

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний аграрний університет
Факультет менеджменту та права

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри адміністративного
менеджменту та альтернативних джерел
енергії

д.е.н., професор _____ Калетнік Г.М.

« ___ » _____ 2023 р.

**ОРГАНІЗАЦІЯ ЗВ'ЯЗКІВ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА
ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

281– ДР 52м 08.06.2023

Студент випускник

(підпис,

Гричук С.М.

ПБ)

Керівник кваліфікаційної роботи,

к.е.н., доцент

(підпис,

Колесник Т.В.

ПБ)

Вінниця 2023 р.

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний аграрний університет
Факультет менеджменту та права

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри адміністративного
менеджменту та альтернативних джерел енергії
д.е.н., професор _____ Калетнік Г.М.
«__» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу

Гричук Світлані Миколаївні

(ПІБ)

Тема роботи: «Організація зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю»

Затверджена наказом ректора: від 08.06.2023 р. № 52 м

Термін здачі студентом завершеної роботи на кафедру: до 21.11. 2023 р.

Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України по темі дослідження, нормативні акти щодо формування та проведення комунікативної політики в Україні, наукові праці вітчизняних, зарубіжних вчених-управлінців звітні дані, статистичні дані, результати соціологічних опитувань, наукові статті, монографії, тези доповідей на науково-практичних конференціях, підручники, посібники, інтернет-ресурси, результати власних досліджень, наукові праці вітчизняних, зарубіжних вчених-управлінців, а також звітні дані Відділу молодіжної політики Вінницької міської ради.

Перелік питань, що розробляються в роботі: Розділ 1. Теоретичні основи зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого

самоврядування; Розділ 2. Дослідження використання паблік рілейшнз у діяльності відділу молодіжної політики вінницької міської ради; Розділ 3. Модель ефективної комунікації та організації зв'язків органів публічного управління з громадськістю.

Перелік ілюстративного матеріалу (таблиці, схеми, графіки та ін.):

таблиці – 8 , рисунки – 5, додатки

Календарний графік роботи

Етапи виконання роботи	Дата виконання	Відмітка про виконання
Вступ	10.08.2023 р.	Виконано
Розділ 1. Теоретичні основи зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування	30.08.2023 р.	Виконано
Розділ 2. Дослідження використання паблік рілейшнз у діяльності відділу молодіжної політики вінницької міської ради	05.10.2023 р.	Виконано
Розділ 3. Модель ефективної комунікації та організації зв'язків органів публічного управління з громадськістю	30.10.2023 р.	Виконано
Висновки	06.11.2023 р.	Виконано
Список використаних джерел, додатки	10.11.2023 р.	Виконано

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Колесник Т.В

Завдання до виконання прийняв _____ Гіричук С.М.

Дата отримання «08» червня 2023 р.

РЕФЕРАТ

Тема: «Організація зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю».

Кваліфікаційна робота: 69 с., 5 рис., 8 таблиць, 73 літературних джерела.

Об'єктом дослідження – є процес здійснення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методичних та прикладних аспектів удосконалення здійснення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю.

Мета і завдання дослідження полягають у розробці теоретичних та практичних рекомендацій щодо удосконалення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- визначити цілі, завдання та функції зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування;
- дослідити особливості взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування із громадськістю;
- окреслити особливості взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю на прикладі Відділу молодіжної політики Вінницької міської ради;
- оцінити ефективність взаємодії Відділу молодіжної політики Вінницької міської ради;
- запропонувати напрями удосконалення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю

Методи дослідження – використання формально-логічного методу дозволило визначити та уточнити окремі поняття та категорії і тим самим впорядкувати понятійно-категоріальний апарат. Порівняльний метод використовувався у дослідженні зв'язків органів державного управління та

місцевого самоврядування з громадськістю в різних країнах, а також при розгляді питань дії окремих нормативно-правових актів. У всіх розділах роботи використовувалися методи формальної й змістовної логіки, зокрема методи аналізу та синтезу, дедукції та індукції, аналогії та узагальнення

В результаті проведених досліджень визначено теоретико-методичні положення щодо удосконалення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю.

Результати впроваджено у діяльність відділу молодіжної політики Вінницької міської ради.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ, PR-СЛУЖБА, ОРГАНИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ, ОРГАНИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, ДЕРЖАВНА КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	9
1.1. Цілі, завдання та функції зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування	9
1.2. Взаємодія органів державного управління та місцевого самоврядування із громадськістю	14
1.3. Прозорість органів державної влади та органів місцевого самоврядування та формування дієвих механізмів налагодження зв'язку із громадськістю	20
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ ВІННИЦЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	26
2.1. Загальна характеристика відділу молодіжної політики ВМР	26
2.2. Ефективність використання технологій Паблік Рілейшнз у діяльності відділу молодіжної політики	34
РОЗДІЛ 3. МОДЕЛЬ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗВ'ЯЗКІВ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	41
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	61
ДОДАТКИ	

ВСТУП

На початку XXI стоїть різко змінилося ставлення до зв'язків із громадськістю. Значною мірою це обумовлено тим, що відбувається переосмислення людського фактора, усвідомлюється його важлива роль економічному, політичному та духовному розвитку суспільства. Поступово відбувається відмова від парадигми соціальних відносин, яка заснована на моделі «керівництва та підпорядкування» та перехід до моделі «партнерства». Це у свою чергу викликає виникнення проблеми відкритого функціонування зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю, а також доступності органів місцевого самоврядування для діалогу із населенням. Встановлення зв'язків між місцевими органами влади та громадськістю сприяє створенню зовнішнього та внутрішнього середовища, яке є сприятливим для ефективного муніципального управління, що, у свою чергу, служить провідником зворотного зв'язку у владно-управлінських відносинах. Соціально-комунікативні відносини, які виникають у процесі зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю вже давно стали значною сферою діяльності найбільш соціально розвинених країн, нараховуючи вже майже вікову історію.

Нині в Україні відбувається посилення ролі та відповідальності держави за підвищення життєвих стандартів та соціальних можливостей. Разом з тим нещодавня історія показує, що відсутність об'єктивних, ефективних та взаємовигідних зв'язків із громадськістю може навести у майбутньому до високої соціальної напруженості, конфліктності, непередбачуваності подій. Гострота проблеми обумовлюється також високою динамічністю інформаційних процесів саме на стику взаємодії між організаціями та населенням, пошуком нових комунікативних зв'язків та методів соціального управління, сприяють забезпеченню ефективної

взаємодії між владою та суспільством для виявлення та реалізації інтересів та потреб різних соціальних груп.

Питанням встановлення зв'язків між органами державної влади, місцевими органами влади та громадськістю займалися багато вчених. Найбільший внесок у дослідження формування зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю внесли такі вчені: Березюк С.В., Білоус В.С., Гонтарук Я.В., Заєць О.М., Зайлик М.Ф., Киричок А.П., Колесник Т.В., Логоша Р.В., Мазур К.В., Пронько Л.М. та інші вчені, проте зв'язки із громадськістю на сьогодні найменш вивчені та потребують докладного дослідження.

Отже, проблема зв'язків із громадськістю є однією із центральних у діяльності суб'єктів та об'єктів комунікаційно-управлінських відносин. Сучасна інформаційно-комунікативна реальність вимагає нових підходів до її вивчення та відповідно нових методів та критеріїв оцінки зв'язків із громадськістю.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

1.1. Цілі, завдання та функції зв'язків з громадськістю органів державного управління та місцевого самоврядування

Наявність налагоджених зв'язків із громадськістю є невід'ємною частиною сучасного, демократичного стилю органів державного управління та місцевого самоврядування. Нині можна спостерігати розвиток таких напрямів зв'язку з громадськістю у державних структурах :

- формування громадської думки та позитивного іміджу держави як у межах країни, так і за кордоном;
- активне висвітлення діяльності уряду та органів місцевого самоврядування;
- вплив на внутрішню політику (розвиток промисловості, фінансів, торгівлі та ін.) та міжнародні відносини;
- проведення досліджень та збір статистичних даних щодо актуальних політичних проблем.

Такий розвиток не може не зацікавити проведення досліджень у цих напрямках та визначенні, які ж саме зв'язки будуть ефективними. Спочатку зупинимось на вивченні поняття «зв'язки із громадськістю».

Поняття «зв'язки із громадськістю» (англ. public relation) має багато різних інтерпретацій. Серед них можна виділити наступні: «зв'язки із громадськістю», «public relations», «громадські зв'язки», «комунікації із громадськістю», «менеджмент комунікацій», «PR-комунікації». В загальному підсумку нині можна нарахувати приблизно 500 різних визначень даного терміну.

Надалі у проведенні нашого дослідження ми зупинимось на вивченні категорії «зв'язки із громадськістю» (або public relations). Отже, зупинимось

на деяких визначеннях, які запропоновані різними авторами.

Систематизація визначень зв'язків із громадськістю різних авторів призвела до формування наступних груп визначень PR:

1. група визначень PR, у яких зв'язки України із громадськістю розуміються як частина управління;
2. група визначень PR, у яких переважає розуміння зв'язків із громадськістю як системи комунікації.

За деякими даними, термін «Public Relations» вперше запропонував третій президент США Т. Джефферсон, маючи на увазі компетентність в управлінні громадською думкою» [15, с. 130-132]

В Енциклопедії державного управління термін “зв'язки із громадськістю” розкрито наступним чином: 1) діяльність, що спрямована на досягнення взаєморозуміння між організаціями (урядовими структурами, підприємствами, політичними партіями, громадськими організаціями) та громадськістю; 2) наукову дисципліну, що обґрунтовує потребу в такій діяльності та розробляє її технологію [18].

О.В. Колосок запропонував наступне визначення: “це різновид, а також засіб встановлення двостороннього зв'язку між інституціями державного управління та суспільством”.

Відповідно до роботи [10] під поняттям «паблік рілейшенз» слід розуміти стосунки між, які виникають у громадськості та реалізація програми дій з приводу набуття громадського розуміння і сприйняття.

Агафонова Н.О. пропонує розглядати зв'язки із громадськістю з точки зору стратегічного та тактичного підходів. При чому стратегічний підхід розуміє: «формування довгострокових та короткострокових програм комунікації, тактичний – конкретні організаційні дії з реалізації зазначених програм»[1, с.26].

Розглядає зв'язки із громадськістю як науку про управління громадською думкою [21, с.37]

Розглядаючи всі дослідження можна констатувати, що всі дослідники

наголошують на інформаційній та комунікаційній складовій даної діяльності.

Якщо розглядати зв'язки із громадськістю в системі державного управління, то можна зазначити, що зв'язки із громадськістю виступають як інструмент управлінського впливу держави. Ефективність такого впливу залежить від функціонування відповідних підрозділів у зв'язках із громадськістю.

Ми вважаємо, що зв'язки із громадськістю у системі державного управління – це цілеспрямована взаємодія структур державного апарату (органів, організацій, установ) з громадянами та громадськими інститутами, які можна визначити як реалізовану ними інформаційно-комунікативну функцію публічної влади та управління, що дозволяє оцінювати відносини різних кіл громадськості до тих чи інших рішень та дій, ідентифікувати проголошувану та реально проведену політику, співвідносити реалізовані програми з суспільними інтересами, формувати масові уявлення з будь-яких проблем для набуття суспільного розуміння, підтримки прийняття та виконання відповідних заходів.

При цьому зв'язки з громадськістю у діяльності державних структур мають ряд специфічних характеристик:

- установи мають необхідний набір засобів для успішної PR-діяльності: відповідну матеріально-технічну базу, адміністративний та організаційний досвід проведення будь-яких PR- акцій, історично сформований досвід роботи із суспільством та громадськими організаціями;
- PR відіграє особливу роль у самих державних структурах, оскільки якісно розроблена індивідуальна, високопрофесійна програма стає затребуваною суспільством, що не може не позначитися на створенні сприятливого іміджу влади.

Участь зв'язків із громадськістю у державному управлінні можна охарактеризувати як сприяння державі у вирішенні об'єктивних протиріч між плюралізмом політичної сфери суспільства та цілісністю державної влади.

Відповідно до загальнодемократичних тенденцій суспільного розвитку державні служби повинні удосконалюватись та сприяти формуванню громадянського суспільства. В цьому напрямі пріоритетним напрямом є налагодження прямих та зворотних зв'язків із громадянами.

У зв'язку з цим перед «public relations» у структурах влади стоїть кілька найважливіших завдань. По-перше, намагатися змінити ставлення державного апарату до громадянина, який має сприйматися як суб'єкт, а не лише як об'єкт управління.

По-друге, налагодити співпрацю та координацію зусиль між структурами державного апарату та громадянами та його організаціями. І нарешті, сприяти розвитку контролю діяльності державного апарату не лише «згори», а й «знизу».

По – третє, в процесі здійснення державної діяльності залучення громадськості до творення та реалізації законотворчості.

По-четверте, забезпечення відкритості та гласності у діяльності органів влади [56, с.70]

Ці завдання реалізуються в конкретних напрямках діяльності державних «public relations», а саме: встановлення та підтримка контактів з громадянами та організаціями, інформування громадськості про прийняті рішення, вивчення суспільної думки, аналіз реакції громадськості на дії посадових осіб та органів влади, прогнозування суспільно-політичного процесу та ін.

Все це не може не накладати свій відбиток на засоби та методи, застосовувані фахівцями з державного PR, на вибір ними інструментів та технологій, здатних найбільш ефективно реалізовувати завдання, які стоять перед PR-фахівцями в органах влади.

В науковій літературі виділяють наступні функції, які виконують зв'язки із громадськістю, які певним чином відображають історичні етапи становлення [15, с. 130-132]. Серед них виокремлено наступні:

- контроль думки і поведінки громадськості;
- формування взаємовигідних відносин між органами державної

вади та громадськiстю;

- реагування на громадськiсть.

Пiлiпко Т.А. виокремлює наступнi функцiї, а саме: комунiкативнi, iдеологiчнi, культурно-освiтнi, рекламно-довiдковi, органiзаторськi) [45]

Виходячи з цiлей та завдань PR в органах державної влади, можна видiлити такi основнi функцiї (Таб.1.1.).

Таблиця 1.1

Функцiї, якi виконують зв'язки iз громадськiстю

ФУНКЦIЇ	
<i>Інформаційна функція</i>	Формує та реалізує інформаційну політику, як одну із цілей PR- діяльності в органах влади
<i>Аналітична функція</i>	Визначає необхідність проведення конкретного виду аналітичного дослідження, який підходить під рівень компетенції зв'язків із громадськiстю на основі актуалізації тематики такого дослідження.
<i>Комунікативна функція</i>	Передбачає тиражування різної інформації при здійсненні комунікативних відносин з населенням, а також цільовою аудиторією.
<i>Інтегрована функція</i>	Можливості зв'язків з громадськiстю до консолідації громадського думки, суспільних інтересів, стосовно тим чи іншим рішенням та діям
<i>Консультативно-методична функція</i>	Забезпечення формування ефективних відносин з громадськiстю та окремими групами
<i>Організаційна функція</i>	Проведення відповідних заходів із залученням громадськості, ЗМІ та сучасних технологій розповсюдження інформації
<i>Правова функція</i>	Правове забезпечення діяльності служби зі зв'язків з громадськiстю, яке полягає у знанні основ і законодавства, що підпадає під компетенцію професійної діяльності зв'язків з громадськiстю.
<i>Інноваційна функція</i>	Використання у діяльності служби зв'язків із громадськiстю iнноваційних технологій та форм залучення громадян до соціально-економічного життя громади

Таким чином, PR-служби органів державної влади мають широке коло повноважень та функцій. Їх діяльність сприяє конструктивному діалогу влади та суспільства. Саме тому у взаємодії потрібно активніше застосовувати технологічні можливості PR-служб. Крім того, у діяльності PR-служб має бути не лише пропаганда успіхів владних структур, цей підхід дозволить зміцнити довіру населення до державних структур.

1.2. Взаємодія органів державного управління та місцевого самоврядування із громадськістю

В даний час практично всі органи державної влади мають свої підрозділи, які спеціально займаються зв'язками із коштами масової комунікації та з громадськістю. PR-служба (прес-служба) здійснює спеціалізовану, посередницьку комунікативно-інформаційну діяльність, спрямовану на встановлення каналів двосторонньої взаємодії між структурами органів державної влади та сегментованою громадськістю, з іншими суб'єктами соціально-політичного процесу, з метою досягнення взаєморозуміння, співробітництва та соціального партнерства у суспільстві.

Вона покликана надавати допомогу органам державної влади при прийнятті управлінських рішень, орієнтуючи їх на певний настрій та можливі реакції громадськості; формувати громадську думку щодо тих чи інших управлінських рішень, завойовувати авторитет, закріплювати позитивний імідж органів державної влади.

Діяльність таких служб ґрунтується на загальних принципах, враховує специфіку кожного з інституцій влади. Законодавча база прес-служб державних органів влади складається із законів України, підзаконних актів: указів Президента України, постанов кабінету міністрів України, тощо.

Завданнями для більшості PR-служб є наступні (рис. 1.1.)

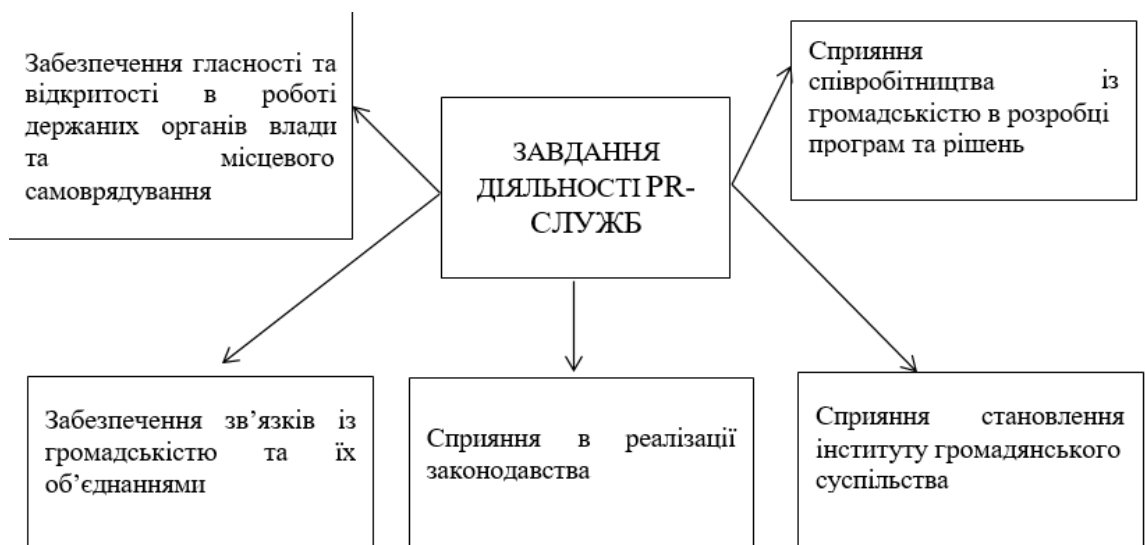


Рис.1.1. Завдання діяльності PR-служб

Зв'язки з громадськістю в органах державної влади та органах місцевого самоврядування базуються на дотриманні основних засад.

- Принцип відкритості. Є основою демократичного ладу та управління. В органах державної влади присутня гласність, тим самим суспільство перебуває в курсі основних подій. Нині забезпечення прозорості діяльності є найважливішим індикатором ставлення та довіри суспільства до системи державного управління.

- Принцип законності. Дотримання закону є важливим моментом, який поширюється на всіх людей без винятку. Зв'язки із громадськістю в органах влади мають дотримуватися принципу законності щодо надання наявної інформації.

- Принцип оперативності. Цей принцип висловлює той факт, що рішення органів державного управління мають бути передані населенню у максимально швидкі терміни. Особливо гостро цей принцип стосується надзвичайних ситуацій.

- Принцип конструктивності. Цим принципом затверджується безперервна налагоджена діяльність зв'язків із громадськістю щодо реалізації інформаційної та іміджевої політики органу державної влади. Цей принцип також передбачає використання комунікаційних каналів гнучким способом у поєднанні з креативними формами діяльності, новаторськими та традиційними методами.

- Принцип системності. Це планова та цілеспрямована робота, яка ґрунтується на інформації, яка отримана від зворотного зв'язку. Завдяки принципу системності увага може зосереджуватись на основних напрямках діяльності.

- Принцип взаємної поваги є відображенням рівних відносин між усіма суб'єктами, які перебувають у полі зв'язків із громадськістю в органах державної влади. Структура служби зв'язків із громадськістю органів влади наведена на рис. 1.2.

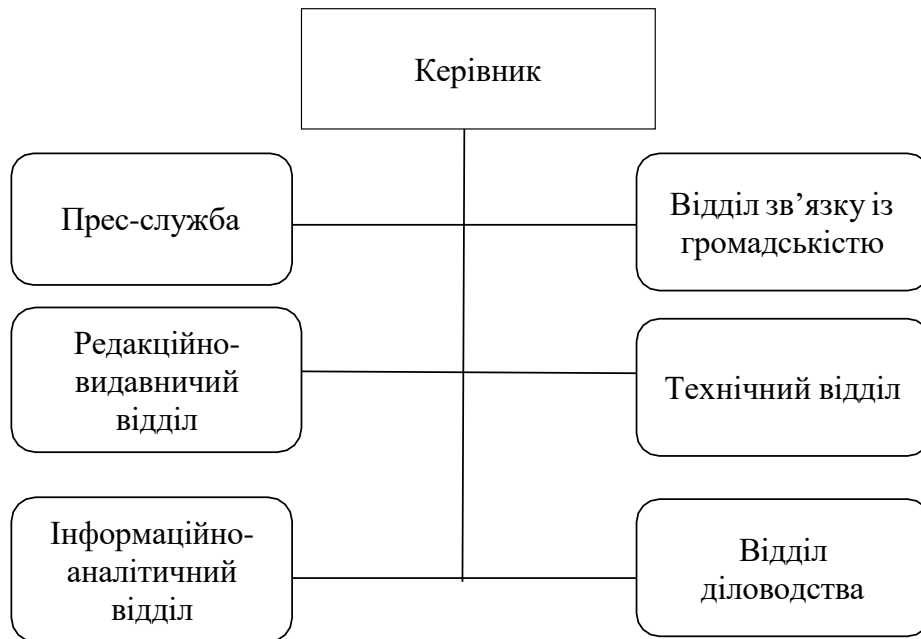


Рис. 1.3. Структура PR-служби державної установи

Основним інструментом формування іміджу органів державної влади та місцевого самоврядування є засоби інформації. Будь-яка влада зацікавлена у всебічній співпраці із засобами масової інформації (далі – ЗМІ), оскільки процесі комунікації між владою та суспільством вони відіграють виняткову роль [56].

ЗМІ мають широкі владні повноваження у всіх сферах життя завдяки виконуваній ними подвійної функції. З одного боку, вони виступають суб'єктом влади, який реалізує політику держави шляхом поширення інформації про політичні події та соціальне життя суспільства, з іншого – ЗМІ, будучи носієм влади, самі будують політику, оскільки формують у суспільстві систему соціально-політичних поглядів та цінностей, що впливають на діяльність органів державної влади, що впливають на відносини між різними верствами населення.

ЗМІ виконують у державі не просто інформуючу роль, а й мають значний вплив на процес здійснення політичної влади. Відомо, що мас-медіа задають «порядок денний» суспільству для обговорення.

Отже, одним із завдань прес-служб органів державної влади є боротьба за подолання пріоритетів у громадському «порядку денного». Цей тонкий і

значущий процес потребує управління.

Теоретики та практики «public relations» пропонують різні методи такого управління:

- посилення або, навпаки, лібералізація механізмів реєстрації ЗМІ; притягнення їх до відповідальності за різноманітні порушення;
- контроль за змістом ЗМІ з боку органів влади; – видача чи не видача фінансових дотацій;
- заборона державним установам та підприємствам публікувати у них рекламу;
- розширення чи, навпаки, звуження можливостей отримання необхідної інформації [61].

У будь-якому випадку це пов'язано із використанням адміністративно-правових регуляторів (як прямих, і непрямих). Такі методи управління ЗМІ можливі, а в ряді випадків потрібні.

Зважаючи на ту величезну роль, яку відіграють ЗМІ у життєдіяльності сучасного суспільства, а також значущість тих наслідків, які можуть викликати ЗМІ, кожна держава прагне так чи інакше регулювати їх діяльність. У цьому ЗМІ не є винятком: прямий обов'язок держави є регулювання будь-яких явищ і процесів суспільної життя, діяльність кожного соціального інституту. У кожній країні є законодавство, що регламентує порядок створення, організації та діяльності ЗМІ. У сучасних суспільствах застосовується три основні системи організації ЗМІ: приватна (комерційна), державна та суспільно-правова.

Максимальне досягнення поінформованості населення про цінності країни, культуру, досягнення в галузі науки та інтелектуальних здібностей, за кордоном ставиться в рівні позиції з формуванням позитивного ставлення в цілому до держави. Для повноцінного проведення цього виду роботи необхідно докладати зусиль для пояснення внутрішньої політики України, а також тих процесів, що відбуваються в країні.

Комунікаційний потенціал державної влади полягає не лише у

наявності ефективних інформаційних каналів, за допомогою яких влада може пояснювати суспільству свої рішення, а й у встановленні зворотного зв'язку з суспільством, що дозволяє чути запити різних соціальних груп, аналізувати та коригувати державну інформаційну політику.

Наприклад, PR-служба Апарату Верховної Ради України покликана вирішувати такі основні завдання:

- інформаційне забезпечення законотворчої та представницької діяльності апарату Верховної Ради України (ВРУ);
- підготовка та оперативне розповсюдження у ЗМІ офіційних повідомлень про найважливіші заходи у ВРУ;
- формування за допомогою ЗМІ позитивної громадської думки щодо діяльності ВРУ;
- інформування вітчизняної та зарубіжної громадськості про діяльність ВРУ через видання та телепрограми, роботу з населенням та громадськістю, а також каналами вітчизняних та іноземних ЗМІ;
- організація роботи з парламентськими кореспондентами;
- здійснення взаємодії із прес-службами державних органів державної влади, законодавчих органів з метою об'єктивного висвітлення діяльності ВРУ, а також розвиток зв'язків з інформаційними службами та службами громадських зв'язків зарубіжних парламентів та міжнародних організацій.

Структура PR-служби Верховної Ради наведена у Додатку. Відповідно до поставлених завдань за PR-службою Верховної Ради України закріплені функції: [32].

- проведення прес-конференцій, брифінгів та інформаційних зустрічей журналістів з представниками депутатських об'єднань, комітетів та комісій ВРУ та організація інформаційного висвітлення діяльності офіційних делегацій ВРУ, які виїжджають за кордон із візитами або для участі у міжнародних заходах;
- розповсюдження офіційних заяв, повідомлень керівництва палати

та депутатських об'єднань, інформаційних матеріалів у вітчизняних та зарубіжних ЗМІ;

- випуск оперативних оглядів та експрес-аналізів, матеріалів у періодичних виданнях, вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентствах, телебаченні та радіо;

- організація теле- та радіопередач та програм, що розповідають про діяльність ВРУ, депутатських об'єднань та ін..;

- здійснення відеозаписів засідань ВРУ, парламентських слухань, прес- конференцій та інших найважливіших заходів;

- підтримка робочих контактів із головними редакторами газет та журналів, керівниками телерадіокомпаній, інформаційних агентств, представниками корпунктів зарубіжних ЗМІ [30].

На рис 1.4. зображено загальну схему структури прес-служби.

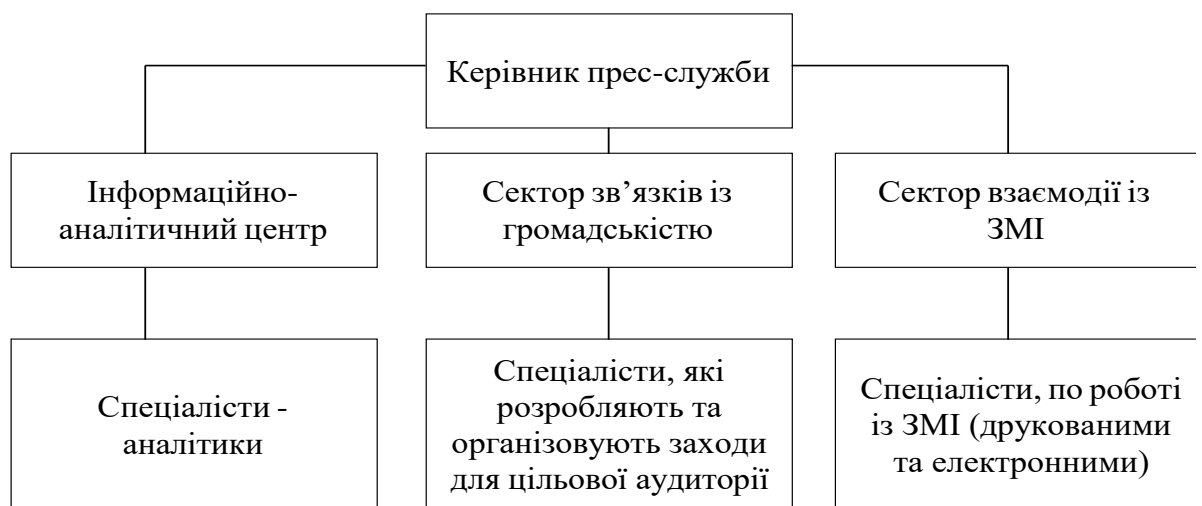


Рис. 1.4. Загальна структура прес-служби

Для формування механізму зворотного зв'язку необхідно головним чином саме присутність громадян, громадських діячів, організацій, об'єднань на засіданнях державних органів. Хотілося б відзначити, що інформаційна сфера стає одним із найважливіших об'єктів державного управління, а її регулювання в індустріально розвинених країнах визнано не лише актуальним, а й пріоритетним завданням державного управління.

1.3. Прозорість органів державної влади та органів місцевого самоврядування та формування дієвих механізмів налагодження зв'язку із громадськістю

Відкритість органів влади особливо важлива на місцевому рівні, оскільки вона дозволяє громадянам брати участь у місцевому самоврядуванні. Принцип відкритості реалізується за рахунок дотримання чотирьох його складових: принципу інформаційної відкритості, принципу зрозумілості, принципу залучення громадянського суспільства та принципу підзвітності – і переважно за рахунок використання Інтернет - технологій.

Інформаційна відкритість визначається як організаційно-правовий режим діяльності будь-якого учасника соціальної взаємодії, що забезпечує будь-яким учасникам цієї взаємодії можливість отримувати необхідний та достатній обсяг інформації (відомостей) про свою структуру, цілі, завдання, фінансові та інші істотні умови діяльності [43].

Із розвитком мережі Інтернет у світі і в Україні, зокрема, повсюдним її використанням та основним показником інформаційної відкритості є якість і контент офіційних Інтернет-ресурсів.

Принцип зрозумілості або «юзабіліті сайту», який передбачає зручність і простоту використання сайту, допомагає громадянам швидко розуміти інформацію, викладену у відкритий доступ.

Принцип залучення громадянського суспільства передбачає можливість участі громадян у розробці, обговоренні та прийнятті рішень, врахування їх думок. Цей принцип має на увазі під собою відкритий діалог влади та суспільства [9].

Принцип підзвітності означає контроль громадян над діяльністю органів влади у вигляді розкриття інформації органами влади про власну діяльність.

Таким чином, відкрита влада – це влада, яка дотримується сукупності принципів інформаційної відкритості (у тому числі відкритості бюджету та

рішень, що готуються до прийняття), доступності та простоти сприйняття відкритих даних, впливу думки громадян на дії влади, а також контроль громадян за ними на місцевому рівні.

Мережа Інтернет має величезний потенціал для реалізації соціальної взаємодії та демонстрації відкритості органів державної влади та місцевого самоврядування. З метою формування іміджу відкритості органам державної влади та місцевого самоврядування необхідно: [42].

- публікувати вичерпну інформацію про свої цілі, завдання, а також поточну діяльність,
- працювати з різними каналами комунікації передачі даних у будь-якому форматі,
- розширювати способи та форми отримання інформації,
- налагоджувати відкритий діалог із населенням шляхом публічного обговорення місцевих проблем у мережі Інтернет,
- забезпечити громадянам можливість брати участь у прийнятті рішень,
- надавати у відкритому доступі інформацію про рішення, які готуються до прийняття, і роз'яснювати їх громадянам,
- публікувати звіти щодо роботи зі зверненнями громадян,
- проводити соціологічні дослідження щодо задоволеності населення рівнем відкритості даних.

За законодавством органи місцевого самоврядування зобов'язані публікувати таку інформацію: [28].

1) загальну інформацію про орган місцевого самоврядування, у тому числі: найменування та структуру, поштову адресу, адресу електронної пошти (за наявності), номери телефонів довідкових служб; відомості про повноваження, завдання та функції структурних підрозділів зазначених органів, а також перелік законів та інших нормативних правових актів, що визначають ці повноваження, завдання та функції; перелік підвідомчих організацій (за наявності), відомості про їхні завдання та функції, а також

поштові адреси, адреси електронної пошти (за наявності), номери телефонів довідкових служб підвідомчих організацій; відомості про керівників органу місцевого самоврядування, його структурні підрозділи, керівників підвідомчих організацій (прізвища, імена, по батькові, а також за згодою зазначених осіб інші відомості про них); переліки інформаційних систем, банків даних, реєстрів, реєстрів, які перебувають у віданні органу місцевого самоврядування, підвідомчих організацій; відомості про засоби масової інформації, засновані органом місцевого самоврядування (за наявності);

2) інформацію про нормотворчу діяльність, у тому числі: муніципальні правові акти, видані органом місцевого самоврядування, включаючи відомості про внесення до них змін, визнання їх такими, що втратили чинність, визнання їх судом не чинними, а також відомості про державну реєстрацію муніципальних правових актів у випадках, встановлених законодавством України; тексти проектів муніципальних правових актів, внесених до представницьких органів муніципальних утворень; інформацію про розміщення замовлень на постачання товарів, виконання робіт, надання послуг для державних та муніципальних потреб відповідно до законодавства про розміщення замовлень на постачання товарів, виконання робіт, надання послуг для державних та муніципальних потреб; адміністративні регламенти; стандарти муніципальних послуг; встановлені форми звернень, заяв та інших документів, що приймаються органом місцевого самоврядування для розгляду відповідно до законів та інших муніципальних правових актів; порядок оскарження державних правових актів;

3) інформацію про участь органу місцевого самоврядування в цільових та інших програмах, міжнародному співробітництві;

4) інформацію про стан захисту населення та територій від надзвичайних ситуацій та вжиті заходи щодо забезпечення їх безпеки, про прогнозовані та виниклі надзвичайні ситуації, про прийоми та способи

захисту населення від них, а також іншу інформацію, що підлягає доведенню органом місцевого самоврядування до відома громадян та організацій відповідно до законів України;

5) інформацію про результати перевірок, проведених органом місцевого самоврядування, підвідомчими організаціями в межах їх повноважень, а також про результати перевірок, проведених в органі місцевого самоврядування, підвідомчі організації;

6) тексти офіційних виступів та заяв керівників та заступників керівників органу місцевого самоврядування;

7) статистичну інформацію про діяльність органу місцевого самоврядування, у тому числі: статистичні дані та показники, що характеризують стан та динаміку розвитку економічної, соціальної та інших сфер життєдіяльності, регулювання яких віднесено до повноважень органу місцевого самоврядування; відомості про використання органом місцевого самоврядування, підвідомчими організаціями бюджетних коштів, що виділяються; відомості про надані організаціям та індивідуальним підприємцям пільги, відстрочки, розстрочки, про списання заборгованості з платежів до бюджетів бюджетної системи України;

8) інформацію про кадрове забезпечення, у тому числі: порядок надходження громадян на муніципальну службу; відомості про вакантні посади муніципальної служби, що є в органі місцевого самоврядування; кваліфікаційні вимоги до кандидатів на заміщення вакантних посад муніципальної служби; умови та результати конкурсів на заміщення вакантних посад муніципальної служби; номери телефонів, за якими можна отримати інформацію щодо заміщення вакантних посад в органі місцевого самоврядування; перелік освітніх установ, підвідомчих органу місцевого самоврядування (за наявності), із зазначенням поштових адрес освітніх установ, а також номерів телефонів, за якими можна отримати інформацію довідкового характеру про ці освітні установи;

9) інформацію про роботу органу місцевого самоврядування зі

зверненнями громадян (фізичних осіб), організацій (юридичних осіб), громадських об'єднань, державних органів, органів місцевого самоврядування, у тому числі: порядок та час прийому, порядок розгляду звернень із зазначенням актів, що регулюють цю діяльність; прізвище, ім'я та по батькові керівника підрозділу або іншої посадової особи, до повноважень яких віднесено організацію прийому, забезпечення розгляду звернень, а також номер телефону, за яким можна отримати інформацію довідкового характеру; огляди звернень, а також узагальнену інформацію про результати розгляду цих звернень та вжиті заходи [50, 51, 52].

У сучасних реаліях існує проблема недостатнього використання потенціалу зв'язків із громадськістю на місцевому рівні влади. На даний момент потенціал зв'язків із громадськістю органами місцевого самоврядування переважно реалізується через виконання лише їх інформаційних функцій. Навіть при визнанні необхідності місцевою владою побудови суспільного діалогу, у більшості випадків цей процес схильний до жорстокого контролю з боку самої влади, що негативно позначається на ньому. Громадський діалог часто симулюється, як наслідок місцева влада не здатна реагувати на зміни громадської думки. Проблема відсутності громадського діалогу зумовлена як пасивністю самих громадян, і пасивністю органів місцевого самоврядування залученні громадян до діалогу.

Місцева влада стикається з пасивністю місцевого співтовариства при прийнятті рішень, обумовленої його соціальним утриманством, байдужістю до суспільних справ, індивідуалізмом, відсутністю у громадян достатніх знань та некомпетентністю у питаннях місцевого значення. Але найчастіше ці причини пасивності громадян культивує сама місцева влада, яка не дає відігравати місцевій спільноті важливу роль у формуванні влади, а лише робить її об'єктом передвиборних маніпуляцій.

Такий стан справ обумовлює низьку явку на муніципальні вибори, яка порушує питання про їхню легітимність і негативно впливає на імідж місцевої влади.

Для того, щоб функціонування служб зв'язків з громадськістю стало більш ефективним, органи місцевого самоврядування повинні розробити дієві механізми отримання зворотного зв'язку, оскільки далеко не всі форми прояву соціальної активності, запропоновані місцевою владою, викликають у відповідь реакцію у місцевого співтовариства. До найефективніших механізмів належать опитування громадської думки, збори громадян та публічні слухання [38].

Також для залучення представників місцевого співтовариства у процес підготовки та прийняття рішень необхідно вибудувати систему постійної політичної освіти населення. Досягнення повного переходу до симетричних двосторонніх комунікацій місцевої влади та населення можливе лише за умови розвитку місцевого самоврядування як суб'єкта політики, децентралізації державної влади, участі громадян у підготовці, прийнятті, реалізації управлінських рішень, наявності політичної волі у суб'єктів місцевої влади щодо активізації участі громадян у місцеве самоврядування.

Для реалізації залучення населення до процесів прийняття рішень створюють умови участі членів місцевого співтовариства у цьому процесі та максимально вільний доступ до ЗМІ. Найважливішим напрямом діяльності тут залишаються особисті контакти з місцевою спільнотою [18].

Також діяльність із зв'язків із громадськістю муніципалітетів спрямовано встановлення зв'язків із різними суб'єктами, здійснюють свою діяльність біля муніципального освіти, забезпечення взаємодії з-поміж них і місцевої влади. Налагодження ефективних механізмів отримання зворотного зв'язку також необхідне дослідження місцевого співтовариства. До найрезультативніших форм її отримання відносять проведення соціологічних опитувань, організацію лекторіїв, семінарів для певних груп населення, організацію «гарячих ліній» з використанням місцевих радіо та телебачення, телефонів приймальної організації, участь працівників управління у конференціях, семінарах, дискусіях політичних партій, громадських рухів, організацію безпосередніх контактів із лідерами різних груп населення

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ ВІННИЦЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

2.1 Загальна характеристика відділу

Відділ молодіжної політики Вінницької міської ради (далі відділ) є виконавчим органом Вінницької міської ради, який створений відповідно до рішення 3 сесії 6 скликання Вінницької міської ради від 14 січня 2011 року №85 «Про оптимізацію загальної структури виконавчих органів міської ради, апарату міської ради та її виконкому та їх чисельності».

Відділ є юридичною особою, має круглу печатку з зображенням Державного герба України із своїм найменуванням, кутовий штамп, бланки із своїми реквізитами. Місцезнаходження відділу: Україна, 21100, Вінницька обл., місто Вінниця, вул. Соборна, буд. 59.

Майно, яке знаходиться на балансі відділу є комунальною власністю Вінницької міської ради та перебуває в оперативному управлінні відділу. Відділ є неприбутковою організацією та не має на меті отримання доходів (прибутків) або їх частини для розподілу серед засновників (учасників), працівників (крім оплати їхньої праці, нарахування єдиного соціального внеску); утримується за рахунок коштів бюджету міського бюджету.

Відділ підзвітний і підконтрольний Вінницькій міській раді, підпорядкований виконавчому комітету Вінницької міської ради, Вінницькому міському голові, секретарю Вінницької міської ради, заступникам Вінницького міського голови та керуючому справами виконкому, відповідно до розподілу обов'язків.

У своїй діяльності відділ керується Конституцією України, Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод, Європейською хартією місцевого самоврядування, іншими міжнародними договорами та правовими

актами, ратифікованими Верховною Радою України, Законами України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про службу в органах місцевого самоврядування», «Про державну службу», «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» та іншими Законами України з питань організації та діяльності органів місцевого самоврядування, постановами Верховної Ради України, актами Президента України, декретами, постановами і розпорядженнями Кабінету Міністрів України, Статутом територіальної громади міста Вінниці, рішеннями Вінницької міської ради і виконавчого комітету, розпорядженнями Вінницького міського голови, даним Положенням і іншими нормативними актами.

Відділ керується політикою якості, яка затверджується Вінницькою міською радою відповідно до міжнародних стандартів якості.

Метою відділу є створення умов для самореалізації молоді та підлітків, активного їх залучення до суспільного життя Вінницької міської територіальної громади, організації змістовного дозвілля за місцем проживання та у місцях масового відпочинку.

Для досягнення мети своєї діяльності відділ вирішує наступні завдання: [72].

- розбудова системи роботи з підлітками та молоддю за місцем проживання та у місцях масового відпочинку, залучення молоді до суспільно-громадського життя громади, підвищення патріотизму молоді до Вінницької міської територіальної громади;

- готує проекти розпорядчих актів Вінницької міської ради, її виконавчих органів і Вінницького міського голови, в т.ч. нормативного характеру;

- здійснює розгляд звернень громадян та прийом громадян з питань, що відносяться до компетенції відділу за встановленим графіком;

- здійснює інші повноваження, покладені на Відділ відповідно до чинного законодавства.

При здійсненні повноважень відділ зобов'язаний:

- забезпечити дотримання конституційних прав та свобод людини і громадянина, які закріплені в Конституції та законодавстві України та Статуті Вінницької міської територіальної громади;

- забезпечити виконання вимог діючого законодавства України щодо конфіденційності інформації відносно особи;

- не допускати в своїй діяльності порушення вимог антикорупційного законодавства.

Відповідно до покладених на нього завдань відділ реалізує наступні функції:

- організовує і проводить культурно-масові, освітньо-виховні заходи серед широких верств населення, залучає їх до занять фізкультурою, забезпечує пропаганду здорового стилю життя;

- приймає участь у організації оздоровлення, відпочинку і дозвілля дітей та молоді;

- забезпечує організацію та приймає участь у проведенні олімпіад, спортакіад, конкурсів, турнірів, виставок, фестивалів творчості, конференцій, форумів, інших заходів, спрямованих на підвищення культурно-освітнього рівня дітей і молоді;

- сприяє відкриттю і розвитку сучасних гуртків з інтерактивними, творчими, розвиваючими програмами для дітей та молоді;

- залучає в установленому порядку дитячі, молодіжні, оздоровчі, інші громадські та благодійні організації до реалізації програм, спрямованих на поліпшення становища дітей та молоді, організації змістовного дозвілля;

- розробляє і забезпечує разом з іншими органами виконавчої влади заходи, направлені на зменшення негативних проявів в молодіжному середовищі, підвищення соціального і культурного рівня молоді;

- співпрацює в межах своєї компетенції з вищими, загальноосвітніми, професійно-технічними та спеціальними навчальними закладами, органами студентського і учнівського самоврядування, громадськими організаціями і творчими спілками.

Відділ при виконанні покладених на нього завдань взаємодіє з органами виконавчої влади, департаментами та іншими виконавчими органами Вінницької міської ради, депутатами, постійними комісіями, тимчасовими контрольними комісіями та іншими органами, утвореними Вінницькою міською радою, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форми власності, об'єднаннями громадян [72].

У разі припинення діяльності відділу (у результаті його ліквідації, злиття, поділу, приєднання або перетворення) активи відділу за рішенням виконавчого комітету Вінницької міської ради передаються одній або кільком неприбутковим організаціям відповідного виду в межах комунальної власності Вінницької міської територіальної громади або зараховуються до доходу бюджету в частині грошових коштів.

Відділ молодіжної політики складається із трьох працівників (табл.2.1), що відповідним чином впливає на його організаційну структуру (рис. 2.1).

Таблиця 2.1

Склад та структура працівників відділу молодіжної політики
Вінницької міської ради

Категорії управлінських працівників	Чисельність управлінських працівників			Питома вага кожної категорії у загальній чисельності працівників, %		
	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1. Керівники	1	1	1	33,3	33,3	33,3
2. Спеціалісти	2	2	2	66,6	66,6	66,6
Всього	3	3	3	100	100	100

Загальну кількість працівників відділу молодіжної політики ВМР складають: [71].

- начальник відділу;
- заступник начальника відділу;
- головний спеціаліст.

Варто відвітити, що середній вік працівників відділу становить 35 років, всі працівники мають вищу освіту, стаж роботи у відділі становить в середньому 10 років.



Рис. 2.1. Організаційна структура відділу молодіжної політики Вінницької міської ради

Штатний розпис відділу затверджується виконавчим комітетом Вінницької міської ради у межах граничної чисельності та фонду оплати праці працівників, затверджених Вінницькою міською радою. Працівники відділу, відповідно до вимог чинного законодавства України, призначаються на посаду і звільняються з посади Вінницьким міським головою.

Начальник відділу має заступника, який відповідно до вимог чинного законодавства України, призначається і звільняється з посади Вінницьким міським головою. Працівники відділу діють в межах повноважень, визначених посадовими інструкціями, що затверджуються начальником відділу. Посадові особи відділу зобов'язані у своїй діяльності дотримуватись Кодексу етичної поведінки посадових осіб місцевого самоврядування Вінницької міської ради, затвердженого виконавчим комітетом Вінницької міської ради. Порушення Кодексу етичної поведінки посадових осіб місцевого самоврядування є підставою для притягнення їх до відповідальності згідно чинного законодавства [71].

Посадові особи відділу зобов'язані постійно підвищувати свій кваліфікаційний рівень та приймати участь в системі корпоративного

навчання за програмою «Муніципальний університет Вінницької міської ради». Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 10 грудня 1993 року №1010 «Про тривалість робочого дня працівників апарату органів виконавчої влади, місцевих Рад народних депутатів у зв'язку з встановленням 40-годинного робочого тижня», Закону України «Про службу в органах місцевого самоврядування» Розпорядженням міського голови від 05.01.2004р. №2-р «Про внутрішній трудовий розпорядок у виконавчих органах ради, апараті міської ради та її виконкому» з метою контролю та дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку працівниками виконавчих органів міської ради, секретаріату міської ради, апарату міської ради та її виконкому запроваджений електронний облік робочого часу, згідно з яким тривалість робочого часу на тиждень становить 40 годин. Використання фонду робочого часу працівниками відділу молодіжної політики ВМР представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Використання фонду робочого часу відділу молодіжної політики ВМР

Показники	2021 р.	2022 р.	2023р.	2023 р. до 2021 р., ±
Середньорічна чисельність робітників, осіб	3	3	3	-
Відпрацьовано за рік одним робітником:				
- днів	250	250	251	-
- годин	1994	1994	2002	-
Середня тривалість робочого дня, год.	8	8	8	-
Фактичний фонд робочого часу, год.	1994	1994	2002	8

Реєстрація робочого часу здійснюється за допомогою системи «Golden Gate». Система «Golden Gate» – автоматизований програмно-апаратний комплекс, що використовується для обліку робочого часу. За порушення порядку ведення електронного обліку робочого часу до працівника міської ради можуть застосуватись наступні стягнення:

- а) догана;

б) звільнення;

в) передача питання про порушення внутрішнього трудового розпорядку міської ради на розгляд трудового колективу управління, відділу або уповноваженого ним органу (профкому);

г) нарахування премії за підсумками місяця проводиться з урахуванням відсотків наявності порушень трудової дисципліни.

Оплата праці працівників відділу молодіжної політики здійснюється відповідно до посадових окладів (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Динаміка оплати праці працівників відділу молодіжної політики ВМР

Посада	Посадовий оклад, грн.			2023 р. до 2021 р., ±
	2021 р.	2022р .	2023 р.	
Начальник відділу	6800	7200	7200	400
Заступник начальника відділу	6596	6984	6984	388
Головний спеціаліст	4800	5100	5100	300

Аналізуючи оплату праці варто відмітити, що вона в динаміці збільшується по всім категоріям працівників. Видатки на оплату праці фінансуються із бюджету Вінницької міської ради.

В зв'язку з форс-мажорними обставинами, в умовах пандемії «COVID-19», виконання всіх запланованих заходів виявилось неможливим. Значно скоротилося фінансування, процес навчання (тренінги, лекції) перейшов в он-лайн режим, відмінені поїздки по обміну досвідом та зовнішні конференції, семінари, форуми, але, не зважаючи на всі труднощі в зв'язку з карантинними обмеженнями, міська рада та вдділ молодіжної політики робить все можливе для проведення запланованих культурно-масових заходів різного спрямування [73].

Отже, на основі вищенаведеної інформації, ми можемо зазначити, що персонал відділу використовується раціонально, що відповідним чином впливає ефективність комунікацій ВМР із громадою, й відповідно проявляється у чисельних культурно-масових заходах. Варто відмітити, що

протягом досліджуваного періоду загалом було проведено 937 заходів різного спрямування і їх чисельність в динаміці переважно зростає, відповідно зростає і чисельність осіб задіяних у їх проведенні – 314 осіб у 2023 році проти 186 у 2021 році.

Таблиця 2.4

Культурно-масові заходи проведені за сприяння ВМР
та відділу молодіжної політики

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2023 р. до 2021р., ±
Кількість міських оздоровчо-спортивних заходів	32	34	89	57
Кількість реалізованих проєктів	3	2	1	-2
Кількість охоплених навчальних закладів згідно «Програми «Місто молодих» на 2016-2020 роки»	38	38	38	-
Кількість організованих суспільно корисних заходів та акцій для підлітків та молоді в місцях масового відпочинку вінничан	88	134	56	-32
Кількість організованих тематичних заходів, семінарів та круглих столів на базі молодіжного центру «Level 80»	-	200	118	118
Кількість заходів патріотичного характеру, з метою поліпшення національно-патріотичного виховання молоді та формування любові до своєї країни, її національних цінностей та традицій	25	29	12	-13
Загальна кількість проведених заходів	186	437	314	128
Кількість охоплених осіб освітньо-виховними, спортивними та туристично-краєзнавчими програмами КЗ «Центр підліткових клубів за місцем проживання», осіб	186	437	314	128

Також мають місце певні недоліки у роботі із громадськістю серед яких ми виділимо наступні:

- попри наявність різних відділів відсутній окремий структурований підрозділ саме з питань взаємодії із громадськістю;
- перевантаженість працівників інших підрозділів з питань взаємодії із громадськістю іншими функціональними обов'язками;

- відсутня належна координація зв'язків між структурними підрозділами, які займаються налагодженням зв'язків із громадськістю;
- недостатнє забезпечення поінформованості громадськості про організацію та результати проведених консультацій із нею;
- відсутність тісного контакту із ЗМІ.

2.2. Ефективність використання технологій Паблік Рілейшнз у діяльності відділу молодіжної політики

Технології Паблік Рілейшнз (ПР) які у своїй повсякденній діяльності використовує Вінницька міська рада за активного сприяння відділу молодіжної політики являє собою систему інформаційно-аналітичних дій, принципом яких є забезпечення реалізації політичних цілей на основі чесного і шанобливого ставлення до громади. В цілому ці технології націлені на принципову відмову від обману і фальсифікації фактів та мають на меті формування й підтримання на відповідному рівні зворотних зв'язків місцевої влади та громади [27].

Завдяки такій принциповій спрямованості, технології ПР націлені на всебічне роз'яснення владою громаді існуючих проблем, й мають на меті обґрунтування основних напрямів щодо їх розв'язання та формування на цій основі власного позитивного іміджу. Це в свою чергу сприятиме формуванню сприятливої суспільної атмосфери в громаді для реалізації передбачених владою дій та проектів, а також завоюванню і збереженню високого авторитету центром прийняття рішень.

У кінцевому рахунку це веде до формування у людей стійкої ціннісної орієнтації на політичні події, спонукає їх до свідомих дій. Таким чином, між владою і громадою усуваються багато перешкод, в результаті чого рядові громадяни активно і послідовно долучаються до політичного процесу, залучаються до прийняття і здійснення рішень.

Ключовими принципами ПР, які пропагує у своїй діяльності відділу

молодіжної політики є: [72].

- відкритість інформації;
- взаємна вигода комунікатора і реципієнта;
- опора на громадську думку;
- шанобливе ставлення до громадськості.

ПР-технології розрізняються залежно від того, які завдання вони виконують. Ці завдання досить різноманітні: обслуговування зв'язків комунікатора з державними та громадськими організаціями (public affairs), створення сприятливого образу особистості (image making), побудова відносин із ЗМІ (media relations), управління кризовими ситуаціями (crisis management) і т.д. Зазначені ПР-технології безпосередньо у своїй діяльності використовує відділу молодіжної політики з метою реалізації різних програм та виконанням поставлених завдань ВМР [73].

Кожне з цих напрямків ПР являє собою певну систему управління інформацією, пов'язану з тими чи іншими способами виробництва новин, залучення уваги аудиторії, інтерпретації криз, з розглядом кожного інформаційного проекту з урахуванням його специфічних рис, з трансформацією шаблонних технологій в нестандартні і творчі і т. д.

У цілому така комунікативна інженерія відображає прагнення місцевої влади не нав'язувати громаді ті чи інші позиції, а завойовувати, підкоряти її свідомість ідейними методами. У такому випадку інформаційні технології перетворюються на інструмент демократичного суспільства, за допомогою якого має досягатися згода, встановлюватися консенсус між владою і суспільством.

На даний час департамент у справах засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю Вінницької міської ради за активної участі відділу молодіжної політики співпрацює із усіма основними місцевими засобами масової інформації, яких нараховується близька двох десятків (телебачення, друковані видання, Інтернет-сайти, радіо). За останні роки було побудовано чітку систему взаємодії із засобами масової інформації, яка включає: [71].

- оперативне інформування працівників засобів масової інформації про заплановані події і запрошення їх на заходи;
- сприяння журналістам місцевих та національних мас-медіа в отриманні інформації про діяльність Вінницької міської ради та її виконавчих органів, а також в організації коментарів та інтерв'ю посадових осіб;
- інформування місцевих та національних засобів масової інформації про події, які відбуваються у місті, шляхом розповсюдження пресанонсів та прес-релізів на офіційному сайті Вінницької міської ради та електронною розсилкою на персональні та редакційні адреси працівників мас-медіа.

Загалом база даних контактів із працівниками мас-медіа, з якими співпрацює департамент у справах засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю, сьогодні налічує понад 200 персональних та редакційних електронних адрес представників місцевих та національних медіа. Разом з тим, вона постійно оновлюється.

Законодавчі та нормативно-регуляторні акти України і органів місцевого самоврядування Вінниці передбачають обов'язкове розміщення прийнятих рішень та матеріалів щодо діяльності міської ради та її виконавчих органів в засобах масової інформації.

Розглянемо основні програми, які реалізовує та фінансує міська влада за активного сприяння відділу молодіжної політики [71].

1. Програма використання соціальної реклами для інформування громадськості та профілактики негативних явищ у суспільстві на 2021-2025 роки.

З метою розвитку соціальної реклами у Вінницькій міській об'єднаній територіальній громаді, спрямованої на гуманізацію суспільних відносин, профілактику негативних явищ в суспільстві, інформування про соціально важливі проекти для Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, на підставі рішення міської ради від 22.12.2006 р. №633 «Про затвердження Положення про соціальну рекламу при реалізації програм Вінницької міської

ради», зі змінами, керуючись пунктом 22 статті 26, частиною 1 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», міська рада затвердила Програму використання соціальної реклами для інформування громадськості та профілактики негативних явищ у суспільстві на 2021-2025 роки.

Загальною метою створення і впровадження соціальної реклами є зміна ставлення громадськості до існуючих суспільних проблем, а в довгостроковій перспективі – формування позитивно спрямованої поведінки мешканців Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, що ґрунтується на системі суспільно корисних цінностей. Соціальна реклама має на меті поліпшити соціальні настрої у суспільстві, звернути його увагу на важливі питання життя або навпаки – убезпечити людей від певних загроз. Тому соціальна реклама не обов'язково несе позитивний заряд.

2. Програма висвітлення діяльності міської ради та її виконавчих органів, фінансової підтримки (дотації) комунальним підприємствам засобів масової інформації у 2021-2025 рр. [73].

Мета Програми – забезпечення відкритості і прозорості у діяльності Вінницької міської ради, її виконавчих органів, посадових осіб місцевого самоврядування шляхом залучення засобів масової інформації до висвітлення їхньої діяльності.

Основні завдання Програми [71].

- інформування мешканців Вінницької міської ОТГ про діяльність Вінницької міської ради, виконавчого комітету, міського голови, виконавчих органів та депутатів міської ради;

- забезпечення подання інформації на засадах оперативності, систематичності, повноти, всебічності та об'єктивності;

- забезпечення інформаційно-роз'яснювальної роботи щодо прав та обов'язків мешканців міста з питань місцевого значення;

- забезпечення місцевих та національних засобів масової інформації оперативною інформацією про діяльність Вінницької міської ради та її

виконавчих органів;

- розширення аудиторії та підняття рейтингу комунальних підприємств засобів масової інформації (МКП-ІТА «ВІТА», КП «Радіокомпанія «Місто над Бугом»);

- супровід та розвиток офіційного вебпорталу Вінницької міської ради.

Варто відмітити, що протягом 2016-2020 р.р. була реалізована програма «Місто молодих», видатки на яку становили у 2018 році - 7286578 грн, 2019 році – 7962733 грн., 2020 році – 9286432 грн.

Використання подібних програм про висвітлення діяльності органів місцевого самоврядування є поширеною практикою в містах України. Основним документом, який дозволяє використання такого інструменту, є Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації».

Одним із способів забезпечення зворотного зв'язку Вінницької міської ради і громадськості є: [71,72,73].

1. Сторінка в мережі Facebook: <https://www.facebook.com/DAPVMR/?ref=bookmarks>;

2. Кол-Центр «Прозорого офісу», тел. 65-50-50;

3. Електронна адреса: cap@vmr.gov.ua.

Право громадськості на отримання повної, достовірної інформації з усіх галузей життя суспільства гарантоване Конституцією України статтею де зазначено, що усі мають право направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування та посадових осіб і службових осіб цих органів, що зобов'язані розглянути звернення і дати обґрунтовану відповідь у встановлений законом строк.

З метою створення правового поля, яке б відповідало зазначеним вимогам Конституції України, діє Закон України «Про доступ до публічної інформації» та Закон України «Про звернення громадян».

Основною метою Закону України «Про доступ до публічної

інформації» є створення механізму реалізації права кожного на доступ до публічної інформації [25]. Він містить перелік гарантій дотримання прав на надання публічної інформації, поетапний порядок доступу до неї, надає визначення таким поняттям, як конфіденційна, таємна та службова інформація, регламентує порядок її отримання, визначає порядок і строки подачі та задоволення запиту на інформацію, а також процедуру оскарження рішень, дій чи бездіяльності розпорядників інформації[30].

Закон України «Про звернення громадян» регулює питання практичної реалізації громадянами України наданого їм Конституцією України права вносити в органи державної влади та органи місцевого самоврядування пропозиції про поліпшення їхньої діяльності, викривати недоліки в роботі та оскаржувати дії посадових осіб [26]. На основі проведеного аналізу щодо особливостей використання технологій Паблік Рілейшнз у діяльності відділу молодіжної політики ВМР, нами здійснено SWOT-аналіз комунікаційної політики загалом, якої власне і дотримується місцева влада (табл..2.5).

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз комунікаційної політики Вінницької міської ради

SWOT-аналіз	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	<ul style="list-style-type: none"> - ефективне та прозоре функціонування міської влади; - передова система кадрового менеджменту; - націленість команди працювати на результат; - професійне застосування кращих вітчизняних та закордонних практик; - взаємообмін новітніми ідеями та кращими практиками; 	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення кваліфікації та розвитку персоналу для новоприєднаних територій; - дистанційне (он-лайн) вирішення поточних (виробничих) питань; - залучення персоналу новоприєднаних територій до єдиної корпоративної культури
Загрози	<ul style="list-style-type: none"> - загальне погіршення соціально-економічної ситуації, кризові явища; - недосконалість нормативно-правової бази; - форс-мажорні обставини (пандемія та інше). 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатнє інформаційно-технологічне забезпечення громад; - емоційний супротив запропонованим змінам; - збільшення фінансового навантаження на місцевий бюджет; - відсутність мотивації до саморозвитку (низька оплата праці)

На основі проведеного SWOT-аналізу комунікаційної політики

Вінницької міської ради ми дійшли висновку, що вона знаходиться на хорошому рівні, проте має ряд переваг і недоліків. Серед основних можливостей варто виділити: ефективне та прозоре функціонування міської влади, передову систему кадрового менеджменту, націленість команди працювати на результат, професійне застосування кращих вітчизняних та закордонних практик, взаємообмін новітніми ідеями тощо. Загрозами для реалізації ефективної комунікативної політики є складна соціально-економічна ситуація в державі, недосконалість нормативно-правової бази, форс-мажорні обставини (пандемія Covid-19), а також недостатнє інформаційно-технологічне забезпечення громад і як наслідок емоційний супротив запропонованим змінам та інше.

Тому, в розділі 3 ми запропонуємо власне бачення щодо моделі ефективної комунікації у сфері публічного управління та адміністрування.

РОЗДІЛ 3

МОДЕЛЬ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗВ'ЯЗКІВ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Розвиток сучасного суспільства вимагає створення нових форм співпраці та взаєморозуміння, відповідно, потребує і нових форм комунікації, які характеризуватимуться ще більшою оперативністю, відкритістю, прозорістю, ефективністю та якістю. Наявність цих характеристик може забезпечити такий тип комунікації, учасники якої є рівноправними та активними, здатними не просто налагодити комунікаційні канали, які дозволять швидко передавати інформацію в обидва напрямки, але й створити ефективну комунікаційну площадку для результативного та взаємовигідного спілкування задіяних в комунікаційному процесі суб'єктів [49].

Сьогодні індивід прагне не лише бути поінформованим, а й також самостійно продукувати інформацію, яка буде сприйнятою іншими суб'єктами комунікативного процесу. В площині державного управління це відображає бажання громадян не стільки пасивно сприймати інформацію, що розповсюджується органами державної влади та місцевого самоврядування, скільки бути спроможним впливати на прийняття рішень, визначення пріоритетних напрямків розвитку, формування програми дій в межах компетенції даних органів. Таким чином, можемо констатувати існування нагальної потреби у побудові суб'єкт-суб'єктного типу комунікації, що забезпечить повноцінний діалог між громадянами та органами державної влади, який характеризується діалогічністю, можливістю бути почутим, а також налагодженням моделі «питання – відповідь». Ефективний зворотній зв'язок забезпечує своєчасне інформування населення щодо тих аспектів діяльності органів публічної влади, які найбільше цікавлять громадян, дозволяє оцінити швидкість та якість реагування на виявлені проблеми, визначити можливі прорахунки і, за потреби, скоригувати план подальших дій [27].

Комунікації в процесі функціонування органів державної влади відіграють важливу роль у прийнятті управлінських рішень, які в свою чергу впливають на рівень життя громадян. Ефективність даних рішень залежить від багатьох факторів, зокрема від розуміння причин та рівня схвалення населенням обраних методів, що використовуватимуться для розв'язання певних проблем або виконання поставлених задач. Адже важко впроваджувати будь-які проекти та програми розвитку, якщо нема чіткого розуміння того, до яких кінцевих результатів приведе прийняте рішення, а також чи дотримано баланс інтересів усіх зацікавлених сторін. Саме тому сьогодні думка громадян є важливим інструментом впливу на діяльність органів влади та на визначення вектору розвитку країни, яка позиціонує себе як правова та демократична [25].

Дослідники відзначають, що умовою налагодження двостороннього діалогу влади та громадськості є «організаційно-правова спроможність інститутів громадянського суспільства до артикуляції соціальних інтересів, їх просування та захисту», а успіх такого діалогу часто «залежить від спільних дій органів державної влади й об'єднань громадян та їх готовності до співробітництва», адже «громадські об'єднання здійснюють реальний вплив на державну політику, уособлюючи весь спектр думок, що генеруються у громадянському суспільстві» [26]. Вплив громадянського суспільства на процес вироблення та прийняття рішень відбувається не лише на національному рівні, а й на міжнародному та міжнаціональному рівні, адже до діалогу долучаються й міжнародні інституції.

Для побудови теоретичної моделі забезпечення ефективної комунікації в системі державного управління та місцевого самоврядування необхідне здійснення адаптації класичних теорій комунікації та сучасних наукових підходів до комунікаційних взаємодій в предметній площині публічного управління й адміністрування, як системного утворення, що має багаторівневу структуру та змістовне наповнення інформаційно-спонукальних взаємодій між суб'єктами різних ієрархічних рівнів та

різноманітних видів влади, направлених на передачу інформації, обмін інформацією, спонукання до діяльності у відповідності до змісту інформаційного посилу, продукування інформації в процесі взаємного обміну, формування індивідуальної й колективної свідомості та відповідних дій суспільних суб'єктів засобами різних влад комунікативного середовища. При цьому необхідно враховувати багаторівневу структуру, яка обумовлена наявністю суб'єктів різних ієрархічних рівнів та видів влади. Внаслідок цього в моделі необхідно відобразити комунікаційні взаємодії принаймні на чотирьох рівнях, а саме: на суспільному, як забезпечення реалізації функцій державного управління як одного із різновидів влади, в системі та шляхом використання засобів мережевого суспільства (медіаполітика), непрограмованих комунікаційних мереж; на публічно-управлінському, як забезпечення інформаційного обслуговування органів державної влади й органів місцевого самоврядування; на внутрішньо-управлінському, як внутрішньої складової державно-управлінського процесу забезпечення комплексу ефективних комунікацій в органі публічної влади та у владній вертикалі загалом; на зовнішньо-управлінському як процесу забезпечення комплексу комунікацій з громадянами й інститутами громадянського суспільства [40].

У своїй сукупності зазначені чотири аспекти формують зміст і предметність комунікативної політики держави, яка має забезпечити створення розвинутих інституціоналізованих комунікацій між владою та громадянами, на принципово нових засадах – рівній партнерській взаємодії.

Залежно від основних методологічних принципів тієї чи іншої школи управління, вибудовується відповідна їм система комунікацій. Внаслідок аналізу підходів «школи наукового управління», «школи людських стосунків», «школи соціальних систем» можна порівняти принципи побудови комунікацій (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Порівняння принципів побудови комунікацій

Аспекти аналізу	Школа наукового управління	Школа людських стосунків	Школа соціальних систем
Ціль комунікації	передача наказів, регламентів, стандартів, контрольної та оціночної інформації	забезпечення горизонтальних взаємодій, за діяння персоналу в процесі прийняття рішень, забезпечення самореалізації та самоідентифікації індивідів	спонукання до дії; засіб координації та контролю; інформаційне забезпечення прийняття рішень; регулювання міжособистісних відносин; забезпечення адаптації організації до змін довкілля
Переважна направленість комунікативних потоків	вертикальні, горизонтальні на рівні керівництва, штабного управління; елементи горизонтальних комунікацій (делегування повноважень і відповідальності)	горизонтальні (в групі і між підрозділами)	вертикальні, горизонтальні в організації; зовнішні комунікації
Значимість комунікацій	відносно невелика, важливі комунікації по вертикалі (від керівника до підлеглого: прямий і зворотній потоки)	велика значимість горизонтальних комунікацій між індивідами одного рівня; вертикальні комунікації важливі для передачі інформації про потреби персоналу	велика значимість, оскільки є невід'ємною складовою функціонування системи, внаслідок забезпечення взаємозв'язків
Ситуації, адекватні до застосування принципів	стандартні задачі, що потребують швидкого і чіткого вирішення	нестандартні задачі, що потребують творчого підходу	задачі, вирішення яких необхідно узгоджувати зі швидкими змінами довкілля

Загальновідомим є факт того, що керівник переважну частину свого робочого часу витрачає на комунікації, а тому управління, по суті, є

управлінням комунікаціями. На інший аспект управління звернув увагу Л. Якокка, зауваживши, що «призначення в якості керівника – це спонукати до діяльності інших людей, якщо він не вміє це робити, він не на своєму місці» [11]. Отже, не заглиблюючись у цю проблему, зробимо перше узагальнення щодо побудови ефективних комунікацій: необхідність належних керівників на всіх рівнях публічного управління [22].

Загалом, модель комунікацій органу влади можна представити у формі комплексу інформаційних потоків директивних, аналітичних, іміджевих та інших даних, що проходячи по формальних і неформальних вертикальних і горизонтальних каналах організації від відправника до отримувача, інтегрують діяльність із виконання функцій управління (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Узагальнена модель комунікацій органу влади

Типи комунікативних потоків	Напрямок потоків		Зміст / форма інформації	Структури (суб'єкти) комунікативної взаємодії
Внутрішні (формальні, неформальні)	вертикальні	висхідні	директивна (регламентуюча) аналітична оціночна звітна узгодження ПР маркетингова	структурні підрозділи організації, установи вертикалі влади
		низхідні		
горизонтальні	у відділах			
	між відділами			
Зовнішні (формальні, неформальні)	вертикальні	висхідні		структурні підрозділи організації, установи різних гілок влади, інституцій громадянського суспільства
		низхідні		
горизонтальні	у відділах			
	між відділами			

Для забезпечення ефективності управління формальними комунікаціями необхідна інформаційна мережа, яка з мінімальними спотвореннями забезпечує двосторонній зв'язок. Вона може бути побудована на принципах Ч. Барнарда, а саме [35]:

- канали зв'язку мають бути точно визначені та добре відомі всім членам організації;
- для кожного члена організації мають бути визначені його формальні

зв'язки;

- лінії зв'язку мають бути максимально короткими і прямими;
- лінії зв'язку мають використовуватись повністю;
- компетенція осіб, що є комунікаційними центрами, повинна бути належною;
- переривання ліній зв'язку неприпустиме;
- кожне повідомлення має бути аутентичним.

Тут також необхідно враховувати, що навіть при досконально побудованих формальних комунікаціях можливим є спотворення інформації внаслідок паралельного проходження інформації по неформальним каналам (сприйняття колективом, неформальні складові стилю управління, норм поведінки, індивідуальні цілі, цінності та норми тощо). Через зазначені фактори реалізується процес сприйняття інформації і реального спонукання до дії, закладеного в комунікативному посилі. При цьому індивідуальні сприйняття і спонукання до дії окремих співробітників мають взаємно узгоджуватись, зокрема і шляхом впливу процесів контролю та звітності індивіда та групи щодо реальних дій і виконання директив. На основі отриманої по формальних і неформальних каналах контрольної та звітної інформації відправник корегує свої подальші директиви та взаємодії, які враховують, зокрема, особливості індивідуальної, групової, організаційної поведінки щодо сприйняття та реалізації комунікативного посилу. Таким чином інформаційний потік «знизу – вгору» звітно-контрольної, ініціативно-інноваційної та інформації щодо сприйняття, міри виконання розпоряджень, оцінки діяльності керівництва та підлеглих утворює зміст і механізм зворотного зв'язку. Необхідно зауважити, що у порівнянні з низхідними потоками інструкцій і розпоряджень інформаційні потоки зворотного зв'язку менш інтенсивні внаслідок: їх свідомого обмеження керівництвом, зокрема з метою попередження інформаційних перевантажень і значної пасивності підлеглих. Тому для забезпечення ефективності комунікацій необхідна організація й інтенсифікація постійного зворотного зв'язку шляхом його

регламентування. При цьому необхідно мінімізувати спотворення інформації зворотного зв'язку, зокрема звітної, при передачі по рівнях ієрархії, де на кожному з них може бути втрата міри її об'єктивності внаслідок коригування «на свою користь» [54].

У сучасних умовах зменшення рівнів ієрархії влади та формування горизонтальних структур надзвичайно важливу роль у забезпеченні ефективності комунікаційної системи відіграють горизонтальні комунікації, на долю яких припадає основний обсяг внутрішніх комунікацій в організації.

Модель ефективної комунікації має забезпечити досконале управління формальними комунікаціями та дієвий корелятивний вплив на неформальні комунікації як внутрішні, так і зовнішні.

Управління формальними комунікаціями враховує: 1) побудову (структуру); 2) регулювання (корекцію) комунікативних та інформаційних потоків. Будова (структура) формальних комунікацій задається визначеними завданнями та функціями органу влади та його структурних підрозділів і формується разом із організаційною структурою. Тому регламенти, фіксуючи правила і норми формальних комунікацій, є їх основою. Завдяки такому регламентуванню забезпечується: чітке визначення взаємовідносин, прав і відповідальності горизонтальних і вертикальних органів управління; визначення обов'язків, прав і відповідальності структурних підрозділів і конкретних посадовців апарату управління; формування відповідно до нормативно-правової основи складових системи управління (кількості рівнів і ланок, їх взаємозв'язків, підпорядкування, чисельності працівників на кожному рівні та за кожною функцією тощо); упорядкування засобів і методів виконання певних управлінських задач; визначення критеріїв стимулювання установ, їх структурних підрозділів та окремих працівників.

Формальні комунікації як регламентовані форми взаємодії суб'єктів відбуваються в певному інформаційному просторі та потребують відповідного інформаційного забезпечення. Його аналіз і проектування передбачає визначення: структурної спроможності органу управління

повністю забезпечувати реалізацію мети, задач, функцій установи, підрозділу, окремого працівника; наявних недоліків існуючої системи; заходів із її удосконалення. Основними вузловими ділянками інформаційного забезпечення формальних комунікацій є: максимальне скорочення документообігу, зменшення трудомісткості обробки документів і прискорення їх проходження в апараті управління; пошук резервів скорочення трудомісткості процесів шляхом їх раціоналізації та автоматизації; визначення адекватних методів формування, обробки та передачі інформації [38].

Ефективність комунікації значною мірою залежить не лише від досконалого управління формальними комунікаціями, але й від спроможності забезпечення компліментарності неформальних комунікацій шляхом дієвого корегуючого впливу на них як неформальних лідерів, так і адміністраторів (керівників, посадових осіб).

Неформальним комунікаціям, що виникають між працівниками в процесі їх професійної діяльності, властива певна міра: спонтанності, обумовлена особливостями неформальної структури колективу; незалежності від волі адміністрації; важливості для суб'єктів; структурування в групі на основі взаємних симпатій, систем індивідуальних цінностей і соціальних характеристик (соціального походження, статусу, доходів, сімейного стану тощо) на чолі з неформальним лідером. Саме на основі визначення неформальних структур (за допомогою методів соціометрії [35], мережевого аналізу [20] та аналізу неформальних комунікацій) є можливим адекватний корегуючий вплив на працівників із метою забезпечення ефективності комунікацій в організації чи в системі управління [30].

Існує декілька підходів до корегування неформальних комунікацій лідером. Так, У. Бенніс виділяє чотири ключові навички лідера для забезпечення ним успішної комунікативної взаємодії: управління увагою, управління значимістю; управління довірою; управління собою [13]. Крім того, практикою управління напрацьовано низку технологічних прийомів

(методів) впливу на неформальні комунікації, серед яких необхідно виділити: внутрішній маркетинг організації; використання форм корпоративної самоорганізації (неформальних груп); використання неформальної інформації (чутток, спотворених управлінських команд і розпоряджень, організаційних стереотипів, ярликів, негативних оцінок тощо) в інтересах організації та з метою посилення офіційної структури; врахування неформальних структур і прийняття заходів, що компенсують недоліки колективу при розподілі завдань та здійсненні організаційних змін; створення умов для задоволення соціальних потреб працівників щодо міжособистісного спілкування, створення на робочих місцях атмосфери єдиної команди, сприяння неформальним групам, які реально не шкодять організації; перетворення продуктивних неформальних структур, зв'язків, комунікацій у формальні шляхом закріплення в корпоративних регламентах та організаційній структурі установи; зміна неефективних структурно-функціональних взаємодій [23].

Управління зовнішніми комунікаціями є важливим компонентом моделі ефективної комунікації в сфері публічного управління, який визначається не лише вже зазначеними внутрішніми факторами, але й факторами зовнішнього середовища, як безпосередньої (корпоративної медіа структури України, системи публічного управління, інституцій громадянського суспільства, нормативно-правової бази та інших стейкхолдерів чи груп впливу), так і опосередкованої дії (міжнародного стану, науково-технічного прогресу, політичного стану, соціально-економічного та культурного розвитку).

У цьому сенсі ефективність зовнішніх комунікацій буде забезпечуватись настільки, наскільки буде налагоджена ефективна і стратегічно вивірена взаємодія зі стейкхолдерами, яка може сприяти: більш справедливому та стійкому розвитку, надаючи тим, хто має право бути почутим, можливість стати учасником процесу прийняття рішення; забезпеченню кращого управління ризиками та репутацією; об'єднанню

ресурсів (знань, кадрів, фінансів, технологій) для вирішення проблем і досягнення цілей, які не можуть бути реалізованими самою тільки організацією; комплексній оцінці зовнішнього середовища щодо його розвитку і визначення нових стратегічних можливостей; отриманню інформації від стейкхолдерів щодо удосконалення корпоративного продукту (послуги) і корпоративних технологічних процесів; інформуванню, вихованню, впливу на стейкхолдерів і на ділове середовище з метою покращення процесів прийняття рішень і дій, які позитивно впливають на організацію (установу) і на суспільство; вибудові взаємодовіри між установою і її стейкхолдерами [32].

Отже, зовнішнє середовище комунікаційних взаємодій владної структури утворюють комплекс суспільних суб'єктів, які є зовнішніми факторами щодо організації, і які безпосередньо чи опосередковано пов'язані з її управлінською діяльністю. Дещо вужче і специфічніше цю предметність охоплює поняття «маркетингове середовище», яке, згідно із Ф. Котлером [9, с.275], є: сукупністю активних суб'єктів і сил, що діють за межами організації, і впливають на можливостей керівництва встановлювати та підтримувати з цільовими клієнтами відносини успішного співробітництва; складається з мікросередовища, (представленого силами, що мають безпосереднє відношення до фірми та її можливостям по обслуговуванню клієнтури) та макросередовища (представленого силами більш широкого плану, які впливають на мікросередовище, як то фактори демографічного, економічного, природного, технічного, політичного та культурного плану); враховує контактні аудиторії (групи, які проявляють реальний чи потенційний інтерес до організації чи впливають на її спроможність у досягненні визначених цілей) - бажані, небажані та потрібні аудиторії (наприклад, до останніх належать засоби масової інформації).

Із огляду на зміст діяльності органів влади та відповідні їй особливості зовнішнього середовища, доцільно виділити такі групи зовнішніх комунікацій органу влади:[67].

- управлінські комунікації – інформаційні потоки (адміністративно - функціональні взаємодії) по вертикалі влади та по горизонталі (функціональні взаємодії між вертикалями влади);

- маркетингові комунікації – інформаційні взаємодії органу влади з різними суспільними суб'єктами для забезпечення, зокрема, якості та клієнтоорієнтованості публічного управління шляхом утворення єдиного комплексу, що об'єднує учасників, канали і засоби комунікацій, і направлено на формування і мотивацію споживача (публічних послуг), на формування та підтримку взаєморозуміння між суб'єктами, на формування належного іміджу установи, на зосередження уваги бажаних аудиторій до діяльності органу влади, на інформування про наявні послуги, на формування у суспільних суб'єктів позитивного ставлення тощо;

- комунікації паблік рілейшнз – інформаційні взаємодії органу влади з різними суспільними суб'єктами для «встановлення двостороннього спілкування для з'ясування спільних уявлень чи спільних інтересів і досягнення взаєморозуміння, заснованого на правді, знанні та вичерпній інформації» [13].

С. Блек дає і більш конкретизоване визначення: «ПР – одна із функцій управління, що сприяє формуванню і підтримці спілкування, взаєморозуміння, прихильності та співробітництва між організацією і її громадськістю. Вони містять у собі вирішення різноманітних проблем: забезпечують керівництво організації інформацією щодо суспільної думки і допомагають йому в розробці відповідних заходів; забезпечують діяльність керівництва в інтересах суспільства; підтримують його в стані готовності до різних перемін шляхом завчасного передбачення тенденцій; використовують дослідження і відкрите спілкування в якості основних засобів діяльності» [21].

Із огляду на те, що ПР стосується різних суспільних сфер, зокрема громадської думки та виробничих, фінансових, ринкових відносин, життя громади та публічного управління, міжнародних відносин і засобів масової

інформації, що вони «можуть зробити значний внесок в практику управління у самому широкому значенні цього слова в галузі: консультування на основі законів поведінки людини; виявлення можливих тенденцій і передбачення їх наслідків; вивчення громадської думки, ставлення і очікування з боку громадськості та рекомендації необхідних заходів для формування думок задоволення очікування; встановлення двостороннього спілкування, заснованого на правді та повній інформованості; упередження конфліктів і непорозумінь; сприяння формуванню взаємної поваги та соціальної справедливості; гармонізація особистих і суспільних інтересів; сприяння формуванню доброзичливих стосунків із персоналом та клієнтами; покращення виробничих відносин; залучення кваліфікованих працівників і зниження плинності кадрів» стає зрозумілою вагомість і значення належного рівня ПР у сфері публічного управління, а звідси і ПР-комунікацій органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Тому ПР має бути невід'ємною складовою ефективною моделі комунікації в системі публічного управління – як комплекс застосовуваних технологій і процедур, методів і методик, засобів та інструментів інформаційної взаємодії усіх структур органу влади чи системи влади із зовнішнім середовищем, яке власне для них є об'єктом управління через встановлення суб'єктно-суб'єктних взаємодій [21].

Вищезазначене сприяє реалізації основних стратегічних завдань в умовах адміністративної реформи України, зокрема реформування системи державного управління та місцевого самоврядування щодо кардинальної зміни способу взаємовідносин центральних, регіональних і місцевих органів влади з громадянами, громадами та інституціями громадянського суспільства. Суть зміни способу взаємовідносин – в переході від адміністративно-розпорядчого до управління на основі принципів взаємовигідного співробітництва; правових і фінансових механізмів тощо. У цьому аспекті та в предметній площині нашого дослідження розвиток органів влади має орієнтуватись на такі критерії:[50].

- формування суб'єктно-суб'єктних взаємовідносин між владою та громадянами, громадами й інституціями громадянського суспільства;
- повага, формування доброзичливих відносин між владою та громадськістю, розуміння її очікувань та координація зусиль на їх реалізацію;
- контроль за органами влади «знизу» – з боку громадянського суспільства.

Іншими важливими структурно-функціональними компонентами моделі ефективної комунікації в сфері публічного управління є:

- створення продуктивного робочого середовища в органах державної влади та місцевого самоврядування шляхом формування робочих груп; створення творчої атмосфери та формування гнучкості в колективній роботі; створення відкритих комунікаційних каналів для забезпечення вільного потоку інформації всередині організацій та між ними; підвищення якості трудового життя та узгодження інтересів організації з інтересами її працівників;
- комунікативні компетенції керівників щодо: постановки цілей діяльності (вміння ставити чіткі цілі, концентруватись на головному, конкретизувати шляхи та заходи з досягнення цілей, спроможність мобілізувати засоби та зусилля в процесі досягнення цілі, узгоджувати цілепокладання з постійним розвитком організації та її членів); вміння координувати цілі організації і цілі співробітників засобами відбору персоналу, створення найбільш сприятливих умов для розвитку його потенціалу, оптимального поєднання технік актуалізації та маніпуляції, делегування повноважень та мотивації персоналу; володіння арсеналом стилів управління, прийняття рішень, навичками ділового спілкування.

Узагальнення окреслених аспектів предметності комунікацій в системі публічного управління дає можливість сформулювати теоретичну модель ефективної комунікації, яка системно узгоджує комплекси комунікаційних горизонтальних – вертикальних, внутрішніх – зовнішніх, формальних –

неформальних взаємодій суб'єктів суспільного простору (органів президентської, законодавчої, виконавчої, судової влади на центральному, регіональному та місцевому рівнях, органів місцевого самоврядування; інституцій громадянського суспільства; факторів впливу зовнішнього середовища) на суспільному, публічно-управлінському, внутрішньо-управлінському, зовнішньо управлінському комунікаційному рівнях у процесах передачі, обміну та продукування інформації, інформаційного спонукання до дії та формування свідомості (рис. 3.1).

Рівні влади	Фактори впливу зовнішнього середовища							Суспільний	
	Влада								Публічно-управлінський
	Законодавча	Виконавча			Судова				
Центральний	Комунікаційний простір			<ul style="list-style-type: none"> - передача інформації - обмін інформацією - спонукання до дій - продукування інформації - формування свідомості 			Паблік Рілейшнз	Зовнішньо-управлінський	
Регіональний								Суспільний	
Місцевий								Внутрішньо-управлінський	
	Громадські організації	Релігійні організації	Благодійні організації	ЗМІ	Професілки	Організації роботодавців	Інші громадські інституції	Комунікаційні рівні	
	Фактори впливу зовнішнього середовища							Інституції громадянського суспільства	

Рис. 3.1. Загальна модель ефективної комунікації в сфері публічного управління та адміністрування

Ця модель може бути застосована як при аналізі сучасного стану комунікацій в системі державного управління, так і в дослідженні окремих комунікаційних проблем [17].

Підсумовуючи вищевикладене, необхідно зазначити, що запропонована теоретична модель ефективної комунікації може бути використана для аналізу наявної системи комунікацій в сфері державного управління та адміністрування з метою напрацювання пропозицій та рекомендацій щодо

удосконалення як комунікаційної політики держави, так і комплексів комунікативних взаємодій в органах влади та їх зв'язків з інституціями громадянського суспільства. Формування ефективних комунікацій в сфері публічного управління та адміністрування нерозривно взаємопов'язане зі: становленням суб'єктно-суб'єктних взаємовідносин між владою та громадянами, громадами й інституціями громадянського суспільства; формуванням доброзичливих стосунків між владою та громадськістю, розуміння її очікувань та координації зусиль на їх реалізацію; розвитком контролю за органами влади з боку громадянського суспільства [41].

В нашій країні тривають трансформаційні процеси, спрямовані на становлення демократичного урядування в державі, забезпечення фундаменту нової моделі державного управління, яка відповідатиме високим європейським стандартам. Ефективність та якість управлінської діяльності сьогодні полягає у забезпеченні відкритості та прозорості системи публічної влади, у належному нормативно-правовому закріпленні комунікаційної взаємодії усіх задіяних суб'єктів. Важливим елементом у системі взаємодії органів державної влади та громадськості є громадські ради, які, виступаючи своєрідною платформою комунікаційної взаємодії, є потужним інструментом залучення громадян до участі в управлінні державою та демократичного розвитку країни в цілому. Громадські ради спроможні стати ефективним «містком» між інститутами влади та населенням за умови активної громадянської позиції та відповідального ставлення до виконання взятих на себе обов'язків і повноважень усіма учасниками комунікації.

ВИСНОВКИ

1. При дослідженні та аналізі нами встановлено, що відсутня єдина думка щодо тлумачення дефініції «зв'язки із громадськістю», тому ми пропонуємо під «зв'язки із громадськістю у системі державного управління» розуміти цілеспрямовану взаємодію структур державного апарату (органів, організацій, установ) з громадянами та громадськими інститутами, які можна визначити як реалізовану ними інформаційно-комунікативну функцію публічної влади та управління, що дозволяє оцінювати відносини різних кіл громадськості до тих чи інших рішень та дій, ідентифікувати проголошувану та реально проведену політику, співвідносити реалізовані програми з суспільними інтересами, формувати масові уявлення з будь-яких проблем для набуття суспільного розуміння, підтримки прийняття та виконання відповідних заходів

2. Основними завданнями перед «public relations» у структурах влади є: Відповідно із цілей та завдань нами виокремлено наступні функції, які виконує PR-служба в органах державної влади: інформаційна, аналітична, комунікативна, інтегрована, консультативно-методична, організаційна, правова, інноваційна.

3. Констатовано, що зв'язки з громадськістю в органах державної влади та органах місцевого самоврядування базуються на дотриманні основних засад: відкритості, законності, оперативності, конструктивності, системності, взаємної поваги.

4. Визначено, що у сучасних реаліях існує проблема недостатнього використання потенціалу зв'язків із громадськістю на місцевому рівні влади. На даний момент потенціал зв'язків із громадськістю органами місцевого самоврядування переважно реалізується через виконання лише їх інформаційних функцій. Навіть при визнанні необхідності місцевою владою побудови суспільного діалогу, у більшості випадків цей процес схильний до жорстокого контролю з боку самої влади, що негативно позначається на

ньому. Відповідно, інформаційна відкритість визначається як організаційно- правовий режим діяльності будь-якого учасника соціальної взаємодії, що забезпечує будь-яким учасникам цієї взаємодії можливість отримувати необхідний та достатній обсяг інформації (відомостей) про свою структуру, цілі, завдання, фінансові та інші істотні умови діяльності.

3. Відділ молодіжної політики Вінницької міської ради є виконавчим органом Вінницької міської ради, який створений відповідно до рішення 3 сесії 6 скликання Вінницької міської ради від 14 січня 2011 року №85 «Про оптимізацію загальної структури виконавчих органів міської ради, апарату міської ради та її виконкому та їх чисельності».

Метою відділу є створення умов для самореалізації молоді та підлітків, активного їх залучення до суспільного життя Вінницької міської територіальної громади, організації змістовного дозвілля за місцем проживання та у місцях масового відпочинку.

Для досягнення мети своєї діяльності відділ вирішує наступні завдання:

- розбудова системи роботи з підлітками та молоддю за місцем проживання та у місцях масового відпочинку, залучення молоді до суспільно-громадського життя громади, підвищення патріотизму молоді до Вінницької міської територіальної громади;

- готує проекти розпорядчих актів Вінницької міської ради, її виконавчих органів і Вінницького міського голови, в т.ч. нормативного характеру;

- здійснює розгляд звернень громадян та прийом громадян з питань, що відносяться до компетенції відділу за встановленим графіком;

- здійснює інші повноваження, покладені на відділ відповідно до чинного законодавства.

Відділ молодіжної політики складається із трьох працівників, що відповідним чином впливає на його організаційну структуру. Варто відвітити, що середній вік працівників відділу становить 35 років, всі працівники мають вищу освіту, стаж роботи у відділі становить в середньому

10 років. Оплата праці працівників відділу молодіжної політики здійснюється відповідно до посадових окладів.

Персонал відділу використовується раціонально, що відповідним чином впливає ефективність комунікацій ВМР із громадою, й відповідно проявляється у чисельних культурно-масових заходах. Варто відмітити, що протягом досліджуваного періоду загалом було проведено 937 заходів різного спрямування і їх чисельність в динаміці переважно зростає, відповідно зростає і чисельність осіб задіяних у їх проведенні – 314 осіб у 2023 році проти 186 осіб у 2021 році.

В зв'язку з форс-мажорними обставинами, в умовах пандемії «COVID-19», виконання всіх запланованих заходів виявилось неможливим. Значно скоротилося фінансування, процес навчання (тренінги, лекції) перейшов в он-лайн режим, відмінені поїздки по обміну досвідом та зовнішні конференції, семінари, форуми. Проте, не зважаючи на всі труднощі в зв'язку з карантинними обмеженнями, міська рада та відділ молодіжної політики робить все можливе для проведення запланованих культурно-масових заходів різного спрямування. Зокрема, варто відмітити, що протягом 2021-2023 р.р. була реалізована програма «Місто молодих», видатки на яку становили у 2021 році - 7286578 грн, 2022 році – 7962733 грн., 2023 році – 9286432 грн.

4. Ключовими принципами ПР, які пропагує у своїй діяльності відділу молодіжної політики є:

- відкритість інформації;
- взаємна вигода комунікатора і реципієнта;
- опора на громадську думку;

шанобливе ставлення до громадськості

На основі проведеного аналізу щодо особливостей використання технологій Паблік Рілейшнз у діяльності відділу молодіжної політики ВМР, нами здійснено SWOT-аналіз комунікаційної політики загалом, якої власне і дотримується місцева влада.

На основі проведеного SWOT-аналізу комунікаційної політики Вінницької міської ради ми дійшли висновку, що вона знаходиться на хорошому рівні, проте має ряд переваг і недоліків. Серед основних можливостей варто виділити: ефективне та прозоре функціонування міської влади, передову систему кадрового менеджменту, націленість команди працювати на результат, професійне застосування кращих вітчизняних та закордонних практик, взаємообмін новітніми ідеями тощо. Загрозами для реалізації ефективної комунікативної політики є складна соціально-економічна ситуація в державі, недосконалість нормативно-правової бази, форс-мажорні обставини (пандемія «Covid-19»), а також недостатнє інформаційно-технологічне забезпечення громад, і як наслідок, емоційний супротив запропонованим змінам та ін.

Отже, комунікаційна політика Вінницької міської ради є досить дієвою, проте має ряд недоліків. На нашу думку їх можна позбутися шляхом розробки нової моделі комунікаційної політики, в основі якої має бути системний підхід.

5. Нами розроблено модель ефективної комунікації, яка системно узгоджує комплекси комунікаційних взаємодій суб'єктів суспільного простору (законодавчої, виконавчої, судової влади на центральному, регіональному та місцевому рівнях, органів місцевого самоврядування; інституцій громадянського суспільства; факторів впливу зовнішнього середовища) на різних рівнях у процесах передачі, обміну та продукування інформації, інформаційного спонукання до дії та формування свідомості.

Запропонована теоретична модель ефективної комунікації може бути використана для аналізу наявної системи комунікацій в сфері публічного управління та адміністрування з метою напрацювання пропозицій та рекомендацій щодо удосконалення як комунікаційної політики держави, так і комплексів комунікативних взаємодій в органах влади та їх зв'язків з інституціями громадянського суспільства. Формування ефективних комунікацій в сфері публічного управління та адміністрування нерозривно

взаємопов'язане зі: становленням суб'єктно-суб'єктних взаємовідносин між владою та громадянами, громадами й інституціями громадянського суспільства; формуванням доброзичливих стосунків між владою та громадськістю, розуміння її очікувань та координації зусиль на їх реалізацію; розвитком контролю за органами влади з боку громадянського суспільства.

6. Вінницька міська рада постійно перебуває у процесі взаємодії з громадськістю, є ініціатором комунікаційного діалогу. З огляду на проведений аналіз варто зазначити, що посадовими особами ВМР уникає використання такого інструменту іміджології, як маніпулювання суспільною думкою. Є прагнення уникати нав'язування уявлень чи думок про діяльність органу місцевого самоврядування. Взаємовідносини з громадськістю, активна співпраця у вирішенні багатьох нагальних питань та проблем територіальної громади дає можливість висловлювати свої прагнення та бачення у розвитку громади, використовуючи при цьому власний інформаційний простір. Одним із напрямів діяльності ВМР та її функціонального відділу є організація та проведення спільних інформаційних подій, публічних заходів за участі міського голови.

7. Органами місцевої влади у висвітленні своєї діяльності активно використовують різні інструменти іміджеології: позиціонування, візуалізації, вербалізації, деталізації. Постійно використовуються такі інструменти іміджології як консультації з громадськістю, опитування громадської думки, соціальний моніторинг, участь громадськості у визначенні напрямів місцевої політики, про що свідчать проведення громадських обговорень та слухань з метою досягнення порозуміння між представниками місцевої влади та суспільством, установлення між ними партнерських відносин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова Н.О. Сутність зв'язків з громадськістю в системі публічного управління. Публічне управління та регіональний розвиток. 2018. № 1.С.10-31 С.26
2. Беззубко Л.В., Скопец О.В, Про деякі механізми взаємодії членів громади з органами місцевого самоврядування. Менеджер. 2007. № 1(39). С.76-81
3. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (Паблік рілейшнз) в економічній діяльності. К.:КНЕУ, 2005. 275 с.
4. Висоцька С.М. Удосконалення діалогу органів влади і громадськості на регіональному рівні. Державне управління: теорія та практика. 2012. № 2. С.17-21.
5. Взаємодія органів державної влади та громадянського суспільства : навч. посіб.; за наук. ред. Ю. П. Сурміна, А. М. Михненка ; авт. кол. : Ю. П. Сурмін [та ін.]. Київ :НАДУ, 2011. 388 с
6. Гуріна Л. Зв'язки із громадськістю в органах державної влади. Зб.наук.праць Національний університет «Острозька академія», 2013., с.281
7. Гаман Т. В. Роль і значення зв'язків з громадськістю у формуванні позитивного іміджу органів державної влади. Університетські наукові записки. –2011. С. 408–416.
8. Демида І. Взаємовідносини держави та громадського суспільства в зарубіжних країнах: досвід для України. Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством : матеріали наук.-практ. конф., м. Одеса, 28 квіт. 2016 р. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 53–73.
9. Драгомирецька Н. Комунікативна діяльність в публічному управлінні: зарубіжна практика. Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством: матеріали наук.-практ. конф., м. Одеса, 28 квіт. 2016 р. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 23–27.
10. Дяченко М.І., Коваленко Г.О. Взаємодія органів місцевого

самоврядування та органів державної влади з громадськістю регіону. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2018. № 3. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/37.pdf (дата звернення 26.10.2021)

11. Європейська Хартія місцевого самоврядування (ратифікована Верховною Радою України 15 липня 1997 року) URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036#Text (дата звернення 05.09.2021)

12. Єфанова Н.Є. Аналіз нормативно-правового забезпечення у сфері інформаційно-комунікаційної інфраструктури в Україні. Державне управління: теорія та практика. 2018. № 1. С.117-124

13. Заєць О.М. Теоретичні основи дослідження зв'язків з громадськістю як інструменту взаємодії політичних суб'єктів України. Молодий вчений. 2017. №12(52).С. 130-132

14. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» від 23 вересня 1997 року № 539/97-ВР

15. Загорський В.С., Телешун С.О. Енциклопедія державного управління. Львівській регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. Т. 8., 2013. - 334с.

16. Збірник звітів за результатами оцінки діяльності органів виконавчої влади за напрямком «взаємодія з громадськістю»: Збірка / упоряд.: Любов Паливода – К.: БФ «Творчий центр ТЦК», 2018. – 72 с.

17. Зінченко А.Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. Укр. соціум. 2005. № 5–6. С. 164–169.

18. Зяйлик М.Ф. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32396/2/monograph_PU_2020_TNTU_Ziailuk_M-The_role_and_value_of_public_33-49.pdf С,37 (дата звернення 05.09.2021)

19. Індекс публічності місцевому самоврядуванню. URL:

<http://publicityindex.org/> (дата звернення 10.10.2021)

20. Карий О.І., Панас Я.В. Місцеві ініціативи та залучення громадськості до здійснення місцевого самоврядування. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування Асоціація міст України – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. – 176 с.

21. Киричок А.П. Дефініція поняття паблік рілейшенз та зв'язки із громадськістю як соціальний інститут. URL: https://www.researchgate.net/publication/330778349_Definicia_ponata_pablik_rilejsnz_ta_zv%27azki_z_gromadskistu_ak_socialnij_institut(дата звернення 05.09.2021)

22. Конвенція про захист прав людини та основних свобод. Ратифіковано Законом України від 17.07.1997р. № 475/97 ВР URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004#Text

23. Корнійчук, О. Зв'язки з громадськістю як інструмент державної політики в Україні [Текст] / О. Корнійчук // Ефективність державного управління : зб.наук. пр. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2006. – Вип. 10. – С. 114-121

24. Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, які стосуються довкілля. Ратифіковано Законом України від 06.07.1999р. № 832-14. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_015#Text

25. Конституція України : офіц. текст. Київ : КМ, 2013. 96 с.

26. Кравченкова Г. М. Паблік Рілейшинз як соціальний інститут: нормативний і організаційний підхід. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2013. вип. 5. С.95–103.

27. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки із громадськістю Наукові основи, методика, практика: підручник. – К.: Вид.дім «Києво-Могилянська академія», 2009.-831с.

28. Королько В. Г., Некрасова О.В. Інституціоналізація системи зв'язків з громадськістю (PR) в Україні: аналіз моделей. Проблеми розвитку соціологічної теорії. Трансформація соціальних інститутів та

інституціональної структури суспільства : наукові доповіді і повідомлення III Всеукраїнської соціологічної конференції / [за ред. М. О. Шульги, В. М. Ворони]. – К. : САУ, ІС НАНУ, 2003. – 43 С.

29. Кравченкова Г. М. Паблік рілейшнз як соціальний інститут Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2013. №58. С.22.

30. Кравцова З.С. Окремі аспекти взаємодії органів державної влади та інститутів громадянського суспільства. Юридичний науковий електронний журнал. 2021. № 2. URL: http://www.lsej.org.ua/2_2021/11.pdf (дата звернення 06.11.2021)

31. Купріянов Д.В. Удосконалення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю. Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах глобалізації: Матеріали 9-ї Наук.-практ. Інтернет-конф. – Дніпро, 20-21.11.2021: тези доповідей (Том 2). – Дніпро: Поліграфічний відділ ДДАЕУ, 2021. С. 62-63

32. Купріянов Д.В. Взаємодія з громадськістю – основа ефективного публічного управління. Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: матеріали XII Міжнарод. Науково-практичної інтернет-конференції 28-29 жовтня 2021р. – Том 2. – Дніпро: Видавничо-поліграфічний центр «Гарант СВ», 2021. – С. 95-96-118.

33. Ладиченко В. Проблеми взаємодії держави і громадянського суспільства. Публічне право. 2016. № 4. С. 18 – 25.

34. Левчук М.Г. Моделі зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування. Економіка та держава. 2009. № 8. С.81-83

35. Левчук М.Г. Взаємодія органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань в умовах децентралізації державно-управлінських послуг: Інститут проблем державного управління та місцевого самоврядування НАДУ. URL:

http://www.academy.gov.ua/ej/ej7/doc_pdf/levchuk.pdf (дата звернення 26.10.2021)

36. Литвинова Л.В. Соціально-психологічний вимір побудови комунікацій державних службовців з громадськістю. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej17/PDF/24.pdf> (дата звернення 26.10.2021)
37. Малаш С.М. Проблематика взаємовідносин між органами виконавчої влади та громадськістю. Державне управління: теорія та розвиток. 2017. № 9. С.21-27.
38. Малик Я. До питання про взаємодію органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні. Ефективність державного управління: Зб.наук.пр. – Вип. 43. 2015. С.295-361
39. Михайловська О. В. Деякі аспекти комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості. Науковий вісник Полісся. – Чернігів: ЧНТУ, 2016. № 1 (5). - 136 с.
40. Муркович Л. Особливості взаємодії органів місцевого самоврядування і територіальної громади. [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03\(10\)/11mlistg.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03(10)/11mlistg.pdf)
41. Непоп Л. Політика Європейського союзу щодо розвитку громадянського суспільства. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. Київ, 2014. Випуск 2(70). 254 с
42. Павлюк К., Іголкін І. Особливості соціо-структурних взаємодій громадянського суспільства і держави в країнах західної Європи. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. Ірпінь. - 2011. Вип. 1. С. 418–428.
43. Пилипко Т.А. Особливості діяльності прес-служби в органах державної виконавчої влади. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.04.html> (дата звернення 02.11.2020)
44. Постанова Кабінету Міністрів України від 4 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади»
45. Постанова Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 року

№ 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики».

46. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. – К. : Знання, 2006. – 327 с.

47. Про інформацію: Закон України від 16.07.2020 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення 05.09.2021)

48. Про засади до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 р. № 2939 VI (із змінами). Відомості Верховної Ради.-К.,2011,- 9с.

49. Про звернення громадян: Закон України від 2 жовтня 1996 року № 393/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>(дата звернення 05.09.2021)

50. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI URL: [https //zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text) (дата звернення 05.09.2021)

51. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації: Закон України від 23.09.1997 № 539/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>

52. Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади

53. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики

54. Романенко Є. Комунікативна взаємодія органів державної влади та громадськості: сутність та особливості її налагодження. Державне управління та місцеве самоврядування. 2014. Вип. 2 (21). С.190-201.

55. Романенко Є. Діалогічна взаємодія громадськості та органів державної влади у процесі формування державної політики. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/apdyo_2014_2_13.pdf (дата звернення 05.09.2021)

56. Самойленко Т.Г. Механізми реалізації зв'язків із громадськістю в

публічному управлінні. Публічне управління та адміністрування в Україні. 2019. Вип.4. С.67-71. С.70

57. Саппа М. М. До питання про становлення і розвиток Паблік рилейшнз в Україні. Український соціум. 2006. № 6 (17). 55 С.

58. Сенча С.А. Аналіз можливості адаптації досвіду зарубіжних країн для стимулювання розвитку громадянського суспільства в Україні. Право та державне управління. 2020. № 1. Т.2. С.170-177

59. Стаскевич Ю.М. Взаємодія органів місцевого самоврядування і громадянина в умовах децентралізації влади URL:
<http://oaji.net/articles/2014/797-1400183104.pdf> (дата звернення 05.09.2021)

60. Ткаченко І. Громадянське суспільство і Європейській союз: функціонування і співпраця. Наукова бібліотека, Віче. 2015. Вип. 2. 16 с.

61. Темерівський В. В. Паблік рилейшнз у системі політичного маркетингу. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер. : Політологія. 2017. Т. 162, Вип. 150. С. 64–68.

62. Указ Президента України від 5 травня 2011 року № 547/2011
«Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації»

63. Уряд для громадян. Ініціативи щодо поліпшення якості послуг. Український переклад. – Львів: Львівск. філіал УАДУ, 2000. – 293 с.

64. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні: посіб. К. : Ленвіт, 2012 . 64 с.

65. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні: навчально-методичний посібник. - К.:ДП «Укртехінформ», 2013. – 250 с.

66. Форми та методи залучення громадськості. Навч. посібник/ Інститут громадянського суспільства; за заг. ред. В.Артеменка. К.: ІКЦ «Леста», 2007. – 248с.

67. Фуртатов В.С. Удосконалення механізму взаємодії органів виконавчої влади та місцевого самоврядування. Наукові праці

Чорноморського державного університету ім. Петра. 2010. Вип. 117. С. 66-70.

68. Халецький А.В. Зв'язки органів державної влади з громадянською: інформаційна взаємодія. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2012. №12. URL:

<http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=547> (дата звернення 26.10.2021)

69. Халецький А. Зарубіжний досвід сприяння розвитку громадянського суспільства. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2012. Вип. 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2012_11_12 (дата звернення: 15.03.2020).

70. Шумляєва І. Розвиток взаємовідносин органів публічної влади та громадян в умовах формування правової держави. Державне управління та місцеве самоврядування, 2019, вип. 2(41). С. 157-165

71. <https://www.facebook.com/VMP.VMR/about>

72. https://www.instagram.com/viddil_molodizhnoyi_polityky/

73. <https://www.vmr.gov.ua/>

ДОДАТКИ