

Підкуркова Ірина Валеріївна, кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології, Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, м.Харків, Україна
e-mail: podkurkovairina@gmail.com
ORCID ID 0000-0003-4797-3718

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАНАЛІВ ПЕРЕДАЧІ КЛЮЧОВИХ ПОВІДОМЛЕНЬ У КОМУНІКАЦІЙНІЙ СТРАТЕГІЇ СУДУ

У роботі аналізуються особливості комунікаційного процесу судів і громадськості. На основі моделі (формули) комунікації Г. Д. Лассуела розглядаються основні елементи комунікаційної діяльності судів – відправник інформації (комунікатор), отримувач (цільова аудиторія), зміст повідомлень, засоби і канали передачі інформації. Зазначається, що ефективність комунікації залежить від ретельної підготовки повідомлень з урахуванням інтересів та цінностей цільової аудиторії, а також адекватно дібраних каналів та форм передачі інформації.

Ключові слова: *комунікаційна стратегія суду, пресслужба, канали передачі інформації, вебсайт суду, соціальні мережі, засоби масової інформації.*

Постановка проблеми. Підвищення довіри до судової системи є одним із пріоритетних завдань судової влади в Україні. На ступінь довіри громадян до правосуддя впливає багато чинників, серед яких і рівень доступності, прозорості, відкритості судів та їх діяльності. У демократичному суспільстві громадяни мають знати, хто і як ухвалює суспільно важливі рішення, як їх виконують та які наслідки це спричиняє [1]. Традиційно в Україні взаємовідносини судів із громадськістю та засобами масової інформації (ЗМІ) характеризувалися певною закритістю, комунікаційною віддаленістю. В умовах демократичної держави виникає потреба в налагодженні ефективного спілкування судів і громадянського суспільства. Суди повинні надавати інформацію про свою діяльність, отримувати відгуки на цю інформацію та реагувати на них певним чином, у такий спосіб здобуваючи підтримку громадськості. Проте на сьогодні проблемною є наявність стійкого злагодженого алгоритму комунікації судів зі ЗМІ та громадянським суспільством. Принцип відкритості і прозорості наразі реалізується в певних комунікаційних стратегіях суду, обов'язковими елементами якої є не тільки відправник та отримувач

інформації. Важливу роль відіграють канали її передачі, а також зміст ключових повідомлень, які передаються за допомогою цих каналів. у процесі комунікації судам слід знати, як складати повідомлення і які канали використовувати для їх передачі, щоб вони були сприйняті цільовою аудиторією і спонукали її до зворотної реакції, відгуку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми комунікації судової влади та суспільства на сьогодні є досить актуальними в наукових дослідженнях. Основними напрямками наукових і науково-практичних пошуків є: аналіз видів комунікації судів з громадськістю [2], розгляд ефективних комунікацій та комунікаційних стратегій у залі суду [3], огляд процесу створення комунікаційної стратегії суду (етапи розроблення та реалізації) [4; 5], дослідження проблеми пошуку оптимальних організаційних форм зв'язків із громадськістю та медіаменеджменту судової влади, визначення основних завдань пресслужби судів [6], огляд особливостей публічного адміністрування у сфері комунікацій судової влади [7], аналіз цифрових пресрелізів для поширення інформації про діяльність судів [8], розгляд розвитку соціальних медіа як інструменту комунікації для судів [9; 10], теоретико-правовий аналіз взаємодії судів та ЗМІ в Україні [11; 12], дослідження напрямів, перспектив використання судовою системою інноваційних технологій у комунікативній практиці в умовах підвищеної суспільної напруги, спричиненої пандемією COVID-19 [13; 14], тощо.

Формулювання цілей. Головною метою статті є розгляд основних каналів передачі інформації, які використовує суд у комунікації з громадськістю, а також дослідження особливостей передачі ключових повідомлень таким чином, щоб вони були не тільки донесені до цільової аудиторії, а й сприйняті нею.

Виклад основного матеріалу. В Україні період 2015–2017 рр. характеризується активним розробленням та запровадженням комунікаційних стратегій різними гілками влади, у тому числі судовою [5]. Це зумовлене перш за все реалізацією демократичного принципу відкритості та прозорості суду, що також має на меті зміцнення громадської довіри, поваги до судової влади та її авторитету.

Комунікаційна стратегія визначається не тільки як «планування з використанням комунікацій, залученням ресурсів та чіткими часовими межами» [15], але й як певна системна комунікація, орієнтована на встановлення довгострокових взаємозв'язків між організацією, її зовнішніми й внутрішніми аудиторіями, які допомагають досягати організаційних цілей [16]. Відповідно, процес її розроблення потребує досить ретельної підготовки, чітко визначених цілей та вивчення усіх необхідних елементів комунікативної діяльності.

Ключовим у комунікативній діяльності є поняття комунікації. За етимологією, термін «комунікація» походить від латинського *communicatio* («по-

відомлення, передача»), пов'язаного з дієсловом *comtīpīso* («роблю спільним; повідомляю; з'єдную») [17, с. 545]. Тобто комунікація являє собою процес передачі певного повідомлення від одного суб'єкта до іншого. У більш детальному визначенні комунікація – це взаємодія людей, під час якої вони, впливаючи одне на одного за допомогою мови й інших знаків спілкування, обмінюються інформацією та організують свою спільну діяльність [18].

Модель (формула) комунікації, за Г. Д. Лассуелом, розкривається у відповідях на послідовно поставлені запитання: хто повідомляє? Що повідомляє? Яким каналом? Кому? З яким ефектом? [19]. Відповідно до цієї формули, у процесі судової комунікації маємо дослідити *відправника* інформації (комунікатора), який здійснює управління і направляє сам акт комунікації; *зміст повідомлень*, що передаються; *засоби і канали*, за допомогою яких передаються повідомлення; *аудиторію*, до якої спрямовано повідомлення; *результат* (ефект) комунікаційного впливу.

Відправником інформації у взаємодії судової системи з громадськістю зазвичай виступає та або інша судова установа. На думку Р. Драгичевич Дичич, суди зацікавлені в комунікації з громадськістю, і таке спілкування має бути активним, тобто таким, за якого комунікативну стратегію націлено на розповсюдження власної історії про те, що суди роблять і як вони це роблять [20]. В іншому разі суди ризикують тим, що повідомлення, яке отримує громадськість, може бути вільно та (або) неправильно розтлумаченим чи викривленим.

Але сама по собі судова установа, власне, не є комунікатором у взаємодії, джерелом, яке доносить повідомлення до цільової аудиторії. Роль комунікатора в суді можуть виконувати, наприклад, обрані судді-спікери або представники пресслужби. У будь-якому разі конкретний відправник інформації має викликати довіру в аудиторії, яка, у свою чергу, досягається завдяки професійності, сумлінності, відкритості. Успішна і результативна діяльність комунікатора є запорукою ефективності усієї взаємодії суду з громадськістю.

У процесі комунікації іншою стороною, – отримувачем повідомлень є цільова аудиторія – група людей, яка об'єднана певними спільними характеристиками. Саме на неї спрямований вплив відправника через комунікаційне повідомлення. У кожного суду може бути багато цільових аудиторій. В. Андріяш і Н. Торхова виділяють такі: 1) учасники судового процесу; 2) відвідувачі суду, які не є безпосередніми учасниками судового процесу; 3) представники громадських організацій, громадські активісти; 4) ЗМІ; 5) учні загальноосвітніх шкіл та студенти-правники; 6) представники суб'єктів владних повноважень; 7) науковці, адвокати, юристи [4, с. 223]. У кожному конкретному випадку комунікації відправнику слід враховувати, до якої саме групи в даний час спрямовано його інформацію. Адже від правильного визначення

цільової аудиторії (цільових аудиторій) великою мірою залежить результат комунікації [21, с. 155].

Ефективність комунікації пов'язано з правильним урахуванням особливостей аудиторії та вмінням сформулювати адекватний їй зміст повідомлення, дібрати відповідні засоби і способи комунікативного впливу.

Ключові повідомлення – це той інформаційний контент, який відправник передає отримувачу, своїй цільовій аудиторії. Ключові повідомлення розуміємо як меседжі, які організація хоче донести про себе і бажає, щоб громадськість це знала, прийняла та/або вжила заходів [22]. Формулюючи ключові повідомлення, суд має враховувати цінності своєї цільової аудиторії, які будуть корелювати з такими загальнолюдськими цінностями, як свобода, рівність, справедливість, безпека та ін., які пропагує судова влада.

Окрім змісту повідомлення, важливо, хто і як передає його отримувачу. Ключові повідомлення відправник посилає за допомогою певних засобів та інструментів, які використовуються з метою передачі інформації і називаються каналами комунікації. Найбільш значущими каналами комунікації органів правосуддя з громадськістю є інтернет (вебсайт або вебсторінка суду, присутність суду в соціальних мережах та ін.) та ЗМІ.

На сьогодні одним з основних каналів комунікації українських судів з суспільством є офіційний вебпортал «Судова влада України», на вебсторінках якого розміщено інформацію про діяльність усіх судів нашої держави: статистику суду, об'яви про справи, послуги, які пропонує суд тощо, а також новини, що постійно оновлюються. Окремі українські суди ведуть паралельно два вебсайти: як на офіційному вебпорталі «Судова влада України», так і розроблені самостійно. Існування власного сайту дозволяє суду не тільки доносити до суспільства офіційну інформацію про його діяльність, а й надавати можливість представникам судової влади висловлювати свої погляди і думки з інших питань функціонування судів, а також проблем, пов'язаних із забезпеченням незалежності й самостійності правосуддя [11, с. 228].

Повідомлення, які формує і передає суд через вебсторінку чи власний вебсайт, характеризуються певною офіційністю; вони дозволяють громадянам побачити суд зсередини, а цільовим аудиторіям – дізнатися необхідну інформацію щодо його функціонування.

Останнім часом набирає обертів присутність судів у соціальних мережах. Основними перевагами соціальних мереж є безкоштовність, простота в користуванні, можливість швидко розповсюдити потрібну інформацію серед широкого кола осіб і отримати зворотний зв'язок [1]. Найбільш популярним комунікаційним майданчиком для українських судів, за даними всеукраїнського опитування «Медіавідкритість судів України», проведеного ГО «Вектор

прав людини» у співпраці з Фондом імені Фрідріха Еберта в Україні, є Facebook [23, с. 47].

Сторінки судів у соціальних мережах мають більше можливостей для комунікації з громадськістю, ніж вебсайти. І це пов'язано не тільки з тим, що повідомлення суду з соціальних мереж можуть потрапити до стрічки цільової аудиторії як напряму, так і опосередковано, через реакцію інших користувачів. У соціальних мережах суд може розповідати власну історію і отримувати реакцію на неї. На сторінках соціальних мереж, зазвичай, окрім розміщення певної офіційної інформації (загальна інформація про суд, новини, корисні посилання та ін.), фото та відео, є можливості надавати інформацію в різних за формою і змістом варіаціях, відслідковувати статистику відвідування сторінки різними категоріями людей, бачити реакцію аудиторії на повідомлення та отримувати думку відвідувачів у коментарях та обговореннях. Ключові повідомлення передаються в більш невимушеній формі, що сприяє підвищенню прозорості та збільшує громадську довіру до суду.

Важливим каналом комунікації для судової влади є ЗМІ, одним із завдань яких, на думку Л. Наливайка та А. Орешкової, є формування у громадян об'єктивної думки про організацію роботи судів та розгляд справ [24, с. 14]. Дійсно, ЗМІ мають великий вплив на формування суспільної свідомості та громадської думки. Комунікації судів із громадськістю через ЗМІ мають на меті передусім висвітлення та розповсюдження інформації щодо діяльності судової системи, суддів та органів суддівського самоврядування, формування позитивного іміджу суду і довіри до цієї інституції.

Стратегічними і тактичними кроками взаємодії судів і ЗМІ повинні стати: підготовка повідомлень, готових для використання у ЗМІ; ініціювання та запуск певних тем для ЗМІ; розставляння пріоритетів у подачі інформації; акцентування уваги ЗМІ на проблемах окремих судів та судової системи в цілому та ін. [12, с. 150]. Усе це може відбуватися за допомогою різних форм донесення інформаційних повідомлень, серед яких – брифінги, пресконференції, круглі столи, презентації тощо.

Під *брифінгом* розуміємо захід, на якому стисло повідомляється офіційна позиція з того або іншого питання чи щодо події, яка відбулася чи має відбутися. Брифінги як форма комунікації суду з громадськістю можуть бути на постійній, регулярній основі (повідомлення про роботу суду, оголошення даних статистики та ін.), а також із приводу певної події (наприклад, резонансна справа, нововведення в суді, судовій системі тощо). *Пресконференція* – це захід, організований для офіційного розповсюдження інформації, на якому представники різних ЗМІ мають можливість ставити запитання в межах заявленої теми [25]. Цей захід може проводитись як за ініціативи суду, так і на запит ЗМІ. Приводом для проведення пресконференції може стати резонанс-

на справа, певні інновації в законодавстві, досягнення суду у різних аспектах його діяльності та ін. *Круглий стіл* – форма публічного обговорення, «вид групового вирішення тих чи інших питань, якому властиві певний порядок і черговість висловлювань його учасників» [26]. Цей захід передбачає, по-перше, донесення інформації через обговорення теоретичних та практичних проблем різних аспектів діяльності суду, по-друге, залучення до обговорення суддів та інших представників юридичної професії, науковців, ЗМІ, громадськості.

ЗМІ як канал передачі судом ключових повідомлень є найбільш відкритим і таким, що викликає найбільшу довіру в громадськості. Перш за все тому, що самі масмедіа є одним із важливих інститутів громадянського суспільства. Вони позиціонують себе як «вартові демократії», які правдиво і неупереджено забезпечують інформаційні потреби суспільства.

Кожен із зазначених каналів комунікації (вебсайт, соціальні мережі, ЗМІ) має свої особливості та функціональне призначення. Суд, який хоче досягти ефективної комунікації з суспільством, кожного разу повинен обирати той канал для передачі повідомлення, який, по-перше, відповідає цілям комунікаційної діяльності, по-друге, викликає довіру цільової аудиторії та готовність належним чином сприймати інформацію й реагувати на неї певним чином.

Формула комунікації за Г. Д. Лассуелом закінчується відповіддю на запитання про результат донесення повідомлення від комунікатора до цільової аудиторії [19]. Тобто йдеться про оцінку сукупних зусиль комунікаційного процесу. Комунікацію можна назвати ефективною, якщо поставлені цілі реалізовано, а між відправником інформації та цільовою аудиторією досягнуто взаєморозуміння.

Висновки. У демократичному суспільстві характерними ознаками судової системи, інституту суду є прозорість та відкритість його діяльності. Це досягається здебільшого завдяки комунікації судів із суспільством. Але ефективно спілкування судів і громадськості – це досить складний процес, який передбачає ретельне урахування усіх особливостей комунікаційної діяльності. Системна комунікація реалізується за допомогою комунікаційних стратегій судів. Суди у процесі комунікації мають ретельно підходити до формування змісту повідомлень, ураховуючи інтереси та цінності цільової аудиторії, які до того ж будуть корелювати із такими загальнолюдськими цінностями, як рівність, свобода, справедливість. Важливим є також виважене обрання каналу та форми передачі повідомлення з урахуванням їх функціонального призначення. Комунікація є ефективною, якщо відправлене судом повідомлення (інформація) було адекватно сприйняте цільовою аудиторією та викликало в неї довіру до відправника та змісту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зв'язки із громадськістю в судах : навч.-практ. посіб. для суддів і працівників апарату судів. Київ : Друкарня «Бізнесполіграф», 2015. 232 с.
2. Кібець, В. О. Комунікація судів з громадськістю. *Правові горизонти*. 2017. Вип. 6 (19). С. 111–115.
3. Crawford M. A. Communication Strategies in the Court. 2015. DOI:10.13140/RG.2.1.3011.6961.
4. Андріяш В. І., Торхова Н. О. Комунікаційна стратегія як інструмент формування зв'язків з громадськістю у сфері публічного управління: особливості застосування в органах правосуддя. *Public Administration and Regional Development*. 2018. №2. С. 217–237. DOI: 10.26693/pard2018.02.217.
5. Левандовська І. В. Стратегічна комунікація конституційного суду України: політика інформування versus комунікаційна політика. *Актуальні проблеми держави і права*. 2021. №92. С. 52–58. DOI: 10.32837/apdp.v0i92.3261.
6. Organizational forms of public relations and media management in the justice system of Ukrainian / Andriiash V., Torkhova N., Yevtushenko A., Malikina O. *Public Policy and Administration*. 2020. №19 (4). P. 169–182. DOI: 10.13165/VPA-20-19-4-12.
7. Левицька С. Публічне адміністрування у сфері комунікацій судової влади. *Академічні візії*. 2022. №6–7. С. 45–51. DOI: 10.5281/zenodo.6631263.
8. Tessuto G. Making sense of web-based European Court of Justice institutional press releases: context, structure and replicable genres. *Ibérica*. 2021. №42. P. 219–244. DOI: 10.17398/2340–2784.42.219.
9. Johnston J. Courts' use of social media: A community of practice model. *International Journal of Communication*. 2017. №11. P. 669–683.
10. Zanatta R. A. F., Souza M. R. O. de. Courts in Social Networks: Setting a Research Agenda for Socio-Legal Studies. *SSRN Electronic Journal*. 2018. DOI: 10.2139/ssrn.2479488.
11. Коршун А. Взаємодія органів судової влади та засобів масової інформації в Україні: теоретико-правовий аналіз. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Sv. 5, Vyd. 1. С. 224–229.
12. Volianska O. V., Pidkurkova I. V. Peculiarities of interaction of courts and media in the conditions of democracy. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2020. №4 (47). С. 144–154. DOI: 10.21564/2075–7190.47.218973.
13. Riepina Yu. S. Judicial system's use of innovative technologies in communication practices during the COVID-19 pandemic. *Issues of Crime Prevention*. 2021. №42. P. 84–91. DOI: 10.31359/2079-6242-2021-42-84.
14. Герасіна Л. М. Проблеми соціолого-правового аналізу судової влади та її ефективності. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. Серія: Соціологія : зб. наук. пр.* 2018. №4 (39). С. 8–20.
15. Як налагодити діалог суду та громади? 2019. URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/15253.pdf> (дата звернення: 02.09.2022).

16. Овсяннікова О. О. Комунікаційна стратегія судової влади: поняття, цілі, основні напрями реалізації. *Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки*. 2015. № 1 (1). С. 23–30.
17. Етимологічний словник української мови : у 7 т. Т. 2. / голов. ред. О. С. Мельничук. Київ : Наук. думка, 1985. 572 с.
18. Юкало В. Структура спеціальної мови і професійного спілкування. *Дивослово*. 2005. № 12. С. 43–47.
19. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society / In L. Bryson (Ed.). *The communication of ideas*. New York : Harper and Row, 1948. P. 37–51.
20. *The Authority of the Judiciary. Communication strategies* / Intervention by Radmila Dragičević Dičić. 2018. URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Speech_20180126_Dragicevic-Dicic_JY_ENG.pdf (accessed date: 02.09.2022).
21. Капустинський В. А., Волкова І. В. Комунікаційна стратегія Вищого спеціалізованого суду України з розгляду цивільних і кримінальних справ як механізм ефективної взаємодії суду із громадськістю. *Часопис цивільного і кримінального судочинства*. 2013. № 1. С. 152–159.
22. Key messages and message integrity as concepts and metrics in communication evaluation / Carroll C. E., Huang-Horowitz N. C., McKeever B. W., Williams N. *Journal of Communication Management*. 2014. № 18 (4), P. 386–401. DOI: 10.1108/JCOM-06-2012-0052.
23. Медіавідкритість судів України. Результати всеукраїнського опитування працівників і працівниць судів України, 2020 рік. Київ : ГО «Вектор прав людини» ; Представництво Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні, 2021. 152 с.
24. Наливайко Л. Р., Орешкова А. Ф. Засоби масової інформації як суб'єкти громадського контролю за діяльністю органів судової влади: теоретико-правовий аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція*. 2017. № 29 (1). С. 11–15.
25. Press Conference. URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/press-conference.asp> (accessed date: 02.09.2022).
26. Барабаш О. Я. Інтерактивні технології навчання: круглий стіл. URL: <http://confesp.fl.kpi.ua/ru/node/1212> (дата звернення: 02.09.2022).

REFERENCES

1. Zviazky iz hromadskistiu v sudakh: navchalno-praktychnyi posibnyk dlia suddiv i pratsivnykiv aparatu suddiv. (2015). Kyiv: TOV «Drukarnia «Biznespolihraf» [in Ukrainian].
2. Kibets, V. O. (2017). Komunikatsiia suddiv z hromadskistiu. *Pravovi horyzonty*, 6 (19), 111–115 [in Ukrainian].
3. Crawford, M. A. (2015). Communication Strategies in the Court. DOI:10.13140/RG.2.1.3011.6961.
4. Andriiash, V. I., & Torkhova, N. O. (2018). Komunikatsiina stratehiia yak instrument formuvannia zviazkiv z hromadskistiu u sferi publicnogo upravlinnia: osoblyvosti

- zastosuvannia v orhanakh pravosuddia. *Public Administration and Regional Development*, 2, 217–237. DOI: 10.26693/pard2018.02.217 [in Ukrainian].
5. Levandovska, I. V. (2021). Stratehichna komunikatsiia konstytutsiinoho sudu Ukrainy: polityka informuvannia versus komunikatsiina polityka. *Aktualni problemy derzhavy i prava*, 92, 52–58. DOI: 10.32837/apdp.v0i92.3261 [in Ukrainian].
 6. Andriiash, V., Torkhova, N., Yevtushenko, A., & Malikina, O. (2020). Organizational forms of public relations and media management in the justice system of Ukrainian. *Public Policy and Administration*, 19 (4), 169–182. DOI: 10.13165/VPA-20-19-4-12.
 7. Levytska, S. (2022). Publichne administruvannia u sferi komunikatsii sudovoi vlady. *Akademichni vizii*, 6–7, 5–51. DOI: 10.5281/zenodo.6631263 [in Ukrainian].
 8. Tessuto, G. (2021). Making sense of web-based European Court of Justice institutional press releases: context, structure and replicable genres. *Ibérica*, 42, 219–244. DOI: 10.17398/2340–2784.42.219.
 9. Johnston, J. (2017). Courts' use of social media: A community of practice model. *International Journal of Communication*, 11, 669–683.
 10. Zanatta, R. A. F., & Souza, M. R. O. de. (2018). Courts in Social Networks: Setting a Research Agenda for Socio-Legal Studies. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2479488.
 11. Korshun, A. (2018). Vzaiemodiiia orhaniv sudovoi vlady ta zasobiv masovoi informatsii v Ukraini: teoretyko-pravovyi analiz. *Evropský politický a právní diskurz*, 5(1), 224–229 [in Ukrainian].
 12. Volianska, O. V., Pidkurkova, I. V. (2020). Peculiarities of interaction of courts and media in the conditions of democracy. *Visnyk Natsionalnoho yurydychnoho universytetu imeni Yaroslava Mudroho. Serii: Filosofiia, filosofiia prava, politolohiia, sotsiolohiia – The Bulletin of Yaroslav Mudryi National Law University. Series: Philosophy, Philosophies of Law, Political Science, Sociology*, 4 (47), 144–154. DOI: 10.21564/2075–7190.47.218973.
 13. Riepina, Yu.S. (2021). Judicial system's use of innovative technologies in communication practices during the COVID-19 pandemic. *Issues of Crime Prevention*, 42, 84–91. DOI: 10.31359/2079-6242-2021-42-84.
 14. Herasina, L. M. (2018). Problemy sotsiolocho-pravovoho analizu sudovoi vlady ta yii efektyvnosti. *Visnyk Natsionalnoho yurydychnoho universytetu imeni Yaroslava Mudroho. Serii: Filosofiia, filosofiia prava, politolohiia, sotsiolohiia – The Bulletin of Yaroslav Mudryi National Law University. Series: Philosophy, Philosophies of Law, Political Science, Sociology*, 4 (39), 8–20 [in Ukrainian].
 15. Yak nalahodyty dialoh sudu ta hromady? (2019). Retrieved from <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/15253.pdf> [in Ukrainian].
 16. Ovsianikova, O. O. (2015). Komunikatsiina stratehiia sudovoi vlady: poniattia, tsili, osnovni napriamy realizatsii. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Yurydychni nauky*, 1(1), 23–30 [in Ukrainian].
 17. Etymolohichniy slovnyk ukrainskoi movy: u 7 t. (1985). Vol. 2. Kyiv: Nauk. dumka [in Ukrainian].
 18. Yukalo, V. (2005). Struktura spetsialnoi movy i profesiinoho spilkuvannia. *Dyvoslovo*, 12, 43–47 [in Ukrainian].

19. Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). New York: Harper and Row.
20. *The Authority of the Judiciary. Communication strategies. Intervention by Radmila Dragičević Dičić.* (2018). Retrieved from https://www.echr.coe.int/Documents/Speech_20180126_Dragicevic-Dicic_JY_ENG.pdf.
21. Kapustynskiy, V. A., & Volkova, I. V. (2013). Komunikatsiina stratehiia Vyshehoho spetsializovanoho sudu Ukrainy z rozghliadu tsyvilnykh i kryminalnykh sprav yak mekhanizm efektyvnoi vzaiedonii sudu iz hromadskistiu. *Chasopys tsyvilnoho i kryminalnoho sudochynstva*, 1, 152–159 [in Ukrainian].
22. Carroll, C. E., Huang-Horowitz, N. C., McKeever, B. W., & Williams, N. (2014). Key messages and message integrity as concepts and metrics in communication evaluation. *Journal of Communication Management*, 18 (4), 386–401. DOI: 10.1108/JCOM-06-2012-0052.
23. Mediavidkrytist sudiv Ukrainy. Rezultaty vseukrainskoho opytuvannia pratsivnykiv i pratsivnyts sudiv Ukrainy, 2020 rik. (2021). Kyiv: HO «Vektor prav liudyny», Predstavnytstvo Fondu imeni Fridrikha Eberta v Ukraini [in Ukrainian].
24. Nalyvaiko, L. R., & Orieshkova, A. F. (2017). Zasoby masovoi informatsii yak subiekty hromadskoho kontroliu za diialnistiu orhaniv sudovoi vlady: teoretyko-pravovyi aspekt. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Yurysprudentsiia*, 29 (1), 11–15 [in Ukrainian].
25. Press Conference. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/p/press-conference.asp>.
26. Barabash, O. Ia. (2015) Interaktyvni tekhnolohii navchannia: kruhlyi stil. Retrieved from <http://confesp.fl.kpi.ua/ru/node/1212> [in Ukrainian].

Подкуркова Ирина Валерьевна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и политологии, Национальный юридический университет, Харьков, Украина

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАНАЛОВ ПЕРЕДАЧИ КЛЮЧЕВЫХ СООБЩЕНИЙ В КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ СУДА

В работе анализируются особенности коммуникационного процесса судов и общественности. На основе модели (формулы) Г. Д. Лассуэла рассматриваются основные элементы коммуникационной деятельности – отправитель информации (коммуникатор), получатель (целевая аудитория), содержание сообщений, способы и каналы передачи информации. Отмечается, что эффективность коммуникации зависит от тщательной подготовки сообщений с учетом интересов и ценностей целевой аудитории, а также адекватно подобранных каналов и форм передачи информации.

Ключевые слова: коммуникационная стратегия суда, пресс-служба, каналы передачи информации, вебсайт суда, социальные сети, средства массовой информации.

Pidkurkova Iryna Valeriivna, PhD in Sociology, Associate Professor, Associate Professor of the department of Sociology and Political Sciences, Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv, Ukraine

PECULIARITIES OF USING THE INFORMATION CHANNELS TO TRANSMIT KEY MESSAGES IN THE COMMUNICATION STRATEGY OF THE COURT

The paper analyzes the peculiarities of the communication process of the courts and the public. Based on the model (formula) of H. D. Lasswell, the main elements of communication activity are considered – the sender of information (communicator), the recipient (target audience), the content of messages, methods and channels of information transmission. It is noted that the effectiveness of communication depends on the careful preparation of messages, taking into account the interests and values of the target audience, as well as adequately selected channels and forms of information transfer.

Keywords: court communication strategy, press service, channels of information transmission, court website, social networks, mass media.