

УДК342.5(477.81)

Андрій Велесик

МЕХАНІЗМИ РЕАГУВАННЯ ТА УПЕРЕДЖЕННЯ МАСОВАНОЇ КРИТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проаналізовано наукове значення терміну «масована критика». Визначено механізми реагування та попередження масованої критики органів місцевого самоврядування Рівненської області. Запропоновано подальші рекомендації щодо здійснення відповідних заходів та інструменти упередження масованої критики органів публічної влади.

Ключові слова: масована критика, антикризовий PR, органи місцевого самоврядування.

постановка проблеми

В сучасних умовах подальшої демократизації системи державного управління постійно зростає вплив громадської думки на процеси формування та реалізації політики органів державної влади та місцевого самоврядування в Україні. За таких умов, йдеться, перш за все, про створення у свідомості громадськості сприятливого ставлення до політики органів публічної влади. Тому дедалі більше зростає потреба держави апелювати в своїх рішеннях і діях до громадськості, вивчати її думку і керуватися нею у подальшій роботі.

Громадська думка може мати різну спрямованість – населення може як підтримувати, так і не підтримувати дії влади. В останньому випадку виникає критика, яка свідчить про рівень демократичності в державі – чим менше вона прихована, чим частіше на неї звертають увагу, чим більше нею керуються при прийнятті рішень, тим більш демократичною вважається держава. Особливо актуальним є створення механізму попередження та реагування на масовану критику як ефективного критерію демократичності влади.

Проаналізовано дослідження із зв'язків з громадськістю в органах державної влади таких вчених, як І. Альошина, В. Бебик, С. Блек, В. Мойсеєв, М. Саллівен, І. Слісаренко, О. Чуміков та М. Шишкіна.

Незважаючи на популярність цієї теми, ніхто з дослідників не надавав належної уваги саме питанню масованої критики, яка, на нашу думку, також входить до сфери зв'язків з громадськістю. Зокрема механізм реагування на неї можна віднести до такого виду PR-діяльності, як антикризовий PR, який вивчали А. Ольшевський, Г. Почепцов, В. Королько. Тему ж критики влади в пресі розглядав російський юрист А. Глісков, а також учасники громадської організації «Медіарада», проте їхні матеріали не носять наукового характеру і представлені у вигляді Інтернет-ресурсів.

Невирішеною частиною загальної проблеми є дослідження механізму реагування і попередження масованої критики на прикладі органів публічної влади Рівненської області.

аналіз останніх досліджень і публікацій

мета

Завданням статті є визначення механізмів реагування та попередження масованої критики органів публічної влади (на прикладі Рівненської області) та вироблення подальших рекомендації щодо здійснення відповідних заходів та інструментів реалізації.

виклад основного матеріалу

В умовах демократії від держави, крім суто управлінських зусиль, вимагається цілеспрямоване формування і вивчення громадської думки, опора на неї, вміння систематично здійснювати постійний, двосторонній зв'язок з громадськістю. Крім того, влада повинна не тільки вивчати думку населення, а й своєчасно реагувати на будь-які прояви критики в свою адресу. Органи публічної влади, керуючись прагненням добре виглядати в очах громадськості, не повинні замовчувати, применшувати чи ігнорувати критичні зауваження щодо їх роботи, а вести рівноправний діалог з населенням для вирішення поставлених перед ними завдань.

Проте ні в українській науці, ні в законодавстві питанню критики не було надано великого значення, тому наразі актуальним є розгляд ключових понять з даної теми.

В контексті даного дослідження органами публічної влади будемо вважати органи місцевого самоврядування (далі – ОМС), які здійснюють управління на місцях. Саме тому для аналізу були обрані органи влади міст Острог і Рівне, до яких за законом «Про місцеве самоврядування в Україні» [1] належать: міські ради цих міст; міські голови; виконавчі комітети міських рад.

Критика – це розгляд і оцінка когось, чогось із метою виявлення та усунення вад, вказівка на вади; негативне судження про щось [2, с. 359].

Незважаючи на широке вживання словосполучення «масована критика», в науковій літературі означення цього поняття відсутнє. Проте дуже часто в ЗМІ воно вживається зі значенням «масова» – за участю великої кількості людей. Тобто отожднюється значення слів «масовий» і «масований», що, на нашу думку, є неприпустимим. На нашу думку під терміном «масована критика» слід вважати негативну оцінку дій чи бездіяльності особи чи кількох осіб, що стосується однієї конкретної проблеми чи питання. Наголос в даному випадку робиться на словосполученні «однієї конкретної». Тобто за масовану критику, наприклад, влади не можна вважати критику влади в цілому, а лише ту, що стосується якогось окремого випадку. Масована критика може стосуватися різних сфер суспільного життя. Наприклад, масованій критиці можуть піддаватися різні приватні установи, фірми, громадські організації. Але предметом даного дослідження є масована критика саме ОМС. Адже вона має свої особливості, які пов'язані з відмінностями PR в органах публічної влади.

Джерела і форми масованої критики органів влади:

- громадськість (у формі листів до редакцій, письмових, усних та електронних звернень громадян, виступів на зустрічах, зборах, мітингах, у формі телефонних і приватних розмов, критичних зауважень і пропозицій при зустрічах місцевої влади і населення);
- ЗМІ (на зустрічах журналістів з посадовими особами ОМС, у формі опублікованих матеріалів журналістів).

Питанням взаємодії органу влади і населення вивчається предметною галуззю науки державного управління «зв'язки з громадськістю» (Public Relations – PR). Тому теоретична база дослідження спиратиметься на досвід саме цієї

вплив загальної проблеми

галузі знань. Зв'язки з громадськістю в органах державної влади вивчає така галузь PR, як Public Affairs, що дослівно перекладається як «громадські справи». Головним завданням служб з Public Affairs влади є оперативне, об'єктивне та достовірне інформування громадян про діяльність державного органу та встановлення постійного зворотного зв'язку [3, с. 135]. Зв'язки з громадськістю в органах державної влади мають ряд відмінностей від комерційного PR.

- Відмінності в цілях. Цілі PR органів влади різносторонні і найчастіше мають неекономічний і узагальнений характер, а для комерційних PR характерно сприяти досягненню головної мети організації – прибутку.
- Відмінності в ресурсах. Відносини в бізнесовій сфері будуються на комерційній основі – відповідно, чим більше в організації фінансів, тим більше можливостей для реклами та PR вона має. Органи влади порівняно з комерційними підприємствами мають більші інформаційні ресурси (державні ЗМІ), але менші людські, фінансові і технічні. Але органи влади, взаємодіючи з громадськістю, можуть скористатись важелями примусу.
- Відмінності у відповідальності. Відмінність в комерційній сфері пов'язана з внутрішньою складовою компанії – непродумана PR-кампанія може призвести до розорення. В державному секторі відповідальність носить зовнішній характер, тобто держава у своїх рішеннях відповідальна перед суспільством, що з одного боку говорить про менш чіткі вимоги, але з іншого боку цю нечіткість компенсує необхідність відповідати закону, який більш чітко регулює державну сферу, ніж комерційну.
- Відмінності в оточенні. Для державного управління характерним є особливий стиль відносин з громадськістю і ЗМІ, який визначений справедливим прагненням суспільства знати через ЗМІ все, що відбувається в державних структурах. Великий вплив на діяльність органів влади справляє взаємодія з громадськими організаціями і лобістська діяльність. Рішення ж комерційних підприємств менш часто і не так регулярно обговорюються в пресі, найчастіше інтерес до комерційних підприємств у ЗМІ виникає в період кризи чи у виняткових випадках. Тому приватний сектор змушений використовувати різноманітні PR-технології з привертання уваги преси. Крім того, ЗМІ очікують, що підприємці будуть взаємодіяти з ними на комерційній основі [4, с. 49].

Масована критика – це своєрідна криза репутації, криза довіри до органу влади. Механізм реагування і попередження масованої критики тісно пов'язаний з антикризовим PR. Тому ми розглядаємо масовану критику з точки зору двох напрямків науки про зв'язки з громадськістю – PR в органах державної влади і антикризовий PR.

Отже, масована критика є невід'ємною складовою демократичного суспільства. Вона здійснюється через ЗМІ або ж від імені фізичних осіб і стосується конкретної проблеми чи питання. Поки що вивченню масованої критики не надавали великого значення, тому її термінологічний апарат мало розроблений. Крім того велику роль грає те, що вивчення масованої критики знаходиться на перетині галузей наук державного управління та права.

С. Блек, який стояв біля витоків PR, зазначив, що «... без добрих PR не може ефективно діяти і демократія, яка визначається як уряд народу, обраний народом й існуючий для народу. Виборці повинні знати, як він працює, мати інформацію про прийняті від їх імені рішення, бути обізнаними, щоб повністю використовувати можливості та послуги, що надаються їм. Це вимагається як від місцевих органів управління, так і від центрального уряду...» [5, с. 20].

Тож завдання сприяти розвитку демократичного суспільства покладається на інформаційні служби (підрозділи) органів публічної влади. Саме спеціалісти з Public Affairs

відслідковують стратегію роботи органу влади та розробляють план дій щодо органічного розвитку відносин із громадянами шляхом залучення багатьох суспільних інститутів, серед яких і ЗМІ.

Проте часто функції цих служб зводяться в основному до інформування громадськості чи розповсюдження реклами. Їх переважно прес-посередницька діяльність часто має безсистемний характер, відрізняючись, як правило, недовготривалістю акцій, розрахованих на моментальний, одночасний ефект. Вони нерідко нагадують «пожежну команду», а не службу з «техніки безпеки» [6, с. 179]. Тому ми спостерігаємо підвищення рівня недовіри з боку громадськості, різних соціальних груп до інститутів влади, ключових державних і політичних лідерів.

Доцільно назвати групу причин, які породжують недовіру громадян до органів публічної влади. До них передусім відносять так звані «технічні» причини, коли органи державної влади через ті чи інші обставини не вміють чітко пояснити громадянам цілі і мотиви своєї діяльності, не можуть дати адекватне уявлення про її характер і ті умови, в яких вони вимушені працювати і вирішувати проблеми.

Причини історичного типу. Їх основна суть полягає в особливостях нашої політичної культури з традиційним протистоянням мас органам влади.

Причини організаційного характеру пов'язані з невмінням державної служби через її низьку компетенцію налагодити виконання рішень політичних органів і роботу служб PR.

Причини соціального характеру. Вони обумовлені тим, що держслужба працює в основному «на себе», ігноруючи реальні потреби суспільства або втілює в життя політичні рішення, які не відповідають інтересам громадян [7, с.173].

На рівні місцевого управління основною характеристикою роботи зі зв'язків із громадськістю є високий ступінь відповідальності ОМС перед громадянами. Вирішальне значення має обрана комунікативна стратегія, де головним критерієм є – підтримка довіри жителів. Адже саме довіра і є тим попереджувальним чинником критики. Тому для попередження критики ОМС повинні мати позитивний імідж в очах населення, завоювати довіру громадян – тобто «заробити» публіцитний капітал.

Пабліцитний капітал – це особливий вид символічного капіталу, яким володіє кожен орган влади. Чим він більший, тим більшою довірою користується влада, тим більше населення розуміє і підтримує її рішення. Але публіцитний капітал – це абстрактне поняття, яке не вимірюється ніяким еквівалентом. В тому й полягає складність вимірювання ефективності PR чи ефективності реагування і попередження масованої критики. Тому в отриманих результатах буде міститися більше описовості, ніж оцінки.

Відділи інформаційно-аналітичного забезпечення Острозького і Рівненського міськвиконкомів здійснюють схожі функції, тому деякі заходи з попередження масованої критики, які виконує і Рівненська, й Острозька місцева влада, ми перерахуємо:

- проведення «Прямої телефонної лінії» та апріорного графіків її організації, а також створення «телефону довіри»;
- організація особистого прийому громадян працівниками міськвиконкомів;
- робота громадської приймальні;
- проведення лекційної роботи та загальнообласних Днів інформування населення, де громадяни можуть не лише познайомитися з обговорюваними проблемами, а й висловити свої думки, пропозиції і критичні зауваження;
- проведення засідань політичних та громадських рад при міськвиконкомах;
- моніторинг та аналіз висвітлення в ЗМІ інформації про діяльність міськвиконкомів;
- проведення соціологічних досліджень громадської думки щодо діяльності ОВМ (наприклад, оцінка роботи місцевої влади з населенням, визначення соці-

альних пріоритетів міста тощо) і оприлюднення результатів деяких з них в газетах;

- проведення щомісячних виїзних засідань виконкому;
- створення на сайті Острозької міської ради рубрики «Написати нам», а на сайті Рівненської – «Запитуєте – відповідаємо» для зворотного зв'язку;
- проведення «круглих столів» з лідерами міських політичних партій, громадських організацій та релігійних громад міст, на яких розглядаються питання суспільно-політичного та соціально-економічного становища в містах, аналізуються суб'єктивні та об'єктивні проблеми соціально-економічного розвитку, обговорюються шляхи подолання цих проблем;
- проведення громадських слухань і оголошення про них в ЗМІ.

Крім того, в Острозькому міськвиконкомі створено перелік послуг, що надаються населенню міста і розроблені роздаткові картки цих послуг, у яких наявна повна інформація про кожен вид послуги з метою полегшення співпраці влади і населення.

Що ж до масованої критики міськвиконкому, за словами керівника відділу інформаційно-аналітичного забезпечення в м. Острог, явної критики практично немає. Ніякі особливі заходи з її попередження не вживаються, як і не існує механізму реагування на неї. Громадські слухання не проводились вже два останні роки, бо не було потреби. Так само немає потреби в інформаційних запитах, адже, за словами респондента, інформація про орган самоврядування надається в повному обсязі.

Процес прийняття рішень, на думку відповідача, є відкритим – питання, що Острозька міська рада розглядатиме на черговому засіданні, подаються в газеті «Замкова гора» [8]. Так само і рішення, прийняті на них, друкуються в цій же газеті. Але, інформація про те, як населенню вплинути на те, які питання будуть на розгляді, чи якимось вплинути на їх вирішення, в газеті не повідомляється.

Інформація про роботу Рівненської міської ради оприлюднюється в газеті «Сім днів» [9]. Є плани транслятувати через мережу Інтернет засідання міськради, створити прес-центр міськради, що сприятиме збільшенню прозорості роботи влади. Також планується налагодження співпраці з аналогічними відділами міськвиконкомів інших обласних центрів, щоб поділитися досвідом, провести деякі реформи.

За словами працівника відділу інформаційно-аналітичного забезпечення, масована критика міської влади зустрічається часто. Наприклад, взимку було багато критики з приводу стану доріг і тротуарів в період зими. Для реагування місцева влада співпрацювала зі ЗМІ, наприклад, ознайомили їх з роботою комунальних підприємств, записали інтерв'ю з директором міського комунального господарства, в якому говорилося про дану проблему, причини її виникнення і можливості вирішення. Для попередження критики не робиться ніякої особливої роботи, основною причиною цього є людські і фінансові ресурси. Але відділ аналізує матеріали ЗМІ, які містять критику з різних питань, і надсилає цю інформацію у відділ, до компетенції якого входить вирішення даного питання. Що ж стосується критики з приводу діяльності чи бездіяльності окремих представників влади, тобто критики, яка стосується репутації та іміджу, то реагування не проводиться.

Відділ використовує соціальну рекламу і проводить соціальні кампанії. Наприклад, були проведені зйомки фільму щодо створення в місті об'єднання співвласників комунальних будинків, де розповідалося про переваги такого об'єднання. У місті проходить акція, ініційована міською радою «Зірка міста Рівне», мета якої показати місту його героїв – людей, що мають великі досягнення в різних галузях – спортсмени, науковці, артисти.

Механізм реагування та попередження масованої критики, складається із заходів, які передують критиці і певною мірою можуть вберегти від неї, а також заходів, які проводяться тоді, коли критика вже з'явилася.

Особливого значення повинна набути *особиста відповідальність* керівників відділів, управлінь, структурних підрозділів органів виконавчої влади за висвітлення питань діяльності їх підрозділів. Необхідно розробити *критерії* та запровадити *механізм персональної відповідальності* таких керівників за недотримання зв'язків з представниками ЗМІ та населенням з питань, що належать до їх компетенції. Також необхідно проводити заходи з підвищення корпоративної культури і ділової етики працівників. Адже великою мірою думка про орган влади в цілому формується під впливом думки про його працівників особисто. Рішення про особливості реагування на критичні матеріали має приймати голова органу влади на основі інформації, підготовленої відділом, який виконує функції відділу зв'язків з громадськістю. Механізм підготовки такої інформації та прийняття рішення має передбачати такі етапи:

- проведення моніторингу критичних матеріалів;
- підготовка інформації для керівництва про можливі причини та джерела виникнення відповідного критичного матеріалу;
- прийняття рішення керівника ОМС щодо критичних публікацій.

Першочерговим заходом реагування на критичні публікації має бути доручення керівника органу влади відповідним підрозділам або посадовим особам стосовно проведення службового розслідування для перевірки фактів, які мали місце у критичній публікації.

У разі підтвердження інформації – прийняття заходів з вирішення проблеми і негайне інформування про це в ЗМІ. Якщо було виявлено винних осіб – працівників ОМС, до них застосовуються міри відповідальності згідно із чинним законодавством, а також заходи з вирішення проблеми, про що повідомляється через ЗМІ, які висвітлювали з критичної точки зору їх діяльність.

У разі, коли факти, які були опубліковані у статті, не підтверджуються або проблема, що існує, висвітлена автором статті недостатньо об'єктивно, вживаються заходи впливу на друковане видання, яке розмістило неправильну чи хибну інформацію, або на авторів такої критичної публікації. Нагадаємо, що це вимога спростування інформації або право на відповідь та власне тлумачення справи, заборона поширення інформації, якою порушуються особисті немайнові права; позов до суду з заявою про спростування. Вони застосовуються, якщо критичні публікації за наслідками перевірки були визначені як неправильні, необ'єктивні, хибні, або, якщо були виявлені факти наклепництва або навмисного опорочення ділової репутації керівника та інших посадових осіб.

Але не залежно від того, якою була критика, потрібно здійснити інформаційну кампанію з реагування на неї. Звичайно, критика може бути різних масштабів, а іноді може трапитися ціла інформаційна війна проти влади, з використанням брудних технологій, а також підкупу журналістів (що дуже часто стається в передвиборчий період).

Проведений аналіз дає можливість сформулювати план реагування в ОМС на критику:

1. Виділення цільової аудиторії комунікації (населення, ЗМІ, громадські організації, громадські об'єднання).
2. Виділення сегментів, на які спрямовано критику (структурний підрозділ, окрема особа, орган влади).
3. Формування чіткої та недвозначної позиції (зізнатися або заперечувати).
4. Формування спеціальної команди, яка займатиметься лише цією проблемою, а також призначення ключового спікера, що буде говорити від імені органу влади (секретар міськради, керуючий справами, прес-секретар чи керівник одного з відділів).
5. Розробка плану комунікації, який включатиме заходи з інформування зовнішньої і внутрішньої громадськості, перелік приблизних питань журналістів і відповідей на них.

НАДХОДЖЕННЯ ВІД ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ДЖЕРЕЛА ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Наводяться результати аналізу доходів загального фонду бюджету Харківської області від використання комунального майна за 2006–2009 роки, розроблено практичні рекомендації щодо застосування органами місцевого самоврядування сучасних інструментів управління комунальними підприємствами з метою підвищення ефективності управлінських рішень та рентабельності комунальних підприємств.

Ключові слова: орган місцевого самоврядування, господарська організація, комунальне підприємство, місцевий бюджет, податок на прибуток, частина чистого прибутку (доходу), управлінське рішення.

Одним із першочергових завдань сьогодення, які стоять перед українським суспільством на шляху до демократичних перетворень, є, безумовно, зміцнення фінансової автономії місцевого самоврядування: заможні територіальні громади є передумовою добробуту і процвітання держави.

Формування показників міжбюджетних відносин 2009 року по Харківській області свідчить про те, що самодостатніми є тільки 35 місцевих бюджетів, або 7% від їх загальної кількості. Решта місцевих бюджетів отримують дотацію, яку розраховують як різницю між доходами, що враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів, і видатками на виконання делегованих повноважень, визначених на основі формульних розрахунків.

В той же час зарубіжна практика свідчить про те, що доходи від операцій з комунальною власністю, яка є основою ресурсного забезпечення місцевого самоврядування, у розвинених країнах становлять значну частину надходжень до місцевих бюджетів. Саме комунальна власність на сучасному етапі розвитку місцевого самоврядування в Україні, на наш погляд, повинна стати не просто його матеріальною основою, але і джерелом фінансових ресурсів місцевих бюджетів.

Розв'язання зазначеної проблеми значною мірою визначило б розширення економічної самостійності та фінансової забезпеченості регіонів України, що істотно вплинуло б на реалізацію демократичних засад в нашій державі.

Теоретичним підґрунтям даного дослідження є наукові праці українських вчених у двох сферах галузі науки державне управління, а саме: у сфері управління комунальним майном – В. М. Алексєєва, В. М. Бабаєва, О. В. Ольшанського, В. М. Тітова, у сфері бюджетної політики – В. В. Мамонової.

Метою даної статті є проведення аналізу доходів місцевих бюджетів, платниками яких є комунальні підприємства, та розробка практичних рекомендацій щодо застосування органами місцевого самоврядування сучасних інструментів управління комунальними підприємствами з метою забезпечення їх прибуткової діяльності.

В Україні до загального фонду місцевих бюджетів від використання комунального майна надходять три види доходів: плата за оренду майнових комплексів та іншого майна, що у комунальній власності; податок на прибуток підприємств і організацій, що належать до комунальної власності; частина чистого прибутку (доходу) господарських організацій (які належать до комунальної власності або у статутних фондах яких є частка комунальної

6. Визначення комунікаційних каналів (преса, телебачення, усні виступи, тощо).

7. Налагодження співпраці зі ЗМІ.

8. Розроблення інформаційних документів (меморандумів, інформаційних листків, заяв для преси, листів запитань-відповідей та ін.) та розповсюдження їх.

9. Заручення підтримкою позиції органу влади з боку відомих аналітиків, провідних каналів інформації, авторитетних фахівців, а також юридичних установ.

10. Організація присутності керівника на місці подій, де ситуація критична.

11. Організація одержання інформації службовцями органу публічної влади безпосередньо від свого керівництва, а не постфактум – через ЗМІ.

12. Позиціонування органу влади після подолання критики.

13. Здійснення постійного моніторингу громадської думки і ставлення населення до органу публічної влади.

Для попередження масованої критики орган публічної влади повинен мати добру репутацію, яка створюється за допомогою постійного використання PR-заходів. Проте, якими гарними не були б стосунки влади і громадськості, завжди може бути причина, яка б їх погіршила. В такому випадку відділ з PR повинен мати перед собою план дій, які необхідно виконати, щоб по-перше, не погіршити ситуацію, по-друге, вирішити проблему, і, по-третє, зберегти імідж і довіру до органу влади.

Література.

1. Про місцеве самоврядування в Україні [Текст] : закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР (із змінами) / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради.. – К., 1997. – № 24. – С. 170.

2. Новий тлумачний словник української мови [Текст] : у 4-х томах. Т.2. Ж-ОБД. 42000 слів / укл. В. В. Яременко. – К. : АКОМП, 1998. – 910 с.

3. Теория и практика связей с общественностью.: учеб. пособие – СПб.: ООО Изд-во «Северо-Запад»; Ростов: Изд-во «Феникс», 2005. – 208 с.

4. Тарашвили Е. Связи с общественностью в государственных структурах / Е. Тарашвили. – Режим доступа: <http://www.pressclub.host.ru/PR.Lib/Terashvili.htm>. – Заголовок з екрану.

5. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? пер. с англ. / С. Блэк. – М. Новости, 1990. – 240 с.

6. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз / В. Г. Королько – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 528 с.

7. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз. Теория и практика / В. А. Моисеев. – М.: Омега-Л, 2001. – 376 с.

8. Замкова Гора [Текст]: Острозька громад. - політ. газ. / засн. Острозька міська рада, міськвиконком, труд. колектив редак. газ.; голов. ред.: О. Корнійчук. – 1990. – Острог: ТОВ «Острозька друкарня».

9. Сім днів [Текст]: Рівненський тижнев. / засн. Рівненська міська рада; гол. ред. О. Тищенко. – 1987. – Рівне, ВАТ «Рівненська друкарня».