

DOI <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2021-2-13>

КОМУНІКАЦІЯ – ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ СПРОМОЖНИХ ГРОМАД

Ірина Положешна,

аспірантка кафедри парламентаризму

Навчально-наукового інституту публічного управління та державної служби

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

головний спеціаліст управління стратегічного планування та комунікацій

Міністерства молоді та спорту України (Київ, Україна)

ORCID ID: 0000-0001-9085-2466

irina-1970p@ukr.net

Анотація. У положеннях наукової статті автор проводить аналіз застосування комунікації органами місцевого самоврядування як важливого механізму розвитку спроможної територіальної громади. Через комунікацію відбувається зворотний зв'язок, коли місцева влада інформує громаду про свою діяльність, а також дізнається про ефективність своєї роботи.

Комунікація є ефективним інструментом управління для розроблення та реалізації заходів, необхідних для досягнення цілей у громаді. Тому комунікаційну діяльність варто застосовувати стратегічно, вона має бути добре продуманою, систематичною, регулярною та належним чином контролюватися. Стратегічна комунікація – це зв'язок правильного повідомлення з відповідною цільовою аудиторією відповідним чином.

Важливим елементом у системі взаємодії органів виконавчої влади, місцевого самоврядування та громадськості є створення та реалізація комунікаційної стратегії територіальної громади, яка є потужним інструментом залучення громадян до управління громадою та соціально-економічного розвитку.

Комунікаційна стратегія громади може стати ефективним «містком» між місцевою владою та населенням за умови активної громадянської позиції та відповідального ставлення до обов'язків та повноважень усіх учасників комунікації, що приведе до створення інституційно спроможної територіальної громади.

Ключові слова: децентралізація, комунікаційна стратегія, територіальна громада, громадськість, інструменти комунікації, органи місцевого самоврядування, територіальні громади.

COMMUNICATION – AN EFFECTIVE MECHANISM FOR CREATING CAPABLE COMMUNITIES

Iryna Polozheshna,

Postgraduate Student at the Department

Parliamentarism of the Educational and Scientific Institute of Public Administration

and Civil Service of the Taras Shevchenko National University of Kyiv,

Chief Specialist at the Strategic Planning and Communications Department

Ministry of Youth and Sports of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

ORCID ID: 0000-0001-9085-2466

irina-1970p@ukr.net

Abstract. In the provisions of the scientific article, the author analyzes the use of communication by local governments as an important mechanism for the development of a viable territorial community. Through communication, feedback occurs when local authorities inform the community about their activities, as well as learn about the effectiveness of their work.

Communication is an effective management tool for the development and implementation of measures necessary to achieve goals in the community. Therefore, communication activities should be applied strategically,

be well thought out, systematic, regular and properly monitored. Strategic communication is the connection of the right message with the relevant target audience in a relevant way.

An important element in the system of interaction between executive authorities, local governments and the public is the creation and implementation of a communication strategy of the territorial community, which is a powerful tool for involving citizens in community management and socio-economic development.

Community communication strategy can become an effective “bridge” between local government and the population, provided an active citizenship and responsible attitude to the responsibilities and powers of all participants in communication, which will lead to the creation of an institutionally capable territorial community.

Key words: decentralization, communication strategy, territorial community, public, communication tools, local governments, territorial communities.

Вступ. Проведення реформи децентралізації вимагає створення нових форм співпраці та взаєморозуміння органів місцевого самоврядування з населенням територіальних громад та громадянським суспільством і, відповідно, потребує впровадження комунікаційної складової частини під час створення інституційно спроможних територіальних громад, яка характеризуватиметься оперативністю, відкритістю, прозорістю, ефективністю та якістю. Наявність комунікації між органами виконавчої влади, посадовими особами територіальної громади, депутатським корпусом, населенням, громадянським суспільством дає можливість всім учасникам бути рівноправними й активними, здатними не просто налагоджувати комунікаційні канали, які дозволять швидко передавати інформацію зацікавленим сторонам, але і створювати ефективний комунікаційний майданчик для результативного та взаємовигідного спілкування задіяних в комунікаційному процесі суб’єктів.

Загальнотеоретичні аспекти комунікаційної взаємодії вивчали такі автори, як Б. Адамс, П. Друкер, В. Зигерт, Л. Ланг, Е. Мерманн, Е. Тоффлер, К. Шенон та інші. До питань побудови нової парадигми державного управління в умовах розвитку комунікації органів державної влади та громадськості у своїх працях звертались О. Бажинова, А. Кучабський, Л. Пашко, Є. Романенко, А. Хлебнікова, В. Юрченко. Питанням діяльності громадських рад присвячували свої наукові праці такі українські дослідники, як Т. Андрійчук, Н. Боржеллі, Н. Дніпренко, В. Брайт, Т. Денисюк, Л. Загайнова, О. Козакевич, В. Латишева, І. Підлуська та інші. Однак зазначені дослідження є недостатніми, питання потребують подальшого вивчення і поглиблення у зв’язку з викликами сьогодення, а саме проведенням реформи децентралізації в Україні та створенням інституційно спроможних територіальних громад.

Метою наукової статті є дослідження нової парадигми комунікації органів виконавчої влади, місцевого самоврядування з населенням територій та громадськістю, аналіз специфіки взаємодії органів місцевого самоврядування з інститутами громадянського суспільства, іншими стейкхолдерами через формування комунікаційної стратегії територіальної громади.

Основна частина. У зв’язку з реформуванням органів місцевого самоврядування та проведенням децентралізації кожен житель громади прагне не лише бути поінформованим, а й самостійно продукувати інформацію, яка буде сприйнятою іншими суб’єктами комунікативного процесу. У площині публічного управління це відображає бажання громадян не стільки пасивно сприймати інформацію, що поширюється органами виконавчої влади та місцевого самоврядування, скільки бути спроможним впливати на ухвалення рішень, визначення пріоритетних напрямів розвитку, формування програми дій у межах компетенції даних органів. Отже, можемо констатувати наявність нагальної потреби в побудові суб’єкт-суб’єктного типу комунікації, що забезпечить повноцінний діалог між громадянами та публічними органами влади, який характеризується діалогічністю, можливістю бути почутим, а також налагодженням моделі «питання – відповідь».

Ефективний зворотний зв’язок забезпечує своєчасне інформування населення щодо тих аспектів діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, які найбільше

цікавлять громадян, дозволяє оцінити швидкість та якість реагування на виявлені проблеми, визначити можливі прорахунки і, за потреби, скоригувати план подальших дій.

Вітчизняні науковці звертають увагу на те, що умовою налагодження двостороннього діалогу влади та громадськості є «організаційно-правова спроможність інститутів громадянського суспільства до артикуляції соціальних інтересів, їх просування та захисту», а успіх такого діалогу часто «залежить від спільних дій органів державної влади й об'єднань громадян та їх готовності до співробітництва», адже «громадські об'єднання здійснюють реальний вплив на державну політику <...>, уособлюючи весь спектр думок, що генеруються у громадянському суспільстві» (Kuchabskiy, 2012: 197).

Завдяки розвитку взаємодії публічної влади та громадськості змінюються механізми управління на державному, регіональному та місцевому рівнях. Відбувається зростання зацікавленості влади у з'ясуванні та врахуванні думки громадськості.

Науковці в галузі публічного управління дедалі активніше обговорюють формування інституту громадськості як можливої форми впливу й участі в управлінському процесі, але, «якщо говорити про можливість виникнення й уведення інституціонального соціального діалогу в Україні, то потрібно забезпечити відповідні умови його організації, окреслити способи функціонування й очікувані результати» (Vzayemodiya z gromadskisty u umovah realizatsiyi administratyvnoyi reform, 2012: 45).

Зміни у свідомості громадян стануть основою довгострокового, сталого соціального й економічного розвитку громади, формуватимуть її унікальний соціальний капітал, який характеризуватиметься вмінням працювати в команді, упевненістю в собі, позитивним настроєм, готовністю до співпраці, емоційною стійкістю, толерантністю, відповідальністю, здатністю прийняти виклик, готовністю до змін, взаємодовірою, самоорганізованістю тощо.

Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» чітко визначені форми прямої демократії, які місцева влада повинна використовувати як правові механізми сприяння самоорганізації населення, а саме: місцевий референдум, загальні збори громадян, громадські слухання, місцеві ініціативи, органи самоорганізації населення (Pro mistseve samovryaduvannya v Ukrayini, 1997).

Кожна з перелічених форм прямої демократії має свої особливі характеристики, що впливають на розвиток громадянського суспільства на місцевому рівні.

Місцеві органи самоврядування активно підтримують саму ідею посилення довіри у громаді, довіри між населенням і владою. Але що стосується питання самоорганізації населення, представники влади часто помилково сприймають цей процес як безпосередню загрозу їхнім владним повноваженням. Це пояснюється відсутністю бажання у голів міських, селищних та сільських громад використовувати можливості щодо активізації громад шляхом створення органів самоорганізації населення. Однак приклади найбільш успішних громад доводять, що саме завдяки високому рівню комунікації та самоорганізації населення влада ефективно вирішує проблеми комунальних послуг, функціонування шкіл, закладів культури, поліпшення естетичного вигляду вулиць сіл і селищ, створення різних економічних кластерів і кооперативів тощо.

На нашу думку, ефективність системи управління громадою залежить від оптимізації комунікативної взаємодії органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадськості. Це стає можливим завдяки побудові не лише ефективної комунікативної політики, а й єдиного комунікативного простору, що реалізується на основі принципу партнерства, реалізація якого передбачає цілковиту довіру з боку громадськості до місцевої влади.

Звітуючи перед населенням громади, посадові особи органів місцевого самоврядування, депутатський корпус громади повинні нести відповідальність за свої дії й ухвалені рішення. Така форма взаємодії є однією з дієвих форм колективного управління, що забезпечує зміц-

нення демократії, адже нові форми комунікації публічної влади і населення створюють передумови розвитку інститутів і організацій громадянського суспільства, сприяють демократизації.

Комунікація – це ефективний управлінський засіб розвитку та реалізації заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей у громаді. Тому комунікативна діяльність має застосовуватися стратегічно, бути продуманою, систематичною, регулярною та належно контролюватися. Стратегічна комунікація – це зв'язок правильного меседжу (послання) з відповідною цільовою аудиторією релевантним способом.

Як і будь-який інший вид діяльності, комунікація може і повинна бути вимірною й оціненою. Саме тому надзвичайно важливим є забезпечення зворотного зв'язку.

У результаті проведеного аналізу офіційних сайтів територіальних громад Дніпропетровської області визначили кількісні показники комунікаційної складової частини територіальних громад, їхню роботу із громадськістю, створення та функціонування офіційних сайтів, дійшли таких висновків.

З 86 територіальних громад (далі – ТГ), які знаходяться у Дніпропетровській області, у 81 громаді є активні власні сайти, на 5 сайтах ТГ інформація не оновлювалась понад пів року (6,2%). У Слобожанській громаді впроваджено сайт «Електронна громада» разом із додатком «Дія».

У 84 ТГ (97,7%) у розділі «Контакти» розміщені: адреса територіальної громади, контактні телефони, електронні адреси. У 2 громадах (2,3%) Дніпропетровського району (Китайгородська с/р та Ляшківська с/р) – на офіційному сайті відсутня контактна інформація.

У 68 територіальних громадах (79,1%) вчасно оприлюднюються рішення сесій та розпорядження голів територіальних громад, в 11 (12,8%) – розділ «Рішення сесій» не оновлювався понад пів року або рішення оприлюднюються частково, 7 територіальних громад (Китайгородська с/р та Ляшківська с/р Дніпропетровського району, Верхівцевська м/р та П'ятихатська м/р Кам'янського р-ну, Лозуватська с/р Криворізького р-ну, Мирівська с/р Нікопольського р-ну, Тернівська м/р Павлоградського р-ну), що становить 8,1% від загальної кількості громад, – узагалі не оприлюднюють свої рішення.

Відповідно до Закону України «Про звернення громадян», який забезпечує громадянам України можливості для участі в управлінні державними і громадськими справами, для впливу на поліпшення роботи органів державної влади і місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, для обстоювання своїх прав і законних інтересів та відновлення їх у разі порушення, для забезпечення якісної комунікації між органами місцевого самоврядування та населенням, яке проживає на території громади, посадовим особам необхідно створити умови для якісного надання інформації (Pro zvernennya gromadyan, 1996). На сайтах територіальних громад необхідно створити розділ «Звернення громадян», де оприлюднюються нормативно-правові акти з даного питання, особисті та виїзні графіки прийому громадян посадовими особами, форми електронних звернень та петицій.

У 42 громадах (48,8%) немає розділу «Звернення громадян». У 14 громад (16,3%) є часткова інформація щодо роботи зі зверненнями громадян, лише у 34,9% громад (30 ТГ) у відповідних розділах є інформація, яка б задовольняла жителів громад щодо обстоювання їхніх прав і законних інтересів.

Закон «Про доступ до публічної інформації» визначає порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, що перебуває у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом, та інформації, що становить суспільний інтерес (Pro dostup do publichnoyi informatsiyi, 2011).

У результаті проведеного аналізу роботи посадових осіб місцевого самоврядування в даному напрямі дійшли висновку, що у 36 територіальних громад (41,9%) на сайті розміщені документи, відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації»; у 16 ТГ, що ста-

новить 18,6%, публічна інформація розміщена частково; у 34 громад (39,0%) відсутня будь-яка публічна інформація, що становить суспільний інтерес.

У процесі децентралізації спроможні громади отримали більш широкі повноваження, ресурси і відповідальність. Перелік послуг, які можуть надаватися на місцях, постійно розширюється. Мешканці об'єднаних громад очікують від місцевої влади зручних та якісних адміністративних послуг. Саме тому важливо, щоб кожна об'єднана громада якнайшвидше вирішила, яким способом швидко та доступно надавати ці послуги мешканцям.

У результаті проведеного аналізу сайтів органів місцевого самоврядування дійшли висновку, що у Дніпропетровській області з 86 громад у 41 ТГ (47,7%) на сайті розміщена інформація про роботу ЦНАПу, контактні дані, перелік адміністративних послуг, які надає ЦНАП, нормативно-правові документи. У 32 ТГ (37,2%) на сайті немає інформації про роботу центру надання адміністративних послуг, а у 13 (15,1%) – розміщена частково інформація.

Одне із пріоритетних завдань органів місцевого самоврядування – надання населенню громади інформації про новини, події, які відбуваються на національному, регіональному та місцевому рівнях. Проте говорити про значне змістове наповнення інформаційного простору територіальних громад Дніпропетровської області не можна. На сайтах переважає інформація центральних ЗМІ, нормативно-правові акти та рішення місцевих рад (зазвичай у скан-копіях). І, на жаль, дуже мало актуальної інформації про відповідні зміни в житті конкретної громади й оперативні дії їхніх органів місцевого самоврядування. Так, із 86 ТГ у 87,2% громад на сайтах розміщена інформація про події (новини), які відбуваються на території громади та на регіональному і національному рівнях. У 7 громад (8,1%) інформація відсутня. У 4 ТГ (4,7%) наявна лише інформація національного та регіонального рівнів або розділ «Новини» не оновлювався понад пів року.

Важливим чинником у комунікаційному просторі є зв'язок голови сільської, селищної, міської рад із населенням. Інструментом може бути звернення голови, посадових осіб до громади через офіційний сайт, засоби масової інформації, соціальні мережі. У результаті проведеного аналізу даного напрямку можна виділити такі тенденції: у більшості керівники громади звертаються до населення з нагоди відзначення державних та професійних свят або вітають з ювілейними датами; 60,5% голів (52 ТГ) – на офіційних сайтах не має звернень, 25,6% (22 ТГ) розміщували 1–3 звернення і лише 12 голів територіальних громад (13,9%) зверталися до населення з питань життєдіяльності громади.

Отже, на жаль, більшість посадових осіб місцевого самоврядування не використовують комунікацію як механізм створення спроможної територіальної громади.

Необхідно пам'ятати, що комунікаційна стратегія – «живий документ», який може розвиватися та змінюватися, адаптуватися, беручи до уваги нові обставини.

Отже, процес комунікації – це взаємодія як мінімум двох активних суб'єктів, адже взаємодія місцевої влади із цільовими аудиторіями, якими можуть виступати як громадяни, так і громадські організації та ЗМІ, є безперервним обміном соціальною інформацією, який здійснюється завдяки наявності комунікативного ланцюжка. Ефективність функціонування суб'єктів комунікації залежить від якісного зворотного зв'язку в системі публічного управління.

Для якісної взаємодії між органами місцевого самоврядування, громадами й іншими зацікавленими стейкхолдерами необхідно в кожній громаді розробити комунікаційну стратегію.

Оскільки основоположним стратегічним документом для територіальних громад є Стратегія розвитку, комунікаційна стратегія повинна стати допоміжною ланкою для її реалізації та спиратися на визначені в ній цілі та завдання. Комунікаційна стратегія має сприяти результативній роботі органу місцевого самоврядування та жителів громади в напрямі створення комфортних умов та досягненню ними цілей і завдань, що впроваджуються в рамках Стратегії розвитку територіальної громади, Програми соціально-економічного розвитку й інших проектів і про-

грам, що реалізуються на території громади. Варто наголосити, що комунікаційна стратегія – це той документ, який важливо розробляти із залученням усіх зацікавлених сторін (представників влади, активної громадськості, місцевого бізнесу й експертів), за допомогою всіх можливих партисипативних інструментів місцевої демократії.

Ця залученість формує почуття причетності до процесу управління громадою і відчуття власної відповідальності за життя громади. Лише в результаті спільної та кропіткої роботи може з'явитися той продукт, який справді працюватиме на інституційну спроможність громади, а не просто покращуватиме статистику та звітність щодо розроблених стратегічних документів громади.

У процесі планування та реалізації комунікаційної стратегії необхідно зважати на нормативно-правові акти, які регулюють юридичну сферу впровадження запланованих змін.

Для органів місцевого самоврядування основні законодавчі та нормативно-правові документи такі: Конституція України (Konstytutsiya Ukrainy, 1996), закони України «Про місцеве самоврядування в Україні» (Pro mistseve samovryaduvannya v Ukraini, 1997), «Про інформацію» (Pro informatsiyu, 1992), «Про доступ до публічної інформації» (Pro dostup do publichnoyi informatsiyi, 2011), «Про звернення громадян» (Pro zvernennya gromadyan, 1996).

На місцевому рівні питання інформаційної політики та комунікацій можна регулювати декількома видами документів, серед яких: Статут органу місцевого самоврядування, Регламент ради, виконавчого комітету, рішення ради та її виконавчого комітету, рішення міського, сільського (селищного) голови.

В основі комунікаційної стратегії громади завжди є головна ідея та концепція позиціонування, яку орган місцевого самоврядування повинен донести до ключових (цільових) аудиторій.

Завдання комунікаційної стратегії такі:

- погодження із зацікавленими сторонами спільного бачення щодо комунікацій, які сприятимуть досягненню цілей розвитку громади, визначення спільних цілей, інтересів, потреб та проблем, що стосуються комунікацій;
- проведення діагностики – систематизації наявних заходів, процесів, ресурсів тощо;
- визначення пріоритетних цілей та напрямів в умовах обмежених ресурсів;
- організація роботи щодо планування ресурсів та процесів для досягнення стратегічних цілей;
- установа реалістичних очікувань та запровадження критеріїв оцінки;
- налагодження зворотного зв'язку (взаємодії) між органами місцевого самоврядування та цільовими групами, залучення мешканців до процесу ухвалення рішень у громаді;
- посилення промоції громади й органів місцевого самоврядування як зовні, так і в середині громади.

Комплексна комунікаційна стратегія має включати: зовнішні та внутрішні комунікації.

Зовнішні комунікації – це зв'язки органу місцевого самоврядування із середовищем за рамками установи: з різноманітними цільовими групами (мешканці, партнери, бенефіціари, лідери думок, благодійники тощо), засобами масової інформації, представниками інших територіальних громад, органами виконавчої влади тощо.

Внутрішні комунікації – це важлива ключова частина планування та налагодження комунікацій у територіальній громаді. Внутрішні комунікації допоможуть посадовим особам територіальної громади не тільки піднести ту цінну роль, яку персонал може відігравати у передачі меседжів і амбіційних задумів керівництва органу місцевого самоврядування, але і зменшити ризик того, що працівники пропустять якусь важливу інформацію чи її оновлення.

Ефективний підхід до внутрішніх комунікацій може збільшити можливості органу місцевого самоврядування безпосередньо комунікувати з мешканцями громади.

Комунікаційна стратегія (далі – Стратегія) може відрізнятися за структурою, однак вона повинна містити такі розділи, як: вихідна інформація (аналіз ситуації, оцінка потреб); мета та завдання; суб'єкти комунікації; цільова аудиторія; ключові повідомлення; інструменти комунікації; канали комунікації; індикатори досягнення результатів; ресурси; додатки.

У вступній частині Стратегії варто зосередитися на аналізі поточної ситуації й оцінці потреб громади. Цей розділ може містити коротку інформацію про діяльність органу місцевого самоврядування, його основні функції та поле компетенцій, позиціонування ОМС, аудит наявного стану комунікацій, а також призначення комунікаційної стратегії, опис бенефіціарів і отримувачів послуг тощо. У даному розділі необхідно проаналізувати комунікаційну спроможність громади, а саме: які комунікаційні заходи мали успіх або поразку за кілька останніх років, яких результатів хотіли б досягти для розвитку громади тощо. Такі інструменти допоможуть проаналізувати поточне становище впровадження комунікаційних технологій органом місцевого самоврядування: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз середовища й оцінка потреб тощо.

У наступному блоці комунікаційної стратегії необхідно окреслити візію, мету, операційні цілі та завдання. Необхідно визначити головне призначення комунікаційної стратегії громади та сформулювати декілька операційних цілей, які можуть бути більш загальними, з фокусом на загальну мету або більш конкретними (інформування певної групи людей стосовно тих чи тих аспектів).

Під час розроблення Стратегії необхідно запланувати створення структурного підрозділу або комунікаційного (PR-менеджер), який забезпечуватиме координацію роботи й управління заходами даної Стратегії, комунікуватиме з медіа. Навіть якщо наявні людські ресурси не дозволяють мати окремого менеджера з комунікацій, варто обрати одну контактну особу для спілкування із журналістами, написання текстів, повідомлень, контентної підтримки сайту, наповнення сторінки в соціальних мережах і управління інформаційною політикою територіальної громади загалом.

Щоб правильно обрати інструменти та канали комунікації, необхідно проаналізувати цільову аудиторію. Розуміння цільової аудиторії дозволяє точніше спрямовувати інформаційний вплив. Основні характеристики цільової аудиторії: стать, місце проживання, вік, сімейний стан, освіта, зайнятість, фінансовий стан, соціальний статус, а також спеціалізовані дані.

Створити портрет цільової аудиторії допоможуть такі параметри: соціальний та демографічний портрет (стать, вік, рівень доходу, статус, сімейний стан, професія); вподобання, захоплення цільової аудиторії; проблемні питання, які можна вирішити шляхом звернення до органу місцевого самоврядування; ставлення мешканців громади (емоції, асоціації) до вирішення питань органом місцевого самоврядування та до його посадових осіб; причини звернення громадян до органу місцевого самоврядування.

Важливо розуміти не тільки інтереси аудиторії (вони не завжди дають чітку картинку), але її цінності, ураховувати її емоції, уявлення про предмет, стереотипи та страхи.

Після того як розробники Стратегії визначилися із цільовою аудиторією, доцільно «поставити себе на її місце», відчувати, чим вона живе та цікавиться, і комунікувати з нею її мовою, образами, цікавою для цих людей інформацією. Портрет цільової аудиторії дуже корисний під час розміщення рекламних оголошень у мережі Інтернет, де є такий інструмент, як таргетинг – можливість показу оголошень лише вибраній групі людей, яка має певні характеристики. Також варто пам'ятати, що кожен канал потребує своєї форми донесення інформації (той самий меседж повинен бути оформлений по-різному, відповідно до каналу поширення та до цільової аудиторії).

Інструментом комунікації у сільській (селищній) громаді може бути чат у Viber. Мета створення чату – стимулювати громаду ради до оперативного обміну інформацією. Так, наприклад, територія Гречаноподівської сільської ради Криворізького району Дніпропетровської області

велика і, звісно, за таких умов немає можливості особисто познайомитися один з одним та негайно реагувати на події, що відбуваються у громаді, і вирішувати проблеми. Коли збирається велика кількість людей із різними поглядами, важко обійтися без непорозуміння і плутанини. Тому було ухвалено колективне рішення розробити правила використання чату Viber, щоб уникнути неприємних моментів у спілкуванні та зосередитись лише на інформаційних питаннях.

У громадах, де ще послуги інтернет-провайдерів є обмеженими, можна використовувати так звані «неформальні зустрічі із сільським головою». Наприклад, один раз на місяць голова територіальної громади приїжджає в той чи той населений пункт для неформального спілкування з мешканцями. Голова ТГ буде завжди в курсі проблем, потреб та можливостей тієї чи іншої громади, що допомагає йому ухвалювати правильні управлінські рішення для ефективного функціонування всієї ТГ з урахуванням особливостей кожного населеного пункту. Громада ж бачить бажання допомогти та можливість десь бути залученою до життя всієї ТГ. Таким чином налагоджуються довіра та конструктивний соціальний діалог між владою та громадою, що є запорукою сталого і гармонійного розвитку територіальної громади.

Велике значення для розвитку спроможності територіальної громади й авторитету сільського (селищного) голови мають ключові повідомлення.

Ключове повідомлення – це найголовніша «велика ідея», яку цільова аудиторія територіальної громади має запам'ятати або втілити як результат вашої промови, інтерв'ю або презентації. Кожне повідомлення мешканцям необхідно продумувати. Необхідно аналізувати, що аудиторія знає про питання, які необхідно довести до мешканців, і що посадова особа хоче, щоби аудиторія зробила в результаті вашої комунікаційної діяльності. Необхідно підлаштовувати повідомлення до потреб кожної аудиторії, до якої направлене звернення, виходячи з її інтересів, цінностей та звичок. У меседжі важливе не тільки те, що говорить лектор, але і те, що не говорить, говорить обережно, щоби не бути скомпрометованим чи неправильно інтерпретованим.

Меседж-бокс – дуже важливий елемент у комунікаційному інструментарії, який дозволяє успішно координувати ключові повідомлення. Правильна підготовка та застосування комплексу ключових повідомлень зроблять комунікацію більш ефективною та допоможуть дотримуватися всім представникам органу місцевого самоврядування політики «єдиного голосу», швидше підготувати відповідь, коментар для медіа, тези для виступу тощо. Варто звернути увагу на так зване дерево тем: повідомлення можуть бути розгалуженими, направлені до різних аудиторій, мати кілька підтем, але вони завжди повинні повертатися до основної ідеї.

Останні події у світі демонструють, що керівники територіальних громад мають бути готовими до управління кризовими комунікаціями. Перед усіма громадами постає дуже реальний ризик серйозної шкоди їхній репутації від раптової, непередбачуваної кризи. У цьому швидкозмінному світі, яким керують засоби масової інформації, навіть незначна суперечка може швидко перерости у велику кризу, пандемії і поготів. Ключовими етапами в управлінні кризовими ситуаціями є профілактика, готовність та реагування, відновлення.

Важливо бути готовим комунікувати щодо будь-якої кризи чи проблеми. Те, як посадові особи реагують на кризу, може сформувати репутацію територіальної громади на довгі роки.

Посадові особи органів виконавчої влади та місцевого самоврядування повинні пам'ятати: місцева влада має комунікувати правильно, своєчасно та систематично; необхідно діяти оперативно, щоби унеможливити ситуацію, яка може спровокувати кризу; посадові особи та працівники органу місцевого самоврядування повинні завжди реагувати та вирішувати проблеми в межах чинного законодавства.

Отже, комунікація – це двосторонній процес, для успішного спілкування необхідний підхід, орієнтований на аудиторію, який забезпечує належний зворотний зв'язок, а не односторонню передачу інформації. Стратегічні комунікації – це управлінський підхід, за якого комунікації

стають інструментом досягнення цілей (поточних чи майбутніх) та реалізації завдань для налагодження конструктивного діалогу та партнерства у громаді між владою, громадськістю та бізнесом. Ще одним важливим аспектом є те, що стратегічні комунікації – це ще й діяльність із вивчення громадської думки, метод залучення громадськості до процесу ухвалення рішень на локальному рівні, моніторинг настроїв у громаді, а також забезпечення міжособистісного діалогу між керівниками та жителями громади.

Висновки. В Україні тривають трансформаційні процеси, спрямовані на становлення демократичного урядування в державі, забезпечення фундаменту нової моделі публічного управління, яка відповідатиме високим європейським стандартам. Ефективність та якість управлінської діяльності нині полягають у забезпеченні відкритості та прозорості системи публічної влади, у належному нормативно-правовому закріпленні комунікаційної взаємодії всіх задіяних суб'єктів.

Важливим елементом у системі взаємодії органів виконавчої влади, місцевого самоврядування та громадськості є створення та реалізація комунікаційної стратегії територіальної громади, яка, виступаючи своєрідною платформою комунікаційної взаємодії, є потужним інструментом залучення громадян до участі в управлінні громадою та її соціально-економічного розвитку.

Комунікаційна стратегія громади може стати ефективним «містком» між органом місцевого самоврядування та населенням за умови активної громадянської позиції та відповідального ставлення до виконання взятих на себе обов'язків і повноважень усіма учасниками комунікації, а застосування органами місцевого самоврядування комунікаційного механізму приведе до створення інституційно спроможної територіальної громади.

References:

1. Verkhovna Rada of Ukraine (1992). Pro informatsiyu: Zakon Ukrainy vid 2 zhovtnya 1992 r. № 1992 [About information: Law of Ukraine of October 2, 1992 № 2657]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> [in Ukrainian].
2. Verkhovna Rada of Ukraine (1996). Pro zvernennya gromadyan: Zakon Ukrayiny vid 2 zhovtnya 1996 r. № 393 [About citizens' appeals: Law of Ukraine of October 2, 1996 № 393]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].
3. Verkhovna Rada of Ukraine (1997). Pro mistseve samovryaduvannya v Ukrayini: Zakon Ukrainy vid 27 travnya 1997 r. № 280 [About local self-government in Ukraine: Law of Ukraine of May 21, 1997 № 280]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].
4. Verkhovna Rada of Ukraine (2011). Pro dostup do publichnoyi informatsiy: Zakon Ukrayiny vid 13 sichnya 2011 r. № 2939 [About access to public information: Law of Ukraine of January 13, 2011 № 2939]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> [in Ukrainian].
5. Ivano-Frankivskyi tsentr nauky, innovatsiy ta informatyzatsiyi (2012). Vzayemodiya z gromadskistyuu v umovah realizatsiyi administratyvnoyi reformy [Interaction with the public in the implementation of administrative reform]. Ivano-Frankivsk, 195 [in Ukrainian].
6. Kuchabskiy, A., Bazhynova, O. (2012). Mehanizmy komunikatsiyi vlady ta gromadckosti v umovah globalizatsiyi [Mechanisms of communication between government and the public in the context of globalization]. *Publichne upravlinnya: teoriya i praktyka*, 4 (12), 196–201 [in Ukrainian].