

РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Гузенко Т. А.,

канд. наук із соц. комунік.,
заст. директора Департаменту суспільних комунікацій
Київської міської державної адміністрації

Guzenko Tetiana,

Candidate of Sciences on Social Communications,
Deputy Director of the Department of Public
Communications of the Kyiv City State Administration

УДК 007: 304: [659.1+659.4]: 374.7

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ М. КИЄВА: ЗУМОВЛЕНА ПОТРЕБА ТА ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ

COMMUNICATIVE STRATEGY OF KYIV: REQUIRED NEED AND MAIN PRINCIPLES OF FORMATION

Анотація. У статті досліджуються питання розвитку нового для українського суспільства, органів державної влади та органів місцевого самоврядування соціального інституту – комунікацій з громадськістю – забезпечення зв'язку з місцевими громадами та створення умов щодо їх реальної участі у вирішенні місцевих проблем, конкретизації понятійного апарату, принципів і правил інституціонального аналізу, розробки системи критеріїв оцінки ефективності використовуваних в органах місцевого самоврядування стратегічних моделей комунікації з громадськістю.

Ключові слова: комунікація, комунікативна стратегія, публічний простір, орган місцевого самоврядування.

Abstract. The article examines the issues of development of social institution of public relations that is new for Ukrainian society and public authorities and local self-government bodies aimed at providing communication with local communities and creating conditions for their real participation in local problems solving, specifying definitions, principles and rules of institutional analysis, working out evaluation criteria system of efficiency of strategic models of communication with civil society that is used in local self-government bodies.

Keywords: communication, PR strategy, public space, local self-government body.

Вступ. Комунікації між органами місцевого самоврядування та громадськістю – важливий складник демократичного розвитку держави, становлення й поступу громадянського суспільства та соціально й політично активного громадянина.

Революція Гідності 2014 р. активізувала українське суспільство, сприяла виникненню нових активних місцевих соціумів, які до цього майже не були представлені в політичному житті держави та фактично не були залучені до процесу підготовки і прийняття управлінських рішень на всіх рівнях суспільного життя. Відбувається злам усталеної системи взаємовідносин місцевої влади та громадськості, що дає потужний поштовх для пошуку нових моделей взаємодії та активного залучення у процес прийняття рішень щодо місцевого розвитку соціально активних громадян, громадських об'єднань і суспільних груп.

У цьому контексті надзвичайно актуальною є потреба вибудовування ефективної системи взаємодії та забезпечення органами місцевого самоврядування

ефективних зв'язків із громадськістю, запровадження європейських стандартів комунікації «влада-суспільство», адже саме вони є релевантним чинником легітимізації управлінських рішень та забезпечують створення умов для реальної участі населення у формуванні й реалізації державної політики, насамперед у сфері місцевого самоврядування.

Аналіз наукових публікацій і розвідок засвідчує, що питання ідеології й філософії суспільного явища комунікації в широкому розумінні та зв'язків із громадськістю, практичної взаємодії різноманітних структур, інститутів суспільства та влади висвітлюються в працях значної кількості західних учених: Ю. Габермаса, Т. ван Дейка, З. Баумана, Дж. Кіна, М. Фуко, Н. Лумана, П. Лазарсфельда, Р. Мертона, К. Поппера, Г. Йонаса, Р. Даля, Р. Дебре, Д. Мак-Квейла та значного доробку вітчизняних вчених і дослідників, до яких можна зарахувати роботи В. Різуна, А. Сіленко, О. Радченка, О. Скрипнюка, Г. Почепцова, Н. Дніпренко, А. Кохан, Н. Гнидюк, Н. Драгомерецької [1], Д. Дуцик, Є. Романенка [2], А. Баровської [3], С. Штурхецького [4] та інших

авторів, праці яких є надто вагомими у сучасному науковому дискурсі з означеної проблеми.

Віддаючи належне науковій і практичній значущості праць, в яких розглядаються різні аспекти досліджуваного питання, все-таки наголосимо на очевидній відсутності у вітчизняній науці комплексного аналізу, що поєднував би висвітлення її теоретичних, методологічних, методичних та емпіричних аспектів формування та реалізації комунікативної стратегії органів місцевого самоврядування. Крім того, у них бракує й узагальненого комунікативного досвіду щодо вивчення саме зв'язків із громадськістю та засобами масової інформації.

Мета дослідження – проаналізувати питання розвитку нового для українського суспільства соціального інституту – комунікацій з громадськістю, а також забезпечення зв'язку з громадянами та створення умов щодо їх реальної участі у вирішенні місцевих проблем, конкретизації понятійного апарату, принципів і правил інституціонального аналізу, розробки системи критеріїв оцінки ефективності використовуваних в органах місцевого самоврядування моделей комунікації з громадськістю і на цій основі з'ясування чинників, що спричиняють соціально-політичну напругу та недовіру до владних органів різного рівня.

Результати й обговорення. Вагоме місце в процесі не тільки інституційної, а й політико-комунікативної трансформації системи місцевого самоврядування в Україні відіграє формування й практика реалізації стратегії інформаційної відкритості органів місцевого самоврядування як складника ширшої проблематики інформаційної відкритості влади загалом [5]. Але процес інформаційного обміну між громадськістю, засобами масової комунікації, органами місцевої влади на сучасному етапі проходить складно, оскільки в Україні й досі не сформувалися такі демократичні традиції в управлінні державою та місцевими громадами, які існують у розвинутих демократичних країнах.

Проблеми децентралізації системи державного управління, організації та проведення місцевих виборів відповідно до демократичних стандартів, формування і реалізації публічної політики та спільного пошуку оптимальних управлінських рішень у поєднанні з відсутністю вміння й навичок вести публічне управління й адміністрування, негативно впливають на розвиток місцевого самоврядування в Україні. Тому існує гостра потреба невідкладного врегулювання соціально-політичних конфліктів у громадах та створення в них публічного комунікативного простору.

Визначення публічного простору та усвідомлення його ролі в житті міста не може відбуватися без урахування теорії розділення публічного простору і

публічної сфери (public realm). Поняття «публічна сфера» було описано у праці німецького філософа Ю. Габермаса «Структурні трансформації публічної сфери» (1962). Зазначимо, що зазвичай поняття «публічна сфера» і «публічний простір» вживаються як синоніми та означають сферу, в якій провадять свою діяльність інститути громадянського суспільства, у їх числі й неурядові громадські організації.

Тому міський публічний простір потрібно передусім розглядати як місце реалізації громадянських і політичних прав, місце, де городяни можуть бути побаченими і почутими, а не залишатися пасивними глядачами на різноманітних заходах (питання організації та проведення фінальної частини пісенного конкурсу «Євробачення» (Київ, 2017), фінального футбольного матчу Ліги чемпіонів (Київ, 2018) тощо).

Одним із ключових політичних прав городян сьогодні є «право на місто», адже, сучасне місто одночасно є ціллю і засобом, метою і смисловим значенням. Це зокрема й право на участь у творенні публічних просторів і їх апропріацію. Практичний вимір цього права (що релевантно і для пострадянських міст) полягає у доступі громадян до економічних, комунальних, культурно-освітніх і символічних ресурсів та можливостей, що їх надає місто.

У теорії Ю. Габермаса публічна сфера, розглядається як «інституціолізована арена дискурсивної інтеракції», яка охоплює все, що перебуває поза межами приватного простору, де громадяни мають доступ до інформації та вільно обговорюють суспільно важливі питання.

С. Штурхецький зазначає, що описувані класичні моделі комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування, незважаючи на використання у них елементів комунікативного процесу, не враховують того, що міське самоврядування є складником соціальної системи, з притаманними їй своєрідними процесами взаємодії між структурними елементами [4, с. 18]. Зокрема на сьогодні відсутні критерії оцінки ефективності зв'язків із громадськістю, які включають категорії вимірювання інформаційного впливу на громадську думку (інформування про діяльність міського голови та міської ради) та комунікативного аспекту (спроможність міської влади налагодити постійний зворотній зв'язок з громадянами).

Заступник голови Київської міської державної адміністрації О. Резніков вважає, що «публічний простір – це право кожного на комфорт, безпеку, доступність, естетичний вигляд міста. У якомусь сенсі семантично він є показником якості життя у місті, по суті – це саме місто: будівлі, вулиці, парки, сквери тощо. Усвідомлення та захист публічного простору – ознака демократичного суспільства. Це поняття вперше може з'явитися у новому Статуті територіальної громади міста Києва» [6].

Питання комунікативних відносин почасти врегульовуються положеннями Законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення системи державного управління у книговидавничій сфері», постановами Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 р. № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 р. № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 03 листопада 2010 р. № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», рішеннями Київської міської ради від 29 жовтня 2009 р. № 520 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та положеннями Стратегії розвитку м. Києва до 2025 р., затвердженої рішенням Київської міської ради від 15 грудня 2011 р. № 824.

Загалом в Україні понад два десятиріччя витрачено на створення нормативно-правової бази, яка за умови політичної волі цілком придатна для запровадження комунікацій органів державної влади та громадськості, участі громадян у процесах формування і реалізації державної політики у різних сферах суспільного буття.

Водночас ми змушені визнати, що такий підхід є доволі фрагментарний, жоден закон сповна не охоплює повноважень органів місцевого самоврядування у сфері комунікативної політики. Зокрема, незважаючи на затверджену в 2010 р. Кабінетом Міністрів України Концепцію Закону України «Про державну комунікативну політику», цей законопроект так і не було розроблено. Наразі не існує жодних законодавчих правил і підстав щодо реальної участі громадян в управлінні державними справами.

Зазначимо, що найактуальнішим на теперішньому етапі реформування системи територіальної організації влади в Україні загалом та місцевого самоврядування зокрема, на думку В. Гулая, має стати завдання розроблення та реалізації цілеспрямованої інформаційно-комунікативної кампанії щодо відповідних змін, передусім під час об'єднання територіальних громад [5]. Законодавство визначає, що м. Київ є столицею України і згідно з Конституцією

України має спеціальний статус та відповідні особливості здійснення виконавчої влади та місцевого самоврядування, визначені Законом України «Про столицю України – місто-герой Київ». Це покладає на місто додаткові завдання – бути провайдером змін для інших міст України. На нашу думку, репутація влади м. Київ повинна підтримуватися і має посилюватися шляхом впровадження кращих практик реалізації комунікативної стратегії мегаполісів, до яких належать практично всі столиці європейських країн, разом із планами управління репутацією, ризиками та надзвичайними ситуаціями, які виникають. Все це може бути імплементовано під час реалізації міських програм та основних засад сучасної політики за умови врахування та врегулювання таких чинників, як:

- недостатній рівень поінформованості киян щодо діяльності міської влади з реалізації пріоритетних завдань соціально-економічного розвитку столиці та актуальних завдань інформаційної політики;
- недостатній рівень інформаційного партнерства з інституціями громадянського суспільства для формування громадської думки щодо визначених пріоритетів;
- недостатній рівень залучення інформаційних ресурсів міської влади для захисту інформаційного простору, протистояння інформаційній агресії, маніпуляціям громадською думкою;
- неналежний стан матеріально-технічної бази муніципальних засобів масової інформації;
- недостатній рівень кваліфікації фахівців структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київська міська державна адміністрація) та районних державних адміністрацій у м. Києві, які відповідають за зв'язки зі ЗМІ, журналістські кадри комунальних ЗМІ [7].

Статутом м. Києва визначено, що громадяни України, які мешкають на території міста, реалізують своє право на участь у місцевому самоврядуванні за належністю до територіальної громади м. Києва, яка визначається без будь-яких обмежень і незалежно від їхньої раси, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, терміну проживання на території м. Києва, мовної чи іншої ознаки [8].

Право на участь у прийнятті рішень з питань місцевого самоврядування у місті Києві мають громадяни, яким чинним законодавством України надано право голосу [8].

Варто зазначити, що у дослідженнях комунікативних процесів нині відбувається перехід від класичних моделей (прості, лінійні, прозорі, наочні, операціоналізовані) до всеосяжних метатеоретичних моделей реляційного та інтерактивного спрямування. У контексті оновлення підходів повинна розвинуватися парадигма діалогічного підходу [9, с. 19].

Це дає підстави для формулювання основних завдань комунікативної стратегії м. Києва:

- залучати громадян до процесу вироблення політик та прийняття рішень через проведення громадських слухань, організації публічних дискусій, консультацій, запровадження інноваційних технологій;
- ініціювати партнерські проекти з розбудови публічних просторів, які сприятимуть комунікації в громаді, культурної та просвітницької інфраструктури: парки відпочинку, клуби для проведення дозвілля, хаби, електронну бібліотеку, альтернативну школу, клуби з різними секціями (музика, спорт, мистецтво);
- просувати реалізацію проектів, спрямованих на розвиток самоорганізації в громадах (органи самоорганізації населення, громадські організації, громадські помічники для владних та правоохоронних органів), громадські інспектори тощо;
- сприяти проектам, спрямованим на об'єднання громади: клуб вивчення української мови, відкритий майданчик в парку для культурно-творчого діалогу; міський краєзнавчий музей як платформа трансформації травматичного історичного минулого і розробки нових стратегій розвитку міста та обміну з іншими регіонами України [10].

Ще одним елементом комунікативної стратегії є забезпечення широкого інформування про те, як працює мережа установ та організацій адміністративних і муніципальних послуг, поліція, сервіси для обслуговування жителів (резидентів) міста, працівників, бізнесменів, туристів та гостей, а також про те, що ці послуги надаються постійно та на високому рівні.

Зокрема це актуально під час організації та проведення таких важливих заходів, як фінальна частина пісенного конкурсу «Євробачення» (2017 р.) та проведення фінального футбольного матчу Ліги чемпіонів (2018 р.), коли міська влада столиці бере на себе підвищену відповідальність, зокрема у двох напрямках: організації проведення цих заходів на належному рівні, промоції як самої столиці, так і всієї країни.

Важливим елементом комунікативної стратегії є забезпечення підтримки діяльності міської влади столиці. У дослідженні «Сучасні тенденції комунікацій у державному управлінні» Н. Драгомирецька [1] підсумувала, що в сучасній вітчизняній практиці комунікації суб'єктів державного управління перебувають у стані накопичення, зберігання та надання інформації. Відсутня теоретична та практична підготовка професійних комунікаторів. Спостерігається перенесення державно-управлінських комунікацій у політичну площину. Автор зазначає, що в Україні не можна залишати тільки інформаційну діяльність в державному управлінні, доцільний перехід до комунікативної діяльності. Це своєю чергою потребує змін у положен-

нях законодавства України про комунікативну політику. Її потрібно розглядати як динамічну систему, яка включена в усі види діяльності суб'єктів державного управління і спрямована на розвиток суспільного життя та реалізацію національних стратегій. Доречно виробити довгострокову Національну комунікативну стратегію, яка матиме кілька рівнів функцій: основні, допоміжні, правові, організаційно-функціональні [1, с. 92–93]. Однією з основних цілей такої комунікативної стратегії є спрямування на підтримку і зміцнення репутації влади м. Києва. Управління репутацією є невід'ємним складником ефективної комунікаційної стратегії, тому важливо мати законодавче підґрунтя.

На підставі чинних нормативно-правових актів 14 квітня 2016 р. рішенням Київської міської ради затверджено міську цільову програму на 2016–2018 рр. «Київ інформаційний», унаслідок впровадження якої очікується:

- сприяння становленню відкритого демократичного суспільства, яке гарантуватиме дотримання конституційних прав громадян щодо участі в суспільному житті, прийнятті відповідних рішень органами державної влади та органами місцевого самоврядування;
- підвищення якості інформування територіальної громади м. Києва та забезпечення індивідуальних інформаційних потреб киян з отримання необхідної інформації стосовно діяльності місцевих органів влади;
- запровадження постійного діалогу міської влади з громадою міста з метою залучення широких верств населення до обговорення та вирішення питань місцевого значення;
- сприяння ефективній взаємодії депутатів Київської міської ради з виборцями;
- підвищення результативності виконання міською владою своїх завдань та збільшення відповідальності у її представників перед громадою міста;
- формування об'єктивної суспільної думки щодо органів місцевого самоврядування і підвищення рівня довіри громади до них на основі отримання вичерпної всебічної інформації про їх діяльність;
- підвищення рівня інформування громади м. Києва щодо реалізації національних проектів та державної політики;
- подальше забезпечення відкритості діяльності органів місцевої влади, прозорості прийняття рішень Київської міської ради, високого рівня контролю за їх виконанням;
- забезпечення доступу громадян до публічної інформації;
- забезпечення відкритості процесу проведення торгів державних закупівель;
- застосування нових сучасних інформаційних технологій;

• підвищення ефективності роботи комунальних підприємств засобів масової інформації (КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва», КП «Вечірній Київ») [7].

Відповідальним за реалізацію цієї міської програми визначено Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київська міська державна адміністрація) [7]. Наразі департамент є лідером у поширенні суспільно корисної інформації не лише за участі комунальних ЗМІ, громадського сектору, лідерів громадської думки, стейкхолдерів, а також через координацію діяльності з іншими структурними підрозділами міської влади, центральними органами виконавчої влади (міністерства, служби, комітети тощо). Таким чином, для підтримки пріоритетів діяльності міської влади, задоволення потреб киян, їхнього реального включення в процеси розроблення й ухвалення політик (що, власне, і є суттю суспільних комунікацій), після ухвалення депутатами Київської міськради оновленої редакції Стратегії розвитку Києва–2025 має бути розроблена та затверджена Комунікативна стратегія Києва–2025. У разі реалізації цього пілотного проекту, отримані результати можуть бути використані в процесі розроблення сучасного понятійного апарату, апробовані як практики просування нових моделей суспільної та адміністративно-політичної взаємодії влади і громади з використанням інноваційних інформаційно-комунікативних технологій [11; 12; 13].

Слід визнати, що згадана програма «Київ інформаційний», на жаль, не враховує цілу низку важливих «комунікативних» аспектів. Зокрема практично не враховуються такі напрями як:

- підтримка та сприяння м. Київ як загальнодержавного лідера у сфері загальнодержавних фінансів та послуг у сфері бізнесу, освіти, культури тощо;
- підтримка влади м. Київ як провайдера сучасних, ефективних та високої якості локальних та муніципальних послуг, роботи поліції, на всій території міста для жителів (резидентів), працівників, бізнесменів та гостей міста;
- підтримка та супроводження в м. Києві широківідомих міжнародних заходів «Євробачення» (2017) та фінального футбольного матчу Ліги чемпіонів (2018).

Зважаючи на досвід європейських столиць варто зазначити, що там особливу увагу приділяють знаковим міжнародним заходам [14]. Зокрема, в процесі підготовки до Олімпійських ігор 2012 р. в м. Лондоні було затверджено «Комунікативну стратегію на 2012–2015 роки». Наголошувалося на тому, що репутація влади м. Лондон підтримується і посилюється за рахунок впровадження комунікаційної стратегії разом із планами управління репутацією,

ризиками та надзвичайними ситуаціями, які можуть бути імplementовані в необхідний час [15].

Зважаючи на сказане, можна сформулювати перелік комунікативних викликів, які стоять перед міською владою Києва:

- фінал Ліги чемпіонів (28 травня 2018 р.);
- роль міста Києва в Україні та Східно-Європейських державах;
- посилення міжнародної конкурентоспроможності міста;
- належне визнання адміністративних та комунальних послуг, які надає влада міста;
- підтримка впровадження Стратегії у сфері культури, освіти та туризму;
- реалізація комунальних міських програм;
- впровадження системи управління репутацією міста;
- взаємодія з традиційними ЗМІ та соціальними мережами;
- визначення порядку денного щодо прозорості та відкритості місцевої влади;
- визначення порядку денного щодо нагальних локальних питань;
- впровадження ефективної комунікації з членами громади з метою підвищення ефективності механізму розроблення та контролю управлінських рішень.

Очевидно, що в разі затвердження оновленої Стратегії розвитку Києва–2025, необхідно забезпечити визначення головних пріоритетів, провести комунікативний аудит ресурсів міської влади, розробити відповідну Комунікативну стратегію на період до 2025 р. та комунікативні плани на кожен рік, які будуть підкріплені необхідними фінансовими ресурсами.

Висновки. За визначанням провідних європейських фахівців, проблемами, які заважають запровадженню в Україні успішної комунікації, є:

- брак політичної волі продовжувати розпочаті ініціативи і послідовно їх реалізовувати;
- недостатня узгодженість дій і співпраці між структурами, яка заважає досягненню спільних цілей;
- роздрібнення ресурсів на окремі фрагментарні дії замість того, щоб розробляти цільові інтегровані програми;
- відсутність єдиного координаційного центру (міжінституційна система);
- увага приділяється поширенню інформації, а не формуванню громадської думки;
- недостатнє і неоднакове розуміння різними органами влади та їхніми керівниками потреби в комунікації [16].

Враховуючи ці висновки, вважаємо, що послідовне вирішення порушених нами питань сприятиме

тому, що будь-який конкретний виклик для влади та громади м. Києва буде відповідним чином оброблятися й аналізуватися відповідно, плануватися й регламентуватися відповідно до закону «Про столицю місто-герой Київ». Адже перспектива щодо виникнення загроз для стабільного розвитку столиці існує й буде існувати завжди, тому ефективним засобом їх врегулювання може стати комунікативна стратегія, розроблена на основі ґрунтовних досліджень. Щорічні плани з її виконання мають бути спрямовані на адекватне й ефективне реагування на суспільні виклики, а також на превентивні заходи щодо їх попередження у майбутньому.

З урахуванням особливостей та історичної ролі столичного міста Києва в Україні, вимоги до Київської міської влади, її виконавчих органів, структурних підрозділів щодо більшої прозорості та підзвітності з боку громадськості значно зросли і будуть зростати. Тому, враховуючи зазначене, міська влада повинна розглядати розроблення «Комунікативної стратегії міста Києва на період до 2025 року» як реальну можливість участі киян в управлінні містом, визначенні пріоритетів розвитку інфраструктури, розвитку сфери послуг, сервісів тощо. Насамперед, ці зміни повинні мати саме «комунікативний» ухил, орієнтувати впроваджувану політику на забезпечення ефективного зворотного зв'язку з громадою міста та гарантувати конституційне право кожного на участь в управлінні.

Також невід'ємною частиною реалізації такої стратегії повинно стати усвідомлення необхідності підвищення ролі та якості комунікативної діяльності структурних підрозділів місцевої влади, з метою підтримки принаймні двох напрямів цієї стратегії та просування послуг, які надає влада міста киянам та гостям міста. Це зокрема передбачає посилення визнання кожної з цих послуг як частини спільної загальної роботи міської влади, а не тільки як окремих зобов'язань її підрозділів.

Список літератури

1. Драгомерецька Н. Сучасні тенденції комунікацій у державному управлінні [Текст] // Публічне урядування. – № 1. – 2015. – С. 85–96.
2. Романенко Є. Діалогічна взаємодія громадськості та органів державної влади у процесі формування державної політики [Текст] // Актуальні проблеми державного управління. – 2014. – Вип. 2. – С. 50–54.
3. Баровська А. Комунікація влади та громадськості: інституційний аспект [аналітична записка] / Національний ін-т стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/293/>.
4. Штурхецький С. Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні : монографія / С. В. Штурхецький. – Рівне : ТОВ «Овід», 2011. – 148 с.
5. Гулай В. Політико-комунікативні стратегії і практики взаємодії органів місцевого самоврядування України та

Польщі / Василь Гулай // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – 2015. – Вип. 27. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/28405/1/015-089-094.pdf>.

6. Салій Ю. «Публічний простір» вишуть у Статут Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2016/10/03/publicniy-prostir-vpishut-u-statut-kiyeva/>.

7. Про затвердження міської цільової програми на 2016–2018 роки «Київ інформаційний». Рішення Київської міської ради від 14 квіт. 2016 р. № 333 // Хрещатик. – 2016. – № 48.

8. Статут територіальної громади міста Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kmr.gov.ua/uk/content/statut-terytorialnoyi-gromady-mista-kyyeva>.

9. Стратегія побудови спільних візій моделей місцевого самоврядування для конкретних громад [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://peace.in.ua/strategiya-pobudovy-spilnyh-vizij-modelej-mistsevoho-samovryaduvannya-dlya-konkretnyh-hromad/>.

10. Тищенко І. Що таке міський публічний простір [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mistosite.org.ua/uk/articles/shho-take-m%D1%96skyj-publ%D1%96chnyj-prost%D1%96r>.

11. Запровадження комунікацій в суспільстві / за заг. ред. Н. К. Дніпренко, В. В. Пізуна. – Київ : ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.

12. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні : посібник. – Київ : Ленвіт, 2012. – 64 с.

13. Михайловська О. Деякі аспекти комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості // Науковий вісник Полісся. – 2016. – № 1 (5).

14. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи [Текст] : аналіт. доп. – Київ : НІСД, 2014. – С. 3–39.

15. Clive T. London 2012: a victory in strategic communications / Tom Clive [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sermelo.com/news-and-insights/post/London-2012-a-victory-in-strategic-communications/26>.

16. Nunn M. Problems of transition from Ukrainian authorities to inform the communication [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/2268/>.

Reference list

1. Drahomyretska, N. (2015), “The modern trends of communications in public administration”, *Publichne Uriaduvannia [Public Administration]*, no. 1 (1), pp. 85–96.
2. Romanenko, E. (2014), “Dialogical interaction of the public and state authorities in the process of state policy formation”, *Aktualni Problemy Derzhavnoho Upravlinnia [Current Problems of Public Administration]*, vol. 2, pp. 50–54.
3. Barovska, A. (2014), “Communication between the authorities and the public: an institutional aspect (analytical note)”, *The National Institute for Strategic Studies*, available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/293/>.
4. Shturkhetyskiy, S. (2011), *Communicative Potential of Local Self-Government in Ukraine: a Monograph*, TOV “Ovid”, Rivne, 148 p.
5. Hulai, V. (2015), “Political and communicative strategies and practices of interaction of local governments of Ukraine and Poland”, *Ukrainska Natsionalna Ideia: Realii ta Perspektivy*

Rozvytku [Ukrainian National Idea: Realities and Prospects of Development], no. 27, available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/28405/1/015-089-094.pdf>.

6. Saliy, Yu. (2016), ““Public space” will be included into the Statute of Kyiv”, *Khmarochos*, available at: <https://hmarochos.kiev.ua/2016/10/03/publichniy-prostir-vpishut-u-statat-kiyeva/>.

7. Khreshchatyk (2016), “Concerning approval of the city target program for 2016–2018 “Kyiv Information””, Decision of the Kyiv City Council № 333 as April 14, 2016, no. 48.

8. The Kyiv City Council (2002), *The Statute of territorial community of the city of Kyiv № 371/1805as 28 March 2002*, available at: <http://kmr.gov.ua/uk/content/statut-terytorialnoyi-gromady-mista-kyyeva/>.

9. Ukrainian Peacemaking School (2016), “Strategy for building the common visions of local self-government models for specific communities”, available at: <http://peace.in.ua/strateliya-pobudovy-spilnyh-vizij-modelej-mistsevoho-samovryaduvannya-dlya-konkretnyh-hromad/>.

10. Tishchenko, I. (2017), “What is urban public space (ukr)”, *Mistosite*, available at: <http://mistosite.org.ua/en/articles/shho-take-m%D1%96skij-publ%D1%96chnyj-prost%D1%96r>.

11. Dniprenko, N. K. & Rizun, V. V. (Eds.) (2009), *Implementation of Communications in the Society*, TOV Vistka, Kyiv, 56 p.

12. Public Participation in Decision-Making at the Local Level: a Textbook (2012), Lenvit, Kyiv, 64 p.

13. Mykhailovska, O. V. (2016), “Some aspects of communicative interaction between local self-government bodies and the public”, *Naukovyi Visnyk Polissia [Scientific Bulletin Polissia]*, no. 1 (5), pp. 56–63.

14. Barovska, A. V. (2014), *Institutional Provision of State Communicative Politics: Experience of European Countries: Analytical Report*, Series “Information Strategies”, The National Institute for Strategic Studies, vol. 43, 72 p., pp. 3–4, 4–39.

15. Clive, T. (2012), “London 2012: a victory in strategic communications”, *Sermelo*, available at: <http://www.sermelo.com/news-and-insights/post/London-2012-a-victory-in-strategic-communications/26>.

16. Nunn, M. (2016), “Problems of transition from Ukrainian authorities to inform the communication”, in Barovska, A. V. (Ed.), *Proceeding of the Scientific and Practical Conference “Implementation of Communication of State Authorities: Challenges and Tasks”, 4 November 2015*, The National Institute for Strategic Studies, Feniks, Kyiv, 192 p., available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/2268/>.

Подано до редакції 25. 12. 2017 р.

Гузенко Т. А., канд. наук из соц. коммуник.,
зам. директора Департамента социальных коммуникаций
Киевской городской государственной администрации

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ Г. КИЄВА: ОБУСЛОВЛЕННЯ НЕОБХОДИМОСТІ І ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ

Анотація. В статті досліджуються питання нового для українського суспільства, органів державної влади і органів місцевого самоуправління соціального інституту – комунікацій з суспільністю – забезпечення зв'язу з суспільствами на місцях і створення умов для реалізації їх участі в розв'язанні місцевих проблем, конкретизації категоріального апарату, принципів і правил інституціонального аналізу, розробки системи категорій оцінювання ефективності використання в органах місцевого самоуправління стратегічних моделей комунікації з суспільністю.

Ключові слова: комунікація, комунікативна стратегія, публічне простірство, орган місцевого самоуправління.