. Особливо це стосується державних інституцій, які мають не лише управляти, а й підтримувати відкритий, прозорий і діалоговий формат взаємодії з громадянами. Відтак, розвиток комунікативної компетентності представників влади й різних управлінських структур, прозорість інформаційних потоків, активне залучення громадськості – це необхідні умови для побудови та збереження довіри, яка є критично важливою для стабільного розвитку суспільства.

1.3. Місце публічних комунікацій у діяльності правоохоронних органів

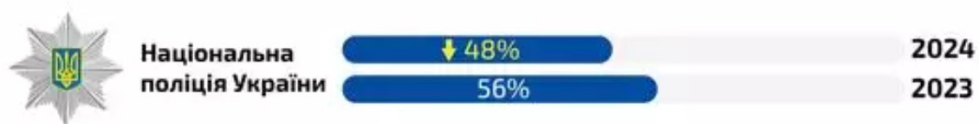
Оскільки довіра громадян до державних інституцій значною мірою формується через якість та прозорість публічної комунікації, особливе значення вона набуває у діяльності правоохоронних органів, які є безпосередніми носіями влади та гарантіями безпеки суспільства. У цьому контексті публічні комунікації виступають ключовим інструментом забезпечення відкритості, підзвітності та ефективної взаємодії правоохоронних структур із громадськістю.

Специфічна комунікація правоохоронців, яка передбачає спілкування з різними категоріями громадян, зокрема з правопорушниками, злочинцями, – одна з невід'ємних складових їх професійної діяльності.

У Законі «Про Національну поліцію» підкреслюється, що громадська думка виступає одним із ключових критеріїв офіційної оцінки діяльності Національної поліції, яка виконує роль центрального органу виконавчої влади у сфері внутрішніх справ [36]. Закон також встановлює, що поліція спрямовує свої зусилля на забезпечення довіри та підтримки з боку громадян, осіб без громадянства та іноземців, які легально перебувають на території України (надалі – громадяни). Рівень довіри кожного громадянина до поліції, а також його готовність сприяти її роботі істотно впливають на ефективність функціонування правоохоронних органів, особливо у напрямках боротьби зі злочинністю та підтримання громадського порядку.

Одним із важливих засобів підвищення ефективності діяльності поліції є регулярний моніторинг громадської думки. Ґрунтовний аналіз оцінки роботи Національної поліції дозволяє вчасно виявляти проблемні моменти та здійснювати необхідні організаційні заходи [23].

Довіра до правоохоронних органів та оцінка їх роботи в умовах воєнного стану протягом останніх років демонструє тенденцію до зниження. Згідно зі статистичними даними, у 2023 році рівень довіри до поліції складав 56%, на червень 2024 року, рівень довіри до поліції становив 48% [42].



Станом на кінець 2024 року рівень довіри до Нацполіції став ще меншим й склав 37%. Натомість Національна поліція почала активно працює над формуванням позитивного образу серед громадян, проте цього недостатньо для встановлення ефективного діалогу та партнерства у сфері забезпечення громадської безпеки.

Однією з ключових проблем є відсутність ефективної системи комунікації між поліцією та зацікавленими сторонами в рамках публічних

комунікацій. Інформація, як базовий елемент комунікативного процесу, стала невід'ємною частиною щоденного життя та роботи правоохоронних органів.

Правоохоронні органи, здійснюючи свої функції із захисту правопорядку та законності, опиняються у центрі суспільної уваги, де будь-який інцидент або рішення можуть викликати значний суспільний резонанс. Тому саме через системну, прозору та зрозумілу публічну комунікацію вони мають можливість формувати позитивний імідж, пояснювати свої дії, реагувати на суспільні запити та зменшувати рівень соціальної напруги. Таким чином, публічні комунікації в правоохоронних органах сприяють не лише інформуванню, а й створенню атмосфери довіри, що є фундаментом для ефективної роботи та легітимності цих інституцій.

Особливістю публічної комунікації в цій сфері є необхідність балансувати між прозорістю та дотриманням службової таємниці, забезпечувати оперативність і точність інформації, а також формувати двосторонній діалог із громадськістю через офіційні заяви, пресконференції, взаємодію з медіа та використання сучасних цифрових платформ. Ефективна комунікація стає запорукою не лише профілактики конфліктів, а й посилення громадської підтримки правоохоронних заходів.

Вибір каналів передачі інформації залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних чинників. Проте традиційні засоби масової інформації, такі як радіо, телебачення та друковані видання, досі залишаються основними каналами комунікації між поліцією та громадськістю. Соціальні мережі та офіційні вебсайти поліції посідають другорядне місце серед джерел інформації про її діяльність [50].

У сфері інформаційних комунікацій поліції з'явився новий канал соціальної взаємодії, який базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Інтернет відкриває майже необмежені можливості для двостороннього зв'язку та ведення діалогу між аудиторією і комунікатором. Особливої уваги заслуговують Інтернет-простір і блогосфера, оскільки вони володіють значним потенціалом для

налагодження ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями. Блог виступає потужним інструментом комунікації серед користувачів мережі, а його відмінність від особистого щоденника полягає у свідомій публічності, яку автор готовий забезпечити [31, с. 66]. Водночас варто відзначити, що правоохоронні структури почали активно інтегрувати соціальні медіа у свою діяльність з певним часовим лагом.

Фахівці різних напрямків поліції – науковці, викладачі, досвідчені практики та спеціалісти з PR – не протиставляють свої знання з профілактики правопорушень думкам окремих громадян, які, хоча й не завжди мають достатню компетенцію щодо діяльності поліції, все ж активно висловлюють та формують власні позиції.

За словами В. Боднара, у військових умовах концепція «Community Policing» набуває особливого значення. Залучення місцевої громади до спільної боротьби зі злочинністю під час воєнного стану є надзвичайно важливим для забезпечення громадської безпеки та підтримки правопорядку [6, с. 25]. Незважаючи на провідну роль медіа в інформуванні населення про діяльність поліції, рівень довіри до правоохоронної системи напряму залежить від здатності інформувати активних і зацікавлених громадян через розміщення актуальної інформації в Інтернеті, зокрема на офіційних вебресурсах і в соціальних мережах.

В цьому процесі велике значення мають заходи з оновлення контенту на сайтах, а також ініціативи, спрямовані на підвищення кваліфікації адміністраторів вебресурсів Головного управління Національної поліції [14]. Оцінка офіційних сайтів територіальних підрозділів поліції базується на трьох основних критеріях:

- актуальність наданої інформації;
- своєчасність її подання громадянам;
- активність у цифровому просторі.

Інформація для населення включає: відомості про вакантні посади в територіальних органах, вимоги до кандидатів та контактні дані для довідок;

графік і порядок прийому громадян; огляди звернень, що надходять; інформацію про дільничних офіцерів та структурні підрозділи поліції; а також наявність спеціальних функцій для роботи з інформацією, пристосованих для осіб з інвалідністю.

Однією з актуальних задач сьогодні є створення засобів публічної комунікації поліції з окремими населеними пунктами, як автономних, так і тих, що інтегровані з ресурсами місцевих адміністрацій. Наявність таких платформ має спростити громадянам доступ до інформації про діяльність правоохоронних органів, а також надати можливість подавати заяви, пропозиції та залишати відгуки щодо роботи відповідних підрозділів. Портали Національної поліції функціонують на уніфікованих платформах, зокрема <https://mvs.gov.ua>, що забезпечує високий рівень інтеграції (згідно з Положенням про єдину інформаційну систему Міністерства внутрішніх справ та переліком пріоритетних електронних ресурсів її суб'єктів []). Співробітники поліції регіонах мають доступ до оновлення новин та наповнення інформації у різних розділах цих сайтів, на власних сторінках у соціальних мережах. Проте нерідко інформація подається у формальному стилі, що ускладнює її сприйняття для громадян без юридичної підготовки. Через це працівникам поліції доводиться додатково пояснювати правові норми більш зрозумілою мовою, щоб забезпечити краще розуміння суті повідомлень населенням.

Протягом останнього десятиліття ЗМІ, громадські організації та правозахисні структури також неодноразово висловлювали невдоволення щодо недостатнього, несвоєчасного або неповного інформування про діяльність поліції та її підрозділів. Зокрема, негативні відгуки надходили від малого та середнього бізнесу через запізніле повідомлення про зміни у правилах ліцензування, відмову регіональних поліцейських органів у наданні внутрішніх нормативних документів, а також затримки у наданні інформації про тілесні ушкодження, моральні збитки і порушення базових прав громадян унаслідок дій чи бездіяльності правоохоронців [28].

Відповідно до Закону України «Про Національну поліцію», діяльність поліції повинна здійснюватися в тісній співпраці з населенням, територіальними громадами та громадськими об'єднаннями на засадах партнерства. Рівень громадської довіри до поліції – ключовий критерій оцінки ефективності її роботи. Таким чином, соціальні категорії «партнерство» і «довіра» визначають успішність реалізації правоохоронної функції держави.

Довіра є фундаментальною цінністю суспільства, яка ґрунтується на прозорості та підзвітності дій поліції. Що вище цей рівень довіри, тим активніше громадяни співпрацюватимуть з правоохоронцями, інформуватимуть про правопорушення, а поліція – своєчасно інформуватиме про вжиті заходи.

Для порівняння: у 2013–2015 роках рівень довіри до поліції становив лише 13–15%, а вже в 2017 році, за даними Інституту соціології НАН України, він зріс до 46%. Сьогодні, за дослідженнями соціологічної групи «Рейтинг», довіра до Національної поліції складає 48%, тоді як 51% громадян їй не довіряють.

Інше дослідження, проведене у квітні 2025 року, проведеного компанією Taylor Nelson Sofres (TNS) на замовлення компанії IREX в 12 містах України, показало, що рівень довіри до Національної поліції склав 43,5%, а до патрульної поліції – 53% [42].

З огляду на це, важливим і актуальним є впровадження стратегії «Community Policing» – партнерства заради безпеки. Саме в цьому ключі правоохоронці мають спрямовувати своє інформування на відкритий діалог із громадянами, використовуючи прозору мову і триваюче інформування.

Для того, щоб інститут довіри набув реального, а не декларативного змісту, сучасній українській поліції слід не лише декларувати відкритість, а й активно впроваджувати перевірені практики залучення громадськості до правоохоронної діяльності. Доцільним є використання як національного досвіду, так і найкращих європейських практик у цій сфері.

Наприклад, у країнах Європейського Союзу діють громадські ініціативи на кшталт організації «Зупини злочинця» (Stop a Criminal), яка співпрацює з поліцією в питаннях забезпечення публічного порядку, організації превентивних заходів, консультативної підтримки населення та просвітницької діяльності. У Японії при кожній поліцейській дільниці функціонують осередки Асоціації запобігання злочинності, членами яких можуть бути як окремі громадяни, так і професійні спільноти (водії, банківські працівники, продавці), які найчастіше потрапляють у зону ризику злочинних посягань.

Впровадження аналогічних ініціатив в Україні могло б стати додатковим важелем у зміцненні правопорядку, зниженні рівня вуличної злочинності та підвищенні рівня довіри до правоохоронних органів.

Особливої актуальності набуває застосування досвіду поліції Німеччини, Великобританії та Польщі, які вже давно перейшли до моделі сервісно-орієнтованої поліції та успішно реалізують низку соціально-правових проєктів, спрямованих на покращення комунікації з громадянами. В Україні у межах таких проєктів доцільно розміщувати електронні бланки, які можуть заповнювати особи, що постраждали від незначних правопорушень або стали свідками таких випадків. Це дасть змогу не лише знизити навантаження на відділення поліції, а й оперативно реагувати на запити громадян.

Загалом такі ініціативи сприятимуть зміцненню довіри до поліції, формуванню відкритої моделі взаємодії з громадськістю та підвищенню ефективності захисту прав і законних інтересів громадян. Упровадження подібних сервісів відповідає сучасним стандартам європейської політики безпеки та стратегії Community Policing, яка робить акцент на довірі, партнерстві та превенції [40, с. 83].

У реаліях сьогодення надзвичайно важливим стає пошук нових, більш ефективних підходів до системи оцінювання результативності поліцейської діяльності. Основу такої системи повинні складати об'єктивні показники:

зокрема, рівень розкриття кримінальних правопорушень за конкретними складами злочину – для органів досудового розслідування, а також кількісно-якісні показники адміністративної практики – для інших служб поліції.

Сучасна модель оцінювання не повинна обмежуватися лише статистичними даними. Доцільним є впровадження якісної експертної оцінки, яку проводитимуть незалежні комісії. До їхнього складу мають входити представники поліції, адвокатури, правозахисних організацій, експерти в галузі кримінального права, а також колишні працівники правоохоронних органів. Такий міждисциплінарний підхід дозволить забезпечити комплексний і неупереджений аналіз роботи поліції в різних регіонах.

Водночас поліція має активніше розвивати нові форми співпраці з громадськістю, зокрема завдяки впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій, які забезпечують відкритість, доступність та ефективний зворотний зв'язок.

Наведемо приклади цифрових сервісів і рішень, що вже працюють в Україні:

- чат-бот МВС у Telegram – інтерактивний інструмент, який дозволяє отримувати відповіді на найпоширеніші питання. У 2024 році за допомогою цього сервісу було ідентифіковано низку розшукуваних осіб завдяки швидкому повідомленню громадян;

- електронний кабінет водія – станом на початок 2025 року понад 1,6 мільйона користувачів скористалися ним для перевірки штрафів, заміни посвідчення водія або запису в онлайн-чергу. Цей сервіс значно знизив навантаження на сервісні центри МВС;

- портал «Дія» + інтеграція з МВС – через застосунок уже реалізовано доступ до цифрового посвідчення водія, реєстрації авто, а з 2024 року – також функція повідомлення про правопорушення з геолокацією та фотофіксацією, що було особливо ефективним під час воєнного стану;

- платформа «Поліцейський офіцер громади» – у громадах Київської, Черкаської та Хмельницької областей фіксується зниження рівня побутової злочинності до 25% після впровадження постійної присутності офіцера в громаді, який співпрацює з мешканцями через офлайн-прийоми та локальні групи у Viber і Facebook;

- ГІС-проєкт «Безпечне місто» – у Харкові до початку повномасштабної війни та частково у 2023–2024 роках реалізовувався модуль сповіщення поліції та «швидкої» через інтегровані відеокамери з розпізнаванням облич. У Вінниці система дозволила оперативно розкрити серію крадіжок у громадському транспорті [15; 29; 37].

Ці приклади свідчать про реальний вплив діджиталізації на оперативність реагування, прозорість дій поліції та зменшення рівня недовіри з боку громадян. Головне, щоб впровадження новацій супроводжувалося готовністю правоохоронців до змін, розвитком цифрової грамотності та відповідальним ставленням до публічної комунікації.

Таким чином, публічна комунікація є ключовим інструментом формування довіри до поліції, оскільки саме відкритість, прозорість та регулярна взаємодія з громадськістю сприяють зростанню легітимності правоохоронної системи. В умовах сучасних викликів довіра до поліції значною мірою залежить від здатності органів правопорядку ефективно інформувати населення, реагувати на запити громадян і підтримувати з ними діалог. Високий рівень довіри формує партнерські відносини, що дозволяють не лише підвищити ефективність превентивної діяльності, а й створити передумови для безпечного суспільного середовища.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ

2.1. Інструменти комунікації НПУ з громадськістю

У повсякденній діяльності кожна людина так чи інакше взаємодіє з іншими за допомогою комунікацій, проте лише дехто робить це системно та послідовно. В управлінні значення ефективної комунікації важко переоцінити. Практично кожен управлінський процес, спрямований на досягнення цілей організації чи установи, базується на якісному обміні інформацією. Без налагодженого комунікаційного процесу не можливо співпрацювати, визначати спільні завдання та реалізовувати їх на практиці.

Комунікація є багатоступеневим і складним процесом, у якому кожен етап відіграє важливу роль у забезпеченні зрозумілості та точності передавання інформації. Недооцінка будь-якого з цих етапів може призвести до викривлення змісту або повної його втрати. Саме тому треба докладати максимум зусиль для того, щоб комунікаційні процеси були ефективними, чіткими та змістовними.

У діяльності правоохоронних органів комунікація має надзвичайно важливе значення, адже від її якості залежить координація дій, оперативність прийняття рішень та рівень довіри населення. Щоб забезпечити результативний обмін інформацією, важливо розрізняти канали та засоби комунікації [9, с. 22].

Канал комунікації – це спосіб або технологія, через яку аудиторія отримує повідомлення. Це може бути телебачення, радіо, соціальні мережі, офіційні сайти, ЗМІ чи будь-яка інша платформа, що забезпечує доступ до інформації. Засіб комунікації – це конкретна форма, у якій подається інформація через обраний канал. Наприклад, каналом може бути соціальна мережа, а засобом – серія відеороликів або інфографіка. Інший приклад:

канал – це друковане чи онлайн-видання, а засобом стає пресреліз, інтерв'ю чи тематичний огляд [30, с. 45].

Правильне поєднання каналу й засобу комунікації дозволяє правоохоронним органам не лише своєчасно доносити інформацію до цільової аудиторії, а й формувати позитивний імідж, зміцнювати довіру суспільства та забезпечувати відкритість своєї діяльності.

Існує багато різних каналів і засобів комунікації, вибір яких залежить від завдань та обставин. Одним із найпоширеніших каналів є Інтернет – сучасний і динамічний засіб донесення інформації. Це можуть бути офіційні сайти, цифрова реклама, сторінки у соціальних мережах, відеоплатформи, блоги або подкасти.

Важливим каналом залишаються й засоби масової інформації: телебачення, радіо, друковані та онлайн-видання. Інформація може поширюватися через інтерв'ю, участь у теле- чи радіопередачах, коментарі або авторські статті [34].

Дієвим інструментом є персональні зустрічі з різними цільовими групами: представниками влади, журналістами, експертами чи громадськістю. Це сприяє побудові довіри та розвитку партнерських стосунків.

Ще одним каналом є організація заходів – конференцій, семінарів, публічних обговорень, які дають можливість безпосередньо інформувати аудиторію, налагоджувати діалог та пояснювати свою позицію.

Не менш важливою є участь у зовнішніх заходах, форумах, круглих столах, професійних зібраннях, де можна представляти офіційну позицію, ділитися досвідом та отримувати зворотний зв'язок.

Важливу роль відіграють також інформаційно-рекламні матеріали – зовнішня реклама, друковані брошури, буклети, інформаційні листи, що допомагають охоплювати ширшу аудиторію [24, с. 55-56].

Крім того, ефективним засобом комунікації є використання наявних контактів та професійних мереж, через які можна поширювати важливу інформацію та зміцнювати партнерські відносини.

Системне й усвідомлене використання різних каналів і засобів комунікації допомагає правоохоронним органам підтримувати ефективний діалог із суспільством, підвищувати рівень довіри та зміцнювати авторитет.

Особливості публічних комунікацій в підрозділах Національної поліції України досліджували: І. Бех, Н. Бібік, А. Бодальов, А. Бойко, Н. Бутенко, Н. Волкова, С. Гончаренко, О. Жирун, М. Заброцький, В. Кан-Калик, С. Левченко, О. Савченко, В. Сухомлинський, О. Федій та інші.

Комунікації поліції можна розглядати як структурований публічний простір для комунікацій та процес інформаційної взаємодії, спрямований на формування та коригування публічних дискурсів. Провідна роль у цій взаємодії належить поліції, яка повинна взяти роль модератора комунікативних практик, тобто прийняти управління правоохоронними комунікаціями. У загальному розумінні управління правоохоронними комунікаціями передбачає ініціацію, напрям і контроль над комунікаціями, над процесами інформаційного обміну в контексті основної діяльності поліції. Правоохоронні органи найперше асоціюються в громадян з поняттями «законність» і «державність» [3, с. 94].

Ключовим підходом до управління публічною комунікацією правоохоронних органів є системний підхід, який дозволяє розглядати цей процес як цілісну систему взаємодії суб'єктів, що спрямована на досягнення та реалізацію спільних інтересів. Побудова та підтримка ефективних відносин із громадськістю потребує постійної, структурованої роботи, яка охоплює безперервний аналіз цільових аудиторій і зацікавлених сторін, а також врахування трансформації моделей їхнього мислення.

Важливим елементом системного підходу є розробка ефективних механізмів налагодження та підтримки контактів, моніторинг зворотного зв'язку та своєчасне реагування на зміну інформаційного середовища. Такий

підхід сприяє формуванню стабільного діалогу між поліцією та громадянами, розвитку партнерських стосунків і підвищенню рівня довіри до правоохоронної системи.

Публічна правоохоронна комунікація виконує стратегічну функцію у загальній системі управління поліцією, яка полягає у забезпеченні громадського порядку, підтриманні публічної безпеки, захисті життя та здоров'я людей, дотриманні прав і свобод громадян, а також протидії кримінальним правопорушенням.

На думку В. Бондара, взаємодія поліції з населенням стала ще більш плідною в умовах війни. Власне, сама концепція цього органу передбачає партнерство, довіру, спілкування та діалог між поліцією та громадянами. Довіра громадян до Національної поліції України залежить від успіху поліції у сфері правового захисту громадян, а також від рівня взаємодії громадськості з правоохоронними органами [8].

На думку М. Коваліва, основними формами партнерської взаємодії поліції та інститутів громадянського суспільства є: безпосередня співпраця; інформаційний обмін; громадський контроль; профілактичні заходи; благодійні кампанії [30].

Поліція виступає важливим суб'єктом у системі управління комунікацією, що представлений спеціалізованими підрозділами на різних рівнях. На рівні Міністерства внутрішніх справ України функціонує Департамент комунікації, аналогічний підрозділ діє у складі Національної поліції України. На місцевому рівні питання комунікації покладаються на відділи комунікації територіальних органів поліції.

У кожному підрозділі центрального апарату МВС України, Національної поліції, а також у міжрегіональних та територіальних підрозділах працюють фахівці – поліцейські або державні службовці – відповідальні за взаємодію зі засобами масової інформації. Їхня робота є важливою складовою забезпечення ефективної комунікації правоохоронної системи.

Основною метою діяльності Департаменту комунікації Національної поліції є підвищення рівня довіри громадян до поліції, формування позитивного іміджу правоохоронців та підвищення престижу поліцейської професії. У структурі департаменту діє робоча група, яка здійснює моніторинг та аналіз взаємодії поліції з громадськими організаціями та інститутами громадянського суспільства.

Практичний досвід показує, що саме завдяки цій діяльності можна визначати та впроваджувати заходи, які максимально зацікавлюють громадськість і створюють позитивні інформаційні приводи у соціальних мережах та в онлайн-просторі. Сучасна комунікаційна стратегія передбачає, що МВС України має бути відомством, здатним оперативно реагувати на зміни інформаційного середовища та активно взаємодіяти з представниками громадянського суспільства.

Пріоритетом роботи Департаменту комунікації є швидке реагування на інформаційні події, що мають суспільний резонанс. Крім того, департамент координує інформаційний супровід діяльності всіх органів, установ і підрозділів Національної поліції як у засобах масової інформації, так і в комунікації з громадськістю.

Аналіз засобів комунікації Національної поліції України охоплює різні канали зв'язку, які використовуються для взаємодії з громадськістю, між підрозділами та з іншими правоохоронними органами. Ці засоби включають в себе традиційні, такі як телефонний зв'язок та радіо, а також сучасні, зокрема, соціальні мережі, вебсайти, мобільні додатки та системи відеоспостереження.

До традиційних засобів комунікації Національної поліції належать:

- телефонний зв'язок: він використовується для термінових викликів, координації дій між підрозділами та зв'язку з громадянами;
- радіо: застосовується для зв'язку між поліцейськими на місці події, патрульними автомобілями та черговими частинами.

До сучасних засобів комунікації входять:

- соціальні мережі: поліція використовує Facebook, Telegram, Instagram та інші платформи для інформування про події, роз'яснення законодавства, проведення профілактичних кампаній та отримання зворотного зв'язку від громадян;

- вебсайт Національної поліції України: на сайті розміщується офіційна інформація, новини, звіти, контактні дані, форми для звернень громадян, а також різні онлайн-сервіси;

- мобільні додатки: наприклад, застосунок «Мій поліцейський» дозволяє громадянам зв'язатися з дільничним, залишити звернення, отримати інформацію про права та обов'язки поліції;

- системи відеоспостереження: вони встановлені у громадських місцях, на вулицях та у транспорті, дозволяють здійснювати моніторинг ситуації, розкривати злочини та забезпечувати безпеку громадян.

Особливості комунікації в сучасних умовах:

- оперативність та швидкість передачі інформації: соціальні мережі та мобільні додатки дозволяють швидко реагувати на події та інформувати громадськість;

- двосторонній зв'язок: соціальні мережі та інші платформи дають можливість громадянам звертатися до поліції, ставити запитання та отримувати відповіді;

- прозорість та відкритість: оприлюднення інформації на вебсайті та у соціальних мережах сприяє підвищенню довіри до поліції;

- взаємодія з іншими структурами: поліція використовує системи електронного документообігу та інші засоби комунікації для обміну інформацією з іншими правоохоронними органами та державними установами.

Таким чином, Національна поліція України активно використовує як традиційні, так і сучасні засоби комунікації для забезпечення ефективної роботи, взаємодії з громадськістю та підтримки громадського порядку. Розширення використання сучасних технологій та розвиток онлайн-

сервісів сприяє підвищенню прозорості, оперативності та довіри до поліції. Однак, щоб зрозуміти, чи достатньо цього – розглянемо, до прикладу, політику публічної комунікації в США.

У США комунікації між поліцією та населенням також приділяють значну увагу. У понад двохстах містах діють програми громадської участі патрульної поліції, що спрямовані на активне залучення громадян до взаємодії з правоохоронцями. Основна ідея таких програм полягає в тому, що патрульні поліцейські виділяють частину свого робочого часу для спілкування з населенням, щоб налагодити контакт і підвищити довіру.

Наприклад, у Далласі реалізується програма «Зупинись, підійди та поговори», в межах якої кожен патрульний декілька разів на тиждень зупиняється у людних місцях, щоб поспілкуватися з перехожими, розповісти про свою роботу, відвідати громадські заходи або школи. Це дозволяє зменшити соціальну дистанцію між поліцією та громадянами, сприяє відкритому обговоренню проблем і формує позитивний образ правоохоронців.

У Нью-Йорку діє одна з наймасштабніших таких програм. Поліцейські проходять спеціальну підготовку: беруть участь у навчальних семінарах, консультуються з досвідченими колегами, вивчають реальні ситуації у судовій системі. Це дає змогу адаптувати комунікаційні підходи до потреб конкретних районів. Самі правоохоронці відзначають, що подібні ініціативи допомагають їм краще розуміти громаду, її проблеми та потреби, а спілкування дозволяє отримати інформацію, якої неможливо здобути телефоном чи під час патрулювання.

Ще один приклад – програма ROPE, започаткована у місті Елгін (штат Іллінойс) і впроваджена в інших містах США [49]. Вона передбачає, що поліцейські разом із сім'ями проживають у проблемних районах, стають частиною місцевої громади і активно працюють над створенням безпечного мікроклімату. Влада забезпечує їм житло, транспорт та необхідні ресурси. Основним завданням правоохоронців є встановлення особистих контактів з

мешканцями, участь у громадських зборах, контроль за інформаційними потоками у мікрорайоні та допомога у вирішенні локальних проблем. Максимальний термін перебування на такій посаді – три роки.

Ефективність програми ROPE підтверджується результатами соціальних опитувань: якщо спочатку мешканці найбільшою загрозою називали наркотики та банди, то через два роки головними проблемами стали надмірний шум та гучна музика – показник значного зниження рівня злочинності та соціальної напруги. Для участі у програмі ROPE поліцейські проходять навчання з акцентом на комунікативні навички, вирішення конфліктів, роботу у складних соціальних умовах [41, с. 77].

Подібні програми у США не є поодинокими. Існують спеціальні ініціативи для роботи з різними категоріями населення: людьми похилого віку, безпритульними, підлітками з девіантною поведінкою, особами з фізичними чи психічними вадами. У кожній з цих програм важливим є наявність у поліцейських розвинених навичок ефективного спілкування, терплячості та здатності будувати довірливі стосунки.

В Україні ідеї активної взаємодії поліції з громадою набувають все більшого значення, проте масштабних і системних програм, подібних до американських, поки що небагато. Національна поліція України поступово впроваджує елементи комунікації, орієнтовані на партнерство з населенням, зокрема через програми «Поліцейський офіцер громади», які передбачають тісну співпрацю патрульних з місцевими мешканцями.

Хоча прямих аналогів програм типу «Зупинись, підійди та поговори» або ROPE у нас немає, Національна поліція активно розвиває напрями роботи, що сприяють підвищенню довіри населення, відкритості та прозорості діяльності. Зокрема, існують ініціативи з проведення зустрічей поліцейських із громадянами, інформаційно-просвітницькі заходи, робота зі спільнотами, залучення громадських рад та консультативних органів [22].

Отже, хоча подібні програми поки не мають такого ж масштабу та формалізації, як у США, в Україні вже закладаються основи для більш

активної, відкритої та ефективної комунікації поліції з населенням, що є важливою складовою реформи правоохоронних органів.

Підсумовуючи, можна констатувати, що ефективна комунікація між поліцією та громадою є ключовим чинником для формування довіри, забезпечення безпеки та побудови партнерських стосунків. Досвід США демонструє, що системні та продумані програми взаємодії, орієнтовані на безпосереднє спілкування правоохоронців із мешканцями, сприяють значному покращенню соціального клімату в громадах та зниженню рівня конфліктності.

В Україні, незважаючи на те, що поки відсутні масштабні аналоги цих програм, активно впроваджуються ініціативи, спрямовані на посилення комунікації поліції з населенням. Реформування Національної поліції та впровадження нових форм роботи відкривають перспективи для створення більш відкритого, прозорого та орієнтованого на потреби громадян правоохоронного органу.

Отже, подальший розвиток і систематизація комунікаційних програм в Україні є важливою складовою успішної поліції майбутнього, що здатна не лише реагувати на виклики безпеки, а й активно працювати над формуванням довіри та взаєморозуміння з громадою.

2.2. Типові помилки та проблеми комунікацій поліції у кризових ситуаціях

У сучасному суспільстві публічні комунікації відіграють ключову роль у формуванні довіри до правоохоронних органів, зокрема до Національної поліції України. Це особливо важливо у кризових ситуаціях, коли суспільна увага зосереджена на діях поліції, а емоційна напруга серед населення зростає. Саме в таких обставинах від ефективності, відкритості та узгодженості комунікацій залежить не лише репутація поліції, а й стабільність та громадський спокій.

Кризові ситуації – це випробування для системи комунікацій будь-якого правоохоронного органу. Вони показують слабкі місця у внутрішній і зовнішній інформаційній взаємодії, вимагають від правоохоронців оперативності, компетентності та вміння діяти в умовах інформаційного тиску. На жаль, навіть найбільш професійні організації часто припускаються типових помилок у комунікаціях під час криз, що негативно впливає на рівень довіри з боку громадськості та ефективність реагування [37, с. 32].

Враховуючи виклики, з якими стикається Національна поліція України в умовах суспільних змін, військової агресії РФ в Україні, соціальних криз та високого рівня інформаційної турбулентності, аналіз типових помилок і проблем комунікації набуває особливої актуальності. Розуміння цих проблем є важливим кроком на шляху до формування сталої довіри, покращення партнерства з громадянами та забезпечення ефективного управління кризовими ситуаціями.

Типові помилки та проблеми комунікацій поліції у кризових ситуаціях є однією з найбільш гострих і водночас поширених проблем, що значною мірою впливають на рівень довіри населення, ефективність реагування та загальне сприйняття правоохоронних органів у суспільстві. Аналіз практики як в Україні, так і в інших країнах демонструє, що у кризових обставинах поліція часто стикається із низкою труднощів, які знижують якість комунікації та можуть навіть поглиблювати конфлікти.

Однією з найпоширеніших помилок комунікації поліції у кризових ситуаціях є несвоєчасне інформування населення або ж повне замовчування важливої інформації. У суспільстві, де інформація поширюється миттєво через соціальні мережі та інтернет, будь-яка затримка з боку офіційних структур породжує чутки, маніпуляції та створює сприятливий ґрунт для дезінформації. Люди починають більше довіряти неофіційним джерелам, ніж офіційним представникам поліції. Втрата контролю над інформаційним полем у кризі – це один із найнебезпечніших сценаріїв для правоохоронців [29, с. 15].

Ще однією важливою проблемою є відсутність єдиної інформаційної політики між різними підрозділами поліції. Часто центральний апарат, місцеві відділення, пресслужби та окремі посадовці надають різні, а подекуди навіть суперечливі коментарі щодо однієї й тієї ж події. Така інформаційна розрізненість підриває довіру громадян і створює враження некомпетентності та безвідповідальності правоохоронної системи в цілому.

Крім того, у кризових ситуаціях поліція іноді демонструє надмірну закритість або ухиляється від відкритого діалогу з медіа та громадськістю. Побоюючись критики або юридичних ризиків, правоохоронці часто обирають тактику мовчання, що лише посилює недовіру та невдоволення. У сучасних умовах населення очікує від поліції відкритості, чесності та прозорості – навіть тоді, коли ситуація є складною і немає однозначних відповідей [14, с. 66].

До типових комунікаційних помилок також можна віднести неправильний тон спілкування та брак емоційного інтелекту у кризовій комунікації. Офіційні повідомлення іноді виглядають сухими, безособовими, байдужими до людських емоцій. В умовах кризи це може призвести до відчуження громадян та формування образу «нечутливої» поліції. Водночас, грамотно підібраний тон, співчуття, підтримка та роз'яснення допомагають згладити напругу, навіть коли події розгортаються драматично.

Не менш важливою проблемою є ігнорування комунікації у соціальних мережах або ж її неправильне використання. Соціальні мережі є одним із найважливіших каналів публічної комунікації у сучасному світі. Проте не всі поліцейські підрозділи готові до ефективної та оперативної роботи у цьому середовищі. Часто сторінки поліції мають формальний характер, не реагують на коментарі, а в кризових ситуаціях залишаються неактивними, втрачаючи можливість оперативно інформувати населення та запобігати паніці [19].

Також проблемою є недостатня увага до зворотного зв'язку від громадян. Кризова комунікація не повинна бути односторонньою. Важливо не лише передавати інформацію, а й слухати аудиторію, розуміти її потреби,

страхи, запитання. Відсутність такого зворотного зв'язку або його ігнорування призводить до втрати емоційного контакту з населенням та ослаблення довіри [5].

Важливо також зазначити, що недостатня увага до культурних та соціальних особливостей різних груп населення під час комунікації може призводити до нерозуміння і навіть загострення конфліктів. Криза часто супроводжується підвищеною емоційністю та стресом, тому комунікація має бути максимально чутливою, уважною до специфіки аудиторії.

З огляду на викладене, стає очевидним, що для подолання цих проблем необхідно впроваджувати системний підхід до управління комунікацією поліції, який передбачає:

- чітке планування і координацію інформаційних потоків між усіма рівнями управління;
- прозорість і своєчасність у наданні офіційної інформації;
- підвищення кваліфікації працівників у сфері кризової комунікації;
- активне залучення громадськості та партнерів;
- врахування соціокультурних особливостей різних цільових аудиторій.

Це безпосередньо пов'язано з потребою розвитку комунікаційних програм у поліції, про що йшлося раніше. Впровадження сучасних, адаптованих до українських реалій моделей взаємодії з населенням, як це відбувається в розвинених країнах, дозволить суттєво підвищити ефективність комунікацій у кризових ситуаціях. Зміцнення довіри через відкритий діалог та партнерство створює надійний фундамент для більш професійної та чуйної правоохоронної системи.

Отже, удосконалення комунікаційних стратегій поліції у кризових обставинах є важливим кроком на шляху реформування і модернізації правоохоронних органів в Україні. Це сприятиме не лише кращому управлінню кризами, а й формуванню позитивного іміджу поліції.

Узагальнюючи вищесказане, можна стверджувати, що криза є випробуванням не лише для дій поліції, але й для її здатності правильно і своєчасно комунікувати з суспільством. Саме в такі моменти закладаються основи довіри або недовіри, які потім впливають на подальші взаємини поліції та громади.

Для Національної поліції України вкрай важливо впроваджувати системний підхід до кризової комунікації: навчати персонал сучасним технікам інформаційної взаємодії, створювати єдині комунікаційні стандарти, формувати культуру відкритості та прозорості. Такі дії сприятимуть не лише ефективному управлінню кризами, але й поступовому зміцненню довіри громадян до поліції як до інституції, що стоїть на захисті їхніх прав, безпеки та добробуту.

2.3. Роль медіа у формуванні довіри до поліції

У Законі «Про Національну поліцію» закріплено положення, що громадська думка є одним із основних критеріїв офіційної оцінки діяльності Національної поліції, яка виконує функції центрального органу виконавчої влади у сфері внутрішніх справ [7]. Також у Законі визначено, що поліція у своїй діяльності прагне забезпечити довіру та громадську підтримку з боку громадян, осіб без громадянства та іноземців, які перебувають на території України на законних підставах. Рівень довіри кожного громадянина до поліції та його готовність сприяти її діяльності значною мірою впливають на ефективність правоохоронних органів, особливо у сферах боротьби зі злочинністю та охорони громадського порядку. Важливим інструментом підвищення ефективності діяльності поліції є систематичний моніторинг громадської думки. Якісний аналіз оцінки роботи органів Національної поліції дає змогу своєчасно виявляти проблемні аспекти та вживати необхідних організаційних заходів [21].

Одним із ключових засадничих принципів функціонування Національної поліції України, закріпленим у Законі України «Про

Національну поліцію», виступає відкритість і прозорість. Цей принцип означає, що поліція зобов'язана регулярно інформувати органи державної влади, місцевого самоврядування, а також широку громадськість про свою роботу у сферах захисту прав і свобод громадян, боротьби зі злочинністю, гарантування публічної безпеки та правопорядку [23, с. 61]. Крім того, правоохоронці забезпечують вільний доступ до публічної інформації, якою вони володіють, відповідно до вимог чинного законодавства.

Практична реалізація цього принципу значною мірою відбувається шляхом активної співпраці зі засобами масової інформації. Саме завдяки прямій та опосередкованій комунікації з медіа у суспільній свідомості формується уявлення про діяльність Національної поліції України. Тому медіа відіграють вирішальну роль у створенні громадської думки щодо поліції.

Протягом років незалежності України суспільне ставлення до поліції часто було неоднозначним і здебільшого характеризувалося недовірою, агресією та роздратуванням. Водночас останнім часом спостерігається позитивна динаміка у формуванні сприятливого образу поліції в масовій свідомості за посередництвом засобів масової інформації.

Слід підкреслити, що позитивний імідж та авторитет Національної поліції складається з двох основних складових: реальних результатів роботи поліції та медійного образу поліцейського [17, с. 8]. У цьому контексті одним із першочергових завдань є створення позитивного образу правоохоронних органів у громадській свідомості, покращення ставлення громадян до поліції та зміцнення її позицій як важливого інституту державної влади.

Перш ніж перейти до розгляду особливостей формування образу поліцейського засобами масової інформації, варто проаналізувати кілька ключових понять:

- засоби масової інформації (ЗМІ, масмедіа) – це сукупність організацій, що публічно здійснюють збирання, обробку та поширення

інформації для широкої аудиторії за допомогою різних технічних каналів передачі (друковані видання, телебачення, радіомовлення, Інтернет та інші);

- медійний образ – це створене системою масмедіа уявлення або імідж певного об'єкта реального світу, яке закріплюється у свідомості громадськості та має об'єктивне існування на рівні суспільного сприйняття;

- стереотип – це закріплений у громадській свідомості спрощений і стійкий образ або уявлення про конкретний об'єкт чи явище, що формується шляхом узагальнення індивідуального та колективного досвіду.

З огляду на значний вплив засобів масової інформації на формування суспільного сприйняття образу поліцейського, доцільно детальніше проаналізувати механізми цього впливу на масову свідомість. Насамперед варто запропонувати класифікацію ЗМІ за їхніми видами:

- традиційні ЗМІ – це друковані періодичні видання, такі як газети, журнали тощо. За офіційними статистичними даними, у першій половині 2019 року в Україні було видано 3143 друкованих періодичних видань із загальним накладом 607,2 мільйона примірників [23]. До них належать 1371 газет та 1772 інших періодичних або продовжуваних видань [так само]. Однак з 2015 року зафіксовано тенденцію до значного зниження популярності друкованих медіа: українці стали читати їх на 74% менше [34, с. 41]. Станом на 2021 рік лише 8% населення продовжують надавати перевагу саме друкованим ЗМІ [44, с. 21]. Основну аудиторію цих медіа складають переважно люди старшого покоління, хоча навіть серед осіб до 60 років більшість воліє користуватися Інтернетом або переглядати телебачення;

- нові ЗМІ охоплюють такі канали, як телебачення та радіо. Телебачення й надалі залишається провідним джерелом отримання інформації про події в Україні та світі для 74% українців [6]. Водночас рівень довіри до телебачення невисокий: лише 41% громадян вважають його надійним джерелом інформації [10]. Основна аудиторія таких медіа – це громадяни середнього та старшого віку;

- новітні ЗМІ – це інформаційні ресурси в мережі Інтернет: електронні версії традиційних видань, онлайн-медіа, соціальні мережі, блоги, Telegram-канали, YouTube-канали та інші цифрові платформи. Ці джерела особливо популярні серед молоді (до 40 років), а також серед людей, які активно використовують Інтернет у професійній діяльності. Сучасна статистика свідчить, що за останні шість років кількість користувачів новітніх медіа зросла на 20% [4]. Дані 2020 року підтверджують, що 60% українців отримують інформацію саме через онлайн-ресурси [13]. Більше того, зростає тенденція переходу всіх типів медіа в цифровий простір.

Незалежно від класифікації, усі види ЗМІ виконують низку ключових функцій: інформаційну, комунікативну, освітню, пропагандистську, функцію соціалізації, критику та контроль, мобілізаційну, інноваційну, оперативну та ідеологічну [28]. Проте у процесі створення іміджу поліцейського найактивніше використовуються три з них:

- *інформаційна* – полягає у публікації актуальних новин про діяльність Національної поліції, результати її роботи, події, пов'язані з виконанням службових обов'язків;

- *комунікативна* – спрямована на організацію обговорення питань, що стосуються діяльності правоохоронних органів, взаємодії поліції та громадськості;

- *ідеологічна* – відображає та формує громадську думку щодо ролі та значення поліції як соціального інституту.

Те, яка з цих функцій стає домінантною у діяльності конкретного медіа, залежить від багатьох чинників: редакційної політики, власників медіа, інтересів аудиторії, інформаційної політики держави та Міністерства внутрішніх справ, а також соціально-політичної ситуації.

Весь інформаційний контент ЗМІ щодо діяльності Національної поліції можна умовно поділити на три основні типи:

- позитивний контент – сприяє формуванню або підтримці позитивного іміджу як правоохоронних органів у цілому, так і окремих працівників поліції;
- негативний контент – шкодить репутації поліції, створює та закріплює негативні стереотипи щодо діяльності поліцейських;
- нейтральний контент – інформує громадськість про діяльність поліції, роз'яснює її специфіку, висвітлює події чи проблеми без емоційного забарвлення або оціночних суджень.

Сьогодні можна впевнено стверджувати, що створення медійного образу поліцейського не обов'язково має бути стихійним процесом. Цей образ може формуватися цілеспрямовано шляхом використання спеціально розроблених алгоритмів дій, які охоплюють елементи менеджменту, маркетингу, стратегії побудови іміджу, а також лінгвістичні та політлінгвістичні підходи. Однак наразі такі технології не впроваджуються керівництвом Національної поліції України у повному обсязі.

Поняття «імідж» передбачає кілька важливих параметрів:

- залежно від того, наскільки імідж відповідає меті його формування, розрізняють бажаний і реальний імідж;
- за емоційним забарвленням виділяють позитивний, нейтральний або негативний імідж;
- за суб'єктами формування – внутрішній (який формується всередині організації) та зовнішній імідж (який існує у громадському сприйнятті);
- за способом створення – вербальний (словесний) та візуальний образ [43, с. 67].

Виходячи з цих критеріїв, у дослідженнях зазвичай розглядають три основні типи іміджу поліцейського:

- самоімідж – відображає ставлення самих працівників поліції до органу, до своєї ролі в ньому та до колег;
- імідж сприйняття – формується у громадськості та інших соціальних груп і виражає їхнє ставлення до поліції;

- ідеальний імідж – це уявлення громадян про те, яким має бути поліцейський [38].

Під час формування іміджу поліцейського завжди існує взаємозв'язок між реальністю та образом, що створюється в суспільстві, який далеко не завжди точно відображає дійсність. Це призводить до негативних наслідків для репутації Національної поліції, оскільки медійні образи можуть істотно відрізнятися від реальної діяльності правоохоронців. Така розбіжність породжує стереотипи та підриває довіру громадян. Часто медіа формують спотворені уявлення про поліцейських, що призводить до невідповідності між очікуваннями громадян і реальними діями поліції.

Тому для створення правдивого та стійкого образу Національної поліції необхідно формувати імідж не як художнього чи кіногероя, а як реального соціального інституту, який виконує важливі функції із захисту прав і свобод людини, протидії злочинності та підтримання публічної безпеки [6]. Формати подачі такої інформації можуть включати брифінги, гарячі телефонні лінії, інтерв'ю зі співробітниками, публікації про їхню професійну діяльність, досягнення та біографії.

Одним із ефективних способів зміцнення позитивного іміджу є участь поліції в соціально значущих заходах і акціях, таких як «Здай кров – врятуй життя», «Біжимо разом», «Футбол проти наркотиків» та інші подібні ініціативи.

Водночас формуванню позитивного образу Національної поліції часто заважають ЗМІ, орієнтовані на аудиторії, які або опозиційно налаштовані до діючої влади, або ж представляють групи, що демонструють негативне ставлення до закону. У таких випадках незалежно від реальних досягнень чи реформ у діяльності поліції деякі медіа зосереджують увагу виключно на критиці та створенні негативного інформаційного поля навколо поліцейських.

Таким чином, у громадській свідомості склалося два діаметрально протилежних стереотипних образи поліцейського. З одного боку – це

ідеалізований, героїчний образ радянських часів, з іншого – критичний, часто негативний образ, створений медіа на початку XXI століття. Стереотипізація спрощує сприйняття як самої особистості поліцейського, так і соціальної реальності загалом.

Аналіз процесу формування іміджу поліцейського дозволяє дійти висновку, що потреба у цілеспрямованому моделюванні медійного образу поліцейського виникла як наслідок зростання очікувань громадян України щодо якості роботи Національної поліції та необхідності вдосконалення інформаційної підтримки її діяльності. Сучасні засоби масової інформації орієнтуються не лише на фактологічне висвітлення соціальних, політичних чи інших подій, а передусім на їхню інтерпретацію. Це свідчить про реалізацію прагматичної функції медіа, яка полягає у формуванні певного ідеологічного простору та впливі на суспільну думку.

Негативні оцінки роботи Національної поліції та несприятливе ставлення до поліцейських часто не базуються на власному досвіді громадян, а є результатом стереотипів і уявлень, що сформувалися під впливом ЗМІ. Медіа наділяють поліцейських різноманітними соціальними, психологічними, моральними та естетичними характеристиками, які не завжди відповідають реальності [8, с. 88]. Таким чином у громадській свідомості закріплюється образ, що може спотворювати дійсне уявлення про професійну діяльність поліцейських.

Для ефективного формування позитивного іміджу правоохоронців недостатньо лише висвітлювати результати їхньої роботи чи публікувати біографічні матеріали про окремих представників поліції. Важливо також інформувати громадськість про рівень відкритості Національної поліції, її форми та методи комунікації зі ЗМІ. Одним із ключових завдань має стати налагодження конструктивної взаємодії між поліцією та масмедіа з метою максимізації позитивного інформаційного потоку та зменшення впливу негативних повідомлень щодо діяльності правоохоронців.

Такі заходи сприятимуть закріпленню у суспільній свідомості позитивного медійного образу поліції як важливого соціального інституту, що виконує функції захисту прав громадян і забезпечення безпеки. Крім того, це стане важливою складовою правового виховання населення та підвищить ефективність роботи поліції у сфері профілактики правопорушень.

РОЗДІЛ 3.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ

3.1. Стан довіри до Національної поліції та ефективності її публічних комунікацій в українському суспільстві

Одним із ключових чинників ефективної взаємодії між правоохоронними органами та громадянами є рівень довіри до інституції поліції. В українському суспільстві, що переживає тривалі трансформації та постійні виклики безпеки, питання довіри до Національної поліції набуває особливої актуальності. Формування позитивного іміджу поліції значною мірою залежить від якості та прозорості її публічних комунікацій, які мають забезпечувати не лише інформування громадськості, а й підтримку двостороннього діалогу, здатного змінювати уявлення громадян про діяльність поліції.

У цьому контексті доцільним є проведення емпіричного дослідження стану довіри до Національної поліції України та оцінки ефективності її публічних комунікацій. Таке дослідження дозволяє виявити реальні настрої суспільства, визначити сильні та слабкі сторони комунікаційної стратегії поліції, а також сформулювати практичні рекомендації щодо її вдосконалення з метою зміцнення суспільної довіри як необхідної умови демократичного правопорядку.

Зважаючи на вищезазначене, об'єктом емпіричного дослідження буде рівень довіри громадян до працівників Національної поліції України та сприйняття ефективності їхньої публічної комунікації.

Мета дослідження – виявити критерії формування довіри до працівників Національної поліції України через публічні комунікації, а також проаналізувати чинники, що впливають на сприйняття поліції в українському суспільстві.

Основними завданнями емпіричного дослідження є:

1. Розробити та обґрунтувати методики для вивчення взаємозв'язку між публічними комунікаціями Національної поліції та рівнем довіри до неї з боку громадян.

2. Виокремити та проаналізувати основні компоненти структури довіри до поліції (когнітивний, емоційно-ціннісний, поведінковий) з урахуванням їхнього впливу на сприйняття публічних повідомлень і комунікативних практик поліції.

3. Дослідити динаміку змін довіри до Національної поліції в контексті соціально-політичних трансформацій в Україні, зосереджуючи увагу на ролі інформаційної політики поліції у цих процесах.

4. Визначити домінантні типи довіри громадян до Національної поліції (наприклад, інституційна, особистісна, ситуативна) та охарактеризувати їхню специфіку в комунікаційному контексті.

5. На основі отриманих результатів емпіричного дослідження сформулювати практичні рекомендації щодо покращення системи публічних комунікацій Національної поліції з метою підвищення рівня громадської довіри.

На нашу думку, таке емпіричне дослідження сприятиме глибшому розумінню соціального сприйняття поліції та ролі комунікації в побудові легітимності правоохоронних органів у демократичному суспільстві.

Групу людей, яка брала участь в емпіричному дослідженні, ми відбирали з Києва та Київської області. Загальна кількість респондентів склала 523 громадяни віком від 21 до 70 років. З них 213 людей були опитані на підготовчому етапі, а 330 – на основному.

Основними соціально-демографічними ознаками, за якими формувалася вибірка сукупність, були стать, вік, освіта та професійна спрямованість. До вибірки увійшли студенти, працюючі особи різних професійних сфер, а також пенсіонери. Усього було опитано 275 жінок (53%) та 248 чоловіків (47%), що забезпечило достатній рівень гендерного балансу для об'єктивної інтерпретації результатів дослідження.

Для реалізації поставлених та визначених у межах емпіричного дослідження завдань, ми використали комплекс методик, що поєднали валідовані психодіагностичні методики та авторські розробки. Зокрема, ми застосували адаптовану до нашого дослідження методику Н. Василю «Довіра до органів внутрішніх справ», яка дозволяє оцінити рівень громадянської довіри до правоохоронних органів.

Також використали опитувальник І. Семків «Довіра», що охоплює кілька рівнів – міжособову, міжетнічну та інституційну довіру з акцентом на сприйняття офіційних структур. З метою оцінки базової довірливості особистості до соціального оточення частково застосовували опитувальник А. Купрейченко та С. Табхарової, адаптований для вивчення громадянського контексту.

Для аналізу рівня соціальної довіри також нами було використано адаптовану «Шкалу міжособистісної довіри» Дж. Роттера, результати якої стали допоміжними при інтерпретації ставлення до офіційних повідомлень поліції.

Окрім цього, застосували «Шкалу психологічного благополуччя» К. Ріффа в адаптації С. Карсканової допомогла нам оцінити емоційний фон респондентів, який міг впливати на їхню оцінку публічних комунікацій.

Ці методики ми доповнили спеціально розробленою анкетною, укладеною в межах даного дослідження, що містила запитання про ефективність, відкритість та переконливість публічних комунікацій Національної поліції України.

Застосування такого комплексу методичних інструментів дозволило нам здійснити глибокий аналіз рівня довіри громадян до Національної поліції України та чинників, що на нього впливають.

У бланку опитувальника, що використовувався в межах нашого емпіричного дослідження, ми розмістили спеціальний блок запитань із варіантами відповідей та переліком запропонованих характеристик. Ці запитання були розроблені для поглибленого аналізу соціально-

психологічних уявлень людей про працівників Національної поліції, а також для з'ясування особливостей формування довіри до правоохоронців і громадської оцінки результативності їхньої діяльності.

Зокрема, респондентам було запропоновано відповісти на запитання, що дозволяють виявити:

- які якості, на їхню думку, притаманні працівникам Національної поліції;
- які риси та професійні характеристики повинні мати поліцейські, щоб викликати довіру;
- наскільки ефективно, на думку громадян, поліція виконує свої основні обов'язки;
- чи довіряють вони місцевим підрозділам поліції тощо.

Ці пункти були спрямовані на з'ясування загального образу поліцейського в масовій свідомості та розуміння того, які саме якості – особистісні чи професійні – є для громадян визначальними в питанні довіри до Національної поліції.

Окрім того, у структурі опитувальника було представлено блок соціально-демографічних та соціально-професійних характеристик респондентів, які могли виступати факторами диференціації рівня довіри до поліції. Зокрема, фіксувалися такі показники:

- вік;
- стать;
- освіта;
- форма працевлаштування (державний/приватний сектор);
- чисельність населеного пункту;
- професійна сфера діяльності;
- статус зайнятості (працевлаштований/безробітний/пенсіонер/студент).

На основі запропонованих методик та побудови вибірки нами було висунуто низку гіпотез: зокрема, що статеві й вікові відмінності можуть впливати на рівень довіри до поліції, а також, що освітній рівень прямо

корелює з очікуваннями громадян щодо прозорості та ефективності роботи поліцейських. Окрема увага приділялася впливу працевлаштованості: було висунуто припущення, що люди, які тимчасово не працюють, можуть мати вищі моральні або професійні вимоги до представників поліції, оскільки їхній досвід взаємодії з владними структурами нерідко пов'язаний з уразливим соціальним становищем.

Таким чином, структура опитувальника дозволила дослідити не лише загальний рівень довіри до Національної поліції, а й соціально-психологічні чинники, що її формують, послаблюють або підсилюють.

Також ми розглядали сферу професійної зайнятості респондентів як один із потенційно значущих чинників, що може впливати на характер їхніх уявлень про Національну поліцію та критерії формування довіри до неї. Зокрема, ми припустили, що люди, чия професійна діяльність пов'язана із силовими або правоохоронними структурами, можуть показувати інший рівень поінформованості, очікувань і оцінювання ефективності роботи поліції, ніж громадяни, які не дотичні до цієї сфери.

Для глибшого розуміння взаємозв'язку між загальним рівнем довіри та сприйняттям структури Національної поліції України ми використали методику «Довіра» І. Семків (див. Дод. Б). Вона охоплює такі компоненти, як міжособова довіра, міжнаціональна довіра, довіра до наставників і до інституцій, зокрема – до поліції як державного органу. Ми припустили, що високі показники інституційної довіри можуть супроводжуватися високим рівнем міжособової та міжнаціональної довіри, а також певною мірою корелювати із самооцінкою респондентів, зокрема – рівнем самодовіри, що визначає загальну відкритість до інших.

За допомогою опитувальника критеріїв довіри і недовіри, адаптованого з авторської методики А. Купрейченко та С. Табхарової (див. Дод. В), було проаналізовано, які саме чинники визначають для громадян довіру або недовіру до інших, залежно від ступеня близькості: знайомої, незнайомої чи близької людини. Це дозволило нам простежити, чи переносить людина

власні критерії міжособової довіри на сприйняття працівників поліції – як «офіційних» або «незнайомих» осіб.

Також у дослідженні ми використали «Шкалу міжособистісної довіри» Дж. Роттера, що дала нам можливість оцінити загальний рівень соціальної довірливості особистості. Ми виходили з припущення, що люди з високими показниками базової соціальної довіри можуть мати схильність до формування довіри до офіційних структур, зокрема до Національної поліції. Тож ця методика допомогла встановити зв'язок між міжособовими уявленнями про довіру та інституційною довірою, що є ключовим для аналізу ефективності публічних комунікацій поліції.

Отже, з метою вивчення соціально-психологічних чинників формування довіри громадян до працівників Національної поліції України ми застосували методику «Довіра до органів внутрішніх справ» Н. Василюк (див. Дод. А). Вона містить твердження, що охоплюють широкий спектр уявлень та оцінок щодо працівників Національної поліції. Проведення статистичної обробки зібраних даних, зокрема факторного аналізу, дозволило виокремити вісім ключових груп чинників, що найбільшою мірою впливають на рівень довіри громадян.

До них належать:

- людський капітал (особистісні та моральні якості працівників);
- фаховість (компетентність і професіоналізм);
- самоприйняття (внутрішня цілісність та впевненість у собі);
- стереотипність сприйняття (вплив поширених уявлень і упереджень);
- правосвідомість (орієнтація на закон і справедливість);
- характер соціального зв'язку між громадянином і поліцейським (довіра як соціальна взаємодія);
- взаємна соціальна солідарність (усвідомлення спільної відповідальності);
- життєвий досвід (попередні контакти з працівниками поліції або подібними структурами).

Окрім того, у процесі факторного аналізу було додатково виділено чотири інтегральні шкали узагальненого характеру, які розкривають глибинну структуру уявлень громадян про чинники довіри:

- загальний рівень довіри;
- чинники, що впливають на довіру;
- аспекти, від яких залежить довіра;
- фактори, що сприяють формуванню довіри.

Отримані на підготовчому етапі дослідження дані наведемо у діаграмі 3.1:

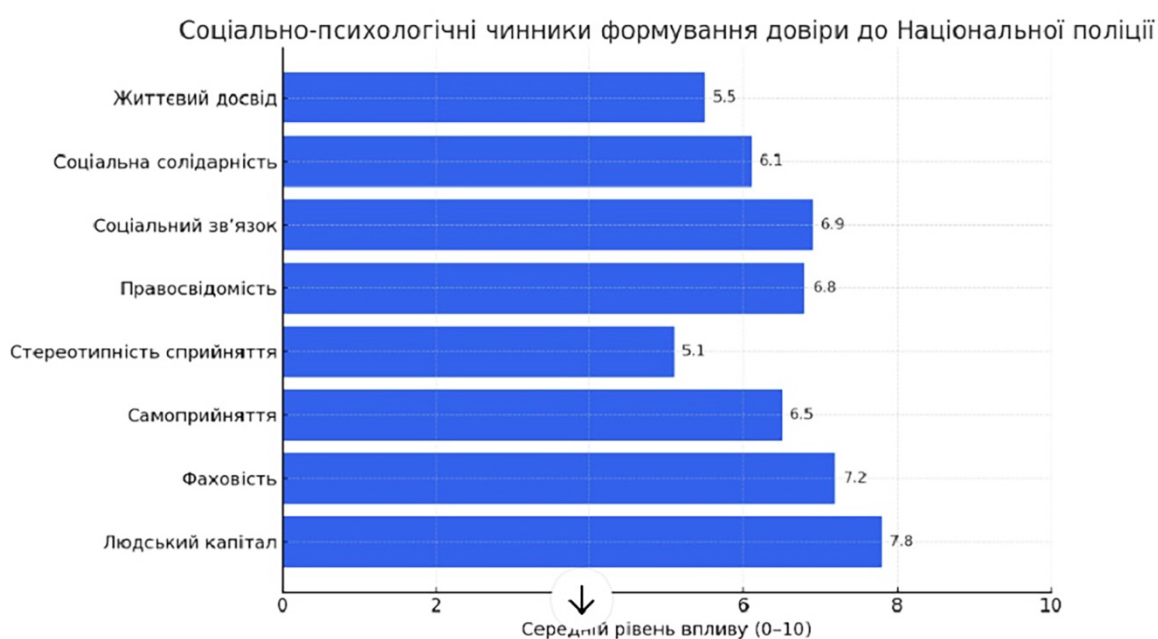


Рис. 3.1: Рівень впливу соціально-психологічних чинників на довіру до Національної поліції

Аналіз результатів опитування респондентів дозволив виявити, які соціально-психологічні чинники найбільше впливають на формування довіри до Національної поліції України. Найвищі оцінки отримали наступні фактори:

- людський капітал – 7,8 бала: громадяни найбільше довіряють поліцейським, якщо сприймають їх як доброзичливих, моральних та людських осіб;

- фаховість – 7,2 бала: компетентність, професійні навички та відповідальність працівників поліції є ключовими складовими довіри;

- соціальний зв'язок – 6,9 бала: важливу роль відіграє те, наскільки доступними та відкритими є представники поліції у спілкуванні з громадянами.

Дещо нижчі, але значущі результати мають:

- правосвідомість – 6,8 бала;
- самоприйняття – 6,5 бала;
- соціальна солідарність – 6,1 бала.

Найменший вплив, за оцінками опитаних, мають:

- життєвий досвід – 5,5 бала, що вказує на те, що особистий досвід взаємодії з поліцією є менш визначальним, ніж загальне уявлення про інституцію;

- стереотипність сприйняття – 5,1 бала, що може свідчити про зменшення ролі негативних шаблонів у сприйнятті правоохоронців.

Таким чином, результати дослідження підтвердили, що довіра до Національної поліції формується переважно на основі власних уявлень про професійність та людяність працівників, а також якості комунікації між поліцією і громадянами, тоді як соціальні стереотипи та окремі випадки взаємодії мають другорядний вплив.

Для перевірки внутрішньої узгодженості шкал методики «Довіра до органів внутрішніх справ» було застосовано коефіцієнт α -Кронбаха – один із найбільш поширених статистичних індикаторів надійності психодіагностичних інструментів. Цей показник дозволить визначити, наскільки окремі пункти всередині кожної шкали вимірюють одне і те саме поняття, тобто – чи є шкала внутрішньо послідовною.

У результаті аналізу були отримані наступні значення α -Кронбаха для ключових шкал методики (табл. 3.1):

Таблиця 3.1.

Значення α -Кронбаха для ключових шкал методики

№ п/п	Назва шкали	Коефіцієнт α -Кронбаха
1.	Людський капітал	0,86
2.	Фаховість	0,83
3.	Самоприйняття	0,78
4.	Стереотипність сприйняття	0,72
5.	Правосвідомість	0,81
6.	Соціальний зв'язок	0,80
7.	Соціальна солідарність	0,77
8.	Життєвий досвід	0,74
9.	Загальна шкала довіри	0,88

Загальноприйнятим вважається, що:

$\alpha > 0,9$ – дуже висока надійність;

$\alpha = 0,8-0,9$ – висока надійність;

$\alpha = 0,7-0,8$ – прийнятна;

$\alpha < 0,7$ – низька.

Отримані нами результати в таблиці свідчать, що всі шкали методики мають прийнятний або високий рівень внутрішньої узгодженості, що дозволило зробити висновок про надійність методики як психодіагностичного інструменту. Найвищий показник (0,88) зафіксовано для загальної шкали довіри, що підтверджує її стабільність та репрезентативність як інтегрального виміру довіри громадян до Національної поліції України.

Таким чином, методика може використовуватися у дослідженнях, що стосуються довіри до правоохоронних органів, зокрема в контексті аналізу ефективності публічних комунікацій.

Отже, довіра громадян до Національної поліції України має складну соціально-психологічну природу й формується під впливом низки чинників,

серед яких провідними є: людський капітал, фаховість поліцейських та характер соціального зв'язку з громадянами. Саме ці аспекти найчастіше згадуються респондентами як критично важливі для формування позитивного ставлення до правоохоронців.

Водночас отримані результати вказують на зниження ролі стереотипного мислення та особистого негативного досвіду, що є позитивною динамікою в контексті реформування поліції. Внутрішня надійність використаної методики, підтверджена високими значеннями α -Кронбаха, дозволяє з упевненістю говорити про достовірність отриманих даних.

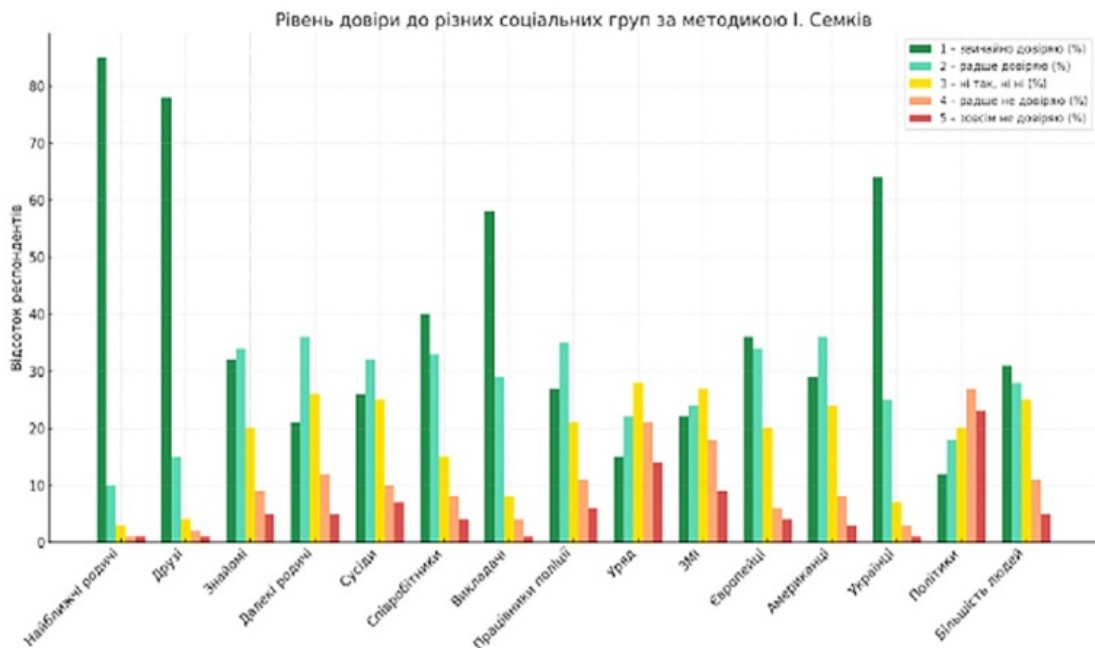
Отже, ефективні публічні комунікації, що акцентують увагу на професійності, людяності та відкритості поліцейських, є дієвим інструментом формування довіри з боку суспільства та важливою умовою налагодження партнерських відносин між громадянами та правоохоронною системою.

У межах реалізації завдань емпіричного дослідження нами було здійснено аналіз спектра соціальних зв'язків громадян, у контексті яких виявляється довіра, з використанням методики «Довіра», запропонованої І. Семків. Учасникам опитування було запропоновано оцінити рівень своєї довіри до представників різних соціальних груп, зокрема: найближчих родичів (батьків, дітей, чоловіка або дружини), друзів, знайомих, далеких родичів, сусідів, колег або одногрупників, викладачів, працівників поліції, представників уряду, засобів масової інформації, європейців, американців, українців, політиків, а також до «більшості людей» у загальному розумінні.

Респонденти мали розподілити вказані соціальні категорії за п'ятибальною шкалою довіри:

- 1 – повністю довіряю;
- 2 – скоріше довіряю;
- 3 – не довіряю;
- 4 – скоріше не довіряю;
- 5 – зовсім не довіряю.

Після цього ми провели кількісний аналіз розподілу рівнів довіри до кожної з перелічених соціальних груп у межах загальної вибірки з 523 респондентів. Результати оцінювання наводимо у діаграмі 3.2, що дає змогу прослідкувати тенденції у ставленні громадян до різних суспільних інститутів та груп.



**Рис. 3.2: Рівень довіри до різних соціальних груп
за методикою І. Семків**

Аналіз рівня довіри до різних соціальних груп за методикою І. Семків свідчить, що найвищий рівень довіри громадяни висловлюють до:

- ✓ найближчих родичів – 85% респондентів «звичайно довіряють» їм;
- ✓ друзів – 78%;
- ✓ українців загалом – 64%;
- ✓ викладачів – 58%;
- ✓ співробітників – 40%.

Довіра до працівників поліції виявилась помірною: лише 27% повністю довіряють, а ще 35% – радше довіряють, тоді як 21% – утримуються від відповіді, 11% – радше не довіряють, а 6% – зовсім не довіряють.

Низькі показники довіри виявлено також щодо:

- ✓ політиків – лише 12% висловлюють беззаперечну довіру, а 50% (27% + 23%) не довіряють зовсім або майже не довіряють;
- ✓ уряду – 15% повністю довіряють, 35% – не довіряють;
- ✓ ЗМІ – мають слабку довіру (22% – повна довіра, 27% – недовіра);
- ✓ американців і європейців – розподіл довіри рівномірніший, але недовіра є в 11-12% випадків.

Тобто отримані дані підтверджують, що довіра в українському суспільстві найбільше зосереджена навколо міжособистісного середовища (родина, друзі, колеги). Довіра до інституцій, зокрема до Національної поліції, має середній рівень і залежить від особистого досвіду, комунікацій та публічного іміджу. Політичні структури залишаються найменш довіреними соціальними об'єктами.

3.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження

Під час основного етапу ми зосетрилися на з'ясуванні, наскільки ефективно публічні комунікації сприяють формуванню довіри громадян до Національної поліції України. Це особливо актуально з огляду на те, що з 2015 року в Україні триває реформування правоохоронної системи, що розпочалося із запуску нової інституції поліції та передбачає зміну підходів до комунікації з громадянами, підвищення стандартів прозорості та довіри. Національна поліція активно використовує сучасні засоби публічної комунікації – офіційні сайти, сторінки в соціальних мережах, відкриті звіти, інформаційні кампанії та комунікацію через ЗМІ. Зростає роль прямого діалогу з громадянами, що має на меті подолання бар'єру недовіри та формування партнерських відносин між поліцією і суспільством.

Тож ми проаналізуємо, наскільки дієвими є така комунікація та які саме соціально-психологічні чинники сприяють (або, навпаки, перешкоджають) формуванню довіри до поліції в умовах сучасного українського контексту.

Аналіз рівня довіри до поліції передбачав розгляд трьох ключових компонентів: когнітивного, емоційно-ціннісного та поведінкового, – кожен з яких відіграє важливу роль у тому, як громадяни сприймають публічні комунікації та загалом взаємодіють із Національною поліцією. Для цього в нашому дослідженні було використано адаптований до громадянського контексту опитувальник А. Купрейченко та С. Табхарової, який дозволяє комплексно дослідити критерії довіри або недовіри особистості до інших – з акцентом на сприйняття представників інституцій.

Відповідно до нашої гіпотези, когнітивний компонент (раціональне уявлення про поліцію) охоплює знання, оцінки, уявлення про професіоналізм, чесність, відповідальність та правомірність дій поліції. Респонденти, які мають достатній інформаційний контакт із публічними повідомленнями поліції (новини, брифінги, соціальні мережі, звіти), зазвичай мають більш цілісне уявлення про її функції. Емоційно-ціннісний (емоційне ставлення та суб'єктивна оцінка) – стосується почуттів безпеки, симпатії, поваги або навпаки – страху, тривоги, відчуження щодо працівників поліції. Поведінковий компонент довіри (готовність до співпраці, дії у кризовій ситуації) проявляється у конкретних діях громадян. Наприклад, у готовності звертатися до поліції у разі небезпеки, надавати свідчення, брати участь у громадських ініціативах, підтриманих поліцією.

Опитування наших респондентів показало наступне – діаграма 3.3:

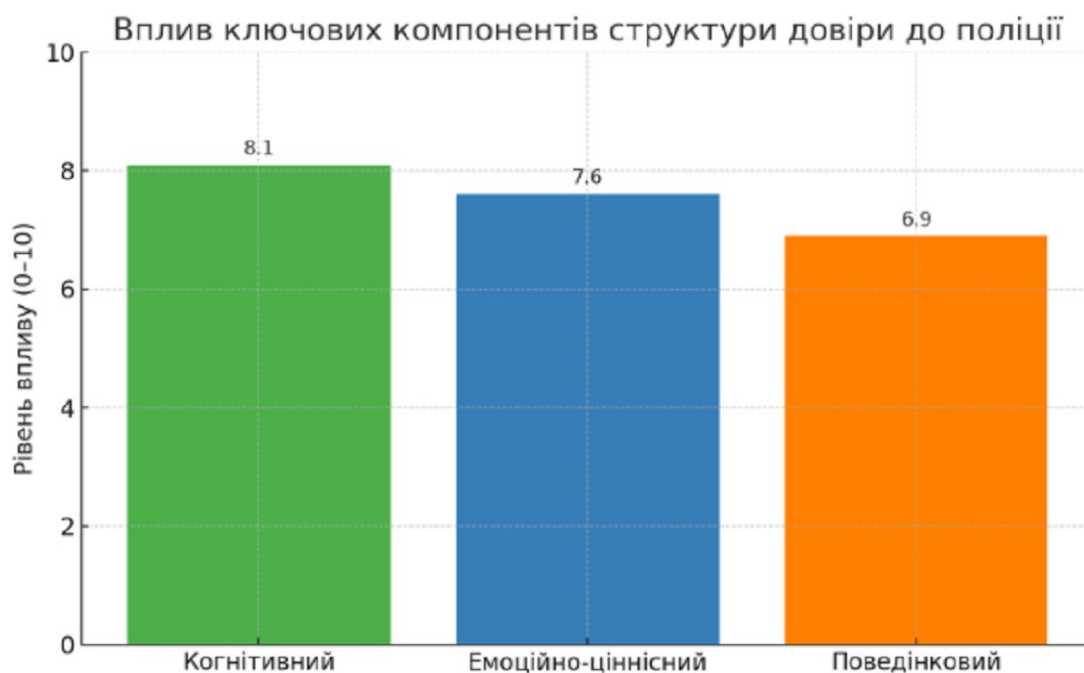


Рис. 3.3: Рівень впливу когнітивного, емоційно-ціннісного та поведінкового компонентів на довіру людей до Нацполіції

Результати аналізу трьох ключових компонентів структури довіри до Національної поліції України засвідчують, що найбільший вплив на формування довіри має когнітивний компонент (8.1 бала). Це свідчить про важливість раціонального сприйняття громадянами поліції як професійної, компетентної та законної інституції. Люди охочіше довіряють тим структурам, які забезпечують прозорість діяльності та надають чітку, перевірену інформацію.

Емоційно-ціннісний компонент (7.6 бала) підтверджує значущість позитивного емоційного фону: почуття безпеки, симпатії, поваги до працівників поліції. Це означає, що успішна публічна комунікація повинна бути не лише інформативною, але й людяною, відкритою, з акцентом на емпатію та підтримку.

Найнижчий бал – у поведінкового компонента (6.9 бала), який відображає готовність людей до практичної взаємодії з поліцією (звернення у разі потреби, участь у громадських ініціативах тощо), що вказує на певну

обережність у реальних діях, навіть за наявності позитивного когнітивного та емоційного ставлення, і потребує подальшого посилення практичної довіри через реальні дії, доступність та партнерство з громадянами.

Отже, для підвищення рівня довіри до поліції в публічних комунікаціях треба поєднувати раціональні аргументи, емоційне залучення та підкріплення діями, що стимулюють громадську активність і підтримують відчуття безпеки.

Проте важливо не лише зафіксувати поточний рівень довіри, а й простежити його динаміку в контексті ширших соціально-політичних трансформацій, які відбуваються в українському суспільстві. З початком реформи поліції, коли міліцію було замінено на нову інституцію – Національну поліцію, почав формуватися новий формат взаємин між громадянами та державними правоохоронними органами, зокрема завдяки запровадженню публічної комунікації.

Для аналізу змін у довірі до поліції було використано адаптовану «Шкалу міжособистісної довіри» Дж. Роттера. Отримані нами результати дозволили нам простежити залежність рівня довіри від віку респондентів, а також визначити, наскільки успішною є інформаційна політика Національної поліції в контексті формування громадської думки (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Рівень довіри до офіційних повідомлень поліції серед респондентів
різного віку (за шкалою міжособистісної довіри Дж. Роттера)**

№ п/п	Вікова група (роки)	Кількість респондентів	Середній рівень довіри (0–10)
1	21–30	110	7,1
2	31–40	106	6,8
3	41–50	98	6,5
4	51–60	102	5,9
5	61–70	107	5,4
	Усього	523	

Результати дослідження засвідчили, що довіра до офіційних комунікацій поліції знижується зі зростанням віку респондентів. Найвищі показники – 7,1 бала – характерні для молодших вікових груп (21-30 років), які активніше взаємодіють із соціальними мережами та краще сприймають нові формати публічного діалогу.

Найнижчі рівні довіри – 5,4 бала – зафіксовано серед респондентів віком 61-70 років, що може бути пов'язано з минулим досвідом сприйняття правоохоронних органів, а також із меншою залученістю до цифрових каналів комунікації.

Тож загальні результати дослідження вказують на те, що у респондентів здебільшого спостерігається середній рівень довіри, що підтверджується наведеною нижче діаграмою 3.4:

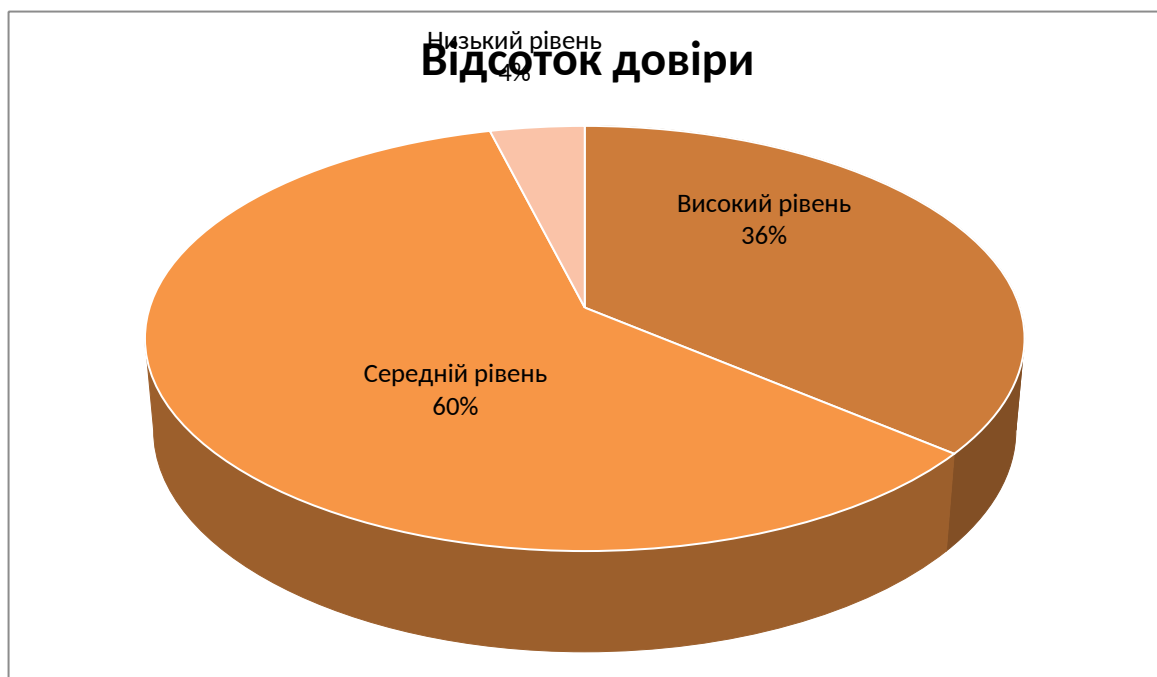


Рис. 3.4: Відсоткове співвідношення результатів досліджуваних за методикою Дж. Роттера

Таким чином, ефективність публічної комунікації Національної поліції значною мірою залежить від здатності адаптувати інформаційні повідомлення до вікових та інформаційних потреб цільової аудиторії.

Водночас, на нашу думку, результати свідчать про необхідність посилення довіри серед старшого населення шляхом використання альтернативних каналів інформування, персоналізованих звернень та підвищення прозорості дій поліції.

Для комплексного аналізу ми використали також «Шкалу психологічного благополуччя» К. Ріффа в адаптації С. Карсканової, яка допомогла оцінити емоційний стан учасників опитування, що могло вплинути на сприйняття публічних комунікацій поліції. Опитування проводилося серед 523 людей різного віку, що дало змогу простежити зв'язок між психологічним фоном, віком та довірою.

Для детального аналізу ми знову поділили учасників дослідження на три вікові категорії: молодь (18-29 років), особи середнього віку (30-49 років) та старші учасники (50 років і старші).

Результати дослідження показали, що середній рівень їхнього психологічного благополуччя за «Шкалою психологічного благополуччя» К. Ріффа поступово збільшується з віком. Молодь характеризується середнім балом – 3,2, люди середнього віку – 3,5, а старші учасники – 3,8 (за п'ятибальною шкалою).

Аналогічна тенденція спостерігалася і в оцінці рівня довіри до поліції. Так, інституційна довіра в середньому становила – 3,1 бала у молоді, 3,4 бала – у представників середнього віку і 3,6 бала – у старших (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Середні бали психологічного благополуччя та довіри
за віковими групами**

Вікова група	Кількість	Середній PWB (±SD)	Інституційна довіра (±SD)	Особистісна довіра (±SD)	Ситуативна довіра (±SD)
Молодь	180	3.2 ± 0.7	3.1 ± 0.8	3.5 ± 0.7	3.4 ± 0.6
Середній	220	3.5 ± 0.6	3.4 ± 0.7	3.7 ± 0.7	3.6 ± 0.7

вік					
Старші	123	3.8 ± 0.5	3.6 ± 0.6	3.8 ± 0.6	3.7 ± 0.6
Всього	523	3.5 ± 0.6	3.4 ± 0.7	3.7 ± 0.7	3.6 ± 0.6

Відсотковий розподіл психологічного благополуччя за віковими групами також підтверджує цей факт: в молодшій групі 30% респондентів мали низький рівень за «Шкалою психологічного благополуччя» К. Ріффа, тоді як серед старших людей цей показник становив лише 10%, а високий рівень благополуччя зустрічався у 45% старших учасників проти 20% у молоді (див. діагр. 3.5).

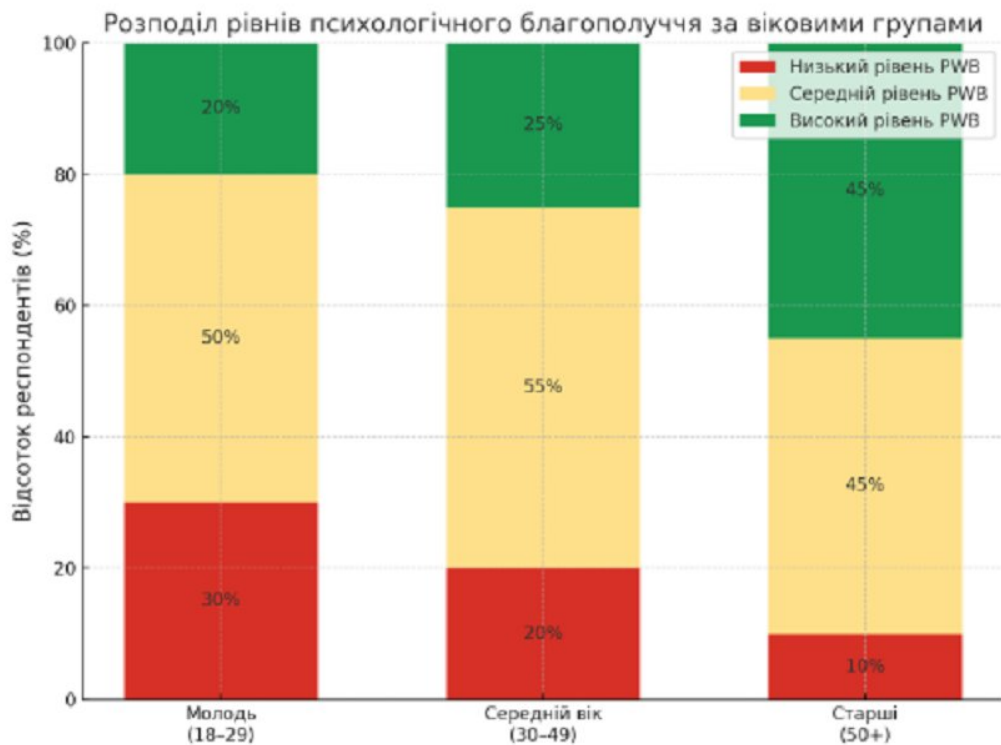


Рис. 3.5: Розподіл рівнів психологічного благополуччя та довіри серед трьох вікових груп респондентів

Також у межах нашого дослідження ми запропонували нашим респондентам виділити три типи довіри: інституційну, яку ми розглядали як

довіру до поліції як державної структури, особистісну – довіра до конкретних поліцейських та ситуативну – довіра в межах конкретного випадку чи події.

Отримані результати цього опитування наводимо у табл. 3.4:

Таблиця 3.4

Розподіл основних типів довіри до Національної поліції

Тип довіри	Частка респондентів (%)	Коментар до домінантності
Особистісна	42%	Найвищий рівень ідентифікації та позитивних оцінок у відповідях.
Ситуативна	35%	Варіюється залежно від попереднього досвіду взаємодії з поліцією.
Інституційна	23%	Переважно серед старших респондентів з високим рівнем довіри до державних інститутів.

Як бачимо з таблиці, особистісна довіра виявилася домінантною у загальній вибірці. Респонденти висловлювали більше довіри до окремих представників поліції, з якими мали позитивний особистий досвід (наприклад, дільничні офіцери, патрульні). Це свідчить про важливість персоніфікованої комунікації у сфері публічної безпеки: громадяни краще реагують на відкритість, людяність і доступність конкретних працівників поліції, ніж на абстрактні заяви інституції.

Значну кількість опитаних (35%) становили респонденти, у яких рівень довіри змінюється залежно від контексту (ситуативний тип). Така довіра формується на основі поточних подій (наприклад, поведінка поліцейських під час протестів, аварій, побутових конфліктів тощо). Він є найчутливішим

до кризових ситуацій, медіависвітлення і реакцій у соціальних мережах. Для підтримки ситуативної довіри важливо оперативне інформування, чесна позиція поліції та зменшення рівня формалізму у комунікації.

Найменшою за поширенням, але стратегічно важливою для довготривалого функціонування правоохоронної системи є інституційна довіра. Переважно вона притаманна людям старшого віку з високим рівнем загальної довіри до держави. Інституційна довіра базується на репутації органу, прозорості системи, підзвітності та передбачуваності дій. Її формування вимагає системного інформаційного супроводу реформ, стабільної медіапідтримки поліції як професійної та некорумпованої структури.

Таким чином, отримані нами результати свідчать, що особистісна і ситуативна довіра переважають над інституційною, що вказує на персоналізований характер довіри в українському суспільстві. Це ставить завдання перед Національною поліцією не лише змінювати інституційні практики, але й розвивати ефективну комунікацію «на місцях»: взаємодію через знайомих поліцейських, публічні ініціативи на локальному рівні, розбудову іміджу через приклади особистої поведінки.

Аналіз результатів опитування наших респондентів дозволив виявити складну й багаторівневу структуру соціально-психологічних чинників, що впливають на формування довіри до Національної поліції України. Для перевірки взаємозв'язків між змінними ми використали метод кореляційного аналізу (коефіцієнт Пірсона).

Кореляції від 0.50 і вище свідчитимуть про сильний зв'язок, наприклад між когнітивним компонентом і інституційною довірою або між психологічним здоров'ям і особистісною довірою.

Кореляції від 0.30 до 0.49 вказуватимуть на помірний зв'язок, який можна інтерпретувати як стійкий, але не визначальний.

Низька кореляція трактуватиметься як слабкий, але статистично помітний зв'язок (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

**Кореляційна матриця основних змінних, що впливають на довіру
до Національної поліції**

Змінна	PWB	ІД	ОД	СД	КК	ЕК	ПК	ЛК
PWB	1.00	0.41	0.53	0.48	0.35	0.30	0.20	0.25
ІД	0.41	1.00	0.46	0.50	0.62	0.40	0.32	0.29
ОД	0.53	0.46	1.00	0.58	0.59	0.45	0.28	0.33
СД	0.48	0.50	0.58	1.00	0.45	0.38	0.34	0.30
КК	0.35	0.62	0.59	0.45	1.00	0.52	0.44	0.39
ЕК	0.30	0.40	0.45	0.38	0.52	1.00	0.36	0.28
ПК	0.20	0.32	0.28	0.34	0.44	0.36	1.00	0.26
ЛК	0.25	0.29	0.33	0.30	0.39	0.28	0.26	1.00

** PWB – психологічне благополуччя; ІД – інституційна довіра; ОД – особистісна довіра; СД – ситуативна довіра; КК – когнітивний компонент; ЕК – емоційний компонент; ПК – поведінковий компонент; ЛК – людський капітал.*

Отже, з метою з'ясувати взаємозв'язки між основними соціально-психологічними змінними, які визначають рівень довіри до поліції, ми провели кореляційний аналіз за методом Пірсона. До аналізу було включено: показники психологічного благополуччя, типи довіри (інституційну, особистісну, ситуативну), три компоненти структури довіри (когнітивний, емоційний, поведінковий), а також показник «людського капіталу» – як узагальнену характеристику образу працівника поліції в уявленні громадян.

Результати проведеного аналізу показали, що психологічне благополуччя (PWB) має помірний позитивний зв'язок з усіма типами довіри до поліції. Найвищий коефіцієнт кореляції спостерігається між PWB і особистісною довірою ($r = 0.53$), що свідчить про те, що люди з вищим рівнем емоційного й психологічного благополуччя більше схильні довіряти конкретним представникам поліції. Також спостерігається зв'язок PWB з інституційною довірою ($r = 0.41$) та ситуативною довірою ($r = 0.48$), що

свідчить про загальний вплив позитивного емоційного фону на сприйняття інституцій.

Найсильніший взаємозв'язок виявлено між когнітивним компонентом (раціональним сприйняттям поліції) та інституційною довірою ($r = 0.62$). Це свідчить про те, що громадяни охочіше довіряють поліції як інституції, якщо сприймають її як професійну, компетентну та легітимну структуру. Також спостерігається сильний зв'язок когнітивного компонента з особистісною довірою ($r = 0.59$), що підкреслює важливість позитивного уявлення не лише про систему в цілому, а й про окремих її представників.

Емоційний компонент (почуття безпеки, симпатії, емпатії до поліцейських) має стабільні помірні кореляції з усіма типами довіри: $r = 0.45$ з особистісною, $r = 0.40$ з інституційною та $r = 0.38$ з ситуативною. Це свідчить про необхідність емпатійної, відкритої публічної комунікації поліції, яка формує позитивне емоційне сприйняття у громадян.

Поведінковий компонент, що відображає готовність особи до реальної взаємодії з поліцією (звернення, участь у ініціативах, співпраця), показав відносно слабші, але статистично значущі зв'язки з усіма типами довіри ($r = 0.28$ – 0.34). Це може свідчити про певну обережність громадян: навіть маючи позитивне ставлення до поліції, вони не завжди готові активно взаємодіяти з нею на практиці. Подолання цієї дистанції є стратегічним завданням у сфері безпекової комунікації.

Показник «людського капіталу» – як інтегральна оцінка людяності, доброзичливості, моральності поліцейських – має слабкі, але стабільні кореляції з усіма формами довіри (від $r = 0.25$ до 0.33), підтверджуючи значущість персоналізованого позитивного образу працівника поліції для формування довіри.

На підставі результатів, що були отримані за допомогою кореляційного аналізу можна сказати, що найбільший вплив на формування довіри до поліції мають когнітивні уявлення про її професійність, емоційну відкритість, а також індивідуальний психологічний фон громадян. Зв'язки між

емоційними і поведінковими складовими довіри потребують подальшого посилення – зокрема, через приклади успішної співпраці поліції з громадами, прозору інформаційну політику, присутність поліції в медіапросторі не лише у ролі силової структури, а й як партнера громади.

3.3. Шляхи удосконалення публічних комунікацій Національної поліції України

У сучасних умовах трансформацій українського суспільства питання ефективності публічних комунікацій між державними інституціями та громадянами набуває особливої актуальності. Для Національної поліції України як органу, що щоденно взаємодіє з населенням, комунікаційна політика є не лише інструментом інформування, а й стратегічним ресурсом формування довіри, легітимності та підтримки з боку громадськості. Якість цих комунікацій безпосередньо впливає на сприйняття поліції як відкритої, професійної та орієнтованої на потреби людей структури. Удосконалення підходів до комунікації з громадянами потребує врахування як соціально-психологічних чинників, так і нових інструментів взаємодії, адаптованих до умов інформаційного суспільства.

З огляду на вищезазначене, можна виділити кілька ключових напрямів удосконалення публічних комунікацій Національної поліції України.

Насамперед, підвищення рівня відкритості й прозорості діяльності поліцейських. У контексті демократичного суспільства діяльність державних служб має бути максимально відкритою та доступною для громадян, особливо якщо йдеться про установи, що забезпечують охорону прав, свобод і безпеки людей. Відкритість і прозорість не лише сприяють зміцненню довіри до поліції як інституції, але й визначають її роль як органу, що діє в інтересах громадян, а не лише здійснює контрольно-безпекові функції.

Відкритість потребує системного надання об'єктивної та доступної інформації щодо функціонування органів поліції. Цей принцип знаходить своє практичне вираження через:

- публікацію статистичних даних про правопорушення, інформацію про розкриття злочинів і результати розслідувань;
- формування публічних звітів про діяльність поліцейських підрозділів на місцевому рівні;
- проведення регулярних пресконференцій, брифінгів та публікацію звітів керівництва щодо основних аспектів роботи.

Прозорість у діяльності правоохоронних органів охоплює можливість суспільного моніторингу процесів прийняття управлінських рішень, дій поліції у соціально значущих інцидентах, а також процедур добору кадрів. Наприклад, практика розголосу інформації про дисциплінарні заходи, вжиті щодо працівників поліції у відповідь на випадки зловживань, сприяє формуванню суспільного переконання в справедливості та підзвітності системи громадськості.

Інклюзивність комунікацій відіграє ключову роль у досягненні прозорості. Важливим аспектом є врахування позицій різних соціальних груп – молоді, осіб з інвалідністю, етнічних меншин, внутрішньо переміщених осіб тощо. Такий підхід дозволяє не лише встановлювати продуктивний діалог із суспільством, але й ідентифікувати потенційні зони ризику чи конфлікту, які можуть виникати через соціальну дистанцію або непорозуміння між громадянами та владою.

Також у сучасному інформаційному середовищі поліція стикається з ризиками поширення недостовірної інформації, дезінформації або перекручення фактів. У разі недостатньої оперативності або неповноти офіційних повідомлень вакуум інформації часто заповнюється джерелами, які можуть бути упередженими чи маніпулятивними. Відтак своєчасне і якісне інформування громадськості стає першочерговою умовою ефективного управління суспільною довірою. Особливу увагу варто приділити розвитку превентивного формату комунікації – періодичного надання пояснень та прогнозів задля підготовки громадян до можливих викликів та упередження негативної реакції.

Доцільними практичними заходами в цьому напрямку можуть бути:

- запуск онлайн-платформ для публікації реальних даних про діяльність поліції;
- проведення щомісячних зустрічей керівництва поліції з представниками громади;
- прозора публікація протоколів службових розслідувань із врахуванням захисту персональних даних;
- активізація співпраці зі ЗМІ та громадськими організаціями як посередниками між владою та населенням.

Таким чином, посилення відкритості та прозорості не лише покращить імідж поліції, а й створить підґрунтя для формування довіри, зниження конфліктності та підвищення рівня правосвідомості громадян. У довгостроковій перспективі це сприятиме становленню поліції як сервісної, а не каральної структури, що діє в інтересах кожного члена суспільства.

Якщо розглядати шляхи удосконалення публічних комунікацій Національної поліції України в контексті цифрової трансформації суспільства, то онлайн-комунікація теж дедалі більше набуває статусу центрального інструменту взаємодії між органами державної влади та громадянами. Особливо актуальним цей процес стає для установ, які виконують публічні функції на щоденній основі, таких як Національна поліція України. За умов підвищеної конкуренції в інформаційному просторі громадяни вимагають від публічних інституцій не лише забезпечення оперативного доступу до офіційної інформації, але й можливості комунікації у зручному і звичному для них середовищі, яке активно представлено на платформах соціальних мереж та месенджерів.

Національна поліція України вже має свою представленість на таких цифрових платформах, як Facebook, Instagram, Telegram, YouTube, а також частково – TikTok. Однак її діяльність у цих середовищах потребує більш системного, стратегічного та інтерактивного підходу. Основні завдання поліції у сфері медіакомунікації можуть бути окреслені наступним чином:

1. Оперативне і доступне інформування громадян. Люди очікують чіткої, зрозумілої та своєчасної інформації щодо діяльності поліції. Це включає хроніку подій, повідомлення про загрози безпеці, важливі законодавчі зміни, а також пояснення правових процедур. Контент має бути адаптованим до різноманітних цільових аудиторій – шляхом використання таких форматів, як інфографіка, відеоролики або стисло сформульовані пояснення, доступні для розуміння широкому загалу. Важливо враховувати специфіку кожної платформи: TikTok та Instagram потребують візуально привабливих матеріалів, Facebook орієнтований на детальні текстові публікації, а Telegram – на стислий та концентрований контент.

2. Сприяння формуванню цифрового діалогу з громадянами. Ефективні комунікації мають двосторонній характер. Присутність поліції в медіа повинна виходити за межі інформування та охоплювати активну взаємодію з користувачами: своєчасні відповіді на запити та коментарі, аналіз зворотного зв'язку через приватні повідомлення, реалізація форматів онлайн-консультацій. Такий підхід допомагає формувати позитивний імідж поліції як установи, відкритої до діалогу, здатної ефективно реагувати на суспільні потреби та готової до прозорого функціонування у публічній сфері.

3. Боротьба з дезінформацією та розвінчування фейків. У сучасних умовах війни та інформаційних атак українське суспільство особливо вразливе до впливу дезінформації. Оперативне реагування на фейки, що стосуються роботи поліції, випадків затримань, витoku службових даних чи маніпулятивних матеріалів ворожих ЗМІ, є ключовим елементом для збереження довіри до правоохоронних органів. Важливо запровадити регулярні фактчекінгові рубрики, а також співпрацювати з незалежними аналітичними центрами, які займаються перевіркою достовірності інформації.

4. Підвищення цифрової репутації. Формування позитивного іміджу поліції має відбуватися не тільки через її діяльність, але й через якість медійної присутності. Ефективна комунікація має включати:

- професійне та естетичне оформлення офіційних сторінок;
- регулярний випуск змістовного контенту високої якості;
- висвітлення позитивних випадків співпраці поліції з громадянами;
- створення відеоматеріалів із реальних ситуацій, де поліцейські допомагають людям;
- серії інтерв'ю з працівниками поліції, які показують їх як особистостей, наближаючи до громадян.

5. Робота з молоддю та цифровими лідерами думок. Молодь є найдосконалішою та найактивнішою аудиторією цифрових платформ, проте традиційні методи комунікації часто залишаються малоефективними для цієї групи. Завдання полягає в:

- залученні інфлюенсерів, блогерів і громадських активістів до спільних проєктів;
- створенні освітнього контенту для TikTok та Instagram Reels, що пояснюватиме права, правила поведінки і принципи закону;
- організації діджитал-флешмобів за участю поліцейських для зміцнення довіри до інституції та наближення її до молодіжного середовища.

6. Використання аналітики для покращення контенту. Цифрові платформи надають можливість оцінювати ефективність контенту через показники взаємодії: кількість переглядів, охоплення, реакції, збереження і коментарі. Постійний аналіз цих даних дає змогу коригувати стратегію, визначати теми, які більше хвилюють аудиторію, знаходити найбільш ефективні формати контенту і структурувати меседжі так, щоб вони справді резонували із суспільством.

Отож, упровадження інтерактивних і стратегічно продуманих механізмів онлайн-комунікації теж є важливою складовою сучасної діяльності Національної поліції України в умовах зростаючої цифровізації суспільства.

Комунікативна компетентність працівників поліції є також важливим елементом, що сприяє формуванню довіри громадськості до правоохоронної

системи. Уміння ефективно спілкуватися, підтримувати діалог у складних чи стресових обставинах, проявляти емпатію та повагу до співрозмовників на пряму впливає на сприйняття поліції як професійної, людської та орієнтованої на захист прав громадян організації. З огляду на це вдосконалення комунікаційних навичок повинно розглядатися не як вторинна складова професійної підготовки, а як стратегічний і пріоритетний напрямок службової діяльності.

На сьогодні у багатьох підрозділах поліції навички комунікації формуються хаотично – головним чином через практичний досвід і повторення моделей поведінки старших колег. Такий підхід часто закріплює авторитарний стиль спілкування, недостатнє врахування емоційного стану громадян та нездатність ефективно вирішувати конфлікти. Для зміни ситуації необхідно:

- зробити тренінги з комунікативної компетентності обов'язковою складовою професійної підготовки й підвищення кваліфікації;
- впровадити модулі з психології комунікації, етики та медіаграмотності у навчальні програми поліцейських закладів освіти;
- залучати експертів із соціальної психології та кризових комунікацій до навчання як рядових працівників, так і керівників поліції.

До ключових навичок, які слід розвивати в кожного працівника поліції, відносяться:

- активне слухання, що передбачає уважне ставлення до звернень громадян без перебивань чи демонстрації зверхності;
- ненасильницьке вербальне реагування, яке забезпечує підтримання нейтрального або доброзичливого тону навіть в умовах агресії;
- емоційний інтелект, що включає здатність розуміти і контролювати свої емоції та розпізнавати почуття співрозмовника, запобігаючи їх загостренню;
- чітке пояснення складних юридичних питань у доступній формі, що сприяє зниженню розгубленості серед громадян;

- адаптивність, яка дозволяє змінювати стилі комунікації залежно від контексту – будь то розмова з дитиною, потерпілим чи агресивно налаштованою групою.

Особливу увагу слід приділити підготовці до спілкування у ситуаціях соціальної напруги – зокрема під час масових заходів, протестів, евакуацій чи рейдів. Невідповідна комунікація навіть одного працівника може негативно вплинути на репутацію всієї структури. Досвід інших країн показує, що підготовка поліції до таких ситуацій значно скорочує кількість конфліктів. Однією з успішних практик є концепція «*police de dialogue*» (поліція діалогу), яка передбачає участь спеціально навчених офіцерів для налагодження взаємодії з учасниками масових заходів.

Розвиток комунікативної компетентності має охоплювати не лише зовнішні, але й внутрішні аспекти взаємодії в структурі поліції. Прозорість управлінських рішень, шанобливе ставлення до підлеглих і здатність формувати ефективну командну динаміку є ключовими факторами, які впливають на рівень лояльності, мотивацію та згуртованість колективу. Лідери думок у системі, зокрема керівники відділів і старші офіцери, мають виконувати не лише управлінські завдання, але й демонструвати приклад високої комунікативної культури.

Мотивація та професійна підтримка відіграють важливу роль у формуванні комунікативних навичок. Для цього потрібно створити середовище, яке сприятиме розвитку даних компетенцій та визнаватиме їх значущість. Дієвими заходами можуть бути:

- впровадження внутрішніх рейтингів або оцінки ефективності комунікації;
- відзначення прикладів успішної взаємодії з громадянами;
- забезпечення психологічної підтримки чи супервізії для допомоги в опануванні емоційного навантаження під час роботи у стресових ситуаціях.

Таким чином, розвиток комунікативної компетентності працівників поліції є ключовою передумовою покращення публічних комунікацій і

встановлення довіри з боку суспільства. У контексті прозорості, відкритості та активного застосування цифрових технологій, культура спілкування в поліції здатна значно підвищити ефективність діяльності правоохоронних органів у сучасній Україні.

Сучасний підхід до переосмислення ролі поліції в суспільстві передбачає відмову від традиційної моделі суворої вертикальної влади на користь горизонтальної співпраці, заснованої на довірі, партнерстві та колективній відповідальності за безпеку. У сучасному світі ефективність роботи правоохоронних органів дедалі частіше визначається не лише статистикою розкритих злочинів, але й рівнем довіри громадян, якістю взаємодії з суспільством та включеністю громади у процес підтримки правопорядку.

Модель «поліція – громада» виходить за межі класичного уявлення про поліцію як виключного охоронця. Вона залучає громадян як активних учасників процесу забезпечення безпеки. Громада впливає на ухвалення рішень, оцінює ефективність поліції та виступає ініціатором заходів із профілактики правопорушень. Цей формат взаємодії має такі переваги:

- краще розуміння специфіки локальних проблем;
- зменшення ризику конфліктів між поліцією і мешканцями;
- зміцнення стосунків довіри та співпраці.

Одним із найбільш успішних прикладів переходу до партнерської моделі є ініціатива «Поліцейський офіцер громади». Цей проєкт, розроблений за підтримки міжнародних партнерів, представляє нову роль дільничного інспектора, який працює безпосередньо в межах конкретної громади. Поліцейський офіцер громади добре знайомий із місцевими жителями, активно співпрацює з органами влади, школами та бізнесом, займаючись не лише реагуванням на правопорушення, але й профілактикою, вирішенням конфліктів і організацією просвітницьких заходів. У такій моделі офіцер стає довіреним представником громади, а не просто наглядовою фігурою.

Ефективне партнерство між поліцією та громадськістю неможливе без залучення локальних ініціатив і волонтерських організацій. Ці структури мають значний потенціал у таких сферах, як просвітництво, допомога в кризових ситуаціях та робота з вразливими категоріями населення. Поліцейські служби повинні:

- підтримувати місцеві програми з підвищення рівня безпеки (наприклад, нічні патрулі чи «сусідська варта»);
- взаємодіяти з активістами задля захисту прав людини;
- організовувати спільні кампанії з протидії насильству, кіберзлочинності чи торгівлі людьми.

Такий підхід формує комплексну систему взаємодії поліції та суспільства, засновану на довірі, спільних цілях і відповідальності за спільне майбутнє.

Налагодження довготривалих і взаємовигідних відносин із місцевими журналістами та медіа є невід'ємною складовою ефективної комунікації поліції з громадськістю. Медіа відіграють роль платформи для поширення позитивних кейсів, формування іміджу поліції, а також розвінчування хибних уявлень. Важливим напрямом залишається співпраця з навчальними закладами, включаючи школи, коледжі й університети. Це можуть бути зустрічі з юнацтвом, лекції з тематики прав людини, тренінги з інтернет-безпеки та протидії булінгу.

В умовах сучасного світу, позначеного високою турбулентністю, інформаційними атаками та ризиками надзвичайних ситуацій, особливу вагу набуває здатність поліції оперативно, точно й обдуманно реагувати на кризові події. Грамотна кризова комунікація забезпечує не лише запобігання паніці, а й підтримання довіри до поліції під час її найвразливіших періодів.

Кризова комунікація базується на таких принципах:

- негайна реакція на екстрені події (пожежі, обстріли, аварії, злочини тощо);

- єдина узгоджена позиція поліції – координація між підрозділами для уникнення суперечливих заяв;

- оперативне поширення офіційної інформації через усі доступні канали: телеграм, офіційні вебсайти, соціальні мережі та засоби масової інформації.

Затримка чи мовчання поліції під час кризи нерідко ведуть до виникнення чуток, посилення тривоги в суспільстві та зниження довіри.

Офіційні заяви поліції повинні бути не лише чіткими, а й психологічно збалансованими. Їхня мета – допомогти громадянам залишатися спокійними, пояснити дії влади та запропонувати чіткі інструкції для дій в надзвичайних ситуаціях (наприклад, при повітряній тривозі чи евакуації). У таких повідомленнях слід уникати надмірної емоційності, агресивної риторики або категоричності, враховуючи загальний стан суспільства.

Особливо в часи війни важливо швидко реагувати на дезінформацію, яка може підірвати репутацію поліції або викликати паніку серед населення. Основними заходами є:

- оперативне виявлення неправдивих даних;
- публічне їх спростування;
- тісна співпраця з незалежними організаціями фактчекінгу.

Підготовка речників та пресслужб є також ключовим елементом ефективних публічних комунікацій. Успішне інформування громадськості під час кризових ситуацій значною мірою залежить від професійності комунікаторів. У кожному регіональному відділі поліції має бути спеціаліст – речник або пресофіцер – який:

- досконало розуміє особливості кризових ситуацій;
- володіє навичками впевненого публічного виступу;
- вміє адаптувати повідомлення відповідно до специфіки аудиторії.

Необхідно забезпечити систематичне навчання таких фахівців, включаючи тренінги зі стратегічних комунікацій, практики роботи зі ЗМІ в

надзвичайних умовах і побудови взаємодії з журналістами міжнародного рівня.

У системі публічних комунікацій Національної поліції України важливим є не лише надання інформації громадянам, але й отримання зворотного зв'язку, який відображає актуальні потреби, очікування, проблеми та ставлення суспільства до роботи правоохоронних органів. Моніторинг громадської думки є ключовою умовою для ефективного планування комунікаційних стратегій, прийняття правильних рішень і завчасного виявлення потенційних кризових ситуацій.

Поліція, як орган, що виконує публічні функції, повинна бути уважною до змін у соціальному середовищі. Це особливо важливо у періоди суспільних трансформацій, зростання тривожності, чи під впливом політичних та військових викликів. Регулярне дослідження громадської думки дає можливість:

- оцінити рівень довіри до поліції на національному й регіональному рівнях;
- визначити ключові проблеми, які виникають у взаємодії громадян із правоохоронними органами;
- проаналізувати ефективність публічних заходів, кампаній та реформ;
- дослідити сприйняття образу поліції в інформаційному просторі.

Для отримання достовірної та репрезентативної інформації варто застосовувати різноманітні методи:

- соціологічні опитування (анкетування, телефонні чи онлайн-інтерв'ю): дають змогу аналізувати рівень довіри, задоволеність роботою поліції, частоту звернень, ступінь поінформованості громадян тощо;
- фокус-групи допомагають у глибокому вивченні причин недовіри, бар'єрів у спілкуванні чи страхів. Вони також є дієвим методом для оцінки сприйняття нових ініціатив, наприклад, таких як впровадження поліцейського офіцера громади;

- контент-аналіз медіа дає можливість вивчати публікації у традиційних ЗМІ, на новинних сайтах і телебаченні, допомагає зрозуміти тональність висвітлення діяльності поліції – позитивну, нейтральну чи негативну;

- моніторинг соціальних мереж – це дослідження відкритих дописів, коментарів, використання хештегів і мемів на платформах типу Facebook, Instagram, Telegram чи TikTok. Воно забезпечує оперативне реагування на настрої аудиторії. Цей метод дозволяє виявляти інформаційні хвилі, фейки і зміну сприйняття діяльності поліції.

Використання даних моніторингу у практичній діяльності є ефективним лише за умови реального впровадження цих ініціатив в комунікаційну політику. Це включає такі кроки:

- адаптація інформаційних кампаній до настроїв і потреб населення;
- коригування основних меседжів у випадках, коли деякі теми викликають незрозуміння чи спротив;
- розробка профілактичних заходів у регіонах із підвищеним рівнем соціальної напруженості;
- формування регіональних стратегій публічної комунікації, що враховують специфіку місцевого населення.

Наприклад, якщо опитування вказують на низький рівень довіри до поліції в певному регіоні через відсутність належної реакції на дрібні правопорушення, варто зосередити зусилля на висвітленні успішних розслідувань, історій допомоги громадянам та активізувати комунікацію через місцеві медіа.

Зворотний зв'язок як двосторонній процес включає не лише статистичний аналіз, а й постійну живу взаємодію з громадянами. Для цього можна використовувати:

- гарячі лінії та чат-боти для отримання запитів;
- проведення онлайн-опитувань після надання послуг (наприклад, після виклику поліцейських);

- організацію відкритих зустрічей, де представники правоохоронних органів заслуховують запитання, зауваження та пропозиції жителів;
- аналіз коментарів у соціальних мережах не тільки для реагування, але й для виявлення проблемних зон.

Завдяки таким інструментам правоохоронні органи не лише отримують можливість краще розуміти населення, але й демонструють готовність до змін. Це є показником відповідальності, прозорості та відкритості організації в очах громадськості.

Отже, ефективна система публічних комунікацій Національної поліції України є невід'ємною складовою підвищення її легітимності, формування довіри громадян та зміцнення безпекової взаємодії у суспільстві. Удосконалення цієї системи потребує комплексного підходу, що охоплює кілька ключових напрямів. Насамперед це посилення відкритості та прозорості діяльності поліції, з акцентом на регулярне інформування громадськості та демонстрацію підзвітності.

Не менш важливою є активна присутність поліції в цифровому медіапросторі, яка має базуватись на принципах інтерактивності, швидкого реагування та побудови партнерських відносин з аудиторією. Важливо також системно розвивати комунікативну компетентність працівників поліції, зокрема в умовах кризових ситуацій, де публічна поведінка поліцейських прямо впливає на довіру до всієї інституції.

Побудова горизонтальних партнерських відносин із громадами, взаємодія з волонтерськими ініціативами, освітніми закладами та місцевими ЗМІ сприяють зміцненню соціального капіталу та безпекової співпраці. В умовах воєнного стану особливої ваги набуває розвиток кризових комунікацій – оперативних, точних і чутливих до емоційного стану громадян. Нарешті, моніторинг громадської думки та зворотний зв'язок мають стати постійними механізмами оцінювання ефективності публічної комунікації й коригування стратегії взаємодії з населенням.

Таким чином, формування сучасної, чутливої до суспільних потреб комунікаційної моделі Національної поліції України є запорукою не лише її ефективної роботи, а й сталого партнерства з громадянами – як основи демократичного правопорядку в умовах нових викликів і трансформацій.

ВИСНОВКИ

Проведений нами теоретичний аналіз наукової психологічної літератури з проблеми довіри та результати власного емпіричного дослідження дозволяють зробити такі основні висновки:

1. Було встановлено, що довіра є багатовимірним соціально-психологічним феноменом, який формується під впливом як когнітивних, так і емоційних чинників. Публічні комунікації виступають ключовим механізмом формування та підтримки цієї довіри, особливо в контексті діяльності правоохоронних органів, де відкритість і прозорість мають вирішальне значення.

2. Вивчення інструментів і практик публічних комунікацій Національної поліції України показало, що нинішня комунікаційна політика має значний потенціал, проте існують типові проблеми, зокрема недостатня оперативність реагування, недоліки у кризовій комунікації та недостатній рівень двостороннього діалогу з громадськістю. Ці недоліки можуть негативно впливати на формування довіри та імідж поліції.

3. Дослідження ролі медіа підтвердило їх важливу функцію у формуванні суспільної думки про поліцію. Медіа виступають не лише джерелом інформації, а й посередником у конструюванні образу поліції, що може як посилювати, так і послаблювати рівень довіри залежно від характеру висвітлення та тональності матеріалів.

4. Емпіричне дослідження стану довіри до Національної поліції України виявило, що рівень довіри залишається неоднорідним і залежить від низки факторів, серед яких ключовими є якість комунікації, особистий досвід взаємодії з поліцією та інформаційна відкритість органу.

Найвищий вплив на рівень довіри має раціональне сприйняття поліції як компетентної, професійної та легітимної інституції. Водночас важливими є емоційні аспекти – почуття безпеки, відкритість, людяність комунікації, – які підвищують прихильність громадян. Поведінкова довіра, що проявляється

у готовності до взаємодії з поліцією, виявилася найменш розвиненою, що свідчить про наявність бар'єрів у практичному рівні довіри. Аналіз типів довіри показав домінування особистісної та ситуативної довіри над інституційною, що вказує на персоніфікований характер сприйняття правоохоронних органів в українському суспільстві. Дані свідчать про залежність рівня довіри від віку респондентів, медіаспоживання та психологічного благополуччя. Найвищий рівень довіри до поліції фіксується серед молоді, яка активніше взаємодіє з публічними комунікаціями.

Кореляційний аналіз підтвердив значущі зв'язки між рівнем психологічного благополуччя, компонентами структури довіри та образами поліції в масовій свідомості. Отже, підвищення довіри до Національної поліції потребує системного розвитку прозорих, відкритих і емпатійних форм комунікації, а також зміцнення партнерських стосунків з громадою через локальні ініціативи, персоніфіковану присутність і відповідальне ставлення до інформаційної політики.

5. На основі отриманих результатів нами було розроблено рекомендації щодо удосконалення публічних комунікацій Національної поліції України. Запропоновані заходи включають підвищення прозорості діяльності, розвиток кризових комунікацій, активізацію цифрової присутності, систематичне навчання працівників навичкам ефективної комунікації та формування партнерських відносин з громадою, що сприятиме підвищенню рівня довіри громадян до інституції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арендт Г. Становище людини [Текст] / Г. Арендт ; пер. М. Зубрицька. Львів : Літопис, 1999. 254 с.
2. Актуальні тренди сучасного комунікативного простору: колективна монографія / за заг. ред. В.Д. Демченка. Дніпро: Грані, 2020. 100 с.
3. Андрущенко Г. І. Довіра як засіб нейтралізації ризику та протидії невизначеності / Г. І. Андрущенко // *Соціальні технології : актуальні проблеми теорії та практики*. Запоріжжя, 2019. Вип. 43. С.13–18.
4. Ануфрієва Н. М. Соціальна психологія : навч.-метод. посіб. / Н. М. Ануфрієва, Т. М. Зелінська, Н. О. Єрмакова. К. : Каравела, 2011. 296 с.
5. Абетка громадянської участі: Посібник для організаторів процесів залучення громадян до ухвалення рішень / Блюй А., Ягацяк М., ПерхуцьЖултовська М., Пліщинська К. К.: ОПОРА, 2018. 68 с.
6. Башук А. І. Комунікаційні стратегії державної влади в умовах інформаційного суспільства: монографія. Кам'янець-Подільський: Рута, 2019. 583 с.
7. Батушан В.В. Становлення інституту політичного лідерства в сучасній Україні: досягнення та перспективи / В.В. Батушан / *Аналітика і влада*. № 4. 2011. С. 53–63.
8. Бондар В.В. Співпраця Національної поліції України з громадянським суспільством на засадах партнерства в умовах воєнного стану. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія ПРАВО*. 2024. Випуск 81. Частина 2. С. 63–68.
9. Бандурка О. М. Професійна етика працівників органів внутрішніх справ : навч. посіб. / О. М. Бандурка. Х. : Вид-во НУВС, 2021. 220 с.
10. Бова А. Довіра до соціальних інститутів: Крос-національні зіставлення / А. Бова // *Соціальна психологія*. К. : Укр. центр політичного менеджменту, 2014. № 2. С. 90–99.

11. Бойко-Бузиль Ю.Ю. Психологічна сутність професіоналізму керівників підрозділів Національної поліції України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 4. С. 144–148.
12. Барко В.І., Остапович В.П., Барко В.В. Вимоги до керівника як до суб'єкта збереження психологічного здоров'я поліцейських Національної поліції України. *Право і безпека*. 2016. № 3 (62). С. 113–120.
13. Васильєва Л. А. Особливості та роль публічних комунікацій в сучасному соціумі. *Молодий вчений*. 2016. № 12.1(40). С. 77–81.
14. Василець Н. «Довіра до органів внутрішніх справ». Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія психологічна: збірник наук. праць / Гол. ред. О. Є. Блінова. Вип.1. Том 2. 2014. С. 11-17.
15. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадянське суспільство. Львів: Літопис, 2000, 328 с.
16. Гутиряк О. Міжкультурна комунікація: до визначення поняття. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип 47. Том 2. С. 205–208.
17. Гаврилюк Л.В., Хальота А.І. Принцип «доброчесності» в системі принципів діяльності поліції. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 5. С. 351–354.
18. Гошовська В.А. Українська еліта та її роль у державотворенні: навч. Посібн. / В.А.Гошовська, М.І.Пірен, К.Ф.Задоя, Г.А.Кернес : за заг. ред. д.політ.н., проф. В.А.Гошовської, К.: НАДУ, 2010. 136 с.
19. Даниленко С. І. Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж. Моногр. Київ: ІМВ. 2010. 310 с.
20. Дзяна Г. О., Дзяний Р. Б. Управління комунікаціями в умовах криз. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2022. № 2. С. 13–21.
21. Дзяна Г. О. Комунікації в публічному управлінні : навч. посібник. / Г. О. Дзяна. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. 224 с.

22. Дишкант О. В., Бабійчук І. В., Романюк Н. М. Залежність безпеки населення при надзвичайних ситуаціях від ефективної комунікації. *Наука і техніка*. 2022. № 4(4). С. 233–241.
23. Досенко А. Комунікаційні платформи: сучасне бачення. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. 2021. Том 12 (1). С. 98–106.
24. Досенко А. Інтерфейс комунікаційних платформ: основи концептуальних підходів трактування. *Соціальні комунікації: теорія та практика*. 2020. Том 11. С. 47–58.
25. Денисюк Д.С. Принципи діяльності Національної поліції України: теорія та практика реалізації. *Митна справа*. 2015. № 5 (101). С. 63–68.
26. Зернецька О.В. Глобальна комунікація. Київ: Наукова думка, 2017. 349 с.
27. Заєць Д. А. Публічність як соціокультурний феномен / Д. А. Заєць: автореф. дис. ... канд.соціолог. наук: 22.00.01. Х.: Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2014. 20 с.
28. Колінько М. В. Міжкультурна комунікація: топологічний вимір: монографія / Донец. нац. ун-т ім. Василя Стуса. Вінниця: Твори, 2019. 343 с.
29. Кушнір Р. Мистецтво відповідального спілкування, або як знаходити глибоке порозуміння з іншою людиною. Видавництво Коло, 2017. 240 с.
30. Ковалів М.В., Єсімов С.С., Ярема О.Г. Інформаційне право України: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 416 с.
31. Кіяшко Р.Ю., Кравченко І.С. Актуальні проблеми діяльності патрульної служби Національної поліції України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. № 39 (Т. 1). С. 114–118.
32. Кубаєнко А. В. Принципи організації та діяльності підрозділів поліції в Україні. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2015. № 4. С. 101–103.

33. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В.Королько, О. Некрасова: Підр. для студ. вищ. навч. закл. / 3-тє вид., доповн. і переробл. К. : Вид. дім «Києво-могилянська академія», 2009. 831с.
34. Лясковська О.А. Керівник в органах і підрозділах Національної поліції України як організатор управління. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2017. № 3. С. 114–118.
35. Лелет С. М. Проблеми побудови системи принципів адміністративно-правового регулювання управління в національній поліції України. *Право і суспільство*. 2016. № 6 (2). С. 112-117.
36. Оцінка ситуації в країні, довіра до соціальних інститутів, політиків, посадовців та громадських діячів, ставлення до виборів, віра у перемогу (червень 2024р.). Разумков Центр. 25.06.2024 р. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinkasytuatsii-diiachiv-stavlennia-do-vyboriv-vira-v-peremogu-cherven-2024r>
37. Охріменко І.М. Психологічні особливості відбору кадрів на керівні посади органів поліції зарубіжних країн. *Особливості підготовки поліцейських в умовах реформування системи МВС України : збірник матеріалів I міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Харків, 20 трав. 2016 р.). Харків : ХНУВС, 2016. С. 75–79.
38. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
39. Пальчинська М. В. Віртуальна комунікація як соціальний феномен. Перспективи. *Соціально-політичний журнал*. 2022. № 4. С. 81-87.
40. Пугач Л. Ю. Соціально-комунікаційні складові комунікативної моделі. *Молодий вчений*. 2019. № 1. С. 150–156.
41. Публічна комунікація: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 052 «Політологія» й слухачів спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» / авт. кол. :

В. І. Шарий, О. В. Черевко, Л. Я. Самойленко, А. О. Овчаренко, О. О. Дем'яненко, Б. М. Калініченко, В. В. Батушан, Н. О. Кравцова; за заг. ред. д. держ. упр. В. І. Шарого. Черкаси: видавець Чабаненко Ю. А., 2020. 330 с.

42. Рівень довіри до Нацполіції - 43,5%, до патрульних - 53%. *Укрінформ*. 31.07.2017. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2203731-riven-doviri-do-nacpolicii-435-do-patrulnih-53.html?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 11.06.2025).

43. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів: Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.

44. Типові помилки під час застосування поліцейських заходів примусу: на основі аналізу судової практики: наук.-практ. посіб. / Ю. Б. Ірха, О. І. Бочек, В. А. Мацько. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2024. 308 с.

45. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і доп. К.: Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.

46. Фролова О.Г. Сучасні кримінологічні, правові та інші проблеми професійного відбору і підготовки поліцейських в Україні. *Особливості підготовки поліцейських в умовах реформування системи МВС України : збірник матеріалів I міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Харків, 20 трав. 2016 р.). Харків : ХНУВС, 2016. С. 83–87.

47. Устименко О.С. Теоретико-правовий аналіз принципів діяльності поліції України. *Права та обов'язки людини у сучасному світі. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (11-12 листопада 2016 р.)*. Одеса: ГО «Причорноморська фундація права», 2016. С. 20-22.

48. Шляхи підвищення ефективності функціонування соціальних комунікацій в умовах посилення глобальних інформаційних впливів / [В. Горовий та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ: Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2018. 276 с.

49. Шнурко Я. В. Роль засобів масової інформації у формуванні довіри населення до поліції / Я. В. Шнурко // *Аналітично-порівняльне*

правознавство / редкол.: Ю. М. Бисага (голов. ред.), В. В. Забровський, Д. М. Бєлов, С. Б. Булеца та ін.; ДВНЗ «УжНУ». Ужгород, 2021. №4. С. 221–222.

50. Яковенко М.С., Романенко М.В. Роль керівника в системі управління персоналом правоохоронних органів. *Національна поліція України: проблеми становлення та перспективи розвитку : матеріали наук.-практ. конф. курсантів та студентів* (м. Харків, 10 грудня 2015 р.). Харків : ХНУВС, 2015. С. 187–192.

ДОДАТКИ

Додаток А

Методика «Довіра до органів внутрішніх справ» Н. Василюк

Інструкція. Будь ласка, проіндексуйте ступінь Вашої згоди чи незгоди з кожним твердженням стосовного того, наскільки вказані явища впливають на формування довіри громадян до працівників ОВС, користуючись наступною шкалою:

1	2	3	4	5
повністю не згоден	радіше не згоден	важко відповісти	радіше згоден	повністю згоден

НА РІВЕНЬ ДОВІРИ ВПЛИВАЄ:

1. Дотримання дисципліни праці працівниками ОВС .
2. Статутна поведінка працівників ОВС (поведінка, що відповідає нормативним актам, які регламентують специфіку діяльності окремих підрозділів і служб МВС).
3. Освіченість працівників ОВС.
4. Стан здоров'я працівників ОВС .
5. Стереотипність сприйняття громадян працівниками ОВС.
6. Стереотипність сприйняття у суспільстві різних категорій громадян.
7. Ксенофобські тенденції працівників ОВС (ксенофобія - поняття, що відображає нав'язливий страх стосовно чужинців чи просто чогось незнайомого, чужоземного або страх перед чужоземцями та ненависть до них).
8. Упереджене ставлення працівників ОВС до представників різних субкультур.
9. Схильність до альтруїзму працівників ОВС.
10. Альтруїстичні дії для підвищення свого статусу в очах громадян.

11. Благородні вчинки щодо громадян - задля підвищення власної самооцінки.
12. Свобода вибору.
13. Контроль вчинків громадян працівниками ОВС.
14. Оптимізм громадян.
15. Підвищена активність громадян у соціальній сфері.
16. Попередній особистий досвід взаємодії з працівниками ОВС.
17. Попередній досвід взаємодії з працівниками ОВС родичів та близьких людей.
18. Короткочасність стосунків взаємодії з працівниками ОВС.
19. Ситуативна взаємодія з працівниками ОВС.
20. Схильність до хабарництва працівників ОВС.
21. Провокування громадян хабарництвом працівників ОВС.
22. Повага оточуючих.
23. Готовність працівників ОВС допомагати громадянам України?
24. Готовність громадян приймати допомогу від працівників ОВС.
25. Негативний імідж ОВС.
26. Засудження дій працівників ОВС громадськістю.
27. Висвітлення подій ЗМІ.

ДОВІРА ЗАЛЕЖИТЬ:

28. Впевненості в тому, що працівник ОВС не завдасть фізичної шкоди?
29. Впевненості в тому, що працівник ОВС не завдасть психологічної шкоди?
30. Впевненості в тому, що працівник ОВС не завдасть моральної шкоди?
31. Впевненості в тому, що при зверненні до працівників ОВС буде надана кваліфікована допомога.
32. Впевненості громадян в тому, що працівники ОВС забезпечують їхній спокій.
33. Дотримання конфіденційності працівниками ОВС.
34. Законної поведінки працівників ОВС.
35. Відповідності використовуваних методів працівниками ОВС умовам

професійної діяльності.

36. Дотримання законів працівниками ОВС.

37. Схильності працівників ОВС використовувати силові методи впливу.

38. Позитивного особистого досвіду взаємодії з працівниками ОВС.

39. Попереднього позитивного досвіду взаємодії (звернення) рідних, близьких, друзів.

40. Відсутності альтернативи.

41. Зовнішнього вигляду.

42. Гуманного ставлення.

43. Міжособистісних стосунків між працівниками ОВС та громадянами.

44. Великої кількості соціальних ролей, що виконують працівники ОВС.

45. Самоповаги працівників ОВС.

46. «Довіра до влади лежить в самій основі правопорядку, а недовіра до неї є початком її руйнування»(цит.І.О.Ільїна).

47. Дотримання правопорядку працівникам ОВС.

48. Актуального емоційно – оцінного стану (симпатії,вдячності, поваги).

49. Життєвих стратегій громадян.

50. Психологічної сумісності.

51. Чесності та відкритості під час взаємодії.

ДОВІРІ СПРИЯЄ:

52. Стабільність у суспільстві.

53. Забезпечення постійного правопорядку у суспільстві.

54. Дотримання конфіденційності щодо інформації про громадян.

55. Злагодженість виконання обов'язків органами (СБУ, ДПСУ, ЗСУ, ГПУ, прокуратури та ін..).

56. Попередньо набутий громадянами професійний досвід діяльності в ОВС.

57. Налагоджені соціальні контакти між громадянами та працівниками ОВС.

58. Етнічна толерантність працівників ОВС (рівень терпимості до членів тих соціальних груп, до яких людина не належить).

- 59.Подібність інтересів з працівниками ОВС.
- 60.Особиста задоволеність життям працівників ОВС.
- 61.Цінності сучасного українця сприяють довірі до ОВС.
62. Задіяність працівників ОВС в різних асоціаціях та клубах за інтересами.
63. Участь працівників ОВС у благодійній діяльності.
64. Інтелектуальний саморозвиток працівників ОВС.
65. Волонтерська діяльність працівників ОВС.
66. Задіяність працівників ОВС в діяльності некомерційних організацій.
67. Взаємна толерантність.
68. Належна фізична форма.
69. Інформативність соціальних дій працівників ОВС.
70. Зовнішній вигляд працівників ОВС.
71. Охайність та привабливість працівників ОВС.
72. Відсутність страху встановлювати і підтримувати необхідні зв'язки з працівниками ОВС.
73. Комунікативні навички працівників ОВС.
74. Вміння чітко організовувати діяльність працівниками ОВС.
75. Поведінка працівників ОВС згідно етичних норм.
76. Кількість набутих соціальних ролей працівників ОВС.
77. Демократизація поведінки в суспільстві.
78. Відсутність тотального контролю вчинків громадян з боку працівників ОВС.
- 79.Тотальний контроль громадської поведінки працівниками ОВС.
- 80.Постійна взаємодія дільничних інспекторів з мешканцями району.
- 81.Психологічне зближення між працівниками ОВС та громадянами.
- 82.Вміння працівників ОВС чітко й емоційно виражати свої думки й почуття під час комунікативної взаємодії з громадянами.
- 83.Комунікативна інформативність під час взаємодії працівників ОВС з громадянами.
- 84.Жорсткі вимоги до працівників ОВС перед зарахуванням на службу.

- 85.Реклама позитивного образу працівників ОВС у ЗМІ та соціальних проектах.
- 86.Дружні стосунки між працівниками ОВС та громадянами.
- 87.Всестороній саморозвитку особистості.
- 88.Ознайомленість громадян з обов'язками працівників різних структур ОВС.
- 89.Самодовіра працівників ОВС.
- 90.Соціальні контакти між працівниками ОВС та громадянами.
- 91.Співпраця між працівниками ОВС та громадянами.

Методика «Довіра» (автор – І. Семків)

Мета: з'ясування характеру та глибини довіри до інституцій (на прикладі Національної поліції) у трьох вимірах: когнітивному, емоційному та поведінковому.

Інструкція: оцініть кожне з тверджень за п'ятибальною шкалою:

1 – зовсім не згоден, 5 – повністю згоден.

Оберіть відповідь, яка найбільше відповідає Вашій думці, та поставте

№	Твердження	1	2	3	4	5
Когнітивний компонент (усвідомлене сприйняття)						
1	Я вважаю поліцію професійною структурою.	☐	☐	☐	☐	☐
2	Поліція діє відповідно до законодавства.	☐	☐	☐	☐	☐
3	Працівники поліції компетентні у своїй сфері.	☐	☐	☐	☐	☐
Емоційно-ціннісний компонент (емоційне ставлення)						
4	Я відчуваю себе у безпеці завдяки діяльності поліції.	☐	☐	☐	☐	☐
5	Я поважаю працівників поліції.	☐	☐	☐	☐	☐
6	Поліція викликає в мене довіру та симпатію.	☐	☐	☐	☐	☐
Поведінковий компонент (готовність до дій)						

7	Я готовий(-а) звертатися до поліції за допомогою.	☐	☐	☐	☐	☐
8	У разі потреби я співпрацюватиму з поліцією.	☐	☐	☐	☐	☐
9	Я беру або готовий(-а) брати участь у громадських ініціативах спільно з поліцією.	☐	☐	☐	☐	☐

Інтерпретація:

- **13-15 балів у компоненті** – високий рівень;
- **9-12 балів** – середній рівень;
- **менше 9 балів** – низький рівень відповідного компонента довіри.

Додаток В

АНКЕТА

*Оцінка базової довірливості особистості до соціального оточення**(адаптовано за методикою А. Купрейченко та С. Табхарової)*

Мета: з'ясування рівня довіри громадян до соціального оточення та представників державних інституцій, зокрема Національної поліції України.

Інструкція: Будь ласка, оцініть, наскільки Ви згодні з кожним із наведених тверджень. Виберіть відповідь, що найбільше відповідає Вашій думці, і поставте позначку ✓ у відповідній клітинці.

№	Твердження	1 - Не згоден зовсім	2 - Скоріше не згоден	3 - Важко відповісти	4 - Скоріше згоден	5 - Повністю згоден
1	Людям загалом можна довіряти.	☐	☐	☐	☐	☐
2	Більшість держслужбовців діють добросовісно.	☐	☐	☐	☐	☐
3	Якщо поліція щось обіцяє, вона зазвичай це виконує.	☐	☐	☐	☐	☐
4	Поліція діє в інтересах суспільства.	☐	☐	☐	☐	☐
5	Я не боюся звернутися до поліції у складній ситуації.	☐	☐	☐	☐	☐
6	Інформація поліції здебільшого є достовірною.	☐	☐	☐	☐	☐
7	Поліція поводить себе коректно навіть у складних обставинах.	☐	☐	☐	☐	☐
8	Я довіряю офіційним повідомленням поліції у медіа.	☐	☐	☐	☐	☐
9	Поліцейські — такі ж люди, як і ми, їм теж можна довіряти.	☐	☐	☐	☐	☐
10	Поліція потребує підтримки громадян для ефективної роботи.	☐	☐	☐	☐	☐

Ключ до інтерпретації результатів:

- **40-50 балів** – високий рівень базової соціальної довіри;
- **30-39 балів** – середній рівень довіри;

- **20-29 балів** – низький рівень довіри;
- **менше 20 балів** – виражена недовіра до соціального оточення.

Примітка: У нашому дослідженні цей інструмент був використаний для аналізу сприйняття поліції громадянами різного віку та соціального статусу. Висновки щодо довіри співвідносилися з іншими змінними: віком, рівнем психологічного благополуччя, типами довіри (особистісною, інституційною, ситуативною) та медіаактивністю.