УДК 316.323.83:351

Кандагура К.С.,
к.держ.упр., старший викладач
кафедри менеджменту
Київського національного
торговельно-економічного університету

КОМУНІКАТИВНІ ПРОЕКТИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ВІТЧИЗНЯНІ ТА ЗАРУБІЖНІ МОДЕЛІ

Анотація. У статті проаналізовано теоретичні підходи до комунікативних проектів; виокремлено комунікативні проекти, що використовуються в системі державного управління при взаємовідносинах влади з громадськістю та закріплені у нормативно-правових актах; досліджено зарубіжні моделі, що застосовуються у співпраці влади та громадськості.

Ключові слова: комунікативні проекти, інформаційне суспільство, демократичне врядування, влада, громадськість.

Кандагура К.С.,
к.гос.упр., старший преподаватель
кафедры менеджмента
Киевского национального
торгово-экономического университета

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ И ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДЕЛИ

Аннотация. В статье проанализированы теоретические подходы к коммуникативным проектов; выделены коммуникативные проекты, используемые в системе государственного управления при взаимоотношениях власти с общественностью и закреплены в нормативно-правовых актах; исследовано зарубежные модели, применяемые в сотрудничестве власти и общественности.

Ключевые слова: коммуникативные проекты, информационное общество, демократическое управление, власть, общественность.

Kandagura K.S.,
candidate governance,
senior teacher of department management
Kyiv national university of trade and economics

COMMUNICATION PROJECTS IN THE INFORMATION SOCIETY: NATIONAL AND FOREIGN MODELS

Annotation. The article analyzes the theoretical approaches to communication projects. This definition of communicative project, which refers to a special technology of relations with public authorities, providing investing a certain amount of resources (financial, material and

human) to achieve the goal and get the intended result of certain terms of public participation in governance.

Author determined communication projects used in public administration in relations with public authorities, based on the following criteria:

1. elaborated in terms of the legal framework;

2. function, structure, powers and characteristics of public authorities at all levels;

3. the specifics of building relationships in the life of society.

The article singles out a number of interests that guide the authorities and the public when building relationships. Among the public interest, to be informed (can receive complete and accurate information); to be heard (the ability to express communicative activities); participate in the activities of advisory bodies in the government; access to public service; elect and be elected regardless of the financial component and the results from targeted appeals and lawsuits.

By the government's interests in relations with the public interests included the following: support of the public, increased confidence of the public and keeping power, coverage of in accordance with current legislation of Ukraine, information-house activities, training of employees.

The introduction of communicative relationships of power projects in public funds from business and redistribution of power in the private sector in the development of cultural sphere has been achieved following improvements:

- Complement public investment in culture extrabudgetary resources;

- Communication between the public, businesses and government.

Communication projects implemented through the following forms:

- Redistribution of powers of financing and managing cultural sector from central to local levels (regions, municipalities, private cultural organizations);

- Legislative incentives sponsorship and patronage through incentives in taxation; improve the image of the campaign; business development;

- Implementing mechanisms for fundraising (raising funds from the private sector to implement projects);

- Partnerships with public organizations.

Keywords: communication projects, information society, democratic governance, the government, the public.

Постановка проблеми. Процеси демократичного врядування передбачають підвищення значення як державного управління в цілому, так і місцевого самоврядування зокрема. Проте аналітики твердять, що в Україні не існує глибоких традицій участі громадськості у справах регіонального управління. Більшість місцевих груп мають схильність працювати безпосередньо з міністерствами та центральними органами, аніж брати участь у роботі органів регіональної влади. Це відбувається через обмеження ролі та повноважень місцевої влади та відсутність будь-якої кампанії, яка б інформувала громадськість відносно того, якою мають бути роль та повноваження місцевої влади. У той час як громадянське суспільство в Україні вимагає збільшення своєї участі у процесі прийняття рішень, механізм врядування залишається все ще недієздатним, для того, щоб почути і задовольнити ці вимоги [7].

Підвищення результативності та ефективності реалізації державної політики у побудові взаємовідносин влади з громадськістю потребують удосконалення існуючих форм та методів та впровадження нових механізмів через розробку комунікативних проектів.

Аналіз досліджень та публікацій. Питанням тлумачення терміну «демократичне врядування» присвячені роботи Т. М. Безверхнюк, Н.М. Драгомирецької, А.Ф. Колодій та ін. авторів.

Окремо виділимо наукові підходи, які спрямовані на дослідження діалогу, комунікації та комунікативної діяльності державних службовців як механізмів у взаємовідносинах влади з громадськістю. У цьому напрямі привертають увагу роботи Ю.Габермаса, Н.К.Дніпренко, Н.М.Драгомирецької, Ю.Корольчука, С.В.Куніцина, Ю.Сурміна, О.Р.Титаренка, О.Трухачова.

Форми та методи побудови взаємовідносин влади з громадськістю розглядають: Е.Афонін, Л.Гонюкова, В.Дзоз, П.Манжола, Ю.Нісневич.

Виділення раніше не вирішених частин загальної проблеми. Постає потреба у розробці дієвих механізмів та процедур, які, дадуть можливість громадянам впливати на процес прийняття рішень, а також дозволять швидко й ефективно ухвалювати ці рішення та впроваджувати їх у всі сфери життєдіяльності. Останнє вимагає врахування всіх факторів, які впливають на ту чи іншу ситуацію. Основою для формування таких взаємовідносин мають слугувати ефективні комунікації та інформаційне забезпечення.

На думку аналітиків, існує потреба у гнучких методах залучення громадськості. У такому сенсі актуальності набувають питання оволодіння основами комунікативного проектування, що дозволить суб'єктам державного управління ефективніше здійснювати аналітичні, організаційно-управлінські і консультаційно-методичені функції в державному управлінні [2-4].

Мета статті. На основі узагальнення наукових розробок, виділити та порівняти вітчизняні та зарубіжні моделі комунікативних проектів та визначити ефективність їх застосування у побудові взаємовідносин влади з громадськістю.

З огляду на зазначену мету, постають наступні завдання: виокремити існуючі форми та методі співпраці влади з громадськістю, які закріплені у нормативно-правових документах; виділити ряд інтересів, якими керуються влада та громадськість при побудові взаємовідносин; дослідити зарубіжні моделі, що застосовуються у співпраці влади та громадськості.

Виклад основного матеріалу. При розгляді питання комунікативних проектів, актуальним є розуміння категорії «демократичне врядування». Дане визначення базується на налагодженні зворотнього зв'язку між владою та громадськістю, а також прозорості та відповідальності влади. Метою

такого зв'язку є покращення управлінських послуг та роз'яснення рішень громадянам, формування діалогу між владою та громадськістю та налагодження взаємовідносин, а результатом реалізації є конкретні дії.

Таким чином, маємо наступні принципи демократичного врядування: участь громадськості; прозорість; доступ до інформації та відповідальність.

Впровадження комунікативних проектів відноситься до розряду інноваційної та творчої діяльності, оскільки вона припускає перетворення реальності, будується на базі відповідних технологій, які можна уніфікувати, освоїти та удосконалити. Такий вид проектування має широкий спектр застосування [2-4].

Таким чином, можна говорити, що комунікативні проекти для державного управління дають можливість залучити громадськість до процесів управління.

Під комунікативним проектом розуміється спеціальна технологія побудови взаємовідносин влади з громадськістю, що передбачає вкладання певної кількості ресурсів (фінансових, матеріальних та людських) для досягнення мети і отримання запланованого результату у визначені терміни із залученням громадськості до процесів управління.

Можна запропонувати наступну класифікацію комунікативних проектів, що використовуються в системі державного управління при взаємовідносинах влади з громадськістю, яка базується на наступних критеріях:

1. за рівнем розробленості нормативно-правової бази;
2. за функціями, структурою, повноваженнями та особливостями органів державної влади усіх рівнів;
3. за особливостями побудови відносин у процесі життєдіяльності суспільства.

Таким чином, беручи до уваги перший критерій – рівень розробленості нормативно-правової бази, виокремлюємо механізми взаємовідносин влади з громадськістю у відповідності з нормативно-правовими актами України, через (додаток):

1. вибори та референдуми;
2. доступ до інформації про діяльність влади;
3. оскарження рішень органів влади;
4. звернення до органів влади;
5. участь у діяльності політичних партій та громадських організацій;
6. участь в управлінні державними справами.

Розглядаючи вибори та референдуми як механізми взаємовідносин влади з громадськістю, можна зазначити про один із видів комунікації, який реалізується у діяльності законодавчої гілки влади. У своїй суті вибори являють передбачену конституцією та законами форму прямого народовладдя, відповідно до якої формуються представницькі органи

державної влади та місцевого управління (самоврядування) через голосування. В свою чергу, вибори у кінцевому результаті демонструють односторонню комунікацію, яка походить від громадськості та реалізується у якості отримання депутатського мандату одним із представників громадськості. Двостороння комунікація проявляється за умов передвиборчої агітації та зустрічей з кандидатом в депутати, функція якого полягає у представленні інтересів електорату у владі.

На противагу виборам, референдуми являють собою всенародне опитування та реалізують право громадян на прийняття рішень з конституційних, законодавчих чи інших внутрішньо- чи зовнішньополітичних питань.

Висвітлення діяльності владою реалізує механізм, який базується на інформуванні громадськості. За сучасних умов розвитку інформаційного суспільства, відповідно до законодавчо закріплених норм, інформування здійснюється через владні структури, шляхом залучення друкованих та електронних засобів масової інформації, через Інтернет тощо. Такий механізм не забезпечує комунікації влади з громадськістю, а направлений лише на односторонню взаємодію через надання інформації.

Оскарження рішень органів державної влади та надсилання звернень від громадськості, реалізують право громадян на захист та реалізацію своїх інтересів, які закріплені в Конституції України та окремих законах. Такі механізми дають можливість реалізувати двосторонню комунікацію, що має на меті удосконалення діяльності органів влади.

Громадські об’єднання виступають механізмом від громадськості у взаємовідносинах з владою та реалізують основне право громадян на участь в державному управлінні. Такий механізм дає можливість реалізовувати інтереси громадськості у владі та підвищувати рівень сприйняття громадянами діяльності влади.

Механізм участі в управлінні державними справами реалізується через різні форми відповідно до чинного законодавства України: вступ на державну службу та представлення інтересів з позиції професійної діяльності; участь у діяльності дорадчих рад при органах виконавчої влади та місцевого самоврядування; новітні інформаційні технології; консультації з громадськістю являють собою процес комунікації між органами виконавчої влади та громадськістю і забезпечують право громадян впливати на прийняття управлінських рішень [6].

Запропонована класифікація комунікативних проектів, що використовуються в системі державного управління при взаємовідносинах влади з громадськістю з позиції розробленості нормативно-правової бази дає можливість зробити висновок, що у законодавстві України напрацьовані механізми, які реалізуються переважно через односторонні зв’язки, тобто направленні на інформування. Спроба реалізації механізмів через форми

двосторонньої комунікації закріплена лише в деяких указах Президента України та постановах Кабінету Міністрів України та має рекомендаційний характер.

Системний аналіз механізмів комунікативних проектів у взаємовідносинах влади з громадськістю шляхом впровадження через різні форми, дає можливість класифікувати їх за структурою, функціями та повноваженнями органів влади. Було виокремлено низку механізмів впровадження комунікативних проектів, які реалізуються різними гілками влади: законодавчою, виконавчою, судовою та окремо Президентом України.

Таким чином, аналізуючи діяльність законодавчої гілки влади у взаємовідносинах з громадськістю з позиції функцій, можна зауважити, що законодавча влада в Україні представлена парламентом та уособлює сукупність депутатів, які делеговані від народу для реалізації їх інтересів та захисту прав. Комунікація громадян з законодавчою гілкою влади відбувається через направлення звернень; через публікації та виступи у електронних, друкованих ЗМІ та через Інтернет. Представлення інтересів громадян відбувається також шляхом прийняття нормативно-правових актів. На основі зазначених положень, можна зауважити, що втрачається сама комунікація, яка перетворюється на механізм інформування.

Механізми впровадження комунікативних проектів, що реалізуються судовою владою у взаємовідносинах з громадськістю являють собою відповіді на звернення та задоволення клопотань громадськості, а також інформування громадськості через ЗМІ та Інтернет.

Президент України шляхом реалізації контролюючої та кадрової функції виступає відповідно до Конституції України гарантом дотримання прав і свобод громадян. Можна також зазначити про такі механізми взаємовідносин, як видання нормативно-правових актів та контроль за прийнятими Верховною Радою України законами. Взаємовідносини з громадськістю реалізують і через інформування у ЗМІ та Інтернеті (звернення до народу, прес-конференції).

Виконавча влада, яка у своїй діяльності забезпечує виконання законів України при управлінні різними сферами суспільного життя, є структурою, що у відповідності зі своїми функціональними обов'язками реалізує участь громадськості в державному управлінні. Виконавча влада в Україні представлена через Кабінет Міністрів України, центральні та місцеві органи виконавчої влади у своїй діяльності через прийняття та деталізацію нормативно-правових актів, а також шляхом інформування виконує один із напрямів взаємодії з громадськістю. Комунікація між владою і громадськістю реалізується через прямі та опосередковані форми залучення громадян [6]. Формами впровадження механізмів комунікації реалізуються через вивчення громадської думки шляхом соціологічних досліджень,

аналізу матеріалів у ЗМІ та Інтернеті, узагальнення зауважень та пропозицій у зверненнях. Прямими формами механізмів виступають саме консультації з громадськістю, які реалізуються через проведення: громадських слухань, конференцій, семінарів, форумів, засідань круглих столів, зборів, зустрічей, дебатів, дискусій тощо. Таким чином, можна говорити про розвиток механізмів комунікації, яка з одностороннього впливу, тобто інформування – перетворюється на двосторонню комунікацію.

Використовуючи метод співвіднесення, було виокремлено ряд інтересів, якими керуються влада та громадськість при побудові взаємовідносин, а також розглянуті інтереси фінансово-промислових груп у взаємовідносинах з громадськістю.

Серед інтересів громадськості, методом узагальнення попередніх класифікацій виокремлено наступні інтереси: бути проінформованими (можливість отримувати повну та достовірну інформацію); бути почутими (можливість висловлюватися на комунікативних заходах); брати участь у діяльності консультативно-дорадчих органів при органах влади; доступ до державної служби; обирати і бути обраним незалежно від фінансової складової та отримання результатів від направлених звернень та позовів. До інтересів громадськості також були віднесені ті права, що закріплені в Конституції України та виокремлені як основні та першочергові інтереси, а саме: достатній життєвий рівень; право на працю та достойну зарплатню, соціальний захист та соціальне забезпечення, охорона здоров'я, наявність житла, доступ до освіти, реалізація наукової та культурної діяльності.

До інтересів влади у взаємовідносинах з громадськості віднесені такі інтереси: підтримка діяльності громадськістю, підвищення рівня довіри від громадськості та утримання влади, висвітлення діяльності відповідно з чинним законодавством України, інформаційне забезпечення внутрішньоорганізаційної діяльності, підвищення кваліфікації працівників.

Для фінансово-промислових груп різні форми комунікації необхідні для реалізації таких інтересів: одержання конкурентних переваг, запобігання можливим ризикам, прогнозування впливів зовнішніх змін, прогнозування обсягів збуту, визначення загального ринкового потенціалу.

Таким чином, на основі виокремлення інтересів було зроблено співставлення та виявлені шляхи пересікання інтересів, що дає змогу говорити про спільний інтерес у взаємовідносинах. Встановлено, що у свої діяльності, влада переважно притримується одного інтересу, а саме утримання важелів управління, а добробут держави та розвиток суспільства є більш декларативними положеннями. На противагу органам влади, фінансово-промислові групи через комунікації слідують іншій цілі, а саме: розвитку та вдосконаленню підприємства, запобіганню зовнішнім загрозам та внутрішнім ризикам і, як наслідок, бути конкурентоспроможними та триматися на ринку. Серед інтересів громадськості першочергове місце

відповідно до потреб є задоволення соціальних, економічних та культурних прав, а вже потім політичних.

Співставлення інтересів трьох сторін, а саме влади, громадськості та фінансово-промислових груп, дає можливість говорити, що інтереси влади у взаємовідносинах з громадськістю спрямовані першочергово на задоволення політичних інтересів громадськості, оскільки вони є більш пріоритетними для самої влади, а вже потім на задоволення суспільно значимих інтересів, що виокремлені через соціальні, економічні та культурні права і в більшій мірі співвідносяться з інтересами фінансово-промислових груп.

Розглядаючи такі комунікації у відповідності з законодавчо закріпленими нормами, функціональними обов'язками окремих гілок влади та особливостями побудови відносин у процесі життєдіяльності суспільства, можна зауважити, що, в переважній більшості, між владою та громадськістю вони мають одностороннє спрямування, що і проявляється у повсякденній діяльності у низькому рівні розвитку взаємовідносин. Можна зробити висновок, що механізми впровадження, які використовуються владою є менш ефективними та гнучкими, на відміну від механізмів, що використовують фінансово-промислові групи у взаємовідносинах з громадськістю.

Таким чином, на основі проведених класифікацій, зауважимо, що сьогодні постає необхідність не лише у законодавчому закріплені механізмів взаємовідносин з громадськістю, а й пошуку та удосконаленні та винайденні нових форм впровадження комунікативних проектів.

Методом узагальнення вітчизняного та зарубіжного практичного досвіду впровадження комунікативних проектів у побудові взаємовідносин влади з громадськістю, на основі аналітичних матеріалів вітчизняних науковців та аналітичних служб, було зроблено порівняння форм комунікації в Україні та зарубіжних країнах при залученні бізнесу.

Завдяки впровадженню комунікативних проектів у взаємовідносини влади з громадськістю із залученням фінансових ресурсів бізнесу та перерозподілу владних повноважень у недержавний сектор при розвитку культурної сфери, було досягнуто наступних позитивних змін:

- доповнення державних інвестицій у культуру позабюджетними ресурсами;
- забезпечення комунікації між громадськістю, бізнес-структурами та владою.

Комунікативні проекти впроваджувалися через наступні форми:

- перерозподіл повноважень із фінансування і управління культурним сектором з центрального на місцевий рівень (регіонам, муніципалітетам, окремим культурним організаціям);
- законодавче стимулювання спонсорства та меценатства через пільги у оподаткуванні; покращення іміджу кампанії; розвиток бізнесу;

- впровадження механізмів фандрейзингу (збір коштів від представників приватного сектору з метою реалізації проектів);

- партнерські відносини з громадськими організаціями.

У Великобританії для пошуку спонсорів на підтримку культурних проектів та сприянню реконструкції національних закладів культури, Британським урядом була створена посередницька організація Arts & Business, що співпрацює з компанією «British Petroleum» та банком Stenly Morgan у даних напрямах. Як результат – вклад комерційного сектору в культуру в 2005 році становив 168 млн. євро [5].

Передбачене стимулювання спонсорства шляхом вилучення суми, витраченої на рекламу та маркетингові операції, з обсягів, що обкладаються податком (Великобританія, Бельгія). В Австрії та Франції спонсорство трактується як маркетингові витрати компанії на рекламу і не оподатковуються.

Досвід Франції демонструє покращення ситуації по залученню фінансових ресурсів від бізнесу через прийняття закону Франції «Про меценатство».

На основі систематизації соціологічних даних дослідження, яке проведено австрійською організацією «Initiativen Wirtschaft fur Kunst» у кінці 1990-х років, можна виокремити наступні цілі, якими керується бізнес при проведенні спонсорської діяльності у сфері культури: 55% австрійських компаній для покращення іміджу; 53% як частина корпоративної філософії; 45% культурне спонсорство як ПР; 31% - наявність особистого інтересу керівництва компанії; 28 % маркетингові цілі; 22 % підтримують культуру для збільшення публікацій у ЗМІ [5].

У європейських країнах приділяється значна увага налагодженню взаємовідносин між владою та громадськістю через громадські організації. Такі організації, в залежності від специфіки історичного розвитку країни, виробили різні моделі взаємодії з урядом, і стали важливим партнером у реалізації культурної політики, інтеграції культури в економічне життя тої чи іншої держави.

У Великобританії діє модель культурної політики за принципом «простягнутої руки» (держава виділяє ресурси на підтримку культури і мистецтва Радам мистецтв (Arts Council of England, Scottish Arts Council, Arts Council of Wales, Arts Council of Nothern Ireland) та регіональним агенціям, які здійснюють розподіл. Бюджет Arts Council of England складає 350 млн. фунтів, які розподіляються серед 880 мистецьких організацій. За допомогою використання такого принципу, британські заклади культури (Національний історичний музей, Британський музей, Британська бібліотека), діють як громадські організації та виконують наступні функції: представлення культури за кордоном; формування місцевих стратегій

розвитку; реалізація програм щодо інтеркультурного діалогу; охорона культурної спадщини; організація фестивалів [5].

Висновок. Таким чином, використання різних механізмів впровадження комунікативних проектів у культурній сфері зарубіжних країн, сприяє як залученню позабюджетних коштів у сферу культури та зменшенню бюджетних витрат, так і налагодженню взаємовідносин між владою, громадськістю та бізнесом; формуванню громадської думки на користь підтримки культури; адаптації організації культури до роботи в ринкових умовах; соціальній відповідальності бізнесу.

На противагу європейській практиці, в Україні зберігається бюджетна підтримка, орієнтована переважно на державний сектор культури з мінімальним залученням громадських організацій та непристосованістю культурної сфери до ринкових умов, що є причиною для вироблення нових механізмів впровадження комунікативних проектів у побудові взаємовідносин влади з громадськістю.

Список використаних джерел

1. Безверхнюк Т. М. Принципи ресурсного забезпечення демократичного врядування на регіональному рівні [Електронний ресурс] / Т. М. Безверхнюк. – Режим доступу : www.lvivacademy.com/download_1/konf /Chastyna_1_1.pdf
2. Драгомирецкая Н. Механизмы креативного и проектного менеджмента / Н. Драгомирецкая, К. Кандагура // Проблемы управления : науч.-практ. журн. Акад. упр. при Президенте республики Беларусь. - Минск. – 2009. - № 2 (31). – С. 85-89.
3. Драгомирецька Н. Комунікації менеджменту як складова комунікативної діяльності державного службовця / Наталія Драгомирецька // Вісн. НАДУ. – 2006. – № 2. – С. 109-116.
4. Драгомирецька Н. М. Компаративний аналіз як основа комунікативних проектів формування іміджу лідера / Н. М. Драгомирецька // Державне управління інноваційним розвитком : зб. наук. пр. Дон. ДУУ. – Серія: Державне управління. – Т. ІХ. – Вип. 105. – Донецьк, ДонДУУ, 2008. – С. 254-261.
5. Зарубіжний досвід взаємодії держави з підприємницькими структурами та громадськими інституціями у сфері підтримки та розвитку культури [Електронний ресурс] . – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/ Monitor/December2009/17.htm
6. Наші права: участь громадян в управлінні державними справами [Електронний ресурс] / С. В. Злобін, С. О. Майданевич, Н. В. Окша, Д. В. Войтенко; заг. ред. Н. К. Дніпренко. - Вінниця: ТОВ «Консоль», 2006. – 64 с. – Режим доступу : http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/publish /article?showHidden=1&art_id=100463&cat_id=82471
7. Сучасний стан та перспективи зміцнення залучення громадянського суспільства до процесів регіонального врядування [Електронний ресурс] . – Режим доступу : http://www.rgd.org.ua/background/project_context/

References

1. Bezverkhniuk T. M. Pryntsypy resursnoho zabezpechennia demokratychnoho vriaduvannia na rehional'nomu rivni [Elektronnyj resurs] / T. M. Bezverkhniuk. – Rezhym dostupu : www.lvivacademy.com/download_1/konf /Chastyna_1_1.pdf

2. Drahomyretskaia N. Mekhanyzmy kreatyvnoho y proektnoho menedzhmenta / N. Drahomyretskaia, K. Kandahura // Problemy upravlenyia : nauch.-prakt. zhurn. Akad. upr. pry Prezydente respublyky Belarus'. - Mynsk. – 2009. - № 2 (31). – S. 85-89.
3. Drahomyrets'ka N. Komunikatsii menedzhmentu iak skladova komunikatyvnoi diial'nosti derzhavnoho sluzhbovtsia / Nataliia Drahomyrets'ka // Visn. NADU. – 2006. – № 2. – S. 109-116.
4. Drahomyrets'ka N. M. Komparatyvnyj analiz iak osnova komunikatyvnykh proektiv formuvannia imidzhu lidera / N. M. Drahomyrets'ka // Derzhavne upravlinnia innovatsijnym rozvytkom : zb. nauk. pr. Don. DUU. – Seriia: Derzhavne upravlinnia. – T. IKh. – Vyp. 105. – Donets'k, DonDUU, 2008. – S. 254-261.
5. Zarubizhnyj dosvid vzaiemodii derzhavy z pidpryiemnyts'kymy strukturamy ta hromads'kymy instytutsiiamy u sferi pidtrymky ta rozvytku kul'tury [Elektronnyj resurs] . – Rezhym dostupu : http://www.niss.gov.ua/ Monitor/December2009/17.htm
6. Nashi prava: uchast' hromadian v upravlinni derzhavnymy spravamy [Elektronnyj resurs] / S. V. Zlobin, S. O. Majdanevych, N. V. Oksha, D. V. Vojtenko; zah. red. N. K. Dniprenko. - Vinnytsia: TOV «Konsol'», 2006. – 64 s. – Rezhym dostupu : http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/publish /article?showHidden=1&art_id=100463&cat_id=82471
7. Suchasnyj stan ta perspektyvy zmitsnennia zaluchennia hromadians'koho suspil'stva do protsesiv rehional'noho vriaduvannia [Elektronnyj resurs] . – Rezhym dostupu : http://www.rgd.org.ua/background/project_context/

Рецензент: Бакуменко В.Д., д.держ.упр., професор