

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ, БІЗНЕСУ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти «Магістр»

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри _____

к.е.н., доцент В.Д. Хурдей

« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Зв'язки з громадськістю в системі маркетингових комунікацій
державних підприємств» (на матеріалах Підгородненської міської
територіальної громади)

виконав здобувач вищої освіти заочної форми навчання

Муйдінова Вероніка Тахірівна

Науковий керівник
кваліфікаційної роботи,
к.е.н., доцент

Даценко В.В.

Дніпро – 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ, БІЗНЕСУ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»
на тему: **«Зв'язки з громадськістю в системі маркетингових комунікацій
державних підприємств»** (на матеріалах Підгородненської міської
територіальної громади)

Виконав:

здобувач вищої освіти
освітньо-професійної
програми «Маркетинг»
другого (магістерського)
рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань

07 «Управління та адміністрування»
групи МК-23-1мз

Муйдінова В.Т.

Науковий керівник: Даценко В.В.

Рецензент: _____

Дніпро – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ, БІЗНЕСУ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти «Магістр»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

к.е.н., доцент В.Д. Хурдей

« ____ » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ
Муйдінової Вероніки Тахірівни

1. Тема роботи: «Зв'язки з громадськістю в системі маркетингових комунікацій державних підприємств» (на матеріалах Підгородненської міської територіальної громади), затверджена наказом закладу вищої освіти від 17.09.2024 року № 765 кс, керівник роботи: к.е.н., доцент кафедри маркетингу Даценко В.В.

2. Строк подання здобувачем вищої освіти роботи «30» грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи:

– звітність Підгородненська міська територіальна громада, за 2021-2023 рр.;

– інші інформаційні дані: літературні джерела, статистичні щорічники Дніпропетровської області, Інтернет-джерела, дані первинного обліку підприємства, власні спостереження автора.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретичні основи зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування

Розділ 2. Сучасний стан взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю

Розділ 3. Удосконалення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю

5. Перелік графічного матеріалу: схеми, рисунки, графіки, діаграми за темою та об'єктом дослідження.

6. Дата видачі завдання 15.04.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	03.06.2024	
2	Складання і затвердження розгорнутого плану та завдання на кваліфікаційну роботу	04.06 - 07.06.2024	
3	Опрацювання літературних джерел	10.06 - 12.07.2024	
4	Збір, вивчення і обробка інформації, необхідної для виконання роботи	15.07 - 30.12.2024	
5	Виконання теоретико-методологічного розділу роботи	15.07 - 30.09.2024	
6	Виконання дослідницько-аналітичного розділу роботи	01.10 - 29.11.2024	
7	Виконання проектно-рекомендаційного розділу роботи	02.12 - 20.12.2024	
8	Оформлення тексту роботи	23.12 - 27.12.2024	
9	Нормо-контроль	25.12.2024	
10	Попередній захист роботи на кафедрі	30.12.2024	
11	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень і пропозицій	31.12.2024	
12	Захист кваліфікаційної роботи	згідно з розкладом роботи ЕК	

Здобувач вищої освіти

Муйдінова В.Т.

Науковий керівник

Даценко В.В.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1	7
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	7
ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО	
САМОВРЯДУВАННЯ	
1.1 Цілі, завдання та функції зв'язків з громадськістю органів	7
державного управління та місцевого самоврядування	
1.2 Взаємодія органів державного управління та місцевого	12
самоврядування із громадськістю	
1.3 Прозорість органів державної влади та органів місцевого	18
самоврядування та формування дієвих механізмів	
налагодження зв'язку із громадськістю	
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1	22
РОЗДІЛ 2.	24
СУЧАСНИЙ СТАН ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ	24
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО	
САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	
2.1 Нормативно-правові основи державної комунікативної	24
політики в Україні	
2.2 Особливості взаємодії органів державного управління та	29
місцевого самоврядування з громадськістю на прикладі	
Підгородненської міської територіальної громади	
2.3 Оцінка ефективності взаємодії Підгородненської міської	37
територіальної громади із громадськістю	
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	42
РОЗДІЛ 3	44
УДОСКОНАЛЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО	44
УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З	
ГРОМАДСЬКІСТЮ	
3.1 Світовий досвід зв'язків органів державного управління та	44
місцевого самоврядування з громадськістю	
3.2 Основні напрями оптимізації взаємодії органів державного	50
управління та місцевого самоврядування із громадськістю	
3.3 Моделі взаємодії органів державної влади та інститутів	56
громадянського суспільства для удосконалення	
формування зв'язків із громадськістю	
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	65
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71
ДОДАТКИ	78

ВСТУП

Актуальність теми. На рубежі 21 століття ставлення до зв'язків з громадськістю кардинально змінилося. На зміну директивній версії ієрархічних зв'язків з громадськістю, в якій недооцінюється роль одержувача інформації, приходять нова, демократична версія, в якій споживач інформації переходить від пасивної до активної позиції.

Це пов'язано з переоцінкою людського фактору та визнанням його вирішальної ролі в економічному, політичному та духовному розвитку суспільства. Поступово відбувається відхід від парадигми суспільних відносин, заснованої на моделі «керівництва і підпорядкування», на зміну якій приходять модель «партнерства». Як наслідок, відносини між адміністрацією та муніципалітетом і населенням функціонують більш відкрито, а муніципалітету стає легше вести діалог з населенням. Налагодження відносин між місцевою владою та мешканцями сприяє створенню зовнішнього та внутрішнього середовища, сприятливого для ефективного муніципального управління, що, в свою чергу, слугує каналом зворотного зв'язку в управлінських відносинах.

Соціально-комунікативні відносини, що виникають у процесі взаємовідносин між органами державного управління та місцевого самоврядування і громадянами, вже давно стали важливою сферою діяльності в найбільш соціально розвинених країнах, історія яких налічує майже століття.

В Україні роль і відповідальність держави за підвищення рівня життя та розширення соціальних можливостей громадян наразі зростає. Водночас, новітня історія показала, що відсутність об'єктивних, ефективних і взаємовигідних зв'язків з громадськістю може призвести до високої соціальної напруженості, конфліктності та непередбачуваності в майбутньому. Гострота цієї проблеми зумовлена також високою динамічністю інформаційних процесів на стику організацій і громадськості, пошуком нових

комунікаційних зв'язків і методів соціального управління для забезпечення ефективної взаємодії влади і суспільства з метою виявлення і задоволення інтересів і потреб різних соціальних груп.

Проблему налагодження зв'язків між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадянами досліджували багато науковців. Найбільший внесок у дослідження формування відносин між органами державного управління, органами місцевого самоврядування та громадянами зробили такі науковці: С. Чорний, М. Зірік, О. Коросок, В. Королько, Г. Почепцов, Т. Самойленко, М. Саппа, М. Шишкіна та інші.

Проте зв'язки з громадськістю наразі залишаються найменш вивченою сферою і потребують поглибленого дослідження. Тому питання зв'язків з громадськістю є одним із центральних у діяльності суб'єктів та об'єктів комунікації та управління.

Сучасні інформаційно-комунікаційні реалії вимагають нових підходів до її вивчення і, відповідно, нових методів та критеріїв оцінки зв'язків з громадськістю.

Метою даного дослідження є розробка теоретичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення зв'язків з громадськістю в органах державного управління та місцевого самоврядування.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- визначити мету, завдання та функції зв'язків з громадськістю в органах державного управління та місцевого самоврядування;
- дослідити особливості взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування з громадянами;
- визначити нормативно-правову базу державної комунікативної політики в Україні окреслити особливості взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування з громадянами на прикладі Підгородненської міської громади;
- оцінити ефективність взаємодії Підгородненської міської громади з громадянами.

Об'єктом дослідження є процес зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування з громадянами.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних і прикладних аспектів удосконалення зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування.

Методи дослідження Теоретико-методологічною основою дослідження є праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених у сфері дослідження зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю та громадянами. Так, використання формально-логічних методів дозволило визначити та сформулювати окремі поняття і категорії, тим самим раціоналізувавши понятійно-категоріальний апарат. Порівняльно-правовий метод використовувався при дослідженні взаємовідносин між органами державного управління та місцевого самоврядування і громадянами в різних країнах, а також при перевірці обґрунтованості конкретних нормативно-правових актів. У всіх розділах дослідження використовувалися методи формальної та змістовної логіки, зокрема аналіз і синтез, дедукція та індукція, аналогія та узагальнення.

Інформаційну базу дослідження склали Закон «Про засади формування та реалізації комунікаційної політики України» та нормативно-правові акти, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, а також дані звітності Підгородненської міської громади.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що розроблені рекомендації уможливають ефективну побудову взаємовідносин органів державного управління та місцевого самоврядування з організаціями та громадянами.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, додатків та списку використаних джерел із 64 найменувань, містить 2 таблиці, 13 рисунків та 1 додаток. Основний зміст магістерської роботи викладено у друкованій публікації обсягом 83 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

1.1. Цілі, завдання та функції зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування

Паблік рілейшнз (PR) - одна з наймолодших сфер комунікаційної діяльності в Україні; PR дослівно означає зв'язки з громадськістю. Деякі автори перекладають його як «непряма реклама» [2, 28].

Петро Шихирев (Peter Shikhirev) пропонує переклад «розвиток зв'язків з громадськістю» і стверджує, що: «Розвиток вказує на напрямки, перспективи, виклики і динаміку діяльності з удосконалення зв'язків з громадськістю, включаючи партнерські відносини між службами розвитку зв'язків з громадськістю та суспільством. При цьому враховується еволюційна логіка розвитку зв'язків з громадськістю у світі». [3, с.7].

Налагоджені зв'язки з громадськістю є невід'ємним елементом сучасного демократичного стилю державного управління та місцевого самоврядування.

Наразі можна спостерігати розвиток зв'язків з громадськістю в органах влади за такими напрямками:

- формування громадської думки та сприятливого іміджу держави всередині країни та за кордоном;
- позитивне висвітлення діяльності органів влади та місцевого самоврядування;
- вплив на внутрішню політику (розвиток промисловості, фінансів, торгівлі тощо) та міжнародні відносини;
- проведення досліджень та збір статистичних даних з актуальних політичних питань.

Такий розвиток подій не може не викликати інтерес до проведення

досліджень у цих сферах та визначення того, які зв'язки є ефективними. Термін «зв'язки з громадськістю» має багато тлумачень. Серед них: «зв'язки з громадськістю», «зв'язки з громадськістю», «паблік рілейшнз», «публічна комунікація», «комунікаційний менеджмент» та «PR-комунікація».

Загалом існує близько 500 різних визначень. Систематизація визначень зв'язків з громадськістю різних авторів дозволила сформувати такі групи визначень PR:

1. Група визначень зв'язків з громадськістю, які розуміють зв'язки з громадськістю в державних установах як частину менеджменту;
2. Група визначень зв'язків з громадськістю, які розуміють зв'язки з громадськістю як систему комунікацій з громадськістю;
3. Група визначень зв'язків з громадськістю, які розуміють зв'язки з громадськістю як систему комунікацій з громадськістю.

За деякими даними, термін «паблік рілейшнз» вперше запропонував третій президент США Т. Джефферсон, маючи на увазі вміння управляти громадською думкою» [15, с. 130-132].

Енциклопедія державного управління визначає термін «паблік рілейшнз» як:

- 1) діяльність, спрямовану на досягнення взаєморозуміння між організаціями (державними установами, корпораціями, політичними партіями та державними органами) і громадськістю;
- 2) наукову дисципліну, що встановлює необхідність такої діяльності та розробляє методику її здійснення [18].

О.В. Колосок запропонував таке визначення: «Зв'язки з громадськістю - це своєрідний інструмент налагодження двостороннього зв'язку між адміністративними органами та суспільством».

У роботі [10] під поняттям «зв'язки з громадськістю» слід розуміти взаємовідносини з громадськістю та реалізацію програм дій з метою досягнення розуміння та інформованості громадськості; на думку М.Шішкіної, зв'язки з громадськістю - це управлінська комунікаційна

діяльність, основним напрямком якої є формування ефективних інформаційних потоків між суб'єктами суспільних відносин.

М. Шишкіна вважає, що паблік рилейшнз - це управлінська комунікаційна діяльність, основним напрямком якої є формування ефективної системи інформаційних потоків соціальних суб'єктів, оптимізація їх взаємодії з громадськістю.

Дослідник В. Королько дає таке визначення: «Паблік рилейшнз - це функція стратегічного менеджменту, яка використовує інформаційно-комунікаційні інструменти для оптимізації двосторонніх відносин з ключовими суб'єктами громадськості, що визначають успіх або невдачу організації» [29, с. 28].

При стратегічному підході розглядається «формування довгострокових і короткострокових комунікаційних програм», а «при тактичному підході - конкретні організаційні дії з реалізації цих програм» [1, с. 26]. Крім того, паблік рилейшнз слід розглядати як науку про управління громадською думкою [21, с.37]; на думку Г. Почепцова, паблік рилейшнз - це комунікаційна дисципліна, основною метою якої є «комунікаційний простір з метою зв'язків з громадськістю. організації та управління позитивним іміджем компаній та окремих осіб» [48].

Великі громадські організації та асоціації зі зв'язків з громадськістю також залишилися осторонь. Наприклад, Інститут зв'язків з громадськістю (IPR) у Великобританії пропонує таке визначення: «Зв'язки з громадськістю - це довгострокові, сплановані зусилля, спрямовані на створення і підтримку добрих відносин і взаєморозуміння між організацією та її громадськістю» [5, с.15].

Розглядаючи всі дослідження, можна сказати, що всі дослідники зосереджуються на інформаційно-комунікаційній складовій цієї діяльності. Загальне визначення можна знайти в додатку А. Якщо розглядати зв'язки з громадськістю в системі державного управління, то зв'язки з громадськістю виступають інструментом управлінського впливу держави.

Ефективність такого впливу залежить від функціонування відповідних підрозділів зі зв'язків з громадськістю. Зв'язки з громадськістю в адміністративній системі можна визначити як цілеспрямовану взаємодію державних структур (установ, організацій і структур) з громадянами та органами державної влади, інформаційно-комунікативну функцію, яку здійснюють органи державної влади та управління, що дозволяє їм оцінювати настрої різних верств громадян, ідентифікувати задекларовану і реально здійснювану політику, співвідносити реалізовані програми з суспільними інтересами, формувати конструювання держави і сприйняття її громадськістю.

Водночас, зв'язки з громадськістю в діяльності органів державної влади мають певні особливості: - наявність відповідної матеріально-технічної бази, адміністративного та організаційного досвіду проведення всіх кампаній зі зв'язків з громадськістю, історичного досвіду співпраці з громадськістю та неурядовими організаціями.

Участь публік рілейшнз у державному управлінні можна охарактеризувати як допомогу державі у вирішенні об'єктивного протиріччя між плюралізмом політичної сфери суспільства і цілісністю державної влади. Відповідно до загальнодемократичної тенденції суспільного розвитку, державні послуги повинні вдосконалюватися і сприяти формуванню громадянського суспільства.

У зв'язку з цим налагодження прямого та зворотного зв'язку з громадянами є пріоритетним завданням. У зв'язку з цим урядові комунікації мають кілька важливих завдань.

По-перше, вони повинні визнавати громадян суб'єктами, а не лише об'єктами управління, і прагнути змінити ставлення державних інституцій до громадян.

По-друге, налагодити співпрацю та координацію між державними установами та громадянами і їхніми організаціями. І, нарешті, сприяти контролю за діяльністю державних органів не тільки зверху, але й знизу.

По-третє, залучення громадян до розробки та застосування законів у процесі здійснення державної діяльності.

По-четверте, забезпечення відкритості та прозорості в діяльності органів державної влади [56, с. 70].

Виходячи з цілей та завдань PR в органах державної влади, можна виділити такі основні функції (рис.1.1.).

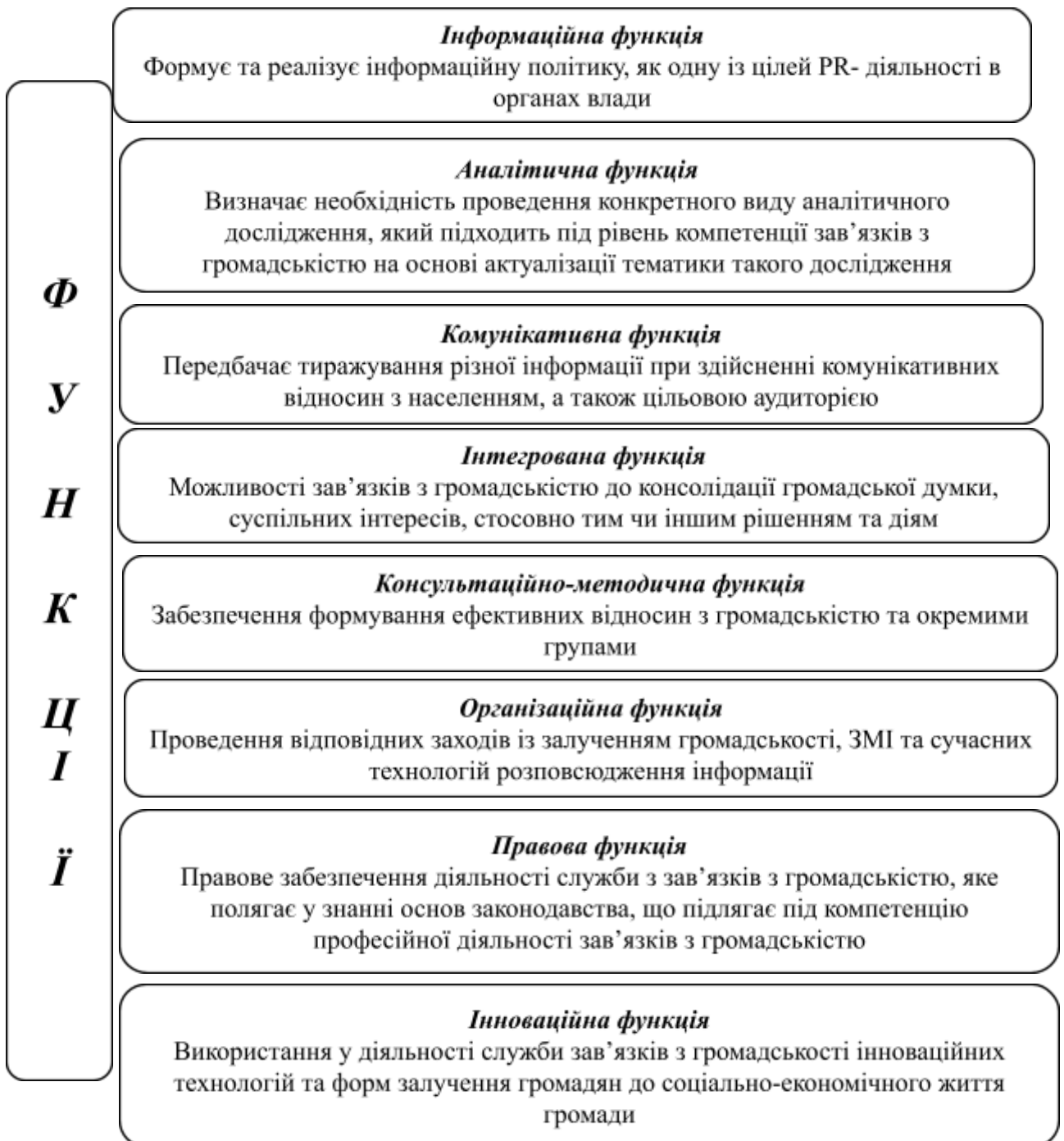


Рис. 1.1. Функції, які виконують зв'язки із громадськістю

Це означає встановлення та підтримання контактів з громадянами та

організаціями, інформування громадськості про прийняті рішення, вивчення громадської думки, аналіз реакції населення на дії органів влади та посадових осіб, прогнозування суспільно-політичних процесів.

Все це не може не впливати на вибір засобів і методів, які використовують фахівці зі зв'язків з громадськістю в органах державної влади, а також інструментів і прийомів, які дозволяють їм найбільш ефективно реалізовувати завдання, що стоять перед ними. У науковій літературі виділяють наступні функції, які виконує паблік рилейшнз, що певним чином відображають історичні етапи його становлення [15, с. 130-132].

Серед них: - управління громадською думкою та поведінкою; - формування взаємовигідних відносин між органами державної влади та громадськістю; - оперативне реагування на запити громадськості. (Пилипко Т.А. перераховує такі функції: комунікативна функція, ідеологічна функція, культурно-просвітницька функція, рекламно-довідкова функція, організаційна функція) [45].

Таким чином, PR-служби органів державної влади мають широке коло повноважень та функцій. Їх діяльність сприяє конструктивному діалогу влади та суспільства. Саме тому у взаємодії потрібно активніше застосовувати технологічні можливості PR-служб. Крім того, у діяльності PR-служб має бути не лише пропаганда успіхів владних структур. Цей підхід дозволить зміцнити довіру населення до державних структур.

1.2 Взаємодія органів державного управління та місцевого самоврядування із громадськістю

Практично в усіх державних установах сьогодні існують підрозділи, що займаються зв'язками зі ЗМІ та громадськістю. Служба зв'язків з громадськістю (прес-служба) покликана налагоджувати канали двосторонньої

взаємодії між структурами державної влади та сегментованою громадськістю, іншими суб'єктами суспільно-політичного процесу з метою досягнення взаєморозуміння, співробітництва та соціального партнерства в суспільстві через спеціалізовану та опосередковану комунікаційно-інформаційної діяльності.

Вона покликана підтримувати та орієнтувати органи державної влади у прийнятті управлінських рішень на певні настрої та можливі реакції громадськості, формувати громадську думку щодо тих чи інших управлінських рішень, завойовувати авторитет та створювати позитивний імідж органів державної влади. Діяльність таких служб здійснюється на основі загальних принципів та з урахуванням специфіки кожного органу державної влади.

Правову основу діяльності прес-служб органів державної влади складають Закони України, підзаконні акти, укази Президента України та постанови Кабінету Міністрів України.

Завданнями для більшості PR-служб є наступні (рис. 1.2.)



Рис. 1.2. Завдання діяльності PR-служб

Публічна інформація в державних установах та органах місцевого самоврядування ґрунтується на таких фундаментальних принципах: - Принцип відкритості. Він є основоположним для демократичних інститутів та врядування.

Публічна інформація існує в державних установах для того, щоб суспільство було поінформоване про найважливіші події. Сьогодні забезпечення прозорості діяльності є найважливішим показником ставлення громадськості та довіри до адміністративної системи:

- Принцип законності. Дотримання закону є важливим моментом, який стосується всіх без винятку. Зв'язки уряду з громадськістю повинні відповідати принципу законності при наданні доступної інформації.

- Принцип ефективності. Цей принцип виражається в тому, що рішення органів державної влади повинні доводитися до відома громадськості якомога швидше. Цей принцип особливо важливий в умовах надзвичайних ситуацій.

- Принцип конструктивності. Цей принцип полягає в тому, що зв'язки з громадськістю повинні продовжувати здійснювати налагоджену діяльність з реалізації інформаційної та іміджевої політики органу публічної влади. Цей принцип також передбачає гнучке використання каналів комунікації у поєднанні з креативними формами діяльності, інноваційними та традиційними методами.

- Принцип системності. Це спланована і цілеспрямована діяльність, що спирається на зворотній зв'язок. Завдяки принципу системності можна сконцентрувати увагу на ключових напрямках діяльності.

- Принцип взаємоповаги відображає рівноправні відносини між усіма сторонами, залученими до комунікацій державного сектору.

Структура служби зв'язків із громадськістю органів влади наведена на рис. 1.3.

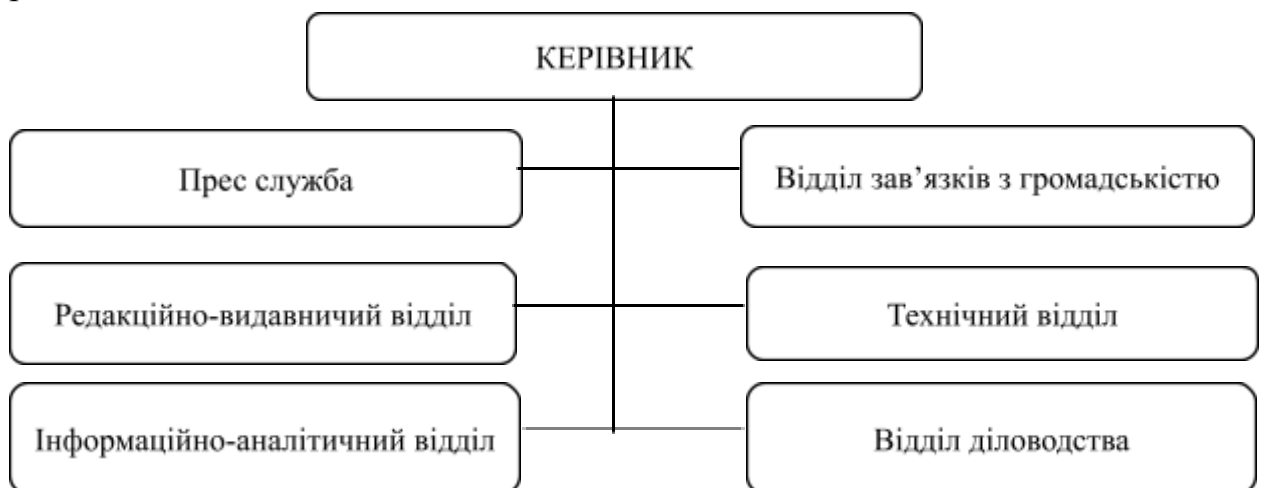


Рис. 1.3. Структура PR-служби державної установи

Основним засобом формування іміджу органів державної влади та місцевого самоврядування є засоби масової інформації. Будь-яка влада зацікавлена у всебічній співпраці зі ЗМІ, оскільки вони відіграють особливу роль у процесі комунікації між владою та суспільством [56, с. 194].

Засоби масової інформації мають значний вплив на всі сфери життя завдяки своїй подвійній функції. З одного боку, поширюючи інформацію про політичні події та соціальне життя суспільства, вони функціонують як суб'єкт влади, що реалізує державну політику; з іншого боку, як носій влади, ЗМІ формують у суспільстві суспільно-політичні погляди та системи цінностей, які впливають на діяльність органів державної влади та відносини між різними верствами населення

З іншого боку, вони конструюють власну політику, впливаючи на відносини між різними верствами населення. ЗМІ відіграють не лише інформаційну роль у державі, але й мають значний вплив на здійснення політичної влади. Загальновідомо, що ЗМІ формують «порядок денний» суспільних дебатів.

Таким чином, одним із завдань державної прес-служби є боротьба за подолання пріоритетів у суспільному «порядку денному». Цей делікатний і важливий процес потребує управління. Теоретики і практики зв'язків з громадськістю стверджують, що методами такого управління є: посилення або, навпаки, лібералізація механізмів реєстрації ЗМІ, притягнення до судової відповідальності за різні порушення, контроль медіа-контенту з боку влади, надання або ненадання фінансових субсидій, заборона реклами з боку державних органів і компаній, отримання необхідної інформації. Пропонуються різні методи, що розширюють або, навпаки, звужують можливості [61].

У будь-якому випадку це передбачає використання (прямого і

непрямого) адміністративно-правового регулювання. Такі методи управління ЗМІ є можливими, а в деяких випадках і необхідними. З огляду на значну роль, яку відіграють ЗМІ в житті сучасних суспільств, і серйозність наслідків, які вони можуть спричинити, кожна держава намагається в той чи інший спосіб регулювати діяльність ЗМІ.

Регулювання всіх явищ і процесів суспільного життя, діяльності всіх соціальних інститутів є прямим обов'язком держави. У кожній державі є закони, що регулюють створення, організацію та діяльність ЗМІ. У сучасних суспільствах існують три основні системи організації ЗМІ: приватне право (комерційне право), державне право та публічне право.

Максимальне інформування громадськості про цінності, культуру, наукові та інтелектуальні досягнення країни за кордоном ставиться в один ряд з формуванням позитивного ставлення до держави в цілому. Повноцінна реалізація такої діяльності потребує зусиль з роз'яснення внутрішньої політики України та процесів, що відбуваються в державі.

Комунікаційний потенціал органів державної влади полягає не лише у створенні ефективних інформаційних каналів, через які влада може роз'яснювати суспільству свої рішення, а й у налагодженні зворотного зв'язку із суспільством, дослуханні до побажань різних соціальних груп, аналізі та коригуванні державної інформаційної політики.

Наприклад, Служба у зв'язках з громадськістю Апарату Верховної Ради України покликана вирішувати такі основні завдання:

- інформаційне забезпечення законодавчої та представницької діяльності Верховної Ради України (ВРУ), підготовка та оперативне поширення офіційних повідомлень для засобів масової інформації про найважливіші події ВРУ, діяльність ВРУ;
- формування позитивної громадської думки про ВРУ формування позитивної громадської думки про ВРУ;
- інформування національної та міжнародної громадськості про діяльність ВРУ через публікації, телепрограми, роботу з населенням та

громадськістю, національні та міжнародні канали ЗМІ;

- організація роботи з парламентськими кореспондентами; - здійснення взаємного співробітництва

Організаційна структура Управління у зв'язках з громадськістю Апарату Верховної Ради України наведена у Додатку Б. Відповідно до покладених на нього завдань Управління у зв'язках з громадськістю Апарату Верховної Ради України виконує наступні функції.

Організація прес-конференцій, брифінгів та зустрічей з обміну інформацією між журналістами та представниками підпалат, комітетів і комісій; висвітлення у ЗМІ діяльності офіційних делегацій українського парламенту під час закордонних візитів та на міжнародних заходах; офіційних заяв, звернень керівництва пленарного засідання та підпалат до вітчизняних і зарубіжних засобів масової інформації.

Розповсюдження інформаційних матеріалів, оперативних оглядів, експрес-аналізів, періодичних видань, публікація матеріалів для національної та міжнародної аудиторії

На рис 1.4. зображено загальну схему структури прес-служби.



Рис. 1.4. Загальна структура прес-служби [29, с. 157]

Для формування механізму зворотного зв'язку необхідно головним чином саме присутність громадян, громадських діячів, організацій, об'єднань

на засіданнях державних органів. Зв'язок з громадськістю в органах влади є специфічною управлінською діяльністю, яка полягає в управлінні станом громадської думки.

Основною метою даного виду діяльності є створення сприятливих умов між суспільством та державними органами. Хотілося б відзначити, що інформаційна сфера стає одним із найважливіших об'єктів державного управління, а її регулювання в індустріально розвинених країнах визнано не лише актуальним, а й пріоритетним завданням державного управління.

1.3 Прозорість органів державної влади та органів місцевого самоврядування та формування дієвих механізмів налагодження зв'язку із громадськістю

Відкритість влади є особливо важливою на місцевому рівні, оскільки вона дозволяє громадянам брати участь у місцевому управлінні.

Принцип відкритості реалізується шляхом дотримання чотирьох складових: принципу доступу до інформації, принципу прозорості, принципу залучення громадянського суспільства та принципу підзвітності, а також, головним чином, шляхом використання інтернет-технологій.

Відкритість визначається як організаційно-правовий режим діяльності будь-якого учасника соціальної взаємодії, який надає можливість будь-якій особі, що бере участь у соціальній взаємодії, отримати необхідний і достатній обсяг інформації (даних) про його структуру, цілі, завдання, фінанси та інші істотні умови його діяльності.

З розвитком мережі Інтернет у світі та в Україні зокрема, Інтернет набув широкого розповсюдження в Україні, а основним показником інформаційної прозорості є якість та наповнення офіційних інтернет-ресурсів.

Принцип зрозумілості, або «юзабіліті веб-сайту», стосується зручності

та простоти використання веб-сайтів, що допомагає громадянам швидко розібратися в опублікованій інформації.

Принцип залучення громадянського суспільства передбачає участь громадян у розробці, обговоренні та прийнятті рішень, а також можливість врахування їхньої думки. Цей принцип передбачає відкритий діалог між владою та суспільством.

Принцип підзвітності означає, що громадяни мають можливість контролювати діяльність органів влади у формі розкриття інформації про їхню діяльність.

Таким чином, відкритий уряд - це уряд, який дотримується комплексу таких принципів, як прозорість інформації (включаючи оприлюднення бюджетів та рішень, що готуються до прийняття), доступність та визнання відкритих даних, вплив громадської думки на дії влади та контроль за ними з боку громадян на місцевому рівні публічного сектору. Інтернет має великий потенціал для демонстрації соціальної взаємодії та відкритості органів державної влади та місцевого самоврядування.

Для створення іміджу відкритості органи державної влади та органи місцевого самоврядування повинні:

- Оприлюднювати вичерпну інформацію про свої цілі, завдання та поточну діяльність.
- Поширювати дані в усіх форматах, у поєднанні з різними каналами комунікації.
- Розширювати способи та формати доступу до інформації.
- Налагодити відкритий діалог з громадянами шляхом проведення публічних обговорень місцевих питань в Інтернеті.
- Надавати громадянам можливість брати участь у прийнятті рішень.
- Оприлюднювати інформацію про рішення, що готуються до прийняття, та роз'яснювати їх громадянам.

Органи місцевого самоврядування відповідно до закону зобов'язані оприлюднювати таку інформацію:

- загальну інформацію про орган місцевого самоврядування, включаючи його найменування, організаційно-правову форму, поштову адресу, адресу електронної пошти (за наявності), номер телефону інформаційної служби;

- інформацію про повноваження, обов'язки та функції структурних підрозділів органу місцевого самоврядування, а також про ці повноваження, обов'язки перелік законів та інших нормативно-правових актів, що регулюють повноваження, обов'язки та функції органу місцевого самоврядування, перелік підпорядкованих органів (за наявності), інформація про їх завдання та функції, поштовий індекс, адреса електронної пошти (за наявності), номер телефону інформаційної служби тощо.

Статистичні дані та показники, що характеризують стан розвитку і динаміку економічної, соціальної та інших сфер життя.

Проблема сьогоденних реалій полягає в тому, що потенціал зв'язків з громадськістю на рівні органів місцевого самоврядування використовується не в повній мірі. Наразі потенціал зв'язків з громадськістю в органах місцевого самоврядування реалізується переважно через функцію інформування.

Навіть якщо місцева влада усвідомлює необхідність діалогу з громадянами, у більшості випадків цей процес жорстко контролюється самою місцевою владою, що негативно впливає на зв'язки з громадськістю. Діалог з громадянами часто імітується, в результаті чого місцева влада не в змозі реагувати на зміни в громадській думці.

Проблема відсутності діалогу з громадянами пов'язана як з небажанням громадян, так і з небажанням місцевої влади залучати громадян до діалогу. Місцева влада стикається з небажанням приймати рішення через соціальну залежність місцевих громад, байдужість до суспільних проблем, індивідуалізм, брак знань та некомпетентність у місцевих питаннях. Однак у багатьох випадках причини такого небажання громадян культивуються самою муніципальною владою, яка не визнає важливу роль місцевих громад у

формуванні влади, а лише піддає їх електоральним маніпуляціям.

Такий стан речей призводить до низької явки виборців на муніципальних виборах, що ставить під сумнів їх легітимність і негативно впливає на імідж муніципалітету.

Оскільки не всі соціальні заходи, запропоновані місцевою владою, можуть знайти відгук у місцевого населення, місцева влада повинна розробити дієві механізми отримання зворотного зв'язку, щоб зробити роботу своїх служб публічної інформації більш ефективною. Деякі з найбільш ефективних механізмів включають опитування громадської думки, громадські збори та громадські слухання.

Мотивувати громадян до соціальної активності слід також шляхом запевнення їх у результатах такої активності та пробудження бажання допомагати людям, які опинилися у скрутному становищі. Представників громади до участі в управлінській діяльності мотивує низка соціальних чинників, що мають відношення до покращення якості життя громади в цілому, в тому числі можливості покращити якість життя громадян та ландшафту.

На громадсько-політичну участь громадян впливає наявність ініціаторів такої участі та рівень відкритості місцевої влади. Крім того, для залучення представників громади до процесу прийняття рішень необхідно налагодити систему безперервної політичної освіти населення. Досягнення повного переходу до симетричної двосторонньої комунікації між місцевою владою та населенням можливе лише за умови розвитку місцевого самоврядування як політичного інституту, децентралізації державної влади, участі громадян у підготовці, прийнятті та реалізації управлінських рішень та наявності політичної волі місцевої влади до посилення участі громадян у місцевому самоврядуванні.

З метою залучення населення до процесу прийняття рішень компанія створює умови для залучення місцевого населення до цього процесу та забезпечує доступ до якомога ширшого кола засобів масової інформації.

Найважливішим напрямком діяльності тут залишається особистий контакт з місцевою громадою.

Для того, щоб зробити всі види контактів максимально ввічливими, невимушеними та ефективними, необхідно розробити стандарти спілкування з громадськістю. Муніципальна діяльність з інформування громадськості також спрямована на встановлення зв'язків з різними організаціями, що діють поблизу муніципалітету, і забезпечення взаємодії між цими організаціями та муніципалітетом.

Опитування громади також необхідні для створення ефективних механізмів отримання зворотного зв'язку.

Прикладами можуть бути: проведення соціологічних опитувань; організація лекцій та семінарів для певних груп мешканців; створення «гарячих ліній» на місцевому радіо та телебаченні; встановлення телефонних приймалень; участь працівників відділу у конференціях, семінарах та дебатах політичних партій та громадських рухів; прямі контакти з лідерами різних груп мешканців, найбільш ефективні способи отримання зворотного зв'язку.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Опитування показало, що немає консенсусу щодо тлумачення поняття «зв'язки з громадськістю». Серед багатьох різних визначень під «зв'язками з громадськістю в адміністративній системі» слід розуміти цілеспрямовану взаємодію між структурами державних інституцій (установами, організаціями та структурами) і громадянами та органами державної влади, в ході якої оцінюється ставлення різних верств громадян до тих чи інших рішень і дій, декларується.

Її можна визначити як інформаційно-комунікативну функцію, яку виконують органи державної влади та державні інституції, що дає їм змогу ідентифікувати політику та програми, які фактично реалізуються, та

співвідносити їх з програмами, що реалізуються.

Автор зазначає, що комунікація з громадськістю в органах державної влади та органах місцевого самоврядування ґрунтується на таких основних принципах: відкритість, легітимність, ефективність, конструктивність, системність та взаємоповага.

Сучасні реалії такі, що потенціал зв'язків з громадськістю на рівні органів місцевого самоврядування використовується не повною мірою. Наразі потенціал зв'язків з громадськістю органами місцевого самоврядування реалізується переважно лише через функцію інформування. Навіть якщо місцева влада усвідомлює необхідність діалогу з громадянами, в більшості випадків цей процес жорстко контролюється самою владою, що має негативний ефект.

Таким чином, інформування громадськості визначається як організаційно-правовий режим всіх учасників соціальної взаємодії, що забезпечує їм можливість отримувати необхідний і достатній обсяг інформації (даних) про структуру, цілі, завдання, фінанси та інші суттєві умови їхньої діяльності.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

2.1 Нормативно-правові основи державної комунікативної політики в Україні

Це пов'язано зі стрімким поширенням нових інформаційних технологій та розвитком телекомунікаційних засобів передачі інформації, що робить величезні обсяги інформації доступними для широкого загалу та впливає на характер і зміст взаємодії в системі «влада-ЗМІ-суспільство». Розширення інформаційної сфери суспільства та інформаційного простору висуває нові вимоги до якості національної інформаційної політики, оскільки поширюється на різні сфери державної політики, а отже, на інтереси суспільства і держави.

У нових умовах формування інформаційного суспільства виникає нагальна потреба у розробці та реалізації ефективної національної інформаційної політики, яка б враховувала як потенційні переваги нових інформаційних технологій для управління суспільними процесами, так і можливі негативні наслідки інформаційно-психологічного впливу сучасних засобів масової інформації на суспільство. Першим завданням існуючої національної інформаційної політики є підвищення довіри населення до органів державної влади та місцевого самоврядування.

В Україні умови для формування та функціонування громадянського суспільства викладені в таких законодавчих документах, як Закон України «Про громадські об'єднання» та «Про органи самоорганізації населення». Тому взаємодія влади та громадян за допомогою інформаційних ресурсів є важливим засобом налагодження зв'язків між громадянами та підвищення ефективності діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування.

Основною сферою діяльності фахівців зі зв'язків з громадськістю є інформаційна сфера. І одним із завдань відділу зі зв'язків з громадськістю будь-якої організації є накопичення всілякої інформації про державні установи, громадські організації, компанії, партнерів, конкурентів та їхніх керівників. Наприклад, чинне законодавство передбачає певне залучення громадськості до процедур обговорення та ухвалення тих чи інших рішень органів влади.

Слід зазначити, що наразі існує низка нормативних документів, які регулюють комунікацію між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадянами. Однак, незважаючи на наявність існуючих документів, механізм громадського контролю за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування залишається нечітким. Конституція України визнає і гарантує право фізичних і юридичних осіб вільно шукати, одержувати, передавати, виробляти і поширювати інформацію будь-яким законним способом - ст. 34, 38, 40, 57 Конституції України).

У цьому контексті слід мати на увазі, що існує інформація, яка відноситься до комерційної, державної та інших видів таємниць, на яку поширюється встановлений законом спеціальний порядок її захисту та збереження [27].

Закон України від 2 жовтня 1992 року «Про інформацію», № 2657XII 2 закріплює основні положення міжнародних стандартів у сфері інформаційно-комунікаційної діяльності [14]. Крім того, цей нормативний документ встановлює основні принципи, які мають бути покладені в основу інформаційних відносин, а саме (рис. 2.1).

У цьому нормативному документі також розглядається питання інформаційних запитів щодо доступу громадян до офіційних документів, їх право на здійснення цієї діяльності, умови та можливі випадки відмови.

Наступним нормативним документом, який визначає порядок повного та всебічного висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування за допомогою засобів масової інформації є Закон

України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» від 23 вересня 1997 року № 539/97-ВР [53]. Також в даному нормативному документі запроваджено координацію роботи прес-служб та відповідних інформаційно-аналітичних підрозділів органів виконавчої влади.



Рис. 2.1. Принципи інформаційних відносин в Україні

Складено на основі Законом України «Про інформацію» [49]

Закон України № 393/96-ВР від 2 жовтня 1996 року «Про звернення громадян» передбачає право громадян вносити пропозиції про поліпшення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, що визнається Конституцією України [51]; Постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 року «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» уточнює форми та способи оприлюднення в мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади [54].

Постанова Кабінету Міністрів України № 3 від 4 січня 2002 р. «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» уточнює форми та засоби оприлюднення інформації про діяльність органів виконавчої влади в мережі Інтернет [54]; Постанова Кабінету Міністрів України № 996 від 3 листопада 2010 р. «Про забезпечення

участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики з питань «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» визначає основні вимоги до органів виконавчої влади щодо організації та проведення консультацій з громадськістю [55].

Відповідно до статті 3, «консультації з громадськістю проводяться з питань, що стосуються соціально-економічного розвитку держави, реалізації та захисту прав і свобод громадян, задоволення їхніх політичних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів» [55].

Документ також передбачає, що консультації з громадськістю проводяться у формі публічних обговорень, електронних консультацій та опитувань громадської думки. Механізми залучення та участі громадськості в обговоренні державної політики детально описані: Закон України № 2939-VI від 13 січня 2011 року «Про доступ до публічної інформації» гарантує громадянам рівні можливості доступу до інформації про діяльність органів влади [52]; 2011 Указ Президента України № 547/2011 від 5 травня 2011 року «Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації» визначає основні заходи щодо забезпечення доступу до публічної інформації Радою Міністрів України, Верховною Радою України, центральними органами виконавчої влади та місцевими органами виконавчої влади.

Для забезпечення участі громадян у діяльності органів публічної влади використовуються такі міжнародні нормативні документи: - Європейська хартія місцевого самоврядування (ратифікована Верховною Радою України 15 липня 1997 року) [13]; - Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (Європейська конвенція про захист прав людини і основоположних свобод, 17 липня 1997 року) ратифікована Верховною Радою України) [25]; - Загальна декларація прав людини (ратифікована Верховною Радою України у 1950 році); - Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля (ратифікована Верховною Радою України 6 липня 1999 року

Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (ратифікована Верховною Радою України 6 липня 1999 року) [26].

У зв'язку з цим одним з першочергових завдань є розробка комплексної програми розвитку інформаційного законодавства. Ця програма визначатиме склад і структуру інформаційного законодавства, послідовність і терміни розробки та прийняття спеціальних законодавчих актів та окремих правових норм, що регулюють інформаційні відносини в цілому.

Пріоритети цієї програми мають змінюватися відповідно до об'єктивних змін поточних пріоритетів національної інформаційної політики. Перспективним завданням слід вважати розробку єдиного інформаційного кодексу. Реалізація національної інформаційної політики відповідно до затвердженої концепції та чинного законодавства є управлінським завданням, практичне вирішення якого потребує виконання кількох умов.

По-перше, в системі органів державної влади має бути сформована єдина організація з функцією реалізації національної інформаційної політики. Ця структура має охоплювати всі відомства та рівні державної влади і включати як спеціалізовані органи, відповідальні за регулювання інформаційної сфери, так і інші підрозділи органів влади, що відповідають за інформаційні аспекти діяльності в межах своєї компетенції.

По-друге, управління інформаційним сектором має бути забезпечене плановим бюджетом (звичайно, виходячи з реальних можливостей держави) за статтею «адміністративні витрати».

По-третє, реалізація національної інформаційної політики повинна координуватися єдиним центром на рівні вищого керівництва країни, а керівник державної державної служби повинен нести персональну відповідальність за вирішення цього завдання.

На жаль, жодна з вищезазначених умов наразі не тільки не виконується повною мірою, але й реалізація цілеспрямованої інформаційної політики не розглядається як один з головних пріоритетів державного управління.

2.2 Особливості взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування громадськістю на прикладі Підгородненської міської територіальної громади

Дослідження проведено на базі Підгородненської міської територіальної громади (далі Підгородненська міська ТГ). Підгородненська міська ТГ. налічує станом на 01.01.2021 рік 23975 мешканців та знаходиться 5 км. до меж обласного центру – м. Дніпра.

До населених пунктів Підгородненської ТГ входять наступні населенні пункти (табл. 2.1.)

Таблиця 2.1

Населенні пункти Підгородненської ТГ та їх характеристика

Територіальні громади	Чисельність населення Станом на 01.01.2024	Відстань до адміністративного центру територіальної громади, км
М. Підгородне	19524	-
С. Перемога	346	5
С. Спаське	2874	11,5
С. Хуторо-Губиниха	723	25,1

Економічну базу Підгородненської міської ОТГ формують підприємства/організації, що представляють різні види економічної діяльності, такі як харчова промисловість, фермерські господарства, підприємства, що надають туристичні послуги, автозаправні станції та підприємства, що продають сільськогосподарську техніку.

Всього зареєстровано 554 юридичні та фізичні особи, в тому числі 304 компанії в селах Підгородне та Перемога, 232 - у Спаському, 13 - у Кутло-Гвініга та 2 - у Дмитрівці. Зайнятість населення частково пов'язана з місцевою економікою.

Значна кількість людей працює на підприємствах у Дніпрі. Динаміка кількості працівників на основних підприємствах Підгородненської ТГ не є сприятливою, і більшість населення працездатного віку, зареєстрованого в

Підгородненській ТГ, працює за межами ТГ.Обсяги фінансування та видатків Підгородненської ТГ за 2022-2024 роки наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Обсяги фінансування та видатків Підгородненської ТГ за 2022-2024 роки, млн.грн.

Показники	2022			2023			2024		
	план	факт	%	план	факт	%	план	факт	%
Разом доходів	213,85	200,45	93,73	432,84	385,69	89,1	465,45	366,76	78,79
Податкові надходження	113,73	109,13	95,95	234,69	253,62	108,06	156,44	157,97	100,97
Неподаткові надходження	14,24	6,46	45,36	0,65	16,54	2551,63	1,72	11,53	670,87
Доходи від операцій з капіталом	1,35	1,39	102,46	1,57	3,61	230,29	3,14	4,52	143,9
Офіційні трансферти	84,52	83,47	98,75	195,73	111,63	57,03	304,15	192,64	63,33
Видатки всього	250,59	189,29	75,53	480,74	342,62	71,26	554,83	258,194	46,53

Згідно з даними наведеним в табл. 2.2 можна зробити висновок, що на кінець 2024 року доходи становили 465,45 млн.грн., що більше ніж у 2023 та 2022 роках. Що стосується видатків, то на кінець 2024 року вони скоротилися порівняно з 2023 роком і становили 258,194 млн.грн.

Динаміка бюджету Підгородненської ТГ за досліджуваний період має позитивне значення (рис.2.2., додаток А).

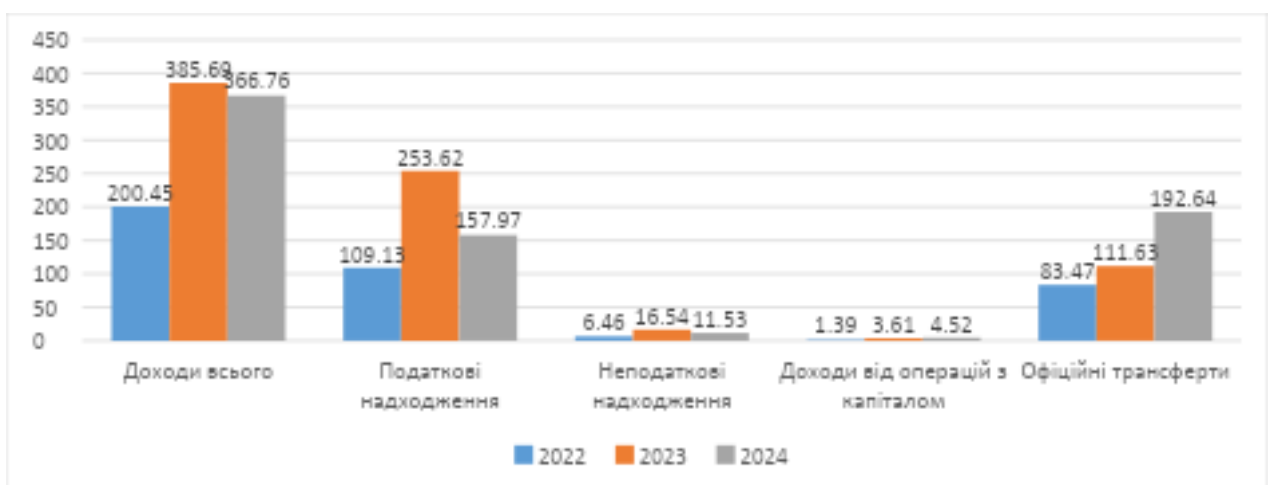


Рис. 2.2. Доходи Підгородненської міської ТГ за 2022-2024 р.р.,

млн.грн.

Розглянемо, як налагоджено діяльність Підгородненської міської територіальної громади із громадськістю.

Л. Гріна зазначає: «Діяльність органів державної влади зі зв'язків з громадськістю включає в себе, перш за все, надання інформації для формування у громадськості загального уявлення про їхню діяльність, реалізацію планів та проблеми, які їм доводиться вирішувати.

Для досягнення цієї мети адміністративні органи переважно використовують такі канали комунікації: - безпосереднє спілкування - з одного боку, особистий контакт між громадянами (групами громадян) та посадовими особами органів влади; - спілкування за допомогою листування (телефон, різні форми особистих листів); - засоби масової інформації (преса); - опосередкована комунікація через засоби масової інформації (ЗМІ). Та опосередковане спілкування через засоби масової інформації (преса, телебачення, радіо, комп'ютерні мережі тощо) [8, с. 281].

Основною метою діяльності Підгородненської міської ради з питань зв'язків з громадськістю є формування прозорих відносин з мешканцями, державними органами, засобами масової інформації, політичними партіями, комерційними структурами та іншими організаціями в регіоні та підвищення довіри до влади, яка має гарантувати реалізацію конституційних прав громадян.

Основними завданнями політики у сфері зв'язків з громадськістю, яку проводить керівництво Підволочиської міської ради, є - забезпечення відкритості органу місцевого самоврядування для мешканців, державних органів, політичних груп та інших організацій; підвищення рівня поінформованості та зацікавленості населення в діяльності органів влади; налагодження стійких контактів та зв'язків; нівелювання та вирішення конфліктних ситуацій, пов'язаних з прийняттям управлінських рішень; формування позитивного іміджу місцевої громади.

Взаємодія Підгородненської міської територіальної громади відбувається

в наступних формах (рис. 2.3.)



Рис. 2.3 Форми взаємодії Підгородненської міської ТГ із громадськістю

З розвитком і впровадженням інтернету в усі сфери людського життя офіційні муніципальні веб-сайти стали основним джерелом інформації про місцеву владу та комунікації з нею.

При створенні веб-сайту особлива увага приділяється не стільки його зовнішньому вигляду, скільки зручності навігації до інших розділів.

Відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Закону України «Про інформацію» та Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», Підгородненська районна громада 17 березня 2020 року прийняла Підгородненський районний.

Відповідно до «Рішення обласної ради про створення та функціонування офіційного веб-сайту» створено веб-сайт Підгородненської міської ради в доменній зоні dr.gov.ua у глобальній інформаційній мережі Інтернет (рис. 2.4).

Веб-сайт Підгородненської міської ради є офіційним джерелом

інформації. Метою веб-сайту є оприлюднення інформації про діяльність Підгородненської міської ради, підвищення ефективності та прозорості її діяльності, забезпечення впливу на процеси, що відбуваються у сфері діяльності ради, а також оприлюднення проектів нормативно-правових актів, рішень органів місцевого самоврядування та міської ради.

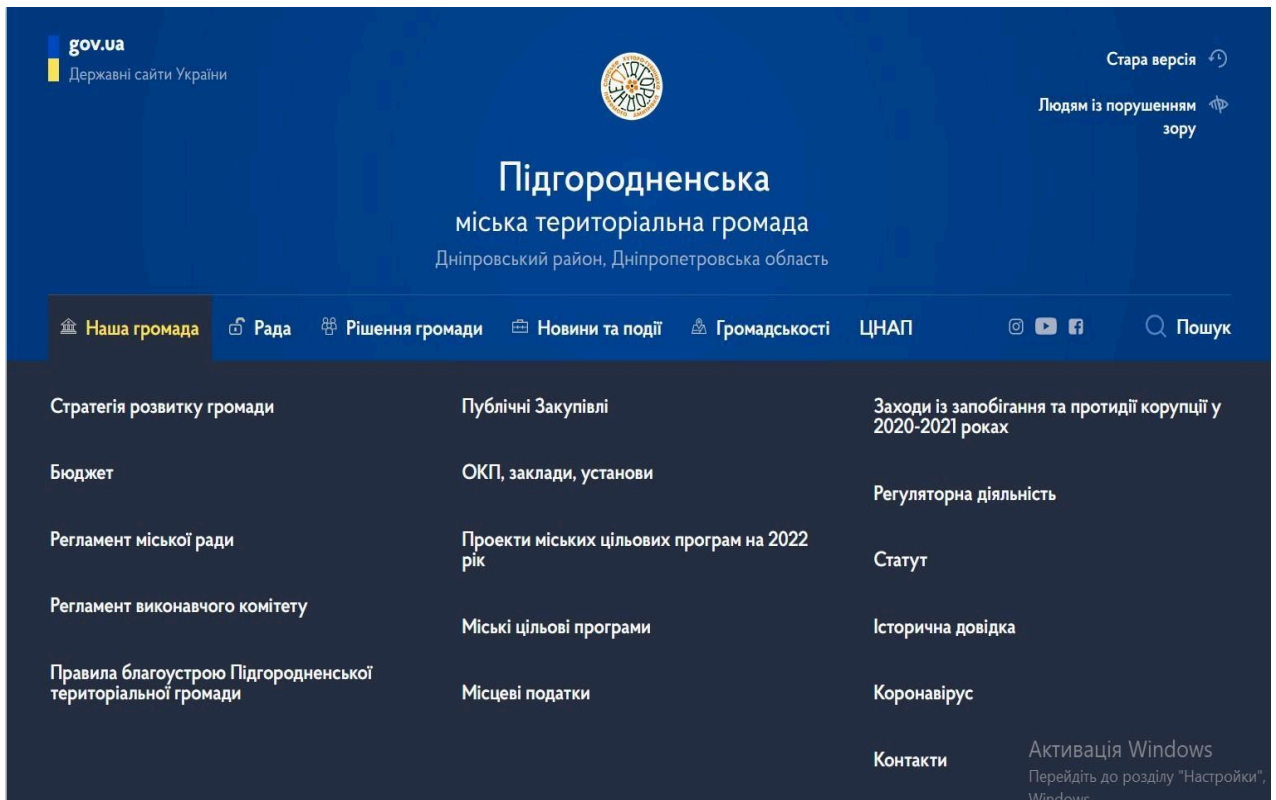


Рис. 2.4. Демонстрація екрану офіційного сайту Підгородненської міської ТГ

Відповідальним за наповнення веб-сайту є загальний відділ. Головний спеціаліст загального відділу Юлія Галицька несе персональну відповідальність за дотримання умов розміщення інформації та забезпечення програмно-технічної підтримки.

Інформація на цьому веб-сайті базується на матеріалах, підготовлених посадовими особами, працівниками міської ради, органами та організаціями, що належать до комунальної власності міської ради. Інші підприємства, установи, організації, державні органи та мешканці громади можуть подавати

пропозиції щодо розміщення інформації на веб-сайті міської ради за умови, що запропонований матеріал сприяє популяризації, залученню інвестицій та висвітленню важливих подій.

Крім того, відповідно до вимог Конституції України та Закону України «Про звернення громадян», з метою сприяння розвитку механізмів електронної демократії, міською радою розроблено порядок подання та розгляду органами місцевого самоврядування електронних петицій [51].

Електронна петиція - це особлива форма колективного звернення громадян з проханням до Підгородненської міської ради та інших посадових осіб органів місцевого самоврядування вирішити питання, віднесені до їх компетенції. Електронна петиція вважається дійсною, якщо вона набрала відповідну кількість голосів і є обов'язковою для розгляду органами місцевого самоврядування Підгородненської міської ради.

Для створення електронної петиції необхідно зареєструвати петицію в розділі «Єдина система місцевих петицій» на сайті Підгородненської міської ради. Крім того, е-петиції можна зареєструвати на веб-сайтах державних органів, які здійснюють збір підписів на підтримку е-петицій. Діалогове вікно електронної петиції на веб-сайті Підгородненської ОТГ зображено на рисунку 2.5.

Організацію розгляду електронних петицій, адресованих органам місцевого самоврядування Підгородненської ОТГ, забезпечує загальний відділ. Голова Підгородненської ОТГ протягом одного робочого дня після збору відповідної кількості підписів надає можливість відповідному виконавчому органу опрацювати питання та за результатами опрацювання готує проект рішення Підгородненської ОТГ або її виконавчого комітету, або у виключних випадках, без підготовки проекту рішення, особі, яка подала петицію.

У той же час, простота подачі заявок збільшує кількість дрібних скарг і робить автоматичну звітність по заявках менш ефективною.

Ведення акаунтів у соціальних мережах значною мірою сприяє

відкритості муніципальної влади. Водночас, стиль текстів, що публікуються в соціальних мережах, може бути не таким офіційним, як текстові матеріали на веб-сайтах.

Суть звернення:

Відповідь прошу надати

На поштову адресу

Поштовий індекс, область, район, населений пункт, вулиця, будинок, корпус, квартира

Електронною поштою

Електронна адреса

Активация Windows
Перейти до розширення "Настройки"
Windows.

Громадськості → Публічна інформація → Електронне звернення до керівництва

Електронне звернення до керівництва для Підгородненської ОТГ

Шановні громадяни, згідно Закону України «Про звернення громадян» Ви можете звернутися до Підгородненської міської ради та її виконавчих органів із заявою, скаргами, чи пропозицією за допомогою письмового звернення і надіслати його через дану форму – форму електронного звернення.

Вид звернення:

Питання

Скарга

Пропозиція

Прізвище, ім'я, по батькові

Соціальний статус

* необов'язкове поле

Активация Windows
Перейти до розширення "Настройки"
Windows.

Суть звернення:

Рис. 2.5. Діалогове вікно е-петиції на веб сайті Підгородненської міської ТГ

Просування в соціальних мережах є ефективним для привернення уваги громадськості до діяльності муніципалітету, розуміння позиції муніципалітету з конкретних питань, переконання громадян у позиції муніципалітету та формування позитивних настроїв у громаді. Соціальні

медіа можуть бути ефективними для встановлення зворотного зв'язку та відкритого діалогу між владою та громадянами.

Громадяни можуть залишати запитання в коментарях щодо проблем, які їх цікавлять, і отримувати відповіді безпосередньо від місцевих депутатів, а не від органу влади в цілому, як на офіційному веб-сайті. Таким чином, ведення акаунту в соціальній мережі полегшує громадянам подання звернень до органів влади.

Вони також можуть використовувати коментарі для обговорення урядових рішень, які потім можуть бути використані для опитувань громадської думки. За допомогою коментарів депутати та керівники місцевих органів влади можуть співпрацювати з онлайн-спільнотою для пошуку рішень проблем.

Користувачі соціальних мереж, які бажають спілкуватися з владою, є величезною аудиторією. Важливою характеристикою користувачів соціальних мереж є їхня схильність до об'єднання в спільноти, а підтримка офіційної спільноти місцевої влади є одним із пріоритетних напрямків діяльності в соціальних мережах.

Соціальні медіа дають можливість місцевій владі вивчати свої цільові групи споживачів інформації, широку громадськість, розуміти, що їм потрібно і як з ними комунікувати. Таким чином, соціальні медіа можна використовувати для «тестування» комунікаційних кампаній, для спілкування з онлайн-спільнотами на рівних щодо питань, які їх цікавлять, а також для групових дискусій з питань, що стосуються діяльності органів влади.

Однак у роботі з громадянами Підгородненської міської громади існують наступні недоліки:

- Незважаючи на існування різних відділів, немає окремого структурного підрозділу, який би займався зв'язками з громадськістю;
- Співробітники інших відділів, які займаються зв'язками з громадськістю, зайняті іншими обов'язками;
- Відносини між структурними підрозділами, які беруть участь у

налагодженні зв'язків з громадськістю, не є належним чином скоординованими.

Недостатня поінформованість громадськості про організацію та результати її консультацій. Відсутній тісний контакт із засобами масової інформації.

2.3. Оцінка ефективності взаємодії Підгородненської міської територіальної громади із громадськістю

Не тільки громадяни сьогодні зацікавлені в прозорості інформації про політичну та економічну діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування, але й представники органів місцевого самоврядування потребують втручання громадськості для корекції державних управлінських рішень, забезпечення легітимності органів місцевого самоврядування та довіри з боку громадськості.

Зв'язки з громадськістю дозволяють громадянам брати участь у спільних обговореннях з місцевою владою та розглядати шляхи вирішення економічних питань, безпосередньо пов'язаних з їхньою життєдіяльністю в муніципалітеті (наприклад, житло, комунальні послуги, транспортне сполучення).

Міське самоврядування є інститутом громадянського суспільства, покликаним надавати жителям значні можливості для участі в політичних і соціальних процесах [58, с.70].

Таким чином, усвідомлення потенціалу впливу на політичні рішення є важливим елементом участі громадян та способом подолання відчуження громадян від політичного процесу в цілому. Крім того, безпосереднє спостереження за змінами, що відбулися в результаті спільних рішень влади та громадян, зміцнює довіру місцевого населення до політичних акторів у регіоні, тим самим підвищуючи легітимність чинної місцевої влади.

Поінформованість громадян про різні аспекти життя в громаді (екологія, житлово-комунальне господарство, транспортне сполучення, фінансова та кадрова діяльність тощо) є необхідною умовою ефективної участі в місцевому самоврядуванні.

Джерелами інформації в комунікаційній діяльності органів місцевого самоврядування є спеціальні служби та окремі працівники. Перші мають першочергове значення, оскільки комунікація є їхнім основним видом діяльності. Крім того, від інформаційного забезпечення діяльності органу місцевого самоврядування, інформування населення про можливі форми участі у підготовці та реалізації рішень органів місцевого самоврядування, запровадження форм відображення думки населення та аналізу думок і настроїв представників соціальних груп залежить його структура та змістовна діяльність.

Тому першим параметром критеріїв відбору є професіоналізм інформаційної служби органу місцевого самоврядування. Аналіз діяльності інформаційних служб органів місцевого самоврядування вимагає збору інформації за низкою параметрів.

Серед них доцільно зосередити увагу на таких:

- кількість та якість підготовлених інформаційних матеріалів та прес-релізів - система розповсюдження прес-релізів
- співвідношення між кількістю виданих прес-релізів та кількістю надрукованих у ЗМІ
- кількість прес-конференцій, спеціальних заходів та прес-турів за досліджуваний період,
- кількість презентацій (аналізується співвідношення між кількістю запрошених журналістів та кількістю журналістів, які реально прийшли)
- кількість організованих заходів (зокрема, кількість учасників заходів та презентацій)
- рівень підготовленості аналітичної та прогнозової інформації про ситуацію в органах місцевої влади.

Однак ефективність роботи PR-служби значною мірою залежить від початкового підходу до організації PR-служби. Однак ефективність роботи служби зі зв'язків з громадськістю значною мірою залежить від початкового підходу до організації служби зі зв'язків з громадськістю:

- Структурне місце служби зв'язків з громадськістю в системі органів місцевого самоврядування;
- Структурна організація самої служби зв'язків з громадськістю та відповідність її функції зв'язків з громадськістю;
- Механізми взаємодії служби зв'язків з громадськістю з іншими адміністративними підрозділами в контексті інформаційного забезпечення служби зв'язків з громадськістю.

Цей набір індикаторів об'єднано в один параметр: «організаційно-структурна відповідність служби зі зв'язків з громадськістю органу місцевого самоврядування функції зв'язків з громадськістю».

У ході дослідження було визначено рівень довіри громадськості до діяльності Підгородненської міської ради. Результати відповідей респондентів на запитання «Як Ви оцінюєте діяльність Пилипівської міської ради?» були отримані з веб-сайту громади та використані для побудови матриці сприйняття громадою діяльності Пилипівської міської ради.

Результати були умовно поділені на чотири групи (рис. 2.6):

- 1 група – достатньо висока оцінка діяльності Підгородненської міської ради (позитивне оцінювання)
- 2 група – добра оцінка діяльності (питома вага позитивної оцінки незначно перевищує негативні оцінки)
- 3 група - задовільна оцінка діяльності досить висока питома вага негативних оцінок ніж позитивних;
- 4 група – незадовільна оцінка (питома вага негативних оцінок вища за позитивні).

Отже, як свідчать дані рис. 2.6 серед опитуваних:

- 1 група – достатньо високо оцінили роботу Підгородненської

міської ТГ 56 %;

2 група – на оцінку «добре» роботу Підгородненської міської ТГ оцінили 30 %;

3 група – на оцінку «задовільно» роботу Підгородненської міської ТГ оцінили 10 %;

4 група - на оцінку «незадовільно» роботу Підгородненської міської ТГ оцінили 4 %.

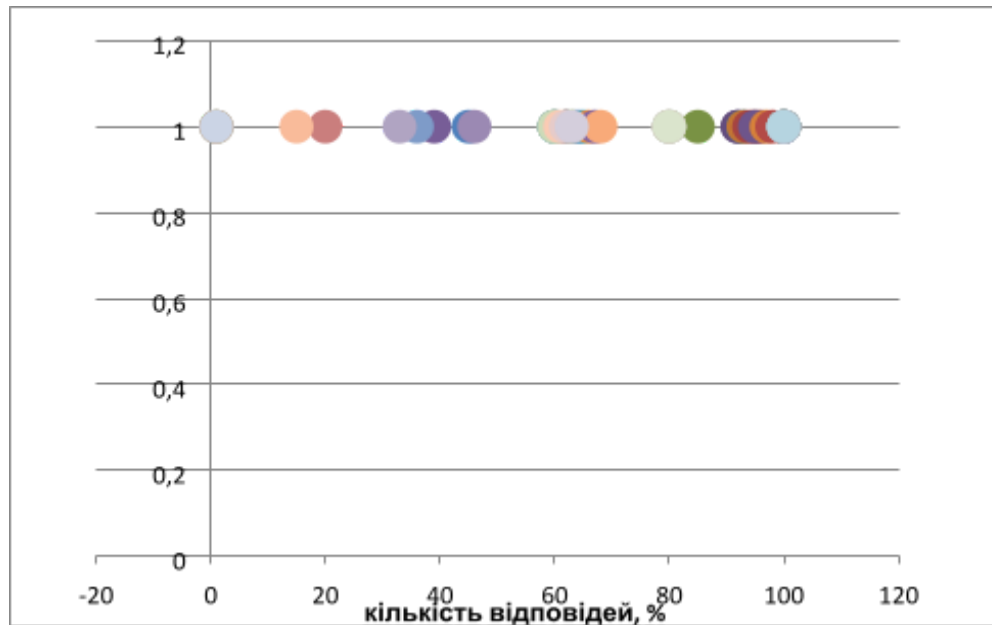


Рис. 2.6. Результати опитування громадян Підгородненської міської ТГ

Більшість респондентів позитивно оцінили діяльність Підгородненської ОТГ. Однак є й незадоволені. Незадоволення пов'язане з недостатньою поінформованістю населення та браком інформації через ЗМІ.

Враховуючи негативні відгуки респондентів, ми вважаємо, що лідерам громад варто замислитися над підтриманням свого позитивного іміджу. На нашу думку, лідерам варто ширше залучати місцевих мешканців до стратегічного планування розвитку міста. Розглянути можливість формування відповідних фокус-груп, до складу яких включати мешканців, які бажають і можуть брати участь у розробці таких проектів.

Формуючи такі фокус-групи, лідери громад повинні пам'ятати про можливість виникнення різноманітних інтересів та природних конфліктів інтересів. З огляду на це, лідери повинні більш детально вивчати та аналізувати інформацію, надану учасниками, з метою пошуку компромісів та визначення найкращих можливих рішень.

Тільки тоді, коли інтереси зацікавлених сторін зрозумілі та враховані, можна знайти найкращі варіанти. Крім того, зрозумілість, відкритість, прозорість та відповідальність органів державної влади та органів місцевого самоврядування є основою ефективної взаємодії з громадою.

Вважаємо за доцільне запропонувати керівництву Підгородненської ОТГ використання діагностичного інструменту CLEAR, розробленого Європейською комісією з питань місцевої та регіональної демократії «CLEAR» - це аббревіатура п'яти основних дієслів в українській мові: Можу/Буду/Уповноважений/ Запрошую/Відчуваю [41].

Інструментарій базується на розрахунку п'яти основних факторів, що впливають на участь громади:

Can do - Можуть, а саме громадяни можуть залучатися при наявності бажання до активної у часті у розробці рішень, які стосуються соціально-економічного життя місцевої громади.

Like to – Бажають, тобто громадяни бажають залучитися до обговорень, оскільки відчувають приналежність до громади.

Enabled to – Уповноважені, тобто громадяни отримали певні можливості до участі.

Asked to – Запрошені, відповідно це ті громадяни які можуть бути залученими для участі офіційними органами влади або групами волонтерів

Rrsponded to – Відчувають, тобто в оді участі відчувають зворотній зв'язок.

На основі цих основних п'яти факторів та з використання методології застосування такого інструменту доцільно періодично проводити такі опитування у форматі «ОПИТУВАЛЬНИК CLEAR», який надасть

можливість керівництву Підгородненської міської ТГ визначати сильні та слабкі сторони залучення громади до формування соціально-економічного життя, а також віднайти ефективніші форми залучення та активізації громадян.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Дослідження виявило, що існує низка нормативних документів, які регулюють питання комунікаційної взаємодії органів державної влади, органів місцевого самоврядування та громадськості.

Однак, незважаючи на існуючі документи, механізми здійснення громадського контролю за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування залишаються невизначеними. У зв'язку з цим одним із пріоритетних завдань є розробка комплексної програми розвитку інформаційного законодавства. Така програма визначила б склад і структуру інформаційного законодавства, а також послідовність і терміни розробки та прийняття спеціальних законодавчих актів та окремих правових норм, що регулюють інформаційні відносини в цілому.

Крім того, перспективним завданням вважається також розробка єдиного інформаційного кодексу. Реалізація національної інформаційної політики відповідно до затвердженої концепції та згідно з чинним законодавством є управлінським завданням, практичне вирішення якого потребує дотримання низки умов.

Дослідження проводилося на території Підгороднянської міської ОТГ, яка станом на 1 січня 2021 року налічувала 23975 осіб і розташована за 5 км від обласного центру - міста Дніпро. Економічну основу Дніпровської Підгородненської ОТГ формують підприємства та організації, що представляють різні види економічної діяльності, такі як харчова промисловість, фермерські господарства, підприємства, що надають

туристичні послуги, автозаправні станції та підприємства з продажу сільськогосподарської техніки.

Основною метою діяльності Підгородненської міської громади у сфері взаємодії з громадянами є формування прозорих відносин з мешканцями, державними органами, засобами масової інформації, політичними партіями, комерційними структурами та іншими організаціями в регіоні та підвищення їх довіри до влади, яка повинна гарантувати реалізацію їх конституційних прав.

Взаємодія у Підгородненській міській громаді відбувається у формі зборів мешканців, громадських ініціатив, спільних заходів (конференцій, сесій) та звернень громадян. Підгородненською громадою створено веб-сайт Підгородненської міської ради в мережі Інтернет глобальної інформаційної мережі в доменній зоні dr.gov.ua, відповідно до рішення Підгородненської районної ради від 17 березня 2020 року «Про запуск та функціонування офіційного веб-сайту».

Веб-сайт створено в доменній зоні dr.gov.ua в глобальній інформаційній мережі Інтернет. Метою веб-сайту є оприлюднення інформації про діяльність Городненської міської ради, підвищення ефективності та прозорості її діяльності, забезпечення її впливу на процеси, що відбуваються у сфері діяльності ради, оприлюднення проектів нормативно-правових актів, рішень органів місцевого самоврядування та самої міської ради.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

3.1 Світовий досвід зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю

Вплив влади спрямований на різні групи населення з метою зміни їхніх думок і поглядів, без урахування їхніх інтересів і позицій. Зв'язки з громадськістю як техніка взаємодії передбачає налагодження рівноправного діалогу, де враховуються інтереси та побажання громадськості як рівноправного учасника процесу управління. Зв'язки з громадськістю в органах влади мають налагодити механізм комунікаційного потенціалу, який є важливим ресурсом для реалізації державної політики.

Потенціал зв'язків з громадськістю дає можливість уряду не лише використовувати засоби масової інформації, але й безпосередньо спілкуватися з громадськістю, пояснювати рішення, виявляти її запити, знати позиції різних соціальних груп. Через урядові структури передається інформація, адресована громадськості, а також повідомлення, спрямовані на стимулювання активності громадян та їхньої продуктивної участі у вирішенні загальнонаціональних, регіональних і територіальних проблем.

Взаємодія громадськості та влади ґрунтується на принципі колективної відповідальності і передбачає робоче партнерство та співпрацю між громадськістю, представниками громадськості та представниками виконавчої влади. Основною метою такої взаємодії є розвиток громадської свідомості та створення сприятливого суспільно-політичного середовища.

Західні експерти вважають, що місцева влада повинна діяти на засадах колективної відповідальності, що вимагає ділового альянсу та співпраці між громадянами та представниками виконавчої влади. Найбільш ефективним засобом досягнення такої співпраці вважаються публічні інформаційні

служби. Основною метою діяльності публічної інформаційної служби є підвищення рівня поінформованості громадськості та пробудження активного інтересу населення до питань місцевого самоврядування [43, с. 39].

Розглянемо зарубіжний досвід взаємодії органів державної та місцевої влади з громадянами. Найбільш цікавим для відображення зарубіжного досвіду в українській практиці є досвід Німеччини. На відміну від української практики, німецьке місцеве самоврядування вже давно є частиною політичного життя держави. Для автора було цікавим інтерв'ю з мером міста Ідштайн Герхардом Круммом, опубліковане в журналі «Муніципальна влада» [48, с.88], особливо його думки про важливість діалогу між владою та суспільством.

В інтерв'ю Герхард Крумм розповів, що коли він тільки став мером, він сам писав статті для ЗМІ кілька разів на тиждень, але зараз він проводить брифінги раз на тиждень. Він стверджує, що завжди був відкритий для журналістів і встановив довірчі відносини з усіма ЗМІ. Він також зазначає, що журналісти, які відчувають довіру з боку мера, пишуть більш відкриті статті, оскільки відчувають відповідальність.

Водночас, за словами Г. Крумма, критика - це «чудова можливість для політиків виправити свої помилки» і «термометр громадської думки». На думку мера Ідштайна, демократія починається з того, що кожен має право висловлювати свою думку і в той же час поважати думку інших. Важливо пам'ятати, що суспільство - це преса і спектр різних культурних груп. Важливо, щоб усі групи брали участь у комунікації.

Усі громадяни повинні бути об'єднані з певних питань. Без цього мери не можуть приймати рішення. Крім того, обґрунтована громадська думка може бути сформована тільки в ході дискусій, в яких переплітаються різні інтереси [2].

У Німеччині всі закони приймаються через попередні обговорення. Спочатку поштою розсилається брошура з текстом законопроекту, з яким може ознайомитися кожен бажаючий. Далі законопроект проходить

громадське обговорення, потім обговорюється міською радою і лише після цього подається на розгляд парламенту. Втім, усі ініціативи виникають з прагнень людей. Розглянемо голландський досвід побудови відносин між місцевою владою та населенням.

Нідерланди - розвинена європейська країна з давніми традиціями демократії. Перший закон про муніципалітети був прийнятий у 1848 році. Основним принципом цієї політики є прагнення до консенсусу, який завжди виражався на всіх рівнях влади.

Ми можемо спостерігати низку негласних офіційних правил, які ведуть до балансу влади. Цей баланс базується на постійному врахуванні інтересів громадськості (численні опитування, дослідження), контролі та прозорості всіх етапів формування бюджету та прийняття рішень [2].

Мер здійснює адміністративні функції разом з урядом і відповідає за зв'язки з громадськістю. У такий спосіб намагаються стимулювати роботу на місцях і підвищити роль громадян. Щовівторка будь-який член Кабінету міністрів може поставити запитання в парламенті (як правило, запити подаються в письмовій формі) [2].

Питання співпраці між місцевими органами влади також знаходиться на досить високому рівні. У країні діє понад 200 законів про співпрацю між муніципалітетами з різних питань. У кожній громаді є активна спілка, яка лобіює інтереси свого муніципалітету.

Щомісяця проводяться зустрічі керівників департаментів та мерів для обговорення найважливіших питань. Асоціація голландських муніципалітетів є форумом для 489 муніципалітетів, де вони координують спільні питання, висловлюють різні погляди та проводять переговори з центральним урядом. Для того, щоб об'єднати владу та мешканців, держава понесла значні витрати. Наприклад, 5% бюджету Гааги (приблизно 2,5 млрд євро) витрачається на взаємодію з мешканцями.

Не дивно, що в кожному муніципалітеті Нідерландів є відділ, який спеціально вивчає потреби, думки та скарги мешканців. У невеликому

містечку Арнем щорічно проводиться близько 20 опитувань, ведеться статистика та постійний моніторинг громадської думки. Прес-служба та інші інформаційні механізми поширюють інформацію серед населення про роботу влади без забезпечення зворотного зв'язку.

Громадський контроль за діяльністю влади практично відсутній. Іноді проводяться опитування громадської думки, але це є передумовою для прийняття управлінських рішень. Більш просунутою стадією діалогу є декларований діалог. На цьому етапі влада має зразкові плани та програми діалогу з громадськістю, але в них переважають кількісні показники, а комунікація організовується лише для того, щоб переконати громадськість у правильності прийнятих владою рішень.

В реальності лише невелика частка населення бере участь в обміні думками. Ідеальною є двостороння симетрична комунікація у формі діалогу. Вона характеризується високим ступенем залучення населення до процесу управління. Така взаємодія враховує досягнення сучасної науки в галузі теорії комунікації, державного управління та соціального проектування. Органи влади не тільки визнають необхідність більш тісного контакту з громадськістю, але й знають, як його організувати та використовувати зворотний зв'язок для прийняття стратегічних та оперативних рішень.

Існує велике розмаїття технічних методів комунікації з громадськістю, які органи влади можуть успішно використовувати. Перш за все, це потенціал засобів масової інформації.

ЗМІ посідають домінуюче місце в системі соціального представництва інтересів громадян завдяки своїй здатності комунікувати інтереси різних груп і верств населення. Технічні можливості ЗМІ забезпечують двосторонній зв'язок між комунікантами, висвітлюють важливі суспільні проблеми, мобілізують громадян на їх реалізацію та доносять погляди різних соціальних груп до чиновників усіх рівнів.

Інтернет відіграє все більш важливу роль у відкритій взаємодії між державою та суспільством. Найважливішим досягненням у цій сфері є так

званий електронний уряд, тобто система інтерактивної взаємодії між державою та громадянами через Інтернет.

Системи електронного уряду сприяють підвищенню ефективності державного управління за рахунок підвищення точності, повноти, оперативності та достовірності інформації, що зберігається, забезпечення високого ступеня контролю за виконанням урядових рішень і директив іншими державними органами, скорочення адміністративних витрат, підвищення якості послуг і зменшення бюрократичних бар'єрів.

Ці технології широко використовуються в розвинених західних країнах. Наприклад, у США (штат Вашингтон) всі державні послуги доступні онлайн з 1998 року [2]. Громадяни та приватний бізнес мають можливість сплачувати податки онлайн, поновлювати водійські права, записувати дітей до школи, отримувати свідоцтва про народження, смерть дітей та родичів, розшукувати незатребуване майно.

Нові проекти електронного уряду активно впроваджуються у Великобританії та Канаді. Європейська комісія оголосила про проект «Електронна Європа» як результат розгляду нових можливостей. У США діють «громадянські журі», а у Великій Британії - «громадянські майстерні» [60, с. 173].

У Нідерландах діє «уряд, що слухає», тобто уряд реагує на запитання, скарги та побажання громадян і державних органів. «Громадські журі можуть частково вирішити проблему низької поінформованості громадськості. Для проведення «громадського журі» запрошуються 10-20 осіб, ретельно відібраних за певними квотами.

Експерти з муніципалітету протягом двох-трьох днів пояснюють різні аспекти певного питання. Учасники повинні глибоко зрозуміти проблему, а тому ставити всі питання, що їх цікавлять, під час лекцій та презентацій. Після того, як питання зрозуміле, відбувається групова дискусія.

Громадяни висловлюють свої думки щодо можливих рішень, пропозиції та побажання. «Громадське журі» не може запропонувати ідеального плану

вирішення проблеми, але воно представляє основні побажання громадян, які потім беруться до уваги в процесі прийняття рішень. Оскільки цей метод є досить дорогим, «громадські журі» скликаються лише тоді, коли потрібно вирішити дуже складні проблеми.

Основна мета цього методу - дати можливість мешканцям брати участь у розробці муніципальної політики та впливати на прийняття рішень. «Громадянська майстерня» - це метод, який може активізувати потенціал людей, пробудити їхню цікавість і задіяти їхні емоції [60]. Термін «воркшоп» використовується як робочий термін серед професіоналів і на практиці замінюється терміном «консультація з громадськістю». «Громадянські майстерні» - це метод виявлення потреб населення на основі фокус-груп з представниками різних верств населення.

Такі методи можуть бути використані в роботі органів місцевої влади для більш точного відображення громадської думки та покращення процесу прийняття рішень. Впровадження «громадських журі» та «воркшопів» як нових методів відображення думки громадян у процесі прийняття рішень може сприяти побудові відносин діалогу та партнерства між владою та суспільством.

Ці та інші технології публік рілейшнз покликані формувати довіру громадськості до державних структур, створюючи умови для соціальних дискусій, сприяючи залученню громадян до прийняття рішень на державному рівні.

Підводячи підсумок, треба зазначити, що мова не йде максимально запозичити іноземний досвід щодо взаємодії органів державної влади та громадськості. Ми наполягаємо на тому, що на практиці слід використовувати найкращий досвід з позиції реалій у сфері державного управління. Тобто слід знайти розумний компроміс, які можна і доречно адаптувати в Україні.

3.2. Основні напрями оптимізації взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування із громадськістю

Участь мешканців у формуванні та реалізації своїх прав у вирішенні питань місцевого значення значною мірою залежить від їхньої поінформованості. У зв'язку з цим ефективна модель взаємодії місцевої влади з населенням вимагає інформаційної відкритості з боку місцевої влади та своєчасного надання інформації про підготовку суспільно важливих рішень. Інформування громадськості сприяє досягненню чотирьох основних цілей.

Це: створення сприятливого іміджу органу місцевого самоврядування; формування зацікавленості громадськості у вирішенні важливих соціально-економічних питань території; формування громадської думки з конкретних територіальних питань; залучення населення до вирішення територіальних проблем.

Ефективні зв'язки з громадськістю можливі за умови дотримання таких методологічних принципів: системності (зв'язки з громадськістю мають бути системою, а не набором органічно пов'язаних прийомів, методів і процедур); доцільності (предмет і методи зв'язків з громадськістю мають бути сумісними з цілями і завданнями органу місцевого самоврядування); передбачуваності (зміни зовнішнього середовища, змісту і результатів діяльності органу місцевого самоврядування); прогнозованості (передбачуваності). (зовнішнє середовище змінюється, зміст і результати перспективної моделі розвитку території мають бути адаптовані) та технологічна гнучкість (гнучкість технологій зв'язків з громадськістю).

Завданнями зв'язків з громадськістю є: - проведення консультацій з громадськістю; виявлення тенденцій, які можуть бути наслідком політики місцевої влади; вивчення громадської думки, настроїв та очікувань з метою моніторингу відповідних змін; налагодження та підтримка двостороннього діалогу, заснованого на правді та повній поінформованості; запобігання конфліктам і непорозумінням між владою та громадянами запобігати їм;

сприяти взаємній повазі та соціальній відповідальності; узгоджувати індивідуальні та суспільні інтереси.

На основі вивченого нами теоретичного матеріалу та досвіду діяльності органів місцевого самоврядування у сфері зв'язків з громадськістю ми пропонуємо деякі рекомендації щодо вдосконалення цієї діяльності. Першою проблемою діяльності органів місцевого самоврядування у сфері зв'язків з громадськістю є відсутність структурного підрозділу, який би відповідав за таку діяльність.

Відсутність такого структурного підрозділу спричиняє низку проблем, пов'язаних з неформальністю діяльності, відсутністю чіткого розподілу обов'язків та відповідальних за їх виконання. Створення таких підрозділів, як прес-служба та служба зв'язків з громадськістю, сприяло б підвищенню ефективності використовуваних PR-технологій.

Основними засобами взаємодії прес-служби Підгородненської ОТГ з громадськістю є брифінги, прес-релізи, оголошення, прес-кити, прес-пакети або медіа-кити, прес-конференції, інтерв'ю, виставки, газетні статті, газетні оголошення та вкладиші, буклети та брошури Громадські слухання, громадські дорадчі комітети та опитування громадської думки можуть бути розглянуті.

Брифінги - це короткі презентації, що проводяться для окремих зацікавлених сторін та ЗМІ з метою надання інформації про хід виконання певної програми.

Прес-реліз - це повідомлення для широкої аудиторії, що містить важливі новини та корисну інформацію. Друковані презентаційні та інформаційні матеріали (буклети, брошури, листівки, плакати, інформаційні бюлетені) дозволяють органам місцевого самоврядування контролювати процес створення позитивного іміджу своєї організації [68].

Практика показує, що позитивні результати досягаються при безпосередньому спілкуванні посадових осіб органів місцевого самоврядування з громадянами в установах та по телефону. З цією метою

слід активно практикувати використання «гарячих ліній» для прийому громадян та реагування на термінові звернення. Для цього слід зазначити номери керівників та служб, у яких громадяни можуть отримати необхідну інформацію.

Прийом громадян та реагування на їхні скарги відповідними посадовими особами мають важливе значення для координації відносин між громадянами та владою. Наступним питанням є визначення цілей та завдань діяльності органів місцевої влади у сфері зв'язків з громадськістю.

Дослідження показало, що керівництвом Підгородненської ОТГ поставлені «розмиті» цілі та завдання, що ускладнює вимірювання та оцінку їх досягнення. При цьому цілі та завдання є загальними і не базуються на потребах та інтересах місцевого населення. Тому посадовцям Підгородненської ОТГ необхідно провести аналітичне дослідження з метою розробки стратегії інформування громадськості та визначення цілей і завдань асоціації органів місцевого самоврядування.

Визначення спільних цілей та завдань стало основою для стандартизації діяльності у сфері зв'язків з громадськістю. У більшості випадків така діяльність ґрунтується на вимогах до муніципалітету і не здійснюється з метою впливу на суспільні відносини чи соціальний розвиток місцевої громади; для формування сприятливої громадської думки щодо діяльності Підгороднянської ОТГ слід шукати нові підходи в процесі реалізації заходів зі зв'язків з громадськістю, слід застосовувати нові технології: аналіз діяльності Підгороднянської ОТГ у сфері зв'язків з громадськістю показує, що технології зв'язків з громадськістю використовуються недостатньо ефективно.

Раніше ми звертали увагу на труднощі у побудові відносин з місцевими ЗМІ. Це пов'язано з незацікавленістю великих міських ЗМІ у висвітленні муніципальних подій. Це також свідчить про те, що місцева влада не зацікавлена у встановленні неформальних і дружніх контактів з представниками ЗМІ.

Це пов'язано з тим, що масштабність заходів залежить, серед іншого, від фінансування. Тому місцева влада здебільшого взаємодіє з міськими та районними ЗМІ, що є доцільним з точки зору орієнтації на місцеву громаду. Підгородненській міській громаді необхідно відійти від стандартизації своєї діяльності у сфері зв'язків з громадськістю, створивши власний інформаційний майданчик, щоб привернути увагу до своєї діяльності з боку більших міських ЗМІ та налагодити з ними співпрацю.

Для цього посадовцям Підгородненської ОТГ варто вивчати нові тенденції у сфері зв'язків з громадськістю та розробляти креативні програми. На нашу думку, для налагодження зв'язків з громадськістю можуть бути використані такі інструменти взаємодії з журналістами, як «клубні вечори». Муніципальні видання залишаються основним каналом донесення інформації до громади.

Тому саме цьому каналу поширення інформації слід приділити найбільшу увагу. На жаль, під час дослідження не було виявлено жодного муніципального видання. Редакції необхідно розробити конкретну концепцію муніципальних видань, адаптовану до потреб місцевої громади. Така концепція забезпечила б наявність великої кількості постійних рубрик та матеріалів від автора - делегата Підгородненської муніципальної ТГ.

Крім того, редакції ТГ Підгороднього варто адаптувати тематику своїх публікацій до інтересів місцевої громади, щоб забезпечити оригінальність таких публікацій і включати більше інформації про міські, а не загальнорайонні події.

Однією з сучасних тенденцій у використанні інтернет-технологій є створення мобільних додатків. Мобільні додатки для муніципальної влади повинні спростити подачу запитів до муніципалітету і дати можливість представникам місцевої громади висловити свою думку з актуальних питань. Використання інтернет-технологій може зробити діяльність муніципалітетів більш гнучкою та прозорою.

Організація заходів, тобто особистих зустрічей з представниками

громади, сьогодні є одним з основних механізмів отримання зворотного зв'язку для місцевої влади. Особливо це стосується офіційних заходів. Однак поінформованість громадськості про офіційні заходи, організовані місцевою владою, є досить низькою, відповідно, відвідуваність їх є низькою. Як показав аналіз діяльності ОТГ в смт.

Пісочне, керівництво організує заходи, які привертають увагу і намагається зацікавити місцеве населення. Однак, використовуючи такі інструменти, не ставлять жодних PR-цілей чи PR-завдань. Головною метою є сама подія.

Тому такий підхід не дозволяє розробити відповідні критерії для оцінки ефективності заходу. Відповідно до контролю Підгородненського муніципалітету, муніципальні асоціації органів місцевого самоврядування повинні розробляти програму заходів, виходячи з цілей і завдань PR.

Підгородненська міська асоціація органів самоорганізації населення повинна здійснювати діяльність, спрямовану на навчання жителів у сфері місцевого самоврядування, забезпечувати участь жителів у засіданнях органів місцевого самоврядування, брати участь у зборах жителів, загальних зборах колективу, зборах активу, засіданнях ради, зборах, урочистих зібраннях, нарадах, конференціях, семінарах, планових поїздках тощо, брати участь у житті місцевої громади.

Команда має бути залучена до Для успішної взаємодії з місцевим населенням органам місцевої влади необхідно регулярно оцінювати потреби та інтереси місцевого населення. Для цього може бути доцільною організація та проведення вступного моніторингу суспільно-політичних процесів, який має здійснюватися на регулярній основі.

Такий моніторинг складається з кількох етапів (рис. 3.1).

Ці дані повинні використовуватись також для визначення інформаційної політики органами місцевого самоврядування. З метою визначення інформаційної політики також оцінюються інформаційний простір муніципального освіти, району.

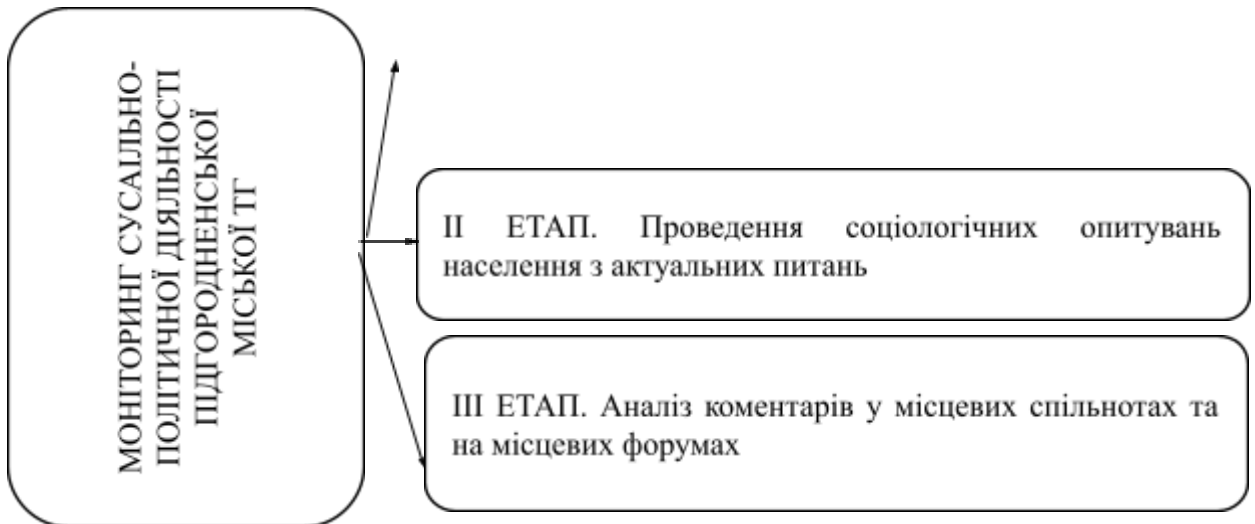


Рис. 3.1. Етапи проведення вступного моніторингу суспільно-політичного процесу на базі Підгородненської міської ТГ

Для успішної реалізації вищезазначених рекомендацій Підгородненській міській ОТГ слід залучати місцевих мешканців до свого офіційного веб-сайту, сприяти популяризації муніципального бюлетеня та регулярно інформувати їх про майбутні заходи.

З цією метою муніципалітет повинен розміщувати інформацію про заходи, що проводяться муніципалітетом, та можливості для мешканців долучитися до них на плакатах, білбордах та стендах на вулицях та в приміщеннях бюджетних та державних установ муніципалітету.

Видання та розповсюдження бюлетенів (спеціальних бюлетенів), прес-релізів, критичних матеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформації тощо; організація прес-конференцій, брифінгів та інтерв'ю керівників органів місцевого самоврядування з працівниками національних та міжнародних засобів масової інформації; підготовка та організація теле- та радіопередач; створення архівів інформації про діяльність органів місцевого самоврядування. До них відносяться.

3.3. Моделі взаємодії органів державної влади та інститутів громадянського суспільства для удосконалення формування зв'язків із громадськістю

Вже не новина, що зв'язки з громадськістю мають будуватися на засадах діалогу та партнерства. Робота зі зв'язків з громадськістю має бути спрямована на організацію діяльності органів та посадових осіб місцевого самоврядування таким чином, щоб вона була прозорою, відкритою для громадян та їх об'єднань, забезпечувала співпрацю, роз'яснення мотивів прийняття рішень та інформування громадян про ключові положення соціально-економічної політики та стратегічних напрямів діяльності.

Практичні шляхи досягнення цих цілей включають аналіз реакції громадян на рішення, які були прийняті або мають бути прийняті, на дії посадових осіб та органів місцевого самоврядування, взаємодію зі ЗМІ (публікація нормативно-правових актів, інтерв'ю з посадовими особами, звіти депутатів, виступи на телебаченні та радіо, відкриття інтернет-сайтів тощо), а також відкриття інтернет-сторінки тощо), розгляд та вирішення справ за скаргами громадян на дії органів місцевого самоврядування, участь у спільній роботі та спільних діях для реалізації колективних інтересів.

Звичайно, цим переліком форми публічної інформаційної діяльності не обмежуються. Кожен орган місцевого самоврядування може формувати власну систему зв'язків з громадськістю та структуру органів, що виконують ці функції [69, с. 66-70]. Тому ми пропонуємо розглянути наступні моделі взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування з громадянами.

Перша модель - інформування громадян про діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування. Це завдання виконують прес-служби, відділи зв'язків зі ЗМІ, політичні партії та органи державної влади. Інформація, яку поширюють ці відділи, є однобокою, оскільки вони

використовують пропагандистські методи для створення позитивного іміджу органів державної влади. Це так звана «асиметрична» модель, оскільки немає належного зворотного зв'язку з суспільством. Оскільки потік інформації є одностороннім, він не може адекватно виконувати цю функцію і не може відповідати демократичним очікуванням суспільства [70].

Друга модель використовує не лише відомі пропагандистські методи та прийоми поширення позитивної інформації про свою діяльність, але й спеціальні прийоми, які здатні переконати ту частину суспільства, на яку в першу чергу спрямована дана проблема в даний момент.

Ця модель називається «двосторонньою асиметричною» [40, с. 295-361], оскільки вона враховує реакцію лише тієї частини суспільства, яка в даний момент є мішенню.

Третя модель - це модель, в якій муніципалітет не тільки регулярно надає інформацію для покращення взаєморозуміння між муніципалітетом і громадянами, але й слугує для своєчасного запобігання конфліктам та координації діяльності муніципалітету відповідно до суспільних інтересів.

Ця модель називається «двосторонньо-симетричною», оскільки вона використовує методи, які більш точно відповідають інтересам демократичних суспільств. Це пояснюється тим, що якщо влада є стабільною і відкритою до діалогу з громадськістю, не боячись звинувачень у некомпетентності чи неефективності, вона може використовувати і покладатися на довіру громадськості, навіть якщо вона не може повністю виправдати довіру, надану на виборах.

На наш погляд, це найбільш оптимальна та ефективна модель організації прес-служби. Організація внутрішньої служби зв'язків з громадськістю є найскладнішою частиною роботи муніципальної інформаційної служби. Фахівцям зі зв'язків з громадськістю доводиться стикатися з недовірою та небажанням співпрацювати з боку багатьох виборних посадових осіб до спеціалістів зі зв'язків з громадськістю.

Ще однією важливою причиною, що перешкоджає організації

ефективної роботи в органах місцевого самоврядування, є відсутність корпоративного духу в колективах муніципальної влади. Муніципальні службовці повинні діяти як згуртована команда.

Однак проблема слабкої організаційної культури є актуальною для муніципалітетів і сьогодні [27, с. 87].

У муніципальному управлінні культуру найчастіше трактують як сукупність ідеальних уявлень та орієнтирів для вирішення місцевих і загальнодержавних проблем, або як форму цінностей і установок, що втілюються в управлінській діяльності. Ц

є складне, багаторівневе, внутрішньо суперечливе, соціальне і духовне явище, яке відображає здатність людини керуватися різними нормами і традиціями владно-управлінської діяльності. Зміст культури муніципального управління найповніше розкривається через його соціальну спрямованість, особисту культуру та стиль керівництва, які впливають на морально-психологічний клімат, умови управлінської праці та людські стосунки. Основним механізмом відтворення і передачі культури в організаціях місцевого самоврядування є особистість людини, яка має статус муніципального службовця [39, с. 21-27].

Духовність, культура та інтелігентність є якісними характеристиками професіоналізму сучасного муніципального службовця і повинні стати запорукою гідного іміджу службовця в очах громадської думки. Специфіка кожної організації, установи і навіть професії, особливості службових ситуацій і традиційних ділових відносин, що виникають у процесі певної професійної діяльності, породжують унікальний кодекс поведінки, характерний саме для цього середовища.

Ці норми закріплюються в сукупності правил і способів поведінки з людьми, які сприяють виконанню вимог управлінської етики, тобто встановленню атмосфери взаємного визнання і розуміння між керівниками та їхніми підлеглими, поваги один до одного, що дозволяє їм виражати повагу до іншого зовні [7, с. 177].

Оптимізація зв'язків з громадськістю та всебічне проникнення управлінської культури серед муніципальних службовців є одними з ключових умов формування громадянського суспільства, яке взаємодіє з правовою державою та муніципальним саморегулюванням у здійсненні муніципального управління [29, с. 178].

Сьогодні поширеним є кар'єрний тип делегата місцевого самоврядування, коли обрані делегати розглядають своє призначення лише як сходинок до подальшого політичного та адміністративного статусу. Деякі делегати мають доступ до органів місцевого самоврядування з єдиною метою - лобіювати інтереси своїх зацікавлених груп та організацій.

Бюрократизм у прийнятті рішень є ще однією серйозною перешкодою для розвитку місцевого самоврядування. Пропозиції щодо ініціатив, висунуті окремими делегатами та мешканцями муніципалітетів, розглядаються довго і голосуються нескінченно [29, с. 87].

Іншими словами, існує необхідність координації між службою публічної інформації та діяльністю інших структурних і функціональних підрозділів, як в межах одного муніципалітету, так і між муніципалітетом та його підрозділами. Хороших результатів можна досягти лише тоді, коли внутрішні та зовнішні характеристики поєднуються.

Таким чином, діяльність працівників інформаційної служби органу місцевого самоврядування включає організацію внутрішніх зв'язків з громадськістю (створення духу підприємливості в колективі, вирішення та попередження конфліктів всередині органів та підрозділів місцевого самоврядування) та заходи з формування сприятливої репутації органу влади у зовнішньої аудиторії (мешканці муніципалітету, органи влади, громадські організації, державні та комерційні структури).

Обидві організаційні системи повинні бути включені.

По-перше, це публічність і відкритість у роботі органів та посадових осіб місцевого самоврядування, а також інформування мешканців громади.

По-друге, створення сприятливого іміджу органів та посадових осіб

місцевого самоврядування в очах громадян.

Підсумовуючи результати дослідження та рекомендації, доцільно звернути увагу на застосування схем формування комунікаційних стратегій громади в кризових ситуаціях (зв'язки з громадськістю є частиною комплексу маркетингової та комунікаційної політики, від якої залежить позитивний імідж громади).

Кризова комунікація - це спеціальна схема комунікації між муніципалітетом та громадою, яка відбувається до, під час та після кризової ситуації. Впровадження кризової комунікації не лише допомагає пом'якшити та ліквідувати наслідки кризи, але й сприяє створенню ще більш сприятливої репутації для влади, яка змогла подолати кризу.

Перш за все, лідери громад повинні своєчасно виявляти і розуміти проблеми, які можуть потенційно або в кінцевому підсумку призвести до кризової ситуації. Вони також повинні мінімізувати потенційні загрози шляхом інформування преси про такі загрози та заздалегідь підготувати комунікаційні інструменти кризового реагування. Перш ніж запроваджувати та впроваджувати непопулярні рішення, варто проаналізувати, як це рішення сприйматиметься громадою.

Визначити плюси і мінуси такого рішення та дослідити, як цільова група населення може відреагувати на нього в разі його прийняття. Результати аналізу ризиків лягають в основу плану кризової комунікації. Кризовий менеджмент і кризова комунікація повинні доповнювати один одного і здійснюватися одночасно. Слід розуміти, що планування реагування на кризу - це процес, а не документ.

Детальне обґрунтування того, що станеться, якщо рішення буде прийнято, і що станеться, якщо рішення не буде прийнято, є основою для інформаційної кампанії.

У цьому випадку важливо залучати зовнішніх експертів - професіоналів галузі та громадських діячів, які розуміються на проблематиці. Важливо також регулярно відстежувати результати прийнятих рішень і фіксувати

будь-які позитивні зміни. Це підвищить довіру громади до влади та спростить подальші процедури прийняття рішень.

Особлива увага та фокус для преси при проведенні кризових комунікацій:

1. Повинен бути один речник, який виступає від імені місцевої влади в разі кризи і завжди доступний для преси. Єдиний речник може легко підготувати повідомлення заздалегідь. Бажано, щоб речником був високопоставлений лідер громади, що додає важливості та легітимності інформації, яку він передає, і показує, що муніципалітет серйозно ставиться до кризової ситуації.

2. Всі контакти між членами групи реагування на кризу та представниками ЗМІ повинні координуватися прес-секретарем.

3. Процедура надання коментарів має бути прозорою і зрозумілою для всіх членів групи реагування на кризові ситуації Працювати з журналістами і не уникати коментарів, тікаючи від них.

4. Уникати неформальних розмов або обговорень кризової ситуації в соціальних мережах і не передавати журналістам коментарі з позначкою «не для друку».

5. В електронних ЗМІ, таких як телебачення і радіо, представники групи реагування на кризові ситуації повинні інформувати громадськість про кризові ситуації інформувати громаду без аргументації та полеміки.

6. Під час круглих столів та дебатів надавати представнику кризової команди останнє слово після критичних зауважень.

7. Оперативно готувати власні прес-релізи, аудіо- та відеоматеріали та розсилати їх у всі ЗМІ.

8. У разі виникнення кризи не використовувати прес-реліз як привід для інформування громадськості.

9. У разі виникнення кризи не використовувати прес-реліз як привід для інформування громадськості.

10. У разі виникнення кризи не використовувати прес-реліз як привід

для інформування громадськості.

За відсутності інформації від влади журналісти шукатимуть, де взяти інформацію, і це може бути важлива інформація. Саме так можна уникнути непорозумінь і боротися з чутками, фейковими новинами та дезінформацією. Прес-служби органів місцевого самоврядування повинні відігравати ключову роль у донесенні важливої інформації до громадськості та ЗМІ.

З самого початку кризи журналісти прагнуть отримати максимум інформації від влади. Представники ЗМІ намагаються не лише поінформувати своїх глядачів і читачів про причини кризи, але й зробити це якомога швидше і дізнатися якомога більше.

Вони вимагатимуть пояснень щодо процесів, які відбуваються, і намагатимуться негайно встановити винних у виникненні кризи. Журналістам потрібно бути готовими до того, що вони будуть використовувати різні джерела, включаючи офіційну інформацію, повідомлення ворожих сил та інтерв'ю з людьми, які видають себе за експертів.

Деяка інформація є неперевіреною, наприклад, чутки та фейки. Жага людей до новин під час кризи зростає, як снігова куля. Потрібно більше новин, і опоненти можуть використовувати це для формування громадської думки на свою користь. Ось чому важливо, щоб офіційне висвітлення подій у пресі було регулярним.

Якщо представник виконавчого органу виявляє дезінформацію, пресу слід негайно інформувати про це. Детальний план дій та вміння використовувати різні канали інформування можуть значно підвищити ефективність реагування на кризу.

Очевидно, що сама по собі комунікація не може подолати кризу, але добре розвинена система кризових комунікацій необхідна для того, щоб впоратися з панікою в суспільстві, протидіяти чуткам і допомогти людям подолати їхні страхи. Робота інформаційних служб має плануватися так само, як і робота інших виконавчих органів місцевого самоврядування.

У діяльності інформаційних служб розрізняють стратегічне та поточне планування. На основі результатів довгострокового плану новинні організації розроблятимуть власні галузеві програми висвітлення діяльності органів місцевого самоврядування на період від трьох до п'яти років.

Стратегічне планування дозволить пресі виділити в бюджеті громади необхідні кошти для виконання своїх комунікаційних функцій. Програма розробляється на основі аналізу галузевих програм соціально-економічного розвитку громади із зазначенням заходів, які планується реалізувати, та відповідного бюджету.

Важливою складовою такої програми є організація необхідної тендерної процедури відбору медіа-партнерів. Досвід показує, що поточну діяльність найкраще планувати на щотижневій основі. Планування інформаційно-комунікаційної діяльності має визначати цільову читачську аудиторію і, відповідно, канали та форми подачі інформаційних матеріалів.

Важливим елементом поточного планування є моніторинг інформаційних просторів, таких як телебачення, друковані ЗМІ, інформаційні веб-сайти та соціальні мережі.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування в межах коштів, передбачених у державному та місцевих бюджетах на висвітлення своєї діяльності, замовляють засобам масової інформації підготовку спеціальних репортажів і повідомлень про важливі події, що відбуваються в країні, про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування; прямі теле- і радіопередачі про їхню діяльність; організацію систематичних (проблемно-тематичних) теле- і радіопередач, а також сторінок (рубрик) у друкованих засобах масової інформації.

Для успішної реалізації програми інформування громадськості бажано мати чітке уявлення про цільову аудиторію громади, як внутрішню, так і зовнішню. Розділіть зовнішнє середовище громади на категорії груп людей та установ (організацій), які взаємопов'язані з життям громади. Якщо в житті цих зовнішніх груп чи організацій відбудуться якісні або кількісні зміни, чи

відбудуться зміни в житті громади? Якщо зміна в житті певної групи чи організації призведе до значних змін у житті громади, то ця група чи організація буде однією з головних цілей громади. Якщо зміна в житті певної групи людей або організації призведе до важливої, але не значної зміни в житті цільової групи, то ця група людей або організація буде однією з вторинних цільових аудиторій громади.

Цільові аудиторії в громаді - це групи або категорії людей, які беруть участь у діяльності, формальній чи неформальній, що тісно пов'язана з життям цільової групи. Цільові аудиторії визначаються для кожної сфери діяльності, щодо якої планується комунікація. Як правило, передбачаються сегменти за віком, соціальним статусом, родом занять, видом діяльності тощо.

Найважливішою цільовою внутрішньою аудиторією є люди, які проживають на території громади. До зовнішніх аудиторій Громади відносяться гості, які приїжджають на нічліг, туристи, інвестори, міжнародні партнери, районні та державні органи влади, центральні органи влади тощо.

Пропозиція щодо покращення іміджу Підгородненської ТГ (рис. 3.2).

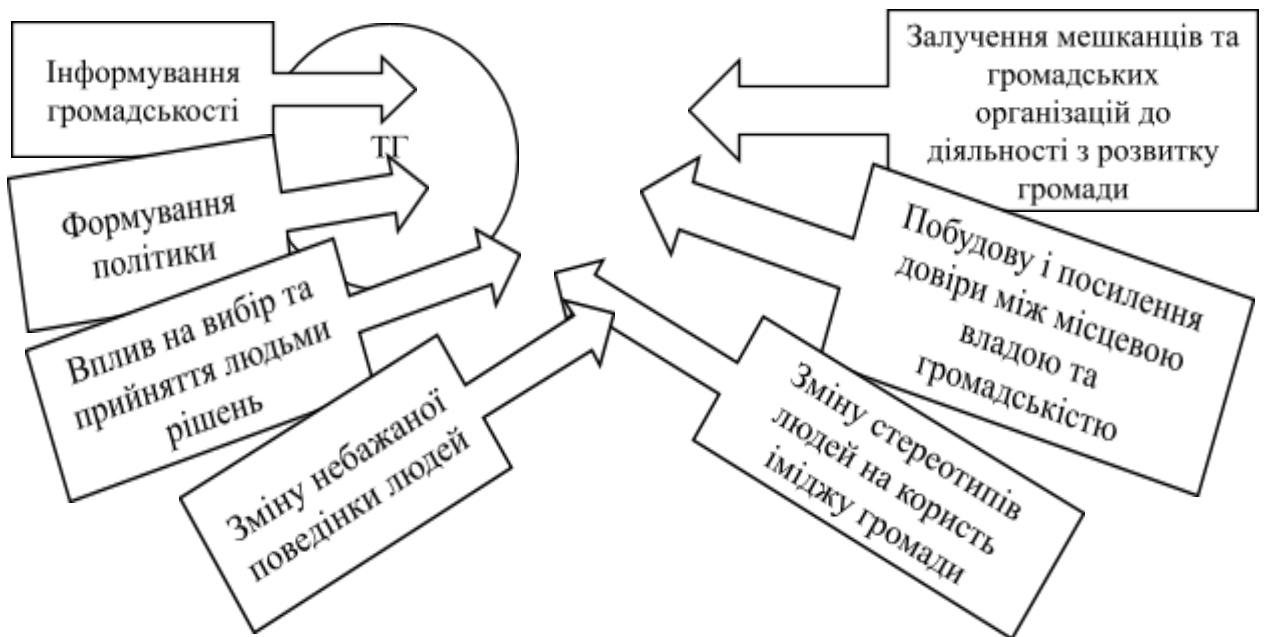


Рис. 3.2 Напрями формування публічної діяльності

Комунікація із зовнішніми аудиторіями допомагає впливати на державну політику в потрібному напрямку, створювати позитивний імідж

громади як місця для проживання та сплати податків, в тому числі в туристичному секторі, підтримувати місцевий бізнес, залучати інвестиції, шукати партнерів для співпраці та залучати міжнародну підтримку.

Думка цільової аудиторії про громаду має першорядне значення для керівництва. Вона впливає на публічний імідж громади та муніципалітету. Репутацію можна створювати роками, а можна зруйнувати в одну мить. Тому доцільно ретельно обирати відповідний підхід для кожної цільової групи і працювати систематично. Комунікаційна ініціатива повинна виходити від лідерів громад.

Важливий алгоритм побудови іміджу ТГ: розповідати про життя громади, проявлення ініціативи, досвід розповідати про виклики.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У дослідженні зазначається, що західні експерти вважають, що місцева влада повинна діяти на засадах колективної відповідальності, що вимагає ділового партнерства та співпраці між громадянами та представниками адміністрації.

Найбільш ефективним засобом досягнення такої співпраці вважаються публічні інформаційні послуги. Ми стверджуємо, що найкращі практики повинні застосовуватися на практиці з урахуванням адміністративних реалій. Іншими словами, слід знаходити розумні компроміси, які можуть бути адаптовані до України.

На основі вивченого теоретичного матеріалу та досвіду діяльності органів місцевого самоврядування у сфері зв'язків з громадськістю ми пропонуємо низку рекомендацій щодо вдосконалення такої діяльності. - З метою розробки стратегії діяльності зі зв'язків з громадськістю та визначення цілей і завдань органів місцевого самоврядування, працівникам Піддніпрянської ТГ варто провести аналітичне дослідження.

У процесі реалізації заходів зі зв'язків з громадськістю слід шукати нові підходи та застосовувати нові технології для формування сприятливої громадської думки щодо діяльності Підгороднянської ТГ. Ця концепція забезпечує наявність низки постійних рубрик та матеріалів автора, який є делегатом Підгороднянської міської ТГ.

Мобільні додатки для муніципальної влади спрощують подачу запитів до муніципалітету та дають можливість представникам місцевої громади висловити свою думку з актуальних питань. Успішна взаємодія з місцевим населенням вимагає від місцевої влади регулярної оцінки потреб та інтересів місцевого населення.

Пропонується провести вступний моніторинг суспільно-політичного процесу, а потім періодично здійснювати його в подальшому. Моніторинг має здійснюватися поетапно: визначення кількісного та якісного аналізу населення, проведення соціологічних опитувань з актуальних питань та аналіз отриманих думок.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота успішно досягла поставленої мети - удосконалення діяльності органів місцевого самоврядування у сфері зв'язків з громадськістю.

Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки: 1. дослідження показало, що не існує єдиної думки щодо тлумачення дефініції «зв'язки з громадськістю».

Під «зв'язками з громадськістю в системі місцевого самоврядування» слід розуміти цілеспрямовану взаємодію між структурами місцевого самоврядування (групами, організаціями, установами) та громадянами і органами державної влади, в ході якої оцінюється ставлення різних верств населення до тих чи інших рішень і дій, а також до задекларованої та реально здійснюваної політики. можна визначити як інформаційно-комунікативну функцію, яку здійснюють органи державної влади та громадські інституції, що дозволяє їм ідентифікувати, співвідносити реалізовані програми з суспільними інтересами та формувати громадську думку.

У роботі зазначено, що зв'язки з громадськістю в органах місцевого самоврядування ґрунтуються на фундаментальних принципах відкритості, легітимності, ефективності, конструктивності, системності та взаємоповаги.

Реалії сьогодення такі, що потенціал зв'язків з громадськістю на рівні місцевого самоврядування використовується не в повній мірі. Наразі потенціал зв'язків з громадськістю органами місцевого самоврядування реалізується переважно через функцію інформування. Навіть якщо місцева влада усвідомлює необхідність діалогу з громадськістю, у більшості випадків цей процес перебуває під жорстким контролем самої влади, що має негативний вплив. Таким чином, публічна інформація визначається як організаційно-правовий режим діяльності всіх учасників соціальної взаємодії, що забезпечує їм можливість отримувати необхідний і достатній обсяг інформації (даних) про структуру, цілі, завдання, фінанси та інші

суттєві умови діяльності суб'єктів владних повноважень.

Однак, цей незважаючи на існування такого документа, система громадського контролю за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування залишається невизначеною. У зв'язку з цим, одним з першочергових завдань є розробка комплексної програми розвитку інформаційного законодавства. Така програма мала б визначити склад, структуру, послідовність і терміни розробки та прийняття спеціального законодавства та окремих правових кодексів, які б регулювали весь спектр інформаційних відносин. Крім того, перспективним завданням є розробка єдиного інформаційного кодексу. Реалізація національної інформаційної політики відповідно до затвердженої концепції та згідно з чинним законодавством є управлінським завданням, практичне вирішення якого вимагає виконання низки умов.

Дослідження проводилося на базі Підгороднянської міської територіальної громади. Основною метою цієї територіальної громади є формування прозорих відносин з населенням, громадськими організаціями, засобами масової інформації, політичними партіями, комерційними структурами та іншими організаціями в регіоні та підвищення їхньої довіри до влади, яка має гарантувати реалізацію їхніх конституційних прав. Взаємодія в Пийгороденській ТГ відбувається у формі зборів мешканців, громадських ініціатив, спільних заходів (зустрічей, сесій) та звернень громадян.

Підгородненська громада створила веб-сайт Підгородненської міської ради в доменній зоні dr.gov.ua глобальної інформаційної мережі Інтернет відповідно до рішення Підгородненської районної ради від 17 березня 2020 року «Про створення та функціонування офіційного веб-сайту». Веб-сайт створено в доменній зоні dr.gov.ua глобальної інформаційної мережі Інтернет.

Метою веб-сайту є оприлюднення інформації про діяльність Городненської міської ради, підвищення ефективності та прозорості її діяльності, забезпечення її впливу на процеси, що відбуваються у сфері

діяльності ради, оприлюднення проектів нормативно-правових актів, рішень органів місцевого самоврядування та самої ради.

Незважаючи на наявність різних відділів, відділ зв'язків з громадськістю відсутній окремий відділ, який би займався зв'язками з громадськістю, працівники інших відділів перевантажені іншими обов'язками, відносини між відділами, які беруть участь у налагодженні зв'язків з громадськістю, належним чином не координуються, інформація, яка надається громадськості, є недостатньою, а громадськість недостатньо поінформована.

Для усунення цих недоліків; 8. забезпечити інформування громадськості про зв'язки з громадськістю міської ради; 9. забезпечити інформування громадськості про зв'язки з громадськістю міської ради, запропонувати керівництву Підволочиського автономного району скористатися діагностичним інструментом CLEAR, розробленим Європейським комітетом з місцевої та регіональної демократії. Виходячи з цих п'яти основних факторів та використовуючи методологію застосування такого інструменту, ми пропонуємо анкету CLEAR, яка дозволить керівництву Підгородненської ОТГ визначити сильні та слабкі сторони залучення громади до формування соціально-економічного життя та знайти більш ефективні форми громадянського залучення та активізації. 8. дослідження показало, що західні експерти вважають, що місцева влада має діяти на засадах колективної відповідальності, а це вимагає ділового партнерства та співпраці між громадянами та представниками публічної адміністрації.

Найбільш ефективним засобом досягнення такої співпраці вважаються публічні інформаційні послуги. Ми стверджуємо, що найкращі практики повинні застосовуватися на практиці з урахуванням адміністративних реалій. Іншими словами, слід знайти розумний компроміс, який може бути адаптований до умов України.

На основі дослідженого теоретичного матеріалу та досвіду діяльності

органів місцевого самоврядування у сфері зв'язків з громадськістю запропоновано низку рекомендацій щодо вдосконалення такої діяльності. - Посадовим особам Підгороднянської ОТГ слід проводити аналітичні дослідження для розробки стратегії діяльності зі зв'язків з громадськістю та визначення цілей і завдань органу місцевого самоврядування; шукати нові підходи в процесі реалізації заходів зі зв'язків з громадськістю з метою формування сприятливої громадської думки про діяльність Підгороднянської ОТГ; застосовувати нові технології та застосовувати нові технології. Така концепція передбачає наявність низки постійних рубрик та матеріалів авторів, які є депутатами Підгородненської міської ради. Мобільні додатки муніципальної влади мають спростити подання запитів до муніципалітету та надати можливість представникам місцевої громади висловити свою думку з актуальних питань.

Для забезпечення успішної взаємодії з місцевим населенням органам місцевого самоврядування слід регулярно виявляти потреби та інтереси місцевого населення. Пропонується здійснювати вступний моніторинг суспільно-політичного процесу з подальшим регулярним проведенням Визначення кількісного та якісного аналізу населення, проведення соціологічних опитувань на актуальні теми та аналіз отриманих коментарів.

СПИСОК

ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Н.О. Сутність зв'язків з громадськістю в системі публічного управління. Публічне управління та регіональний розвиток. 2018. № 1.С.10-31 С.26
2. Алексєєв В.М., Липовська Н.А. Взаємовідносини держави та суспільства : нач. посібник.- Дніпро: ГРАНІ 2019. – 172с
3. Беззубко Л.В., Скопец О.В, Про деякі механізми взаємодії членів громади з органами місцевого самоврядування. Менеджер ДонДУУ. 2007. № 1(39). С.76-81
4. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) в економічній діяльності. / В.С. Білоус. – К.:КНЕУ, 2005. – 275 с.
5. Висоцька С.М. Удосконалення діалогу органів влади і громадськості на регіональному рівні. Державне управління: теорія та практика. 2012. № 2. С.17-21.
6. Взаємодія органів державної влади та громадянського суспільства : навч. посіб.; за наук. ред. Ю. П. Сурміна, А. М. Михненка ; авт. кол. : Ю. П. Сурмін [та ін.]. – Київ :НАДУ, 2011. – 388 с
7. Гуріна Л. Зв'язки із громадськістю в органах державної влади. Зб.наук.праць Національний університет «Острозька академія», 2013., с.281
8. Демида І. Взаємовідносини держави та громадського суспільства в зарубіжних країнах: досвід для України. Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством : матеріали наук.-практ. конф., м. Одеса, 28 квіт. 2016 р. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 53–73.
9. Драгомирецька Н. Комунікативна діяльність в публічному управлінні: зарубіжна практика. Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством: матеріали наук.-практ. конф., м. Одеса, 28 квіт. 2016 р. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 23–27.
10. Дяченко М.І., Коваленко Г.О. Взаємодія органів місцевого

самоврядування та органів державної влади з громадськістю регіону. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2018. № 3. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/37.pdf (дата звернення 26.10.2024)

11. Європейська Хартія місцевого самоврядування (ратифікована Верховною Радою України 15 липня 1997 року) URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036#Text (дата звернення 05.09.2024)

12. Єфанова Н.Є. Аналіз нормативно-правового забезпечення у сфері інформаційно-комунікаційної інфраструктури в Україні. Державне управління: теорія та практика. 2018. № 1. С.117-124

13. Заєць О.М. Теоретичні основи дослідження зв'язків з громадськістю як інструменту взаємодії політичних суб'єктів України. Молодий вчений. 2017. №12(52).С. 130-132

14. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» від 23 вересня 1997 року № 539/97-ВР

15. Запровадження комунікацій у суспільстві /За заг. ред. Н.К. Дніпроенко, В.В. Різуна –К.: ТОВ«Вістка», 2009. – 56 с

16. Загорский В.С., Телешун С.О. Енциклопедія державного управління. Львівській регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентіві України. Т.8., 2013. - 334с.

17. Збірник звітів за результатами оцінки діяльності органів виконавчої влади за напрямком «взаємодія з громадськістю»: Збірка / упоряд.: Любов Паливода – К.: БФ “Творчий центр ТЦК”, 2018. – 72 с.

18. Зінченко А.Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. Укр. соціум. 2005. № 5–6. С. 164–169.

19. Зяйлик М.Ф. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32396/2/monograph_PU_2020_TNTU_Ziaail_uk_M-The_role_and_value_of_public_33-49.pdf_C,37 (дата звернення

05.09.2024)

20. Індекс публічності у місцевому самоврядуванні. URL: <http://publicityindex.org/> (дата звернення 10.10.2024)

21. Карий О.І., Панас Я.В. Місцеві ініціативи та залучення громадськості до здійснення місцевого самоврядування. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування Асоціація міст України – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. – 176 с.

22. Киричок А.П. Дефініція поняття паблік рілейшенз та зв'язки із громадськістю як соціальний інститут. URL: https://www.researchgate.net/publication/330778349_Definicija_ponata_pablik_ril_ejsnz_ta_zv%27azki_z_gromadskistu_ak_socialnij_institut (дата звернення 05.09.2024)

23. Конвенція про захист прав людини та основних свобод. Ратифіковано Законом України від 17.07.1997р. № 475/97 ВР URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004#Text

24. Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, які стосуються довкілля. Ратифіковано Законом України від 06.07.1999р. № 832-14. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_015#Text

25. Конституція України : офіц. текст. Київ : КМ, 2013. 96 с.

26. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки із громадськістю Наукові основи, методика, практика: підручник. – К.: Вид.дім «Києво-Могилянська академія», 2009.-831с.

27. Королько В. Г., Некрасова О.В. Інституціоналізація системи зв'язків з громадськістю (PR) в Україні: аналіз моделей. Проблеми розвитку соціологічної теорії. Трансформація соціальних інститутів та інституціональної структури суспільства : наукові доповіді і повідомлення III Всеукраїнської соціологічної конференції / [за ред. М. О. Шульги, В. М. Ворони]. – К. : САУ, ІС НАНУ, 2003. – 43 С.

28. Кравченкова Г. М. Паблік рілейшенз як соціальний інститут

Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2013. №58. С.22.

29. Кравцова З.С. Окремі аспекти взаємодії органів державної влади та інститутів громадянського суспільства. Юридичний науковий електронний журнал. 2021. № 2. URL: http://www.lsej.org.ua/2_2021/11.pdf (дата звернення 06.11.2024)

30. Ладиченко В. Проблеми взаємодії держави і громадянського суспільства. Публічне право. 2016. № 4. С. 18 – 25.

31. Левчук М.Г. Моделі зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. Економіка та держава. 2009. № 8. С.81-83

32. Левчук М.Г. Взаємодія органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань в умовах децентралізації державно-управлінських послуг: Інститут проблем державного управління та місцевого самоврядування НАДУ. URL: http://www.academy.gov.ua/ej/ej7/doc_pdf/levchuk.pdf (дата звернення 26.10.2024)

33. Литвинова Л.В. Соціально-психологічний вимір побудови комунікацій державних службовців з громадськістю. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej17/PDF/24.pdf> (дата звернення 26.10.2024)

34. Малаш С.М. Проблематика взаємовідносин між органами виконавчої влади та громадськістю. Державне управління: теорія та розвиток. 2017. № 9. С.21-27.

35. Малик Я. До питання про взаємодію органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні. Ефективність державного управління: Зб.наук.пр. – Вип. 43. 2015. С.295-361

36. Михайловська О. В. Деякі аспекти комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості. Науковий вісник Полісся. – Чернігів: ЧНТУ, 2016. № 1 (5). - 136 с.

37. Муркович Л. Особливості взаємодії органів місцевого самоврядування і територіальної громади. [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03\(10\)/11mlistg.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03(10)/11mlistg.pdf)

38. Непоп Л. Політика Європейського союзу щодо розвитку громадянського суспільства. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. Київ, 2014. Випуск 2(70). 254 с

39. Павлюк К., Іголкін І. Особливості соціо-структурних взаємодій громадянського суспільства і держави в країнах західної Європи. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. Ірпінь. - 2011. Вип. 1. С. 418–428.

40. Пилипко Т.А. Особливості діяльності прес-служби в органах державної виконавчої влади. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.04.html> (дата звернення 02.11.2024)

41. Постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади»

42. Постанова Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики».

43. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. – К. : Знання, 2006. – 327 с.

44. Про інформацію: Закон України від 16.07.2020 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення 05.09.2024)

45. Про засади до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 р. № 2939 VI (із змінами). Відомості Верховної Ради.-К.,2011,- 9с.

46. Про звернення громадян: Закон України від 2 жовтня 1996 року №393/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>(дата звернення 05.09.2024)

47. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI URL: [https //zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text)

(дата звернення 05.09.2024)

48. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації: Закон України від 23.09.1997 № 539/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>

49. Романенко Є. Комунікативна взаємодія органів державної влади та громадськості: сутність та особливості її налагодження. Державне управління та місцеве самоврядування. 2014. Вип. 2 (21). С.190-201.

50. Романенко Є. Діалогічна взаємодія громадськості та органів державної влади у процесі формування державної політики. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/apdyo_2014_2_13.pdf (дата звернення 05.09.2024)

51. Самойленко Т.Г. Механізми реалізації зв'язків із громадськістю в публічному управлінні. Публічне управління та адміністрування в Україні. 2019. Вип.4. С.67-71. С.70

52. Саппа М. М. До питання про становлення і розвиток паблік рилейшнз в Україні. Український соціум. 2006. № 6 (17). 55 С.

53. Сенча С.А. Аналіз можливості адаптації досвіду зарубіжних країн для стимулювання розвитку громадянського суспільства в Україні. Право та державне управління. 2020. № 1. Т.2. С.170-177

54. Стаскевич Ю.М. Взаємодія органів місцевого самоврядування і громадянина в умовах децентралізації влади URL: <http://oaji.net/articles/2014/797-1400183104.pdf> (дата звернення 05.09.2024)

55. Ткаченко І. Громадянське суспільство і Європейській союз: функціонування і співпраця. Наукова бібліотека, Віче. 2015. Вип. 2. 16 с.

56. Указ Президента України від 5 травня 2011 року № 547/2011 «Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації»

57. Уряд для громадян. Ініціативи щодо поліпшення якості послуг. Український переклад. – Львів: Львівск. філіал УАДУ, 2000. – 293 с.

58. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні: посіб. – К. : Ленвіт, 2012 . – 64 с.

59. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні: навчально-методичний посібник. - К.:ДП «Укртехінформ», 2013. – 250с.

60. Форми та методи залучення громадськості. Навч. посібник/ Інститут громадянського суспільства; за заг. ред. В.Артеменка. К.: ІКЦ «Леста», 2007. – 248с.

61. Фуртатов В.С. Удосконалення механізму взаємодії органів виконавчої влади та місцевого самоврядування. Наукові праці Чорноморського державного університету ім.. Петра. 2010. Вип. 117. С. 66-70.

62. Халецький А.В. Зв'язки органів державної влади з громадськістю: інформаційна взаємодія. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2012. №12. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=547> (дата звернення 26.10.2024)

63. Халецький А. Зарубіжний досвід сприяння розвитку громадянського суспільства. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2012. Вип. 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duug_2012_11_12 (дата звернення: 15.10.2024).

64. Шумляєва І. Розвиток взаємовідносин органів публічної влади та громадян в умовах формування правової держави. Державне управління та місцеве самоврядування, 2019, вип. 2(41). С. 157-165