

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: 030: 659.4 (477)

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ М. КИЄВА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

THE ESSENTIALS OF FORMATION OF COMMUNICATIVE STRATEGY OF KYIV: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

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

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

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

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

Вступ. Постановка проблеми. Комунікації між органами місцевого самоврядування та громадянськістю – важлива складова частина демократичного розвитку держави, становлення й розвитку громадянського суспільства та соціально й політично активного громадянина.

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

У цьому контексті надзвичайно актуальним є питання вибудови ефективної системи взаємодії і

забезпечення органами місцевого самоврядування результативних зв'язків із громадянськістю, запровадження європейських стандартів комунікації «влада–суспільство», адже саме ці стандарти є релевантним фактором 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 за темою засвідчує, що питання ідеології й філософії суспільного явища комунікації загалом та зв'язків із громадянськістю, практичної взаємодії різноманітних структур, інститутів суспільства та влади зокрема висвітлюються в працях низки західних учених: Ю. Габермаса (нім. Jürgen Habermas), А. Тен ван Дейка (нідерл. Teun Adrianus Van Dijk), З. Баумана (англ. Zygmunt Bauman), Дж. Кіна (англ. John Keene), М. Фуко (фр. Michel Foucault), Н. Лумана (англ. Niklas Luhmann), П. Лазарсфельда (англ. Paul Felix Lazarsfeld), Р. Мертона (англ. Robert King Merton), К. Поппера (нім. Karl Raimund Popper), Г. Йонаса (нім. Hans Jonas),

Р. Даля (англ. Robert Alan Dahl), Р. Дебре (фр. Rйgis Debray), Д. Мак-Квейла (англ. Denis McQuail's). До доволі вагомого доробку вітчизняних учених, що формують сучасний науковий дискурс з цієї проблеми, можна зарахувати роботи В. Різуна, А. Сіленко, О. Радченка, О. Скрипнюка, Г. Почепцова, Н. Дніпренко, А. Кохан, Н. Гнидюк, Д. Андреева, Н. Драгомерецької, Д. Дуцик, Є. Романенка, А. Баровської, С. Штурхецького та ін.

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

Ми поставили за *мету* проаналізувати питання розвитку нового для українського суспільства соціального інституту – комунікацій з громадськістю – забезпечення зв'язку з громадянами та створення умов для їх реальної участі у вирішенні місцевих проблем; конкретизації поняттєвого апарату, принципів і правил інституційного аналізу; розробки системи критеріїв оцінки ефективності використовуваних органами місцевого самоврядування моделей комунікації з громадськістю. На основі цих даних потрібно з'ясувати чинники, що спричиняють соціально-політичну напругу та недовіру до владних органів різного рівня.

Результати й обговорення. Формування й практична реалізація стратегії інформаційної відкритості органів місцевого самоврядування як складової частини ширшої проблематики інформаційної відкритості влади відіграють вагомий роль у процесі не тільки інституційної, але й політико-комунікативної трансформації системи місцевого самоврядування в Україні [2]. Але інформаційний обмін між громадськістю, засобами масової комунікації, органами місцевої влади на сучасному етапі проходить зі значними труднощами, оскільки в нашій країні досі не сформувалися демократичні традиції в управлінні державою та місцевими громадами (на відміну від розвинутих демократичних країн).

Проблеми децентралізації системи державного управління, організації та проведення місцевих виборів відповідно до демократичних стандартів, формування та реалізації публічної політики та спільного пошуку оптимальних управлінських рішень у поєднанні з відсутністю вміння й навичок вести публічне управління й адміністрування негативно позначаються на розвитку місцевого самоврядування в Україні. Тому існує гостра потреба у врегулюванні соціально-політичних

конфліктів у громадах та створенні публічного комунікативного простору в кожній громаді.

Визначення публічного простору й усвідомлення його ролі в житті міста не можуть відбуватися без урахування теорії розділення публічного простору і публічної сфери (public realm). Термін «публічна сфера» було розкрито 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 оперують інститути громадянського суспільства, зокрема неурядові громадські організації.

Тому, на нашу думку, міський публічний простір потрібно передусім розглядати як місце реалізації громадянських і політичних прав, місце, де городяни можуть бути почутими, а не залишаться пасивними глядачами на різноманітних заходах. Наприклад, це стосується питань організації та проведення фінальної частини пісенного конкурсу «Євробачення», що відбувається в Києві у 2017 р., та фінального футбольного матчу Ліги чемпіонів у 2018 р.

Важливо, що одним із ключових політичних прав городян сьогодні є «право на місто», адже сучасне місто одночасно є і засобом, і метою, і смисловим значенням. Це, зокрема, і право на участь у творенні публічних просторів та 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 «інституціалізована арена дискурсивної інтеракції», як простір, в якому громадяни мають доступ до інформації та вільно обговорюють суспільно важливі питання. Отже, вона охоплює все, що знаходиться поза сферою приватного.

С. Штурхецький зазначає, що описувані класичні моделі комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування, незважаючи на використання у них елементів комунікативного процесу, не враховують того, що місцеве самоврядування є складною соціальною системою з притаманними їй своєрідними процесами взаємодії між структурними елементами [13, с. 18]. Зокрема, на сьогодні відсутні критерії оцінки ефективності зв'язків із громадськістю, які включають не тільки категорії вимірювання інформаційного впливу на громадську думку (інформування про діяльність міського голови та міської ради), а й категорії комунікативного аспекту (спроможність міської влади налагодити постійний зворотний зв'язок з громадянами).

Заступник голови Київської міської державної адміністрації Олексій Резніков вважає, що «публічний простір – це право кожного на комфорт, безпеку, до-

ступність, 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» [8].

Сьогодні питання комунікативних відносин частково врегульовується 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», постанов Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 року № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 3 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та положеннями Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженої рішенням Київської міської ради від 15 грудня 2011 року № 824.

Фактично в Україні понад два десятиріччя створювалася нормативно-правова база, 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 констатувати, що такий підхід є доволі фрагментарним – вітчизняне законодавство щодо повноважень органів місцевого самоврядування у сфері комунікативної політики досі не має логічного завершення. Зокрема, незважаючи на затверджену в 2010 році Кабінетом Міністрів України Концепцію Закону України «Про державну комунікативну політику», відповідний законопроект так і не було розроблено. Наразі не існує жодних законодавчих правил і підстав реальної участі громадян в управлінні державними справами, залучення їх до процесу вироблення політики у різних сферах суспільного життя.

Зазначимо, що найактуальнішим на сьогоднішньому 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 [2]. Законодавство визначає, що місто 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» [17]. Це покладає на місто додаткові завдання – бути провайдером змін для інших міст України. На нашу думку, репутація влади міста Київ повинна підтримуватися і має посилюватися шляхом впровадження найкращих практик реалізації комунікативної стратегії мегаполісів, до яких належать практично всі столиці європейських країн. Також мають бути розроблені плани управління репутацією, ризиками та надзвичайними ситуаціями, які виникають. Усе це може бути імplementовано під час реалізації міських програм та основних засад сучасної політики за умови врахування та врегулювання таких факторів, 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 місцевих засобів масової інформації;
- недостатній рівень кваліфікації фахівців структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та районних у місті Києві державних адміністрацій, які відповідають за зв'язки зі ЗМІ, журналістських кадрів комунальних ЗМІ [6].

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

Право на участь у прийнятті рішень з питань місцевого самоврядування у місті Києві мають громадяни,

яким чинним законодавством України надано право голосу [9].

Зазначимо, що у класичних дослідженнях комунікативних процесів нині відбувається перехід від класичних моделей (простих, лінійних, прозорих, наочних, безпроблемно операціоналізованих) до всеосяжних метатеоретичних моделей реляційного та інтерактивного спрямування. У контексті оновлення підходів повинна розвиватися парадигма діалогічного підходу [17].

Це дає підстави для формулювання основних завдань комунікативної стратегії міста Києва:

- залучати громадян до процесу вироблення політик та прийняття рішень через проведення громадських слухань, організацію публічних дискусій, консультацій, запровадження інноваційних технологій;
- ініціювати партнерські проекти з розбудови публічних просторів, які сприятимуть комунікації в громаді, а також культурної та просвітницької інфраструктури: облаштування парків відпочинку, клубів для проведення дозвілля, хабів, відкриття електронної бібліотеки, альтернативної школи, клубів з різними секціями (музика, спорт, мистецтво);
- просувати реалізацію проектів, спрямованих на розвиток самоорганізації в громадах (органи самоорганізації населення, ОСББ, громадські помічники для владних та правоохоронних органів, громадські інспектори тощо);
- сприяти проектам, спрямованим на об'єднання громади: клуб вивчення української мови, відкритий майданчик у парку для культурно-творчого діалогу; міський краєзнавчий музей як платформа трансформації травматичного історичного минулого і розробки нових стратегій розвитку міста, обміну з іншими регіонами України [17].

Ще одним елементом комунікативної стратегії є інформування про те, як працює вся мережа установ та організацій адміністративних і муніципальних послуг, поліція, сервіси, що надаються жителям (резидентам) Києва, працівникам, бізнесменам, туристам та гостям міста, а також про те, що ці послуги надаються постійно на високому рівні.

Зокрема, під час організації та проведення фінальної частини пісенного конкурсу «Євробачення» у 2017 році та фінального футбольного матчу Ліги чемпіонів у 2018 році, міська влада столиці візьме на себе дуже велику відповідальність, адже повинна буде організувати проведення цих заходів на належному рівні, а також паралельно забезпечити гідну промоцію для всієї країни.

Важливим елементом комунікативної стратегії є забезпечення підтримки діяльності міської влади столиці. У дослідженні «Сучасні тенденції комунікацій у державному управлінні» Н. Драгомирецька підсумувала, що у сучасній вітчизняній практиці комуні-

кації суб'єктів державного управління перебувають у площині 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 концентруватися тільки на інформаційній діяльності в державному управлінні – нині доцільний перехід до комунікативної діяльності. Це, своєю чергою, потребує зміни законодавства України про комунікативну політику 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 [3, с. 92–93]. Одним із основних завдань цієї комунікаційної стратегії є чітке викладення її принципів для підтримки і зміцнення репутації влади міста Києва, управління репутацією – невід'ємна частина ефективної комунікаційної стратегії.

14 квітня 2016 р. Рішенням Київської міської ради затверджено міську цільову програму на 2016–2018 рр. «Київ інформаційний», у результаті впровадження якої очікується:

- наближення до 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 міста 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 участі у вирішенні питань місцевого значення;
- ефективна взаємодія 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 стосовно органів місцевого самоврядування і підвищення рівня довіри громади до них на основі отримання повної та всебічної інформації про їх діяльність;
- підвищення рівня інформування громади міста Києва щодо реалізації національних проектів та державної політики;
- подальше забезпечення відкритості діяльності органів місцевої влади, прозорості прийняття та виконання рішень Київської міської ради, високого рівня контролю за їх виконанням;

- гарантування доступу громадян до публічної інформації;

- забезпечення відкритості процесу проведення державних закупівель;

- застосування нових інформаційних технологій;

- підвищення ефективності роботи комунальних засобів масової інформації (КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва», КП «Вечірній Київ») [6].

Відповідальним за реалізацію цієї міської програми визначено Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) [6]. Наразі департамент є лідером у розповсюдженні інформації щодо положень програми не лише завдяки своїй діяльності, але й, рівнозначно, через координацію дій з іншими структурними підрозділами міської влади, а також центральними виконавчими органами виконавчої влади (міністерствами, службами, комітетами тощо). Таким чином, на нашу думку, з огляду на викладене логічним буде *реальне включення громадської думки в процеси розроблення й ухвалення політичних рішень* (що, власне, і є суттю суспільних комунікацій) шляхом затвердження нової редакції Стратегії розвитку Києва-2025 та Комунікативної стратегії Києва-2025. У разі реалізації цього пілотного проекту отримані результати можуть бути використані в процесі розроблення сучасного поняттєвого апарату, апробовані як практики просування нових моделей суспільної та адміністративно-політичної взаємодії влади і громади з використанням інноваційних інформаційно-комунікативних технологій.

Згадана програма «Київ інформаційний», на жаль, не враховує цілу низку важливих «комунікативних» аспектів. Зокрема, в ній практично відсутні такі напрями:

- сприяння місту Києву як загальнодержавному лідеру у сфері загальнодержавних фінансів та послуг у сфері бізнесу, освіти, культури тощо;

- підтримка влади міста Києва як провайдера сучасних, ефективних та високоякісних локальних та муніципальних послуг для жителів (резидентів), працівників, бізнесменів та гостей міста;

- організація в місті Києві широковідомих міжнародних заходів «Євробачення» (2017) та фінального футбольного матчу Ліги чемпіонів (2018).

Зазначимо, що в практиці діяльності влади інших європейських столиць особливий наголос робиться на знакові міжнародні заходи. Зокрема, в процесі підготовки до Олімпійських ігор 2012 року в місті Лондоні було затверджено «Комунікативну стратегію на 2012–2015 роки». Наголошувалося, що репутація міської влади підтримується і посилюється за рахунок впровадження комунікаційної стратегії, а також планів управління репутацією, ризиками та надзвичайними ситуаціями, які можуть бути імплементовані в період надзвичайного ризику [15].

Тому, на нашу думку, можна сформуванати своєрідний перелік комунікативних викликів, які стоять перед міською владою м. Києва на найближчі періоди (див. Табл. 1).

Таблиця 1.

Комунікативні виклики для місцевої влади м. Києва у 2017–2018 рр.

Виклики	Період
Запуск та підтримка роботи нового веб-сайту влади міста Києва	Січень 2017 р.
Пісенний конкурс «Євробачення-2017»	Травень 2017 р.
Фінал Ліги чемпіонів	28 травня 2018 р.
Роль міста Києва в Україні та східно-європейських державах	Постійно
Посилення міжнародної конкурентоспроможності міста	Постійно
Належне визнання адміністративних та комунальних послуг, які надає влада міста	Постійно
Підтримка впровадження Стратегії у сфері культури, освіти та туризму	Постійно
Реалізація комунальних міських програм	Постійно
Впровадження системи управління репутацією міста	Постійно
Взаємодія з традиційними ЗМІ та соціальними мережами	Постійно
Визначення порядку денного щодо прозорості та відкритості місцевої влади	Постійно
Визначення порядку денного щодо нагальних локальних питань	Постійно
Впровадження ефективної комунікації з членами громади з метою підвищення ефективності механізму розроблення та контролю управлінських рішень	Постійно

На нашу думку, у згаданій вище програмі «Київ інформаційний» відсутні інструменти та механізми, які здатні забезпечити ефективне реагування на ці виклики. Такої самої позиції дотримується і керівник Департаменту суспільних комунікацій Київської міської державної адміністрації Марина Хонда, яка пропонує з метою реалізації міської цільової програми «Сприяння розвитку громадянського суспільства столиці на 2017–2019 роки» створити окремий структурний підрозділ – Центр публічної комунікації. Головним результатом його діяльності має бути постійний зворотний зв'язок з громадянами, співпраця міської влади з неурядовими організаціями в частині реалізації міжвідомчих та місцевих ініціатив тощо.

Очевидно, що в разі затвердження оновленої Стратегії розвитку Києва–2025 необхідно визначити головні пріоритети, 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. Як запевняють провідні європейські фахівці, основними проблемами, які заважають запровадженню в Україні успішної комунікації, є такі:

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

Враховуючи ці невтішні висновки, вважаємо, що послідовне вирішення порушених нами питань сприятиме тому, що будь-який конкретний виклик для влади та громади міста Києва буде оброблятися та аналізуватися відповідно, сплановано і регламентовано (відповідно до закону «Про столицю-місто-герой Київ»). Перспектива 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, а також щорічні плани з її виконання, що передбачатимуть адекватне й ефективне реагування на суспільні виклики, превентивні заходи щодо їх попередження у майбутньому.

З урахуванням особливостей та історичної ролі 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 й надалі. Тому міська влада повинна розглядати розроблення «Комунікативної стратегії міста Києва на період до 2025 року» як реальну можливість для участі киян в управлінні містом, визначення пріоритетів розвитку інфраструктури, сфери послуг, сервісів тощо. На нашу думку, 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 просування послуг, які вона надає як киянам, так і іншим громадянам. Це, зокрема, передбачає визнання кожної з цих послуг частиною спільної загальної роботи міської влади, а не окремих зобов'язань окремого підрозділу.

У подальшому доволі перспективним є продовження досліджень у сфері суспільних комунікацій з урахуванням особливостей взаємодії органів місцевого самоврядування громадян, а також забезпечення імплементації найкращого європейського досвіду у сучасну вітчизняну управлінську практику, зокрема в частині організації та проведення масштабних міжнародних заходів.

Список літератури

1. Баровська А. Комунікація влади та громадськості: інституційний аспект [аналітична записка] [Електронний ресурс] / А. Баровська ; Національний інститут стратегічних досліджень. – 2014. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/293/>.
2. 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]. – Вип. 27. – 2015. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/28405/1/015-089-094.pdf>.
3. Драгомирецька Н. Сучасні тенденції комунікацій у державному управлінні [Текст] / Н. Драгомирецька // Публічне урядування. – № 1(1). 2015. – С. 85–96.
4. Запровадження комунікацій в суспільстві [Текст] / за заг. ред. Н. К. Дніпренко, В. В. Різуна. – Київ : ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.
5. Михайловська О. Деякі аспекти комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості // Науковий вісник Полісся. – № 1. – (5). – 2016.
6. Про затвердження міської цільової програми на 2016–2018 роки «Київ інформаційний». Рішення Київської міської ради від 14 квітня 2016 р. № 333 // Хрещатик. – 2016. – № 48.
7. Романенко Є. Діалогічна взаємодія громадськості та органів державної влади у процесі формування державної політики [Текст] / Є. Романенко // Актуальні проблеми державного управління. – 2014. – Вип. 2. – С. 50–54.
8. Салій Ю. «Публічний простір» впишуть у Статут Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2016/10/03/publicniy-prostir-vpishut-u-statut-kiyeva/>.
9. Статут територіальної громади міста Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kmr.gov.ua/uk/content/statut-terytorialnoyi-gromady-mista-kyyeva>.
10. 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/.

11. 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>.

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

13. Штурхецький С. Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні [Текст] : монографія / С. В. Штурхецький. – Рівне : ТОВ «Овід», 2011. – 148 с.

14. Government Communications Plan 2015/2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://communication.cabinetoffice.gov.uk/government-comms-plan/>.

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

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

17. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи [Текст] : аналіт. доп. – Київ : НІСД, 2014. – С. 3–4, 34–39.

Reference list

1. Barovska A. Communication of Government and the Public: an Institutional Aspect [Analytical Note] [Electronic source] / A. Barovska ; Natsional'nyy instytut stratehichnykh doslidzhen'. – 2014. – Reference: <http://www.niss.gov.ua/articles/293/>.

2. Hulay V. Political Communication Strategy and Practices of Interaction of Local Governments in Ukraine and Poland [Electronic source] / Vasyl' Hulay ; Ukrayins'ka natsional'na ideya: realiyi ta perspektyvy rozvytku. – Vyp. 27. – 2015. – Reference: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/28405/1/015-089-094.pdf>.

3. Drahomyretska N. The Current Trends of Communications in Government Management [Text] / A. N. Drahomyretska // Publichne uryaduvannya. – № 1 (1). – 2015. – S. 85–96.

4. Implementation of Communication in the Society [Text] / za zah. red. N. K. Dniprenko, V. V. Rizuna. – K., TOV «Vistka», 2009. – 56 s.

5. Mikhaylovska A. Some Aspects of Communicative Interaction Between Local Government and the Public // Naukovyy visnyk Polissya. – № 1 (5). – 2016.

6. On Approval of the City Target Program for 2016–2018 «Informational Kyiv». The Decision of the Kyiv City Council on April 14, 2016 № 333. – Khreshchatyk. – 2016. – № 48.

7. Romanenko Ye. Dialogic Interaction of the Public and Government Authorities in the Process of Public Policy Shaping [Text] / Ye. Romanenko // Aktual'ni problemy derzhavnoho upravlinnya. – 2014. – Vyp. 2. – S. 50–54.

8. Institutional Support for Public Communication Policy: the Experience of European countries [Text] / analyt. dop. – K. : NISD, 2014. – S. 3–4, 34–39.

9. Saliy Yu. «Public Space» Will Be Entered Into the Statute of Kyiv [Electronic resource]. – Reference: <https://hmarochos.kiev.ua/2016/10/03/publichniy-prostir-vpishut-u-statut-kiyeva/>.

10. Charter of Territorial Community of Kyiv [Electronic resource]. – Reference: <http://kmr.gov.ua/uk/content/statut-terytorialnoyi-gromady-mista-kyyeva>.

11. The Strategy of Building of Common Visions of Models of Local Self-Government for Specific Communities [Electronic resource]. – Reference: <http://peace.in.ua/strategiya-pobudovy-spilnyh-vizij-modelej-mistsevoho-samovryaduvannya-dlya-konkretnyh-hromad/>.

12. Tyshchenko I. What is the Urban Public Space [Electronic resource]. – Reference: <http://mistosite.org.ua/uk/articles/shho-take-m%D1%96skyj-publ%D1%96chnyj-prost%D1%96r>.

13. Public Participation in Decision-Making at the Local Level [Text]: a Textbook. – K. : Lenvit, 2012. – 64 p.

14. Shturkhetskyi S. Communicative Potential of Local Self-Government in Ukraine [Text]: a Monograph / S. V. Shturkhetskyi. – Rivne : TOV «Ovid», 2011. – 148 p.

15. Government Communications Plan 2015/2016 [Electronic resource]. – Reference: <https://communication.cabinetoffice.gov.uk/government-comms-plan/>.

16. Clive T. London 2012: a Victory in Strategic Communications / Tom Clive [Electronic resource]. – Reference: <http://www.sermelo.com/news-and-insights/post/London-2012-a-victory-in-strategic-communications/26>.

17. Nunn M. Problems of Transition From Ukrainian Authorities to Inform the Communication [Electronic resource] / Martin Nunn. – Reference: <http://www.niss.gov.ua/articles/2268/>.

Подано до редакції 29. 11. 2016 р.

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

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ Г. КИЕВА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. В статье исследуется вопрос развития нового для украинского общества и органов государственной власти, а так же органов местного самоуправления социального института – коммуникаций с общественностью – обеспечения связи с местными объединениями и создания условий для их участия в решении местных проблем, принципов и правил институционального анализа, разработки системы определений оценки эффективности используемых в органах местного самоуправления стратегических моделей коммуникации с общественностью.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативная стратегия, публичное пространство, орган местного самоуправления.

Інтегровані комунікації, 2016