

Штурхецький С. В

Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні

Hey, I'm feeling good
My time, is gone today
You flirt with suicide
Sometimes, that's ok
Hear what others say
I'm here, standing hollow
Falling away from me
Falling away from me
Here fading
Next, I would say
Down, down
Into the pain

'It's gonna be better tomorrow'
Falling away from me
Falling away from me
Beating me down
Beating me, beating me
Down, down
Into the ground
Screaming so loud
Beating me, beating me
Down, down
Into the ground
(falling away from me)
'It's spinning round and round'
(falling away from me)
(falling away from me)
(falling away from me)
(falling away from me)

*Рівненській обласній виборчій комісії,
яка відмовила мені в реєстрації
кандидатом в депутати Рівненської
обласної ради по мажоритарному
виборчому округу №21, присвячую...*

Автор

Штурхецький С.В.

**КОМУНІКАТИВНИЙ
ПОТЕНЦІАЛ
МІСЦЕВОГО
САМОВРЯДУВАННЯ
В УКРАЇНІ**

Рівне
2011

УДК 352.075:316.77
ББК 66.3 (4Укр) 123
Ш-944

Рецензенти: *Дегтяр А.О.* - доктор наук з державного управління, професор (Харківський регіональний інститут Національної академії державного управління);
Корецький М.Х. – доктор наук з державного управління, професор (Академія муніципального управління), Заслужений діяч науки і техніки України;
Поліщук Я.О. – доктор філологічних наук, професор (Національний університет «Острозька академія»);
Юськів Б.М. – доктор політичних наук, професор (Рівненський інститут слов'янознавства Київського славістичного університету).

Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету «Острозька академія»
(протокол №2 від 30.09.2010)

Штурхецький С.В.

Ш-944 Комуникативний потенціал місцевого самоврядування в Україні
[Текст] : монографія / С. В. Штурхецький. – Рівне : ТОВ «Овід», 2011 р.
– 148 с.
ISBN 966-8179-61-7

Монографія присвячена аналізу актуальних проблем функціонування та розвитку такого маловивченого на сьогодні феномена місцевого самоврядування в Україні, як комуникативний потенціал. Досліджується сутність комуникативного потенціалу, аналізуються особливості комуникативного процесу в місцевому самоврядуванні, визначається комуникативний потенціал унормованих законодавством форм безпосередньої участі громадян. Теоретичний виклад ілюструється прикладами з періодики, наукової літератури та практики діяльності територіальних громад. На основі останніх політичних та економічних трендів запропоновано шляхи розвитку комуникативного потенціалу місцевого самоврядування в Україні.

Для викладачів, науковців, політиків, державних службовців, працівників органів місцевого самоврядування, всіх, хто цікавиться проблемами розвитку місцевого самоврядування.

УДК 352.075:316.77
ББК 66.3 (4Укр) 123
ISBN 966-8179-61-7
© Штурхецький С. В., 2010

ЗМІСТ

Передмова	7
Вступ.....	8

Розділ 1. КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОЦЕС У МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ

1.1. Прагматичний аспект комунікації у місцевому самоврядуванні	10
1.2. Концепт адекватної моделі комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні	13
1.3. Моделі, які описують різні комунікативні процеси	15
<i>Лінійна (класична) модель комунікативного процесу. Удосконалена (шумова) модель комунікативного процесу. Модель двоступеневого потоку інформації</i>	
1.4. Моделі, які пояснюють наслідки впливу комунікації на соціальні системи	19
<i>Моделі індивідуального впливу комунікації. Моделі міжособистісного впливу комунікації. Моделі впливу масової комунікації</i>	
1.5. Аналіз моделей через способи сприйняття комунікативного процесу	30
1.6. Синтетична модель комунікативного процесу	35

Розділ 2. ЗМІСТ І ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

2.1. Визначення комунікативного потенціалу	40
2.2. Модель комунікативного потенціалу	41
2.3. Аналіз моделі комунікативного потенціалу	44
2.4. Комунікативний потенціал як складова стратегічного потенціалу	45
2.5. Контекст розвитку комунікативного потенціалу	49
2.6. Історичні аспекти комунікації у громаді	56

Розділ 3. ВИКЛИКИ ПЕРЕД УЧАСНИКАМИ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ В МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ

3.1. Конфліктність середовища комунікації	66
3.2. Сутність безпосередньої участі громадян	68
<i>Місцевий референдум. Загальні збори громадян. Місцеві ініціативи. Громадські слухання. Органи самоорганізації населення</i>	
3.3. Проблеми правового регулювання форм безпосередньої участі громадян	77
3.4. Фінансово-економічна криза	79
3.5. Зниження рівня довіри громадян	84

Розділ 4. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

4.1. Використання інструментів Е-комунікації	93
<i>Передумови до практичного застосування Е-комунікацій. Технологічні та політичні детермінанти впровадження Е-комунікацій. Застосування Е-комунікацій в місцевому самоврядуванні. Причини стримування розвитку Е-комунікацій</i>	
4.2. Не унормовані законодавством форми безпосередньої участі громадян	104
<i>Організаційні принципи і передумови форм безпосередньої участі громадян. Діалогові (стратегічні) групи. Коаліція. Фонд розвитку громад. Громадські ради. Форум місцевого самоврядування</i>	

Висновки	125
Післямова	129
Література	132

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

НДО - недержавні (громадські) організації	КСт - комунікативна стратегія
НІСД - Національний інститут стратегічних досліджень	ОСН - органи самоорганізації населення
КТ - комунікативна технологія	ПІ - політична ідентифікація
КПот - комунікативний потенціал	УКП - учасник комунікативного процесу
КП - комунікативний простір	ФРГ - Фонд розвитку громад
КС - комунікативна ситуація	PR - public relations

ПЕРЕДМОВА

Дана монографія присвячена аналізу актуальних проблем функціонування та розвитку такого маловивченого на сьогодні феномена місцевого самоврядування в Україні, як комунікативний потенціал. У чотирьох розділах книги досліджується сутність комунікативного потенціалу, аналізуються особливості комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, визначається комунікативний потенціал унормованих законодавством форм безпосередньої участі громадян та розглядаються перспективні напрями розвитку комунікативного потенціалу місцевого самоврядування.

Теоретичний виклад ілюструється прикладами з періодики, наукової літератури та практики діяльності територіальних громад.

На основі останніх політичних та економічних трендів запропоновано шляхи розвитку комунікативного потенціалу місцевого самоврядування в Україні.

Проблема комунікативного потенціалу і взагалі комунікативних процесів у місцевому самоврядуванні є настільки ж важливою, наскільки й малодослідженою. Тому автор запрошує до дискусії з приводу розвитку місцевого самоврядування усіх небайдужих – як практиків, так і дослідників - і буде щиро вдячний за висловлені відгуки і зауваження за електронною адресою: **sv1406@ukr.net**.

Принагідно автор висловлює щиру вдячність професорам Миколі Христофоровичу Корецькому, Богдану Миколайовичу Юськіву, без постійної підтримки яких ідея створення цієї книги не знайшла б свого втілення. Окремої подяки заслуговують також поради, отримані від наукового керівника - Ярослава Федоровича Жовнірчика. Особливо цінними для автора були зауваження дослідника Андрія Дуди, а без цікавих думок практиків місцевого самоврядування – Олександра Дехтярчука та Сергія Пінчука – теоретичні виклади даної монографії були б позбавлені прикладного значення. Також автор завдячує багатьом людям – сільським головам, активістам громад, які своєю працею за надзвичайно важких фінансових та політичних умов утверджують місцеве самоврядування в Україні. Саме їхня повсякденна і непомітна (на перший погляд) робота дозволяє говорити про перспективи утвердження демократичного урядування в нашій державі.

ВСТУП

Стрімкий розвиток суспільно-політичних відносин в українському суспільстві з особливою актуальністю ставить на порядок денний такі проблеми державного управління, як вибір адекватних комунікативних стратегій для взаємодії з інституціями сучасного громадянського суспільства у функціонуванні місцевого самоврядування на рівні територіальної громади; ефективне застосування комунікативного інструментарію, під яким розуміємо інформаційні технології та інформаційне забезпечення усіх учасників комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні.

Ефективна державна регіональна політика є визначальною і необхідною умовою суспільно-політичного і соціально-економічного розвитку територій. Відтак потреба у знаходженні оптимальних і науково обґрунтованих рішень вищевказаних проблем продиктована необхідністю вирішення як стратегічних, так і тактичних завдань державної регіональної політики. Так, наприклад, ретельне планування і впровадження комунікативних стратегій необхідне при проведенні загальнонаціональних і локальних інформаційно-просвітницьких кампаній, виборів, референдумів, іміджевих процедур, для залучення членів територіальної громади до напрацювання і прийняття управлінських рішень, зростання рівня політичної культури громадян, а також самоорганізації населення, політичної й виборчої активності, ефективного представлення інтересів населення в органах місцевого самоврядування.

Окрім цих складових суспільно-політичного розвитку території, застосування комунікативних стратегій також цілком виправдане і задля вирішення проблем соціально-економічного характеру: наприклад, для збільшення рівня інвестиційної й туристичної привабливості території.

Незважаючи на те, що в останнє десятиріччя вітчизняні науковці домоглися істотного прориву в розробці тематики регіональної державної політики, прикладні аспекти розвитку саме територіальних громад залишаються недостатньо вивченими. Крім цього, при аналізі суспільно-політичних процесів у місцевому самоврядуванні, за рідкісними винятками, вітчизняні науковці віддавали перевагу політологічним, соціологічним та історичним методам, недостатньо використовуючи теоретичний потенціал комунікології та практичне значення комунікативістики як нових і перспективних наук.

Недостатньо уваги приділяється процесам, що відбуваються у територіальній громаді, яка, власне, і є структурним, організаційним, правовим (і навіть подекуди – звичаєвим) джерелом місцевого самоврядування зокрема і системи демократії взагалі. Досі не розроблено загальноприйнятої моделі комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, не визначено елементів комунікативного процесу. З огляду на це, особливої ваги набуває потреба у введенні до наукового дискурсу феномена комунікативного потенціалу місцевого самоврядування як важливої передумови ефективності впроваджуваних комунікативних стратегій на рівні територіальної громади.

РОЗДІЛ 1. КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОЦЕС У МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ

*Світ, попри те, що є соціально різним,
став єдиною комунікативною системою.*

Віталій Карпенко

Задля пояснення суті взаємовідносин та явищ, які відбуваються під час комунікації у такій складній соціальній системі, якою є місцеве самоврядування, застосовуються теоретичні моделі. Для нашого дослідження дані моделі допоможуть з'ясувати види, спрямованість, суб'єкт та об'єкт комунікативного впливу, структуру й особливості формування комунікативного простору, сутність комунікативного потенціалу та умови застосування комунікативних стратегій. При цьому вирішення дослідницького завдання у визначенні найбільш адекватної моделі пов'язане з тими труднощами, що теоретичний опис комунікативного процесу в сучасному науковому дискурсі послуговується різноманітними, причому іноді взаємовиключними гіпотезами, положеннями та підходами; доволі часто комунікація як процес розглядається відносно вузьких сфер діяльності людини, і застосування використовуваних моделей для місцевого самоврядування виглядає проблематичним. Подолати такі труднощі, на нашу думку, уявляється можливим, якщо розглянути теоретичні моделі комунікативного процесу в їхньому походженні й розвитку, причому лише ті моделі, які є найбільш адекватними для застосування у специфічній соціальній системі – місцевому самоврядуванні.

1.1. Прагматичний аспект комунікації у місцевому самоврядуванні

Базуючись на загальній теорії комунікації та теорії інформації, комунікативний процес можна розглядати у межах проблематики філософії, культурології, соціології, психології, етнографії, лінгвістики та інших гуманітарних наук. Як справедливо зазначає Е. Мерман (Mehrmann E.), “проблемою комунікації (її видів, причин і результатів) цікавилися представники різноманітних наук: соціологи, філологи, філософи, біологи і навіть програмісти” [1, 14].

Так, щоб дослідити первісну філогенетичну основу сучасних різновидів соціальних комунікацій і походження людської соціалізації, вітчизняна дослідниця Т.Казакова звернулася до праць біологів, істориків [2, 202]. Це дозволило їй наблизитися до сутності переходу від комунікації, притаманної генетично тварині, до усвідомленої комунікації людини.

В цілому комунікація найдавніших гомінід (австралопітеків, хабілісів та еректусів - особин, що одночасно поєднували у собі децю протилежні тваринні і суспільні якості – . . .) є “лоном” зародження контурів принципово нової, у порівнянні з приматами, комунікації, заснованої на новому ставленні індивідів 1) до себе, 2) один до одного, 3) до стада як до такої цілісності, що відіграла для них роль своєрідного “продовження” самих себе, внутрішньої сфери життєдіяльності, вписаної разом з ними в навколишнє середовище.

Цей тип комунікації ми називаємо стадною комунікацією – двоєдиним процесом дивергенції безпосередніх та опосередкованих відносин особин у системі координат “я-ти-ми”, протиставлених координатам навколишнього середовища, та психічного взаємовпливу окремих особин стада один на одного у процесі виконання ним однотипної діяльності або рішення однієї задачі.

Таким чином, стадо для гомінідів було тим своєрідним внутрішнім середовищем у межах зовнішнього світу, котре виконувало функцію каналу комунікації 1) між індивідом і навколишньою “чужою” природою; 2) між індивідами всередині стада. Стадна комунікація, маючи внутрішню еволюційну типологію (зародкова стадна комунікація поточного моменту в австралопітеків, трансляційна ланцюжкова комунікація передачі набутого досвіду людини умілої та печерна комунікація “соціального дзеркала” людини прямоходячої), стала філогенетичним фундаментом визрівання передумов власне людської соціалізації і системи соціальних комунікацій.

Основоположні дослідження, необхідні для розуміння еволюції суспільно-політичних (зокрема комунікативних) відносин, здійснили К.-О.Апель, Н.Вінер, Ю.Габермас, М.Кастельс, Д.Лайон, Г.Лебон, К.Леві-Стросс, Н.Луман, М.Мак-Люен, А.Моль, Т.Парсонс та ін. Вплив інформаційних технологій на розвиток суспільства вивчали дослідники Д.Белл, П.Бурд'є, С.Гантингтон, Е.Гіденс, Т. Го-

бан-Клас, Дж. Д'юї, Т.А. ван Дейк, Ж.Делез, Б.Добек-Островська, Д.МакКвел, Дж.Остін, Дж.Пітерс, Дон Тапскот, Д.Холмс, Г.Штромайер, Г.Грачов, О.Іссерс, В.Найдиш, І.Яковлев.

Відтак, для нашого дослідження, як і для теоретичних та прагматичних аспектів комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, найбільшого значення набувають міждисциплінарні напрями, які знайшли відображення в інтегративних наукових дисциплінах (психолінгвістика, соціопсихологія, соціолінгвістика, соціокомунікація та ін.) та прикладних дисциплінах (соціальна робота, муніципальне управління, політичні технології, психологія масових комунікацій, стратегічне планування розвитку території тощо). Адже вивчення взаємодії численних чинників, що обумовлюють та обмежують (детермінують і лімітують) комунікацію, "...дозволяє з'ясувати найбільш потаємне – її (комунікації – **С.Ш.**) механізм, спосіб функціонування і засоби впливу на суспільство та індивідів" [3, 27]. Безумовно, до матеріальних (вербалізованих) видів комунікації слід відносити і невербальні комунікації, адже, як відзначала С.Рибалка, "не кажучи ні слова, одним лише поглядом ми можемо допомогти людині або, навпаки, викликати в неї невпевненість у собі" [4, 3]. У той же час сучасний науковий дискурс характеризується тим, як вважає І.Яковлев, що "на фоні потужного розвитку і глобалізації комунікацій відсутня інтеграція знань про комунікаційні процеси у вигляді особливої науки" [5, 7-8]. Ця інтегрована наука про комунікативний процес, місце і роль комунікації в суспільстві має називатися, на думку І.Яковлева, комунікологією, а прикладні аспекти комунікативного процесу, тобто спеціальні методи і засоби, які застосовуються у комунікативних видах діяльності (журналістика, PR, маркетинг, публічна служба тощо), вивчатиме така наука, як комунікативістика (за аналогією з правничими науками: "кримінологія" - "криміналістика").

Практичний (прагматичний) аспект комунікації, який найбільше цікавить дослідників державного управління та місцевого самоврядування, з огляду на ці "засоби впливу" і сам "механізм впливу" комунікації, визначає домінацію комунікативного аспекту комунікації відносно інформаційно-змістовного аспекту. Тобто важливо не настільки ЩО передається, наскільки ЯК, ХТО і КОМУ передає. У такому разі завдання інтеграції наявних теоретичних положень і експериментальних даних у сфері місцевого самоврядування виглядає надзвичайно складним і відповідальним. Таке завдання

може бути вирішене на базі єдиної теорії – теорії комунікації, яка охоплює вивчення різноманітних видів комунікації. Із методологічного погляду при такому підході важливим є обґрунтування обраної теорії з огляду на її когнітивну (пізнавальну) та евристичну цінність. Для вибору ж самих методів відбору фактологічного матеріалу і його верифікації з теоретичними засадами важливу роль відіграють теоретичні моделі, якими послуговуються науковці при дослідженні комунікації.

Важливість комунікації в галузі державного управління і місцевого самоврядування доводиться ще й тією її (комунікації) особливістю, що вона є надійною і постійною постачальницею цінної інформації, яка потім використовується в управлінському процесі. Як відзначає психолог Т.Поленова, “одним із важливих завдань спілкування є отримання інформації, нових і цікавих відомостей” [6, 153]. Водночас, на думку соціолога Н.Лумана (Luhmann N.), інформація як складова комунікації - це якраз і є та сама “диференція, яка змінює стан системи, тобто створює нову диференцію” [7, 7].

1.2. Адекватна модель комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні

Під теоретичною моделлю ми розуміємо “образ (у тому числі умовний або уявний, зображення, описання, схема, креслення, графік, план, карта тощо) або прообраз (зразок) якого-небудь об’єкта або системи об’єктів (оригіналу моделі), що використовуються за певних умов як їхні заміщення або представник” [8, 105]. Іншими словами, “модель – це уявна (ідеальна) або фізична (матеріальна) система, яка відображає об’єкт таким чином, що її вивчення дає нову інформацію про цей об’єкт” [9, 110]. Разом з тим, аналізуючи методологію дослідження комунікації, С.Квіт розглядає модель як “концептуальний інструмент для сортування і впорядкування одержаних даних або створення... парадигми” [10, 17]. Зрештою, важко не погодитися з Л.Хавсом (Hawes L.), який визначив, що “теорія є з’ясуванням, а модель є репрезентацією” [144, 52].

Дослідники П.Емерт і В.Брукс (Emmert P., Brooks W.) вказують на поширеність методологічного поняття “концепт” (це - ідея або думка, певний об’єкт значення). При цьому “виокремлення концепту як ментального утворення... є закономірним кроком на шляху

становлення антропоцентричної парадигми гуманітарного знання” [11, 24]. А вже згадуваний нами С.Квіт пропонує вживати термін “конструкт”, тобто поняття, що “описує та підсумовує зв’язки між випадками, об’єктами та іншими конструктами, які були спеціально створені чи адаптовані з певною науковою метою і мають емпіричну підтримку”. Незважаючи на певні (у тому числі – і понятійні) труднощі, дослідження моделей комунікації, між тим, справа вдячна – як стверджує Г.Почепцов: “у рамках вивчення комунікації можлива побудова різного роду моделей, які відповідають поставленим перед дослідником або практиком завданням” [12, 159].

Формулюючи наше бачення шуканої моделі комунікативного процесу (адже комунікація нас цікавить насамперед як процес) у місцевому самоврядуванні як представленого в графічній формі наочного зображення взаємодій та взаємозв’язків, місця розташування елементів комунікації, варто згадати зауваження Д.Барнлунда (Barnlund D.): “насамкінець, адекватність кожної моделі залежить від того, в якій мірі вони [моделі - **С.Ш.**] стимулюють дослідження і узагальнюють результати в зрозумілих схемах”.

У пошуках адекватної моделі комунікативного процесу також важливо пам’ятати про основні вимоги до бездоганих моделей комунікації, сформульовані К.Дойтчем (Deutsch K.): “вони систематизують поняття, пояснюють процеси і прогнозують результати” [13, 24].

Однак саме тільки визначення і опис моделей комунікації через їхню велику кількість та різноманітність описуваних явищ, скоріше, утрудняють аналіз комунікативного процесу, ніж спростять його: “процеси комунікації є ключовими в людській цивілізації, що обумовлює множинність можливих моделей комунікації” [12, 159]. Відтак, важливого значення набуває знаходження критеріїв, які дозволятимуть виокремити групи моделей, що піддаються спільному аналізу.

1.3. Моделі, які описують різні комунікативні процеси

Лінійна (класична) модель комунікативного процесу. Удосконалена (шумова) модель комунікативного процесу. Модель двоступеневого потоку інформації

Розуміючи безперспективність спроб аналізу чи хоча б опису усіх представлених в науці моделей комунікації, у даному дослідженні, услід за Д.Брайантом та С.Томпсон [13, 24-30], зосередимося на описі двох типів моделей – по-перше, тих, які описують різні комунікативні процеси, та, по-друге, тих, які пояснюють певні наслідки впливу комунікації співвідносно до певного соціального середовища (соціальної системи).

У свою чергу, для групи моделей, які описують комунікативні процеси, згадуваним критерієм виокремлення може слугувати наявність комунікативної тріади: комунікатора (автора повідомлення) – повідомлення – комуніканта (отримувача повідомлення). Розгляд такої тріади дозволяє, за Д.МакКвелом [145], розрізнити чотири способи концептуалізації комунікації, які стають своєрідним підґрунтям для розробки різних засадничих моделей комунікативного процесу, а саме моделі трансмісії, ритуалу, привернення уваги та рецепції. З цього приводу Т. Гобан-Клас пропонує уявити квадрат [144, 54], площа якого представлятиме сам комунікативний процес, а його сторони – чотири різні концептуалізації, які обмежують цей процес (рис. 1.1).

Домінуюча парадигма комунікативного процесу пов'язана з розглядом комунікативного процесу як трансмісії певної кількості інформації, як повідомлення, визначеного комунікатором (джерелом комунікації). У межах цієї парадигми науковий дискурс із 30-х років ХХ ст. продукував доволі цікаві моделі, найбільшого поширення з яких набули лінійна (класична) модель, модель сигнального повідомлення, циркулярна (замкнута) модель, модель двоступеневого потоку.

Лінійна (класична) модель комунікативного процесу. Запропонована у 1948 р. “одним з батьків-засновників комунікативних досліджень в США” [146, 6] Г.Ласуелом (Lasswell H.) *лінійна (класична) модель* комунікативного процесу включає п'ять елементів: хто? (передає повідомлення) - комунікатор; що? (передається) – повідомлення; як? (здійснюється передача) – канал комунікації; кому? (спрямоване повідомлення) – аудиторія; з яким ефектом? (ефективність повідомлення) – результат.



Рис. 1.1. Чотири концептуалізації відносно комунікативного процесу

При цьому, зважаючи на справедливе зауваження Л.Федотової у своїй монографії [14], потрібно відзначити: підхід Ласуела та його послідовників полягав у тому, що слова, які вживаються під час спілкування, і способи, за допомогою яких вони оперують цими словами, відображають їхні соціальні інтенції. Тому слова, за Ласуелом, не просто “знаки”, які позначають матеріальні об’єкти, а й іноді слова – “символи”, якщо враховувати те, ЩО ці слова говорять про феномени нематеріального світу (ідеї, світоглядні установки тощо): “Ми можемо говорити про фізичні явища, використовуючи “знаки”, і сенс подій, використовуючи “символи” [147, 83].

Згідно з інтерпретацією лінійної моделі комунікативного процесу С.Квіта, “на першому місці розташовані ті, хто створює інформаційне повідомлення” [10, 15], тобто так звані професійні комунікатори. Далі, за цією інтерпретацією, іде безпосередньо інформація, потім – ЗМК, за ними – аудиторія.

Зрештою, різноманітний вплив повідомлення на масову аудиторію зумовлює певну реакцію аудиторії на повідомлення (ефект комунікації, її результат). Отже, в такому разі можемо зробити висновок, що згадувана парадигма Г.Ласуела кореспондується з поглядами Д. де Флера та Е.Деніса (DeFleur D., Dennis E.) на комунікацію, в якій вони виділяють декілька стадій “життєвого циклу” повідомлення: воно формулюється професійними комунікаторами; надсилається швидко і безперервно за допомогою медіа-засобів (каналів); поширюється відповідно до структури і особливостей аудиторії; при цьому окремі представники аудиторії інтерпретують зміст повідомлення згідно з їхнім досвідом; як результат сприйняття цього змісту аудиторія зазнає певного впливу – це, у підсумку, і свідчить про ефект комунікації.

Удосконалена (шумова) модель комунікативного процесу.

Модель сигнального повідомлення, або так звана удосконалена (шумова) модель математика К.Шеннона (Shannon C.), була призначена для опису комунікації засобами телефонії і розповсюджена В.Вівером на всі види комунікації, додала до лінійної схеми суттєвий елемент – шум (перешкоди), який супроводжує (а іноді і спотворює) комунікацію. Подальший розвиток “лінійної моделі” призвів до введення різними дослідниками додаткових запитань (“в якій ситуації?” – Форсдейл; “для чого?” – Кафель), поки Бреддок не визначив 69 питань, які підлягають аналізу під час вивчення комунікативного процесу [144, 57]. При цьому введення додаткових питань слугує для створення нової, прикладної моделі комунікації – як, для прикладу, в інтересах проведення контент-аналізу це зробив у 1969 р. Оле Холсті (Holsti O.R.), додавши у лінійну модель запитання “чому?”, яке співвідноситься з описуванним Г.Почепцовим елементом комунікації як “процес кодування” [12, 232].

У відповідь на критику моделі Г.Ласуела (дослідниками відзначалася її лінійність, моноспрямованість) В.Шрам та К.Осгуд (Schramm W., Osgood Ch.) у 1958 р. запропонували циркулярну (замкнуту) або збалансовану модель комунікації, в якій комунікатор (автор повідомлення) і реципієнт виступають рівноправними партнерами. При цьому велике значення надається зворотному зв'язку між ними, який ніби врівноважує прямий зв'язок за такою схемою: кодування – повідомлення - декодування – інтерпретація – кодування – повідомлення – декодування – інтерпретація. Відтак, комунікація вважається завершеною після повернення інтерпретованого і кодованого певним чином повідомлення до ініціатора комунікації.

Модель двоступеневого потоку інформації. “Моноспрямованість” моделі Г.Ласуела вдалося подолати соціологу Лазарсфельду у своїй моделі двоступеневого потоку інформації (Lazarsfeld), згідно з якою “ідеї від мас-медіа надходять до лідерів думок (перший ступінь), а від них – до ідейних прихильників (другий ступінь) [15, 155]. Тобто ми маємо два односторонні процеси комунікації – комунікація між мас-медіа та лідерами думок (“opinion leader”) та комунікація між лідерами думок та їхніми ідейними прихильниками (“opinion followers”).

Варто відзначити, що модифікації теоретичних уявлень Г.Ласуела про комунікативний процес пізніше допомагали іншим дослідникам пояснювати складні суспільні процеси, зокрема, питання впливу і поширення ідей. Наприклад, Коландер і Коутс (Colander and Coats) одну із своїх моделей поширення ідей запропонували уявити як метафору: ідеї – це потоки інформації. Відтак, актуальним стає знаходження відповідей на запитання: “Якими є їхні (тут і далі: ідей – **С.Ш.**) джерела? Хто отримує їх? Яким є сигнал - сильним чи нечітким? Як передаються сигнали? Як вони розшифровуються? Чи спостерігається ефективний зворотний зв'язок?” [16, 162].

Таким чином, основні елементи комунікативного процесу (комунікатор, повідомлення, реципієнт комунікації, кодування, канал, перешкоди, результат, зворотний зв'язок) були введені до наукового обігу ще у 40-50-х роках минулого століття, а в подальшому набули детальнішого опису співвідносно до специфіки комунікативних завдань чи галузі, в якій відбувалася комунікація.

Опис інших моделей трансмісії (модель всемогутньої пропаганди С.Чахотіна (1939), топологічна модель К.Левіна (1947), суспільно-культурологічна модель А.Тюдора (1970) та ін., а також моделей, які принципово відрізняються від підходу трансмісії - експресивна (ритуальна) модель, модель розголосу (привернення уваги) та моделі перцепції не можуть бути детально розглянуті в межах даного дослідження. Ґрунтовний опис цих моделей міститься в роботах [12; 13; 144; 145].

Варто відзначити, що описувані моделі, незважаючи на використання у них елементів комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, не враховують того, що місцеве самоврядування є складною соціальною системою, з притаманними їй своєрідними процесами взаємодії між структурними елементами. Тому наведені моделі є тільки теоретичним поглядом на комунікацію взагалі, безвідносно до її видів та ролі у функціонуванні соціальних систем.

1.4. Моделі, які пояснюють наслідки впливу комунікації на соціальні системи

Моделі індивідуального впливу комунікації. Моделі міжособистісного впливу комунікації. Моделі впливу масової комунікації

Розглянемо моделі, які пояснюють наслідки впливу комунікації співвідносно до соціального середовища (соціальної системи). Отже, для з'ясування впливу комунікації з огляду на соціальне середовище, в якому вона відбувається, розглянемо адекватний опис моделі системного рівня, в якій знайде відображення вплив комунікації на середовище, в нашому випадку – на соціальну систему місцевого самоврядування, і навпаки – середовища на комунікацію.

З метою опису різних видів та рівнів впливу комунікації, від суто індивідуального до групового або навіть глобального в масштабах всієї планети, використовуються моделі як мікро-, так і макроаналітичного типу.

Про тенденції вивчення комунікації у сучасній психології говорить і дослідник В.Гордієнко, при цьому він пропонує для кращого розуміння сутності комунікативного процесу взяти на методологічне озброєння парадигму діалогічності [17, 59].

У дослідженні комунікативних процесів відбувається перехід від класичних моделей (простих, лінійних, прозорих, наочних, безпроблемно операціоналізованих) до всеосяжних метатеоретичних моделей реляційного та інтерактивного спрямування. В контексті оновлення підходів повинна розвиватися парадигма діалогічного підходу.

Діалог виступає як багатоаспектний та багаторівневий комунікативний процес, чим можна пояснити різноманіття методологічних і теоретичних підходів до його пояснення. Специфічність діалогу та критерії його ефективності визначаються типом комунікативної ситуації, елементом якої він є.

Для розуміння дискурсів та діалогів сучасності необхідні подальші дослідження та розвиток освітнього процесу з урахуванням розвинутої діалогічної парадигми. Парадигма діалогічності сприятиме розумінню природи різних суспільно важливих видів комунікації, їхніх різноманітних вимірів і сприятиме конструктивному спрямуванню суспільних та освітніх процесів на науковій основі.

Моделі індивідуального впливу комунікації. Індивідуальний вплив комунікації відображається у психологічній моделі Комстока та у моделі когнітивної обробки Торсона. Однією з найбільш ефективних моделей для опису безпосереднього впливу комунікації на індивідуальних споживачів можна вважати психологічну модель Комстока (Comstock). Модель передбачає, що поведінка персонажів телепередач може впливати на поведінку глядача [14, 28]. Індивід навчається поведінки, яку він бачить на екрані, і може перейти її. Використання нової поведінки обумовлюється її значимістю (або психологічною важливістю) для індивіда, а також ступенем хвилювання чи мотивацією індивіда (дана характеристика в рамках моделі називається збудженням), що досягається в результаті використання (застосування) такої поведінки. Важливою змінною, що визначає інтенсивність впливу комунікації, виступає сприйняття реальності зображеної поведінки. Тобто чим реалістичніший комунікативний образ, сформований повідомленням, тим сильніший психологічний вплив на глядача і тим сильніший потенційний вплив на його поведінку. Відповідно, можемо припустити, що найсильнішим впливом в даній моделі володіє безпосередньо побачена і пережита індивідуумом практика поведінки.

Ще один приклад моделі, яка демонструє індивідуальний психологічний вплив комунікації, - модель когнітивної обробки Торсона (Thorson). Коли мова йде про когнітивний (або ментальний) вимір, відповідні моделі іноді представляються безпідставно ускладненими [18, 60], але така складність необхідна для точної репрезентації численних факторів та етапів процесу обробки комунікативних повідомлень. У фокусі уваги автора моделі були дії, що забезпечують обробку інформації телевізійних рекламних роликів. Модель враховує зацікавленість і увагу індивідуального глядача щодо повідомлення, особливості його пам'яті і навіть мовні здібності як фактори, що визначають потенціал впливу повідомлення. Відповідно, іноземцю важче, ніж носію мови, зрозуміти і запам'ятати інформацію.

Моделі міжособистісного впливу комунікації. Психологічні моделі комунікації міжособистісного рівня впливу зосереджуються насамперед на описі психологічних складових комунікативного процесу. Популярною у застосуванні для ведення бізнесу та впровадження сучасних управлінських технологій виявилася теорія транзакційного аналізу, розробником якої став Е.Берн (Berne

Е.): “він припустив, що в кожен окремий момент часу люди можуть перебувати в одному з его-станів, тобто в особливому наборі почуттів і переживань, пов’язаними з певними паттернами поведінки” [19, 20]. Відтак, Е.Берн запропонував розрізнити три таких его-стани – Батька (екстерапсихіка), Дорослого (неопсихіка) та Дитини (архепсихіка).

Методика Е.Берна застосовна для опису комунікативного процесу не лише в міжособистісному вимірі, а й у соціальних системах [20-22]. Як відзначає Е.Мерман, “транзактний аналіз пропонує моделі для спостереження, опису, розуміння та обговорення особистості та соціальних відносин між людиною і соціальною системою” [1, 41]. Комунікативний процес при цьому підходить набуває наступної моделі: комунікатор (що психологічно складається з трьох его-станів) формує повідомлення комуніканту (його психологічний портрет також сформований із трьох складових). Комунікант реагує на отримане повідомлення формуванням свого повідомлення, і, власне, в цей момент відбувається транзакція: учасники комунікативного процесу (УКП) обмінюються ролями. Зображаючи УКП у вигляді симетрично розташованих навпроти одне одного стовпчиків із трьох его-станів, а повідомлення у формі стрілок (при цьому повідомлення відправляється з певного его-стану комунікатора і досягає теж певного его-стану комуніканта), ми отримуємо графічну модель міжособистісної комунікації. Якщо адресат відповідає не з того ж самого его-стану, з якого йому було відправлене повідомлення, то лінії комунікації на графічній схемі перетинаються, а транзакції називаються перехресними: “існує 72 види перехресних транзакцій” [19, 28].

Теорія транзакційного аналізу стала основою для формування програм тренінгів з професійної комунікації, позаяк дозволяє наочно сформувати уявлення про комунікативний процес, при цьому визнається, що перехресні транзакції ускладнюють комунікацію, а паралельні сприяють спілкуванню. Не маючи можливості детально зупинитися на подальшому розгляді цієї моделі, дозволимо собі припустити, що навіть побіжний контент-аналіз публічних виступів УКП в місцевому самоврядуванні допоможе виявити причини неадекватності сприйняття тих чи інших тез, обстоюваних у виступі. Так, з великою часткою ймовірності ми знайдемо мовні конструкції та шаблони поведінки Батька у месиджах (посланнях, повідомленнях) посадовця міського самоврядування, спрямованих на “неро-

зумну” Дитину (членів територіальної громади). Такі ігри, в яких люди несвідомо, але добровільно вибирають для себе потенційно дефективні соціальні ролі [23], в умовах місцевого самоврядування не сприяють ні налагодженню дієвої комунікації між УКП, ні залученню громадян до аналізу і прийняття рішень, зрештою - призводять до безвідповідальності. Бути Дорослим (тобто у нашому випадку - свідомо оцінювати можливості і перспективи розвитку територіальної громади) важко, коли реальну дійсність затьмарюють необґрунтовані вірування Батька або ілюзії Дитини.

Ось, для прикладу - звернення до мешканців Галича тамтешнього міського голови Ореста Трачика. Тема звернення неоригінальна і, на жаль, доволі розповсюджена на сьогодні – хронічні неплатежі за комунальні послуги і необхідність підвищення тарифів. У першій частині свого звернення міський голова наводить цифри, факти, а на завершення вдається до висловлення суті свого звернення. В якому стилі (з погляду психології комунікації) подане це звернення і чи матиме воно ефект – пропонуємо читачам вирішити самим [24].

“...Всі ви добре пам’ятаєте, що в попередні роки вода не подавалася в квартири тижнями, місяцями, на водопроводах були постійні пориви. Пізніше перейшли на подачу води згідно графіку (зранку, ввечері). Останні два роки вода подається цілодобово. Практично весь водопровід замінено на пластикові труби, проведено реконструкцію каналізаційних мереж, насосних станцій, очисних споруд за кошти з різних джерел фінансування. Сьогодні, якщо не піти назустріч керівництву водоканалу, виникне питання про фінансову неплатоспроможність даного підприємства, що призведе знову до його банкрутства. Тоді всі ви, споживачі, в черговий раз будете звинувачувати міську раду, мене особисто в тому, що місто не забезпечується водою і водовідведенням.

Мене дивує позиція окремих людей, які поняття не мають у формуванні тарифів та нічого за своє життя не зробили на користь громади, а тільки підбурюють людей в своїх власних інтересах. Сподіваюся на ваше розуміння ситуації, що склалася, а також відстоювання власної позиції, а не підтримання будь-яких провокацій”.

Психологічні аспекти практичного застосування комунікативного впливу сьогодні стали предметом уваги вітчизняних дослідників у сфері реклами і маркетингу. Так, розглядаючи теорію архетипів Карла Юнга (C.G.Jung), В.Скуба робить висновок про те, що

“відомі світові бренди використовують досягнення теорії архетипів упродовж тривалого часу, що дозволяє займати лідируючі позиції серед виробників певної продукції, постійно знаходитися у полі зору споживачів...” [25, 190]. Також психологічні підходи в сукупності з лінгвістичними положеннями можуть успішно застосовуватися, наприклад, для аналізу текстів виступів політичних діячів, що і було зроблено нами в співавторстві із психологом Я.Збитковським [26, 55-56].

Величезна роль масових комунікацій у формуванні суспільної думки відзначається багатьма дослідниками соціально-психологічних аспектів передвиборчої боротьби – зокрема, доводиться значимість дослідження тих феноменів, які виникають при опосередкуванні комунікативного акту між політиком і потенційними виборцями.

Відмінною рисою передвиборчої комунікації вважають застосування різних технологій формування суспільної думки, й тому виникає питання про сприйняття комунікатора аудиторією в умовах масової комунікації, у тому числі опосередкованого текстовою інформацією.

Дискусії навколо питання про співвідношення раціональних і ірраціональних причин електорального вибору ведуться вже давно, але однозначної відповіді на нього немає і донині. Безумовно, важливою для рішення виборця є і змістова складова виступу політика, його риторична і стилістична сторона. Але відкидати існування певного впливу тексту на підсвідомість теж не можна. Низка досліджень свідчить про можливість спрямування поведінки людини в потрібному для маніпулятора напрямку, завдяки цілеспрямованому впливу на її підсвідомість. Наприклад, за допомогою відкритого “ефекту 25-го кадру”. Ще менш відомими для широкої публіки є результати досліджень інших форм підпорогових стимулів, використання з маніпулятивною метою запаху, кольору або, зокрема, фоносемантичного образу слова.

Природна мова, будучи одним з найсильніших засобів впливу на людей, розглядається багатьма психологічними теоріями як дуже ефективний засіб впливу й програмування людей. Навіть нескладний аналіз будь-якого акту мовної комунікації може підтвердити думку про те, що люди говорять не тільки для того, щоб передати іншій стороні яку-небудь інформацію. Мова, на думку вчених (Ф.Березін, Е.Тарасов, Т.Ушакова), є не тільки засобом передачі повідомлень чи кінцевою метою акту спілкування, а і засобом досягнення інших цілей, кінцева з яких – управління діяльністю співрозмовника.

У політичній психології мова політиків розглядається, у тому числі, і в контексті інтелектуальної експансії - політичної діяльності, предметом якої є політична інформація “про орієнтири політичного поля”, про оцінку “стану суспільства й напрямку його подальшого розвитку”. І ця мова, з орієнтацією на певний психологічний феномен – мислення, перцепцію, афект або волю - “упакована” в “специфічні, призначені” для її сприйняття, форми. О.Юр’єв виділив основні елементи, що забезпечують функціонування свідомості, – увага й пам’ять – через які здійснюється інтелектуальна експансія. Неможливість цих елементів перевірити якість вхідної інформації робить свідомість вразливою до різних технологій інтелектуальної експансії, які це враховують. Тому виступ політика, як засіб інтелектуальної експансії, що враховує психологічні особливості суспільства або людини, здатний змінити їхні психологічні параметри й привести до можливості виникнення різних політичних явищ. Тим більше, що ці виступи і виборчу рекламу під час виборів можна віднести до одних з методів сугестивного впливу психології несвідомого, які є її породженням.

Значний інтерес для нашого дослідження може представляти модель симетричної та компліментарної комунікації, описана Полом Ватцлавіком (Watzlawick P., 1990) у своїх “п’яти тезах про комунікацію” [1, 19]. П.Ватцлавік вважає, що комунікативний процес може бути симетричним або компліментарним залежно від того, на чому базуються відносини між комунікатором і комунікантом – на рівноправності і схожості чи на нерівності й відмінності. Відтак, симетричні відносини відзначаються своїм спрямуванням до рівноправ’я і на мінімізацію відмінностей між УКП, у той час як компліментарна взаємодія базується на відмінностях між УКП.

Наскільки драматичною для об’єктивного сприйняття інформації може стати компліментарний комунікативний процес яскраво ілюструє французький письменник Бернар Вербер (Werber B., 1993) у розділі “Вплив інших” свого бестселера “Енциклопедія відносних і абсолютних знань” [27].

У 1961 році американський професор Аш зібрав в одній кімнаті сім чоловік. Їм оголосили про те, що вони піддадуться дослідю щодо сприйняття дійсності. Насправді випробуваний був один. Решта шість чоловік були помічниками професора, чиєю метою було введення в оману справжнього учасника експерименту.

На стіні було намальовано лінії довжиною двадцять п'ять і тридцять сантиметрів. Лінії були паралельними, те, що лінія в тридцять сантиметрів довша від іншої, було очевидно. Професор Аш задавав питання кожному з присутніх, і шість його асистентів в єдиному пориві відповідали, що лінія в 25 сантиметрів довша від другої лінії. У 60% випадків істинний випробуваний також говорив, що лінія в 25 сантиметрів найдовша. Якщо він знаходив, що лінія в тридцять сантиметрів довша, шість помічників професора починали знуцатися над ним, і під їхнім дружнім тиском в 30% випадків випробуваний врешті-решт приєднувався до думки більшості. Дослід проводився над студентами та викладачами (люди не найбільш легковірні), і з'ясувалося, що дев'ятеро чоловік з десяти вдалося переконати в тому, що лінія в 25 сантиметрів довша від лінії в 30 сантиметрів. Дивовижна річ, навіть після того, як випробовуваним пояснювали суть досліду та роль у ньому шести асистентів, 10% з них продовжували стверджувати, що лінія в 25 сантиметрів найдовша.

Ті ж, хто визнавав свою помилку, знаходили собі масу виправдань на зразок проблеми із зором або невдало обраного кута спостереження.

Моделі впливу масової комунікації. Описуючи комунікативний процес у соціальних системах, зокрема, досліджуючи вплив масової комунікації, прийнято послуговуватися у першому наближенні простою моделлю “стимул (С) – реакція (Р)”. При цьому “комунікація розглядається як незалежна, а аудиторія та її досвід, настанови та поведінка – як залежна” [15, 150]. У вказаній моделі “С-Р” між змістом (комунікацією) та впливом (отриманням комунікантом досвіду, зміною поведінки) передбачається односторонній та лінійний зв'язок. Оскільки модель “С-Р” не може враховувати різні змінні, що знаходяться між комунікатором та комунікантом, то з часом вона трансформувалася в модель “О-С-О-Р”, тобто до старої моделі додалися “опосередковані змінні” (у Г.Штротмайера – “проміжні змінні” [15, 152] – **С.Ш.**) та “обумовлюючі змінні” (рис. 1.2).

Груповий вплив комунікації (вплив на соціальному рівні) досліджується, зокрема, моделлю медіа-залежності та моделлю настановчості. Як приклад впливу комунікації на соціальному рівні візьмемо модель медіа-залежності, розроблену Де Флером і С. Болл-Рокешем (DeFleur & Ball- Rokeach). Предмет цієї моделі - відносини між мас-медіа (інформаційною системою) і суспільством (со-

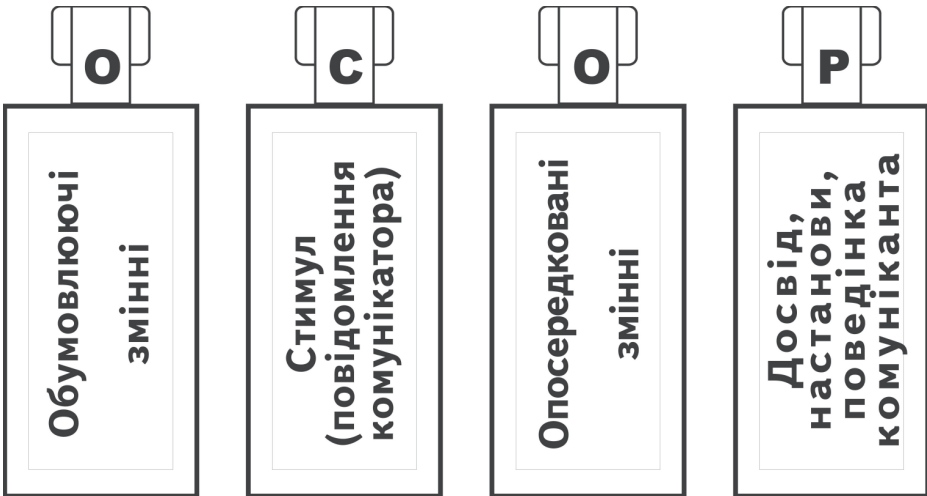


Рис. 1.2. Удосконалена модель “стимул-реакція”

ціальною системою). Модель вказує [13, 29], що в сучасному суспільстві залежність індивідів від ЗМІ як джерела новин та інформації безперервно зростає. Рівень залежності індивідів від ЗМІ та інтенсивність медіа-впливу тісно пов'язані зі стабільністю або нестабільністю суспільства і ступенем соціальної важливості, яка надається мас-медіа як джерелу інформації. Відповідно, у критичній ситуації (як, наприклад, трагічна смерть президента Л.Качинського 10 квітня 2010 року, оголошення результатів повторного голосування на виборах Президента України 7 лютого 2010 року) люди звертаються до ЗМІ як джерела інформації й навіть психологічного комфорту. Залежність індивідуальних членів суспільства від мас-медіа в таких ситуаціях зростає. Відповідальність медіа перед суспільством за об'єктивне зображення дійсності регламентується і у внутрішньо-корпоративних стандартах ЗМК: “уникаючи стереотипів і зображуючи повний спектр соціальних ролей, ми повинні пам'ятати про небезпеку показати суспільство, якого не існує” [28, 76]. На цю небезпеку вказує і вітчизняний філософ Д.Шевчук: “Нові технології медіа та комунікації в процесі свого розвитку виявляють помітну тенденцію до створення альтернативної реальності” [29, 210].

Прикладом такої відповідальності медіа (точніше, безвідповідальності) може слугувати випадок із провокаційними новинами на грузинському телеканалі [30]. У даному випадку журналістська провокація не лише викликала чергові дипломатичні ускладнення в і без того напружених міжнародних відносинах, а й додала роботи лікарям.

Грузинська телекомпанія “Імеді” у суботу ввечері показала фальшивий “спецрепортаж про можливий розвиток подій у Грузії у випадку російської інтервенції”.

У ньому без будь-яких попереджень і вступів було повідомлено, що “сьогодні вранці в Цхінвали було здійснено теракт проти глави Південної Осетії Едуарда Кокойти, після чого російські війська вторглися в Грузію”. Далі говорилося: “Уряд і президент Михайл Саакашвілі були евакуйовані”, повідомляя “Ехо Москви”.

Через кілька хвилин телекомпанія повідомила про загибель Саакашвілі і створення Народного уряду на чолі з Ніно Бурджанадзе. Програма тривала півгодини, і після повідомлень “про жахливі бомбардування аеропортів і морських портів Грузії” телекомпанія нарешті повідомила, що це був “спеціальний репортаж про можливий розвиток подій”. Тим часом, передача викликала справжню паніку по всій країні, оскільки ті глядачі, хто не бачив заставку, серйозно сприйняли передачу. Люди з усіх кінців країни стали телефонувати один одному і до студії телеканалу, щоб з’ясувати, що відбувається насправді. Величезну кількість дзвінків до служби швидкої допомоги після випуску фальшивого репортажу фіксують лікарі Грузії.

“Паніка ще не вщухла, тому точних цифр ми поки не знаємо, але лікарі кажуть, що кількість дзвінків до служби швидкої допомоги величезна”, - розповів голова служби стратегічного розвитку тбіліської швидкої допомоги. “Усі дзвінки за фактами стенокардії, серцевих нападів, нервових судом. З інфарктами злягло півміста. Хіба можна проводити такі експерименти”, - обурився він.

Тим часом, прес-спікер президента Грузії Манана Манджгаладзе заявила, що реальної небезпеки вторгнення Росії до Грузії немає. “Провокації можливі, хоча можу з упевненістю сказати, що, за заявою президента, такої реальної небезпеки, яка була представлена в передачі, що транслювалася протягом 25 хвилин, на сьогодні у нашій країні немає”, - сказала Манджгаладзе.

У свою чергу, провокацією сюжет “Імеді” назвав президент Південної Осетії Едуард Кокойти. Він також підкреслив, що на кордоні Південної Осетії та Грузії все спокійно.

Інші підходи до вивчення впливу комунікації знайшли своє висвітлення у теоріях культивування, соціальної настанови, соціалізації тощо і детальніше описані дослідниками [10], [12], [18],

[144]. Водночас вважаємо вартою уваги і думку апологета ще однієї теорії - Максвела Мак-Комбса (McCombs M.): “найпоказовішою та водночас найкраще задокументованою інтелектуальною картою цього впливу є теорія настановної ролі масової комунікації...” [31, 19]. Розвиваючи вказану теорію, М.Мак-Комбс пропонує розглянути модель цибулини як візуальну метафору медійної настановчості, маючи на увазі багат шаровість чинників встановлення “порядку денного”. При цьому на поверхні теоретичної “цибулини” дослідник розташовує провідні зовнішні джерела новин (міський голова, політична кампанія, щоденна громадська діяльність). “Деякі глибше розташовуються взаємодії та взаємовпливи різних медій, де ми маємо справу з феноменом, який найчастіше називають міжмедійною настановчістю” [31, 152]. І, нарешті, соціальні норми суспільства та традиції висвітлення новин з боку комунікатора (цей шар передує серцевині “цибулини”) визначають основні правила формування “порядку денного”.

Вищезгадана “теорія настановної ролі...” або “порядку денного” (agenda setting) активно застосовується у наші дні інформаційними службами органів влади у своїй діяльності [32]. У цьому, власне, і полягає роль цієї теоретичної моделі для практичного застосування. Не надто переймаючись проблемою, наскільки адекватно теорія описує безапеляційне втручання медіа в комунікативний процес, в даному випадку в процес формування “порядку денного”, практики (не без успіху) зосереджують свої зусилля на емпірично доведеній можливості ефективного впливу на “порядок денний”. Варто зауважити, що під інформаційним порядком денним (тижневим, річним, порядком проміжку часу, що збігається з каденцією того чи іншого посадовця на виборній посаді) розуміється “сукупність тем та інформаційних приводів, що викликають домінуючі та переважаючі джерела збудження інформаційного простору в їх пріоритетності для аудиторії на даний момент часу” [32, 37]. При цьому варто взяти до уваги висновок Бернарда Коена (Cohen B.), який вважав, що “мас-медіа впливають на те, ПРО ЩО люди думають, проте не обов’язково на те, ЩО вони при цьому думають” [15, 163].

Цікавими з цього приводу видаються думки російської дослідниці Л. Люлючової [33], яка займається дослідженням аспектів міжособистісної комунікації.

Почалися спроби побудови моделі, яка б включала і процес міжособистісного спілкування, з огляду на його місце і роль в розповсюдженні інформації та формуванні громадської думки. Але творці такої моделі відразу натрапили на труднощі та сумніви. Не було ясно, що вважати первинним - масову комунікацію чи міжособистісну? Чи використовує аудиторія ЗМІ, щоб почерпнути з них теми для розмов або, навпаки, спілкування в контактних групах стимулює потреба людини у ЗМІ? І масова, і міжособистісна комунікації є видами спілкування, і без того, і без іншого життя людини неможливе (Л. і Р. Хартлі), а деякі автори пов'язують визначення ролі міжособистісної комунікації з конкретними історичними періодами. У той час коли масова комунікація добре виконує свої суспільні функції, міжособистісна комунікація відходить на другий план, а коли масова комунікація з яких-небудь причин не задовольняє аудиторію, міжособистісне спілкування набуває більш важливого значення (Т. Шібутані). Так, наприклад, масова комунікація домінувала над міжособистісною в період надзвичайних суспільно-політичних подій, коли вона несла значущі для всіх новини.

Вплив мікросередовища ставав настільки очевидним, що наступні моделі масової комунікації почали будуватися з урахуванням цього важливого фактора. Так, модель М. Броузера представляє зміст масової комунікації як суспільний продукт міжособистісного спілкування, модель "дифузії" П. Лазарфельда та Є. Катцу, а пізніше - модель Є. Роджерса і Ф.Шомакера - трактують міжособистісну комунікацію як конкуруючу з масовою. Модель Д. та М. Райлі враховує вплив первинних груп на комунікаційну поведінку аудиторії. Те, що "намацували" інтуїтивно, отримало наукове обґрунтування.

Є приклади емпіричних досліджень, що підтверджують значущість впливу на дітей і молодь груп ровесників. Так, експерименти Д. Райлі і М. Райлі показали, що сприйняття дітьми змісту фільмів, перевага того чи іншого типу музики перебувають у сильній залежності від їхньої приналежності до групи однокласників.

Практики інформаційної діяльності в галузі державного управління, базуючись на моделі "встановлення порядку денного", пропонують процедурний підхід до вивчення впливу комунікації на соціальну систему та впровадження комплексу заходів для втручання у формування і спостереження (моніторингу) за змінами комунікативного простору (встановленого "порядку денного") з метою найефективнішого представлення ідеї, позиції лідера в суспільній думці. Так, досліджуючи структуру комунікативного процесу з такої прикладної

точки зору, Л.Сухотерін та І.Юдінцев пропонують уявляти структурну побудову комунікативного процесу “як сукупність видів діяльності, що здійснюються при організації інформаційної кампанії в їх циклічній послідовності” [32, 96]. Перша ланка цієї циклічної структури виглядатиме як послідовна зміна моніторингу (М, від англійського “to monitor” – перевіряти, контролювати), креативу (К, від англійського “to create” – створювати) та деліверингу (D, від англійського “to deliver” – доставляти, доносити). Таким чином, схематично структуру комунікативного процесу можна зобразити як лінійну схему (рис. 1.3).

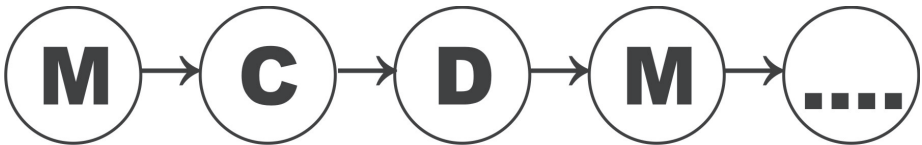


Рис. 1.3. Структура комунікативного процесу (аспект “порядку денного”)

Дослідники наполягають на розгляді інформаційної роботи зі спостереження та впливу на комунікативний простір як управлінського процесу, відтак відзначається, що зниження керованості цим процесом суперечить меті інформаційної роботи [32, 97].

1.5. Аналіз моделей через способи сприйняття комунікативного процесу

Аналіз моделей через способи сприйняття комунікативного процесу також, на нашу думку, може бути корисним для дослідження сутності комунікативного процесу. Як стверджує І.Яковлев, “усі комунікації можуть бути описані такими моделями, як лінійна, інтеракційна та транзакційна” [5, 12]. Такий підхід описує різні способи сприйняття комунікативного процесу.

За умови використання цієї методології, лінійна комунікація є найпримітивнішою формою комунікації і означає односторонність спрямованих комунікатором повідомлень, без зворотного зв’язку з комунікантом. Як вказувалося вище, така форма комунікації властива зазвичай тоталітарному суспільству із наперед визначеною (заданою) монологічністю комунікативного потоку. У той же час така комунікація може бути досить ефективною за умови вдало підібраних медіа-каналів. До недоліків лінійної комунікації відносять неможливість вносити корективи у кодування переданого повідомлення. До того ж, у будь-який момент комунікація може обірватися не лише через бажан-

ня комунікатора, а й через несприйняття повідомлення комунікантом (мається на увазі не лише обрив лінії проводового радіо, а й небажання чи “стомленість” комуніканта). Оперативно відстежити сприйняття повідомлення в такій ситуації уявляється надзвичайно важким завданням. Відповідником для цієї моделі у сфері PR та маркетингових комунікацій є прості рекламні повідомлення, поширювані носіями, які не передбачають зворотного зв'язку з клієнтом.

Приклад використання такого виду комунікації з пропагандистською метою наводить вітчизняна дослідниця О.Корчагіна [34, 39], аналізуючи газетні заголовки радянської преси сталінського періоду (1938-1953 рр.).

Газетні тексти у вигляді тез і гасел: “Да здравствує незламна сила марксизму-ленінізму”, “Пролетарі всіх країн, єднайтесь!” або мовні шаблони “Акули імперіалізму”, “Слава новаторам...”, “Даєш підвищення продуктивності”, “До нових перемог!” – нав'язують суспільству цілий ряд стереотипів. Такі тексти були спрямовані на виправдання та ідеалізацію існуючого стану речей. Повторення тих самих гасел було одним з найважливіших ідеологічних прийомів. Широке їхнє використання пов'язане ще й з тим, що гасла не передбачають наявності дискусій.

Гасла не вимагають доказу, подаються в найкоротшій і простій формі. Їхня влада над людьми цілком реальна – вони надають енергію та ентузіазм, прагнення втілити у життя проголошені гасла. Такий прийом впливу на свідомість забезпечував “непохитну” віру в соціалізм, у “вождя”, у досконале й передове суспільство, а найжахливіше – люди вірили в безгрішність влади.

“Народ і партія єдині”, “Партія наш кермовий”, “Весь радянський народ, як одна людина, дасть відсіч...”, “Всі на боротьбу з...”, “За чистоту марксизму-ленінізму...” – подібні гасла “запускалися” у маси Центральним Комітетом Комуністичної партії, найчастіше напередодні основних державних свят: 1 Травня – Дня міжнародної солідарності трудящих і 7 листопада – чергової річниці Великої Жовтневої соціалістичної революції. Вони не змінювалися протягом десятиліть. Постійний повтор однакових постулатів продукував шаблонний стереотип мислення. Тривалий час подібні аксіоми мали могутній впливовий потенціал на маси.

Усі мовні засоби газет були покликані виконувати функцію впливу, переконання та агітації...

Інтерактивна модель позбавлена односторонності лінійної комунікації і передбачає зворотний зв'язок між комунікатором і комунікантом, що дозволяє цим обом учасникам комунікативного процесу (УКП) краще адаптуватися одне до одного. По суті, у цій моделі описана ситуація, коли відбувається одноразова зміна ролей – комунікант стає комунікатором і комунікатор – комунікантом. Відповідником для цієї моделі у сфері PR та маркетингових комунікацій є двостороння асиметрична модель зв'язків з клієнтами, при якій вдається вимірювати громадську думку і будувати ефективні програми комунікацій із громадськістю. Навіть традиційні для лінійної моделі комунікації ЗМК можуть застосовувати цю модель, вводячи інтерактивне голосування радіослухачів чи телеглядачів, упроваджуючи практику прямих ефірів із можливістю дотелефонуватися (надіслати SMS-повідомлення) до студії й поставити запитання герою радіо-, телепередачі. Бізнесові вигоди такого підходу до комунікації виявляються насамперед у царині маркетингу, тобто у можливості виробників продукції (надавачів послуг) краще зрозуміти потреби ринку і смаки покупців. Переконливо про це говорить російський маркетолог А.Попов [35] у своїй книзі “Маркетингові ігри. Розважай і володарюй”.

Тисячі маркетологів щоденно вступають у битву за утримання уваги споживачів... А здатність сприймати інформацію у кожної людини обмежена. До того ж споживач стає інтерактивним, з легкістю переликає свою увагу і намагається сам контролювати постачальників товарів і послуг. Рекламисти і бренд-менеджери все частіше експериментують з нестандартними формами впливу на споживача, які складно віднести до звичних ATL (англ. above the line - пряма реклама) або BTL1 (below the line - PR, промо-заходи та інші не рекламні методи взаємодії зі споживачем). Мабуть, їх можна назвати Through The Line (по обидві сторони від “лінії”), так як вони поєднують в собі безліч різноманітних елементів.

Комп'ютерів стає більше... Стільникові телефони і “надолонники” дозволяють взаємодіяти із споживачами у будь-який час і в будь-якому місці планети. Все це викликає до життя нові канали комунікації, що відрізняються підвищеною інтерактивністю. Якщо знати, як ними користуватися, можна ефективно стимулювати продажі, вивести на ринок новий продукт, досліджувати переваги споживачів і вирішувати багато інших маркетингових завдань.

Маркетинг все більше нагадує не гармату і не бомбу, а те, що налаштовується гру, здатну вразити уяву незалежно від статі і національності споживача... Adidas проводив кампанію “Кольори Adicolor”. У коробках з білими кросівками лежало шість різнобарвних балончиків, і кожен міг розфарбувати своє взуття як захочеться. Покупці могли потім сфотографувати і надіслати свою творчість на конкурс, умови якого можна було знайти в Інтернеті. Дизайнери Adidas отримали масу ідей, всього лише давши можливість покупцям проявити свою індивідуальність.

Отримати знижку приємно. А якщо її виграти? У Красноярьську в одному з супермаркетів міста відбувалася акція “Найдовший”. Суть її була в тому, що при виході з супермаркету стояла спеціальна стійка із зображеною на ній лінійкою. Щодня там вивішувався найдовший чек, який був вибитий в касі. Переможець одержував якийсь приз або знижку на наступні покупки. На B2B ринку також доречні ігрові техніки. Коли я працював у компанії ASBIS, дистрибуторі комп’ютерних компонентів, ми влаштовували в Інтернеті для дилерів візуалізацію їхніх закупівель - у вигляді невеликої flash-гри за принципом “перегони тарганів”. Представник дилерів вибирав “бігунок” (машинку потрібного кольору, собачу упряжку, мотоцикл) і після кожної закупівлі в ASBIS міг побачити, скільки “метрів” проїхала його машинка по відношенню до конкурентів (1 “метр” дорівнював \$ 1000). Таким чином, за рахунок змагання зросли продажі.

Транзакційна модель комунікації передбачає не разову зміну ролей між УКП, а багаторазову і почергову зміну ролей. Зрозуміло, що практичне застосування такої моделі вимагає певного рівня підготовки з боку УКП, їхнього володіння етичними нормами ведення діалогу і, зрештою, відігравання певної соціальної ролі, здійснення певної кваліфікованої функції у соціальній системі (саме через питання, пов’язані із здійсненням цих функцій, і виникає необхідність комунікації, причому складного, транзакційного характеру). Отже, і ризики можуть виникати більші: “у результаті такої мультиспрямованої взаємодії комунікації стають найбільш дієвими у плані взаєморозуміння як в згоді, так і в незгоді” [5, 13].

Відповідником транзакційної моделі у сфері PR є двостороння симетрична модель, яка застосовується з метою налагодження тривалих і взаємовигідних відносин із громадськістю, що базуються на взаєморозумінні і гармонійному узгодженні інтересів. Іншими

словами, відносини з громадськістю будуються в межах парадигми Кооперації. І якщо інтерактивна модель дає можливість для формування ефективних програм комунікацій із громадськістю, то транзакційна модель дозволяє планувати і впроваджувати довготривалі комунікативні стратегії, в яких згадувані програми комунікацій відіграють підпорядковану роль і набувають ознак тактики в межах певної стратегії. На логіку розвитку ЗМК в бік до двосторонньої комунікації вказують французькі дослідники [36], відзначаючи глобалізацію описуваних процесів, а російський соціолог І.Фомічова вважає, що “загальна спрямованість розвитку засобів розповсюдження інформації полягає в утвердженні гетерархічного (горизонтального, рівноправного) порядку замість ієрархічного (вертикального, з домінуванням одного із суб’єктів спілкування)” [37, 17-18]. Доречно з цього приводу згадати про концепцію французького дослідника Філіпа Буарі [38], а саме - сприйняття паблік рілейшнз як “стратегії довіри” (la strategie de la confiance).

Для того, щоб компанія погодилася з необхідністю прийняти таку “манеру поведінки та спосіб інформування”, які спрямовані “на встановлення і підтримання довірчих відносин”, тобто з необхідністю проведення політики паблік рілейшнз, вона повинна усвідомити, що такий підхід - в її інтересах. А для цього вона повинна визнати зростаючий вплив, який чиниться індивідуумом в його третій якості як “людини суспільної” на поведінку людини в її двох інших якостях – “творця” і “споживача” і, отже, на долю компанії. Як ми переконалися, протягом десятиліть компанії діяли і здійснювали свою комунікаційну політику так, ніби їхнє існування залежало тільки від людини у двох її якостях - творця і виробника.

Компанії прагнули підвищити коефіцієнт корисної дії людини-творця шляхом наукової організації праці, або тейлоризму. Вони домагалися від людини-покупця збільшення споживання, зокрема, за допомогою реклами. Вклинюючись між цими двома іпостасями, компанії намагалися витягнути свій підприємницький прибуток. У цій спрощеній схемі немає місця для людини в її суспільній функції, і компанії цю якість людини ігнорували, вважаючи, що вона не чинить жодного впливу.

Такий підхід можна охарактеризувати як обмежений і навіть примітивний, тому що він припускає наявність у компанії лише економічних цілей. Втім, він не був зовсім вже помилковим, тому що донедавна на завод чи в офіс входила тільки людина-творець, залишаючи в гардеробі всі свої атрибути лю-

дини суспільної, тобто свої ідеї, своє право судити, критикувати, брати під сумнів. Щоправда, і тоді так здавалося лише на перший погляд.

Однак сьогодні людина суспільна більше не розлучається з людиною-творцем. Разом з нею вона входить в офіс і на завод, і саме вона буде спрямовувати поведінку людини-творця, спонукати її до активної співучасті або до пасивності, аж до повної відмови від участі... Якщо проводить страйк людина-творець, то оголошує його завжди людина суспільна, і за це вона вимагає як справедливий еквівалент своєї роботи не тільки заробітну плату, а й децю інше.

Місцеве самоврядування, як і будь-яка інша складна соціальна система, включає і комунікативні підсистеми, в яких комунікативний процес відбувається у різних формах – присутні лінійні, інтерактивні і транзактивні комунікації. Від того, яка саме модель стає домінуючою в тій чи іншій підсистемі, і залежить загальний комунікативний характер як цієї підсистеми зокрема, так і системи місцевого самоврядування загалом.

1.6. Синтетична модель комунікативного процесу

На цьому етапі аналізу існуючих моделей комунікації можемо підійти до опису синтетичної моделі комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні. Адже навіть побіжний аналіз існуючих теоретичних конструкцій та моделей комунікативного процесу дозволяє говорити про різноманітність підходів до вивчення комунікації і, як наслідок – до появи великої кількості цих конструкцій та моделей. Разом з тим, різні, на перший погляд, моделі є співставними, а інколи і взаємодоповнючими, позаяк “їх розбіжності, по суті, є наслідком... по-різному звуженого погляду й акцентування на різних аспектах...” комунікативного процесу [15, 150]. Тому поставлене дослідницьке завдання – запропонувати синтетичну модель, яка б найповніше описувала комунікативний процес у місцевому самоврядуванні – виглядає здійсненним. Однак саме зараз слід звернути увагу на декілька методологічних зауважень.

Вочевидь, створення нової синтетичної моделі не повинне у результаті штучно ускладнити графічне представлення комунікативного процесу. Перестороги стосовно позірної простоти запропонованих моделей необґрунтовані, адже ще Д.Барнлунд стверджував: “якщо звичайні моделі комунікації видаються занадто

примітивними, то це тому, що наше розуміння цього процесу є надто примітивним” [144, 73]. Відтак, хороша модель, якій притаманна евристична цінність, і повинна, на нашу думку, складатися з елементів, простіших від описуваних явищ.

Для найпростішої ілюстрації такої синтетичної моделі комунікативного процесу в соціальній системі, на нашу думку, може бути запропонована Ліндою Джуелл (Jewell L.) у своїй праці [39, 560] модель (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Найпростіша синтетична модель комунікативного процесу в соціальній системі

Також уявляється невирішуваним завданням побудова точної і вичерпної моделі для конкретної сфери застосування комунікативного процесу. Тож очевидно, що теоретична модель комунікативного процесу зберігатиме в собі риси певного узагальнення. Відтак, модель буде застосовна для багатьох споріднених сфер, в яких відбувається комунікативний процес.

Однією з моделей, яка була побудована з врахуванням вищезгаданих методологічних зауважень, є синтетична модель Т.Гобана-Класа (Т.Goban-Klas, 1978). Сам автор визнає недосконалість моделі, її схематичність, водночас відзначимо і деякі важливі особливості цієї теоретичної побудови [144, 61]. Так, наприклад, суспільні інституції відділені на схемі від суспільства, хоча й знаходяться у цьому суспільстві. Це пов'язано з особливою роллю, яку відіграють громадські інституції в комунікативному процесі. Не випадково у моделі знайшов відображення той факт, що люди самостійно обирають комунікативні канали, через які вони отримують повідомлення.

На основі описаних моделей можемо підійти до синтезованої, узагальненої моделі комунікативного процесу (рис.1.5), яка б, до того ж, найточніше описувала комунікацію у досліджуваному нами середовищі місцевого самоврядування.

Для цього спробуємо насамперед дати власні визначення основних елементів комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні.

Комунікативний процес – процес становлення, розвитку і функціонування соціальної системи місцевого самоврядування, який забезпечує зв'язок між людьми та їхніми спільнотами, інституціями; сприяє накопиченню, збагаченню та збереженню соціального досвіду членів територіальної громади; сприяє розподілу й організації праці та спільної діяльності; є передумовою трансляції культури (використано [3, 261] - **С.Ш.**).

Учасники комунікативного процесу – суб'єкти і об'єкти комунікації, які беруть участь в комунікативному процесі на індивідуальному, міжособистісному, груповому (внутрігруповому) та міжсистемному (міжорганізаційному) рівні комунікації.

Комунікативний простір – сукупність комунікативних та інформаційно-комунікаційних взаємодій суб'єктів комунікації, об'єднаних спільною територією, фаховими знаннями та статусно-рольовими правилами, що визначає їхню комунікативну поведінку (використано [40] – **С.Ш.**). Комунікативний простір - це складне утворення з певною системою зв'язків, його можна вважати наділений відповідними системними властивостями: цілісністю, структурністю (він структурується комунікативними процесами), місцем кожного компонента в системі комунікативного процесу. Комунікативний простір місцевого самоврядування також може бути визначений як частина (підпростір) соціокультурного простору суспільства.

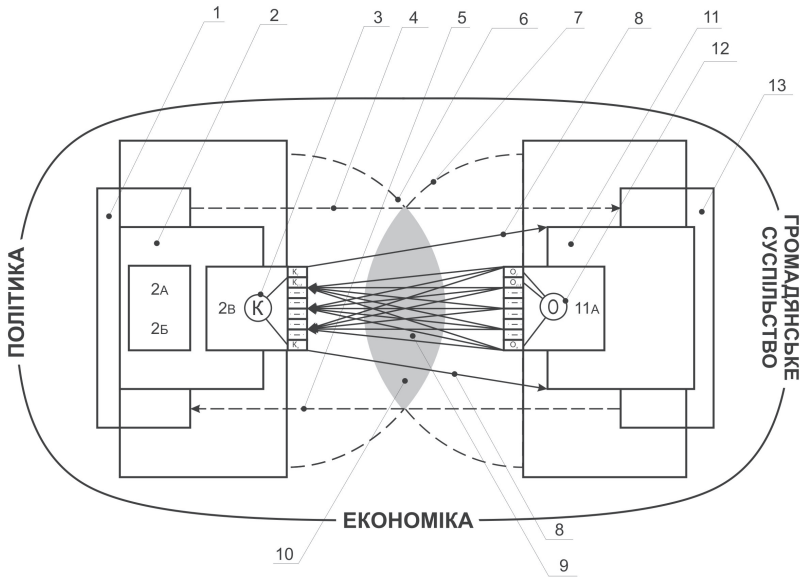


Рис. 1.5. Синтетична модель комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні:

- 1 – суспільні і владні інституції, в т.ч. соціальні системи місцевого самоврядування (МС);
- 2 – виробництво комунікації (2А – продукування повідомлень, 2Б – творчі групи, 2В – розповсюдження повідомлення);
- 3 – комунікатори (K_1, \dots, K_n);
- 4 – нормативне регулювання комунікативного процесу;
- 5 – суспільне регулювання комунікативного процесу;
- 6 - поле переказу (доставки) повідомлення;
- 7 – поле відбору (отримання) повідомлення;
- 8 – напрям надісланого повідомлення;
- 9 – вибіркове сприйняття отриманого повідомлення;
- 10 – поле ефективного комунікування (перетин ліній 6 і 7);
- 11 – громада (11А – аудиторія комунікації);
- 12 – комуніканти (отримувачі повідомлення – O_1, \dots, O_n);
- 13 – громадські інституції і соціальні системи МС.

Повідомлення – певним чином кодована інформація, яка через канал комунікації доставляється до кінцевого отримувача (лінійна комунікація) чи посередника (двоступенева комунікація).

Комунікатор (джерело комунікації) – творець (автор) або відтворювач (ретранслятор) повідомлення, суб'єкт, від якого спрямовується комунікація. Комунікатором може виступати як окремий член територіальної громади, так і група громадян (інституалізована чи ні).

Комунікант (аудиторія комунікації) – отримувач повідомлення, суб'єкт, на якого спрямована комунікація. Комунікантом може виступати як окремий член територіальної громади, так і певна (адміністративна, соціальна, політична, етнічна, економічна тощо) група (аудиторія).

Канал комунікації – комплекс природних, технічних та інструментальних засобів і відповідних їм способів передачі повідомлення між суб'єктами комунікації в комунікативному процесі з попереднім кодуванням і наступним декодуванням (або без такого).

Поле ефективного комунікування – умовний майданчик, що утворюється перетином поля стійкої передачі повідомлення та поля стійкого прийому повідомлення при найменших перешкодах, пов'язаних із декодуванням і сприйняттям змісту повідомлення.

Варто відзначити, що подана модель, незважаючи на використання у ній відомих елементів комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, не враховує того, що місцеве самоврядування є складною соціальною системою, із притаманними їй своєрідними процесами взаємодії між структурними елементами. Відтак, побудована модель є тільки теоретичним і доволі спрощеним поглядом на комунікативний процес у місцевому самоврядуванні.

РОЗДІЛ 2. ЗМІСТ І ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

*Між інформацією та комунікацією такі ж стосунки,
як між змістом і формою.*

Ігор Михайлин

Громадянське суспільство за своєю природою повинно бути орієнтоване на людину, створювати можливість реалізації прав громадянина, формувати передумови для ефективної соціальної комунікації, механізми для контролю за діяльністю місцевої влади. Органам місцевого самоврядування та територіальним громадам, окремим членам громади чинним законодавством України надана можливість застосування інструментарію створення транспарентної влади на місцях і участі громадян у вирішенні місцевих проблем.

2.1. Визначення комунікативного потенціалу

Для з'ясування сутності і структури комунікації у соціальній системі нам видається можливим введення нового поняття – комунікативного потенціалу місцевого самоврядування. Під комунікативним потенціалом (КПот) тут і далі розуміємо організаційну, структурну та креативну здатність взаємодіючих елементів комунікативного процесу (надавача та отримувача повідомлення, самого повідомлення, каналу комунікації) до здійснення ефективної комунікації.

Оскільки поняття КПот співвідносно до соціальної системи місцевого самоврядування ще не набуло широкого наукового чи практичного застосування, доцільним буде з'ясувати зміст поняття і описати адекватну модель КПот місцевого самоврядування.

Теоретичні виклади, які з'ясовують сутність КПот, можуть мати практичне значення. Для застосування КПот у повсякденній діяльності УКП в місцевому самоврядуванні можуть використовувати методику вимірювання і, відповідно, корекції КПот.

Відзначимо, що найпростіша адекватна модель, яка описує ефективну комунікацію (комунікатор завдяки вдало підібраним каналам комунікації і простоті повідомлення досягає уваги отримувача цього повідомлення і домагається відповідної реакції), вказує на умови, при яких КПот реалізується найбільшою мірою, так би

мовити, з найбільшим коефіцієнтом корисної дії.

І навпаки, КПот використовується з найменшою ефективністю, або й не використовується взагалі, у випадку, коли комунікатор через власне небажання або незнання обирає неефективні канали комунікації, формує і передає неприйнятне за змістом чи формою для комуніканта (отримувача інформації) повідомлення, а відтак – і не досягає ні уваги, ні відповідної (тобто запланованої чи передбачуваної) реакції від комуніканта.

КПот може бути відсутнім і тоді, коли має місце серйозне зміщення у системі відносних координат між комунікатором і комунікантом, коли комунікативний процес втрачає такі свої риси, як симетричність, відтворюваність, рівноправність учасників комунікативного процесу. Тобто такі крайні моделі політичних режимів, як абсолютна анархія чи абсолютний тоталітаризм, в силу монологічності комунікативного потоку та безумовного переважаючого ролі комуніканта чи комунікатора над своїм партнером по комунікації, володіють низьким комунікативним потенціалом.

Щоправда, тоталітарним державам завдяки контролю над засобами масової комунікації, комунікативним простором, доступності для населення повідомлень-гасел, “напрацьованій” харизмі комунікаторів і маніпулятивним технологіям вдається певний час зберігати видимість проведення ефективних комунікативних стратегій. Однак такі тоталітарні системи відрізняються від справді демократичного комунікативного процесу як радіоточка і мобільний телефон (із можливістю виходу в мережу Інтернет). Система, при якій усім тільки розповідають, що їм робити і як їм думати, при якій думка комуніканта нікого, крім офіцерів спецслужб, не цікавить, - приречена. Це доводить історичний процес, певні запобіжники тоталітаризму містять і глобалізаційні процеси.

2.2. Модель комунікативного потенціалу

За основу для побудови моделі КПот виберемо фрагмент запропонованої нами схеми комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, при цьому детальніше розглянемо центральний фрагмент побудованої раніше графічної моделі, де зображено саме взаємодію комунікатора і комуніканта. Очевидно, що значення КПот на запропонованій моделі (рис. 2.1) відповідає площі заштрихованої фігури S, що утворилася внаслідок перетину поля передачі (іде від комунікатора) та поля відбору (утворюється кому-

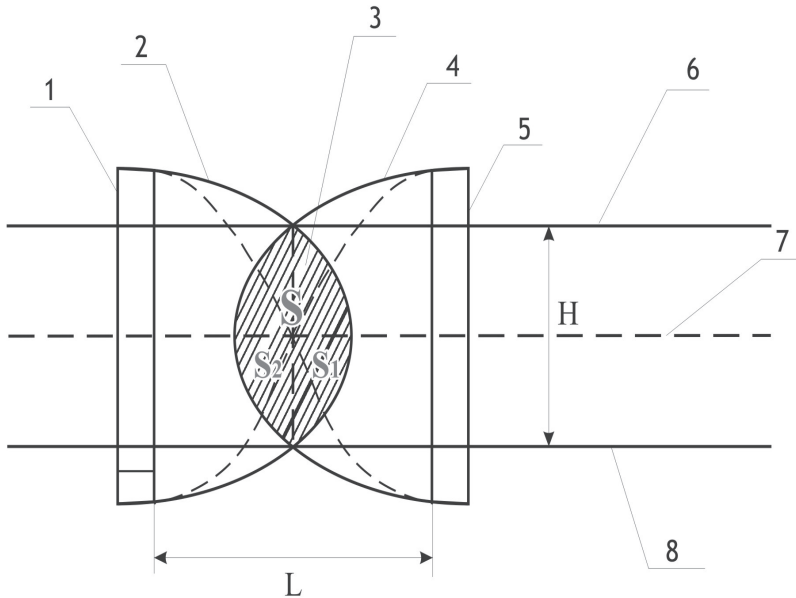


Рис. 2.1. Модель комунікативного потенціалу місцевого самоврядування

- 1 – суспільні і владні інституції, в т.ч. соціальні системи місцевого самоврядування;
- 2 – поле переказу (доставки) повідомлення;
- 3 - поле ефективного комунікування (КПот);
- 4 – поле відбору (отримання) повідомлення;
- 5 – громадські інституції й соціальні системи місцевого самоврядування;
- 6 – нормативне регулювання комунікативного процесу;
- 7 – рівноважна вісь комунікативного процесу;
- 8 – суспільне регулювання комунікативного процесу.

нікантом).

По вертикальній осі площа фігури S обмежується лініями суспільного управління (нормативно-правовою базою, якою регулюється комунікативний процес у місцевому самоврядуванні) та суспільних норм (під якими розуміємо існуючу в суспільстві потребу в комунікативному процесі). Відповідно, на рис. 2.1 зображено такий сприятливий для комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні варіант, при якому площа фігури S і, відповідно, значення КПот є найбільшими. Надмірна регуля-

ція комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, його нормативне обмеження знижує лінію суспільного управління і, відповідно, зменшує площу фігури S. Неусвідомлення соціальними інституціями та громадянами потреби в комунікативному процесі аналогічно зменшує значення КПот, підвищуючи (на схемі) лінію суспільних норм. У випадку, коли лінії суспільного управління чи (та) суспільних норм є значно віддаленими від точки перетину поля передачі та поля відбору, можемо говорити, що існуюча регулятивна база (у випадку з лінією суспільного управління) чи (або) існуюча потреба у суспільстві в якісній комунікації є більшими, ніж це дозволяє комунікативний процес, що відбувається у місцевому самоврядуванні. Відтак наближення до цих ліній-детермінантів точок перетину полів відбору і передачі комунікативного повідомлення вказує на імовірний шлях до збільшення КПот.

Потрібно відзначити, що комунікативний процес, який виходить за межі вказаних детермінуючих ліній (поле ефективного комунікування охоплює і площу за межами цих ліній), може бути девіантним, тобто призводити до поступової зміни цих норм і водночас спричинює руйнування існуючих механізмів комунікації.

Яскравим прикладом такої неунормованої комунікації може слугувати, наприклад, корупція, яка хоч і є до певної міри “ефективним” засобом комунікації, у той же час явно перебуває за межами не лише норм чинного законодавства у сфері інформації та місцевого самоврядування, а й виходить далеко за межі норм Кримінального кодексу. У той же час комунікація “за межею” може мати і прогресивну складову – у разі, коли налагоджена комунікація “випереджає” вітчизняне законодавство (приміром, сільський голова звітується перед громадою не раз на рік, як визначено у законодавстві, а чотири рази), або у разі, коли ініційоване комунікатором повідомлення отримує комунікант, який ще не сформував власної потреби у цьому повідомленні (наприклад, викладені в мережі Інтернет усі рішення місцевої ради не використовуються для ознайомлення представниками територіальної громади).

У будь-якому разі, говорити про збільшення поля ефективної комунікації (величини КПот) можна буде вже після того, як відповідні лінії через відповідні законодавчі зміни або через зростаючу потребу місцевої громади збільшать між собою відстань.

2.3. Аналіз моделі комунікативного потенціалу

Вказана модель (рис. 2.1) передбачає рівноправність і симетричність між комунікатором і комунікантом. Особливо це важливо відзначити при розгляді комунікативного процесу, який відбувається за участі органів місцевого самоврядування та інституцій громадянського суспільства або безпосередньо з членами територіальної громади. Очевидно, що несиметричність позицій комуніканта і комунікатора не забезпечить стійкого перетину поля передачі і поля відбору, а домінація одного з учасників комунікативного процесу над іншим також стане на заваді формуванню максимуму: для моделі – графічної фігури з площею S , для комунікативного процесу – комунікативного потенціалу.

Можемо припустити також, що найефективніша комунікація із найбільшим КПот матиме місце тоді, коли і комунікатор, і комунікант знаходяться в одній “системі координат”, тобто більш-менш однаково сприймають економічні, політичні, ідеологічні й культурні цінності. Адже при існуванні різних систем координат (несиметричності учасників комунікативного процесу відносно одне одного) додаткові труднощі у комунікації будуть пов’язані з потребою: для комунікатора – у формуванні вектора для спрямування поля передачі, для комуніканта – у формуванні вектора поля відбору для сприйняття повідомлення. Беручи до уваги певну інертність у формуванні повідомлення і особливо – у його сприйнятті, зауважимо, що такі труднощі можуть стати непереборними в процесі комунікації.

У динамічній моделі КПот також залежить і від часу, впродовж якого вдається утримувати поле ефективної комунікації (на графічній моделі – площа фігури S) якнайбільшим.

Отже, виходячи з побудованої моделі, відзначимо, що значення КПот (площі фігури S) залежить від таких основних факторів: величини L (відстані між комунікатором і комунікантом); спроможності учасників комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні сприймати і продукувати комунікативний потік повідомлень; обмежуючих чинників суспільного регулювання – з одного боку, нормативного забезпечення комунікативного процесу, з іншого – потреби у такій комунікації.

Зазначимо, що величину L не слід розглядати як звичайну геометричну віддаленість між учасниками комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, хоча певний геометричний зміст у цій величині наявний. В усякому разі, потрібно враховувати величи-

ну L співвідносно до обраних каналів і засобів комунікації. Адже при безпосередній, інтерперсональній комунікації (під час прямої зустрічі з громадянами) величина L відносно мала, при цьому обраний засіб комунікації – пряме спілкування – при всіх інших рівних умовах забезпечує максимально можливу величину поля ефективної комунікації S .

За умови використання електронних ЗМК (телебачення, радіо) величина L збільшується (як і витрати на продукування і підтримання цього сигналу), а для кожної конкретної людини (чи навіть спільноти громадян) поле ефективної комунікації залишається нікчемно малим. Можна сказати, що L при зменшенні збільшує відносне поле ефективної комунікації, однак зменшує значення S в абсолютному вимірі. Це особливо відчутно при комунікативному процесі, який відбувається на міжособистісному рівні, а тому володіє найбільшим КПот. Водночас такий комунікативний процес охоплює незначну кількість учасників комунікативного процесу.

Відзначивши необхідність розумного балансу між величиною L , вибором засобів комунікації і досягненням максимального значення КПот, зауважимо, що все ж ефективний комунікативний процес у місцевому самоврядуванні тяжіє до малих величин L . Тому для місцевого самоврядування приймемо за базову таку величину L , яка, як правило, в геометричному вимірі не перевищує за значенням розмір територіальної громади.

2.4. Комунікативний потенціал як складова стратегічного потенціалу

Дослідження КПот місцевого самоврядування як складової ширшого поняття – стратегічного потенціалу місцевого самоврядування – ми пропонуємо розпочати із простішої соціально-економічної системи – наприклад, із складових стратегічного потенціалу підприємства, вивчення яких вже знайшло своє відображення у роботах вчених. Як відзначає М.-Е.Портер, за своєю сутністю стратегічний потенціал визначає складові потенціальних можливостей підприємства – його адаптивність та конкурентні переваги, які характеризуються детермінантами конкурентних переваг країни [41, 111]. Схоже визначення дає і П.Клівець: “стратегічний потенціал підприємства – граничні можливості підприємства щодо досягнення глобальних і локальних стратегічних цілей у певних умовах зовнішнього середовища” [42, 123]. Дослідник

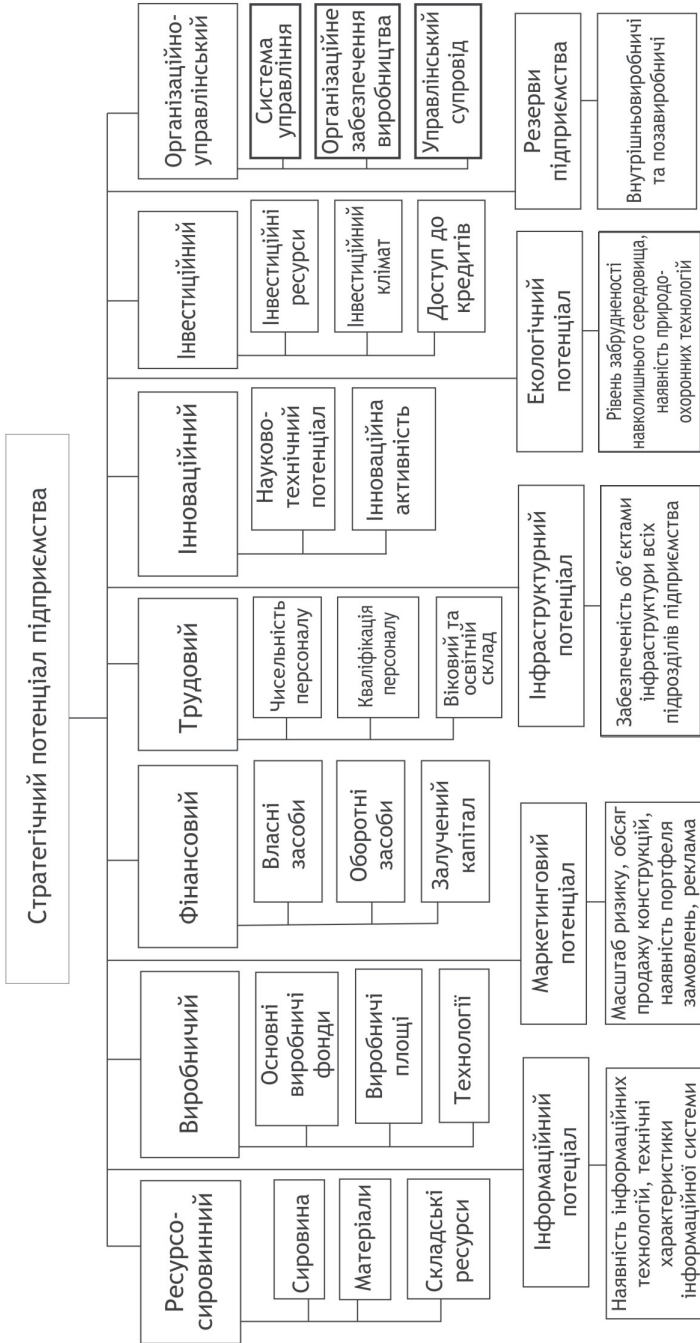


Рис. 2.2. Складові стратегічного потенціалу підприємства

Л.Довгань, розвиваючи функціональну структуру потенціалу підприємства, відносить до стратегічних ресурсів фінансові, кадрові, інформаційні, технічні, технологічні, управлінські, організаційні [41, 109], при цьому розділяючи стратегічні ресурси на матеріальні (фізичні і фінансові активи) та нематеріальні (репутація, ноу-хау, персонал), а дослідник Е.Суцzenко [43] пропонує схематичне зображення складових стратегічного потенціалу підприємства (рис. 2.2).

Аналізуючи складові стратегічного потенціалу, ми відзначаємо, що неналежна, на нашу думку, увага приділяється і такій складовій, як комунікативний потенціал підприємства, місце розташування якого серед інших складових стратегічного потенціалу підприємства (іншої соціальної системи) може бути зображене наступним чином (рис. 2.3). Кожним своїм видом КПот знаходиться ближче до певної складової стратегічного потенціалу (рис. 2.3).

При цьому зауважимо: ми розглядаємо підприємство і складові його стратегічного потенціалу як соціальну систему з вибудованими економічними, підпорядкованими і соціальними зв'язками, відтак наведена нами схема може бути використана для опису комунікативного потенціалу в іншій соціальній системі – місцевому самоврядуванні.

КПот пропонується поділяти на зовнішній (спрямований на навколишні соціальні системи і середовище) та внутрішній (спрямований на внутріорганізаційні/внутрісистемні зв'язки); на матеріальний (інформаційні технології, комп'ютери, газети, друкарські і телерадіопередавальні потужності, бази даних, кількість залучених штатних фахівців тощо) і нематеріальний (рівень кваліфікації працівників, імідж соціальної системи, її лідерів, стиль керівництва, соціальна структура системи, розвиненість інституцій громадянського суспільства, рівень довіри громадян тощо); на нормативно-правовий (тобто який регулюється відповідними законодавчими нормами і підзаконними актами, в тому числі й органів місцевого самоврядування) і звичаєвий (усталені норми й етикет спілкування, повага до старших, до представницьких органів влади, певні історичні і культурні традиції, релігійні настрої громади).

Оцінювання наявного КПот для певної територіальної громади пов'язане з низкою методологічних та практичних труднощів, як і, зрештою, будь-яких інших феноменів, що мають значну нематеріальну складову. Та все ж наближене уявлення про вже наявний



Рис. 2.3. Місце комунікативного потенціалу серед інших видів стратегічного потенціалу соціальної системи

КПот і відповідні шляхи його розвитку можна дати. Відносна об'єктивність в оцінці КПот буде зростати у тому разі, якщо його заміри проводити з певною періодичністю і за певною усталеною методикою на основі незмінних параметрів.

Важливою ознакою ефективної методики оцінювання КПот є можливість її застосування “в польових умовах”, тобто безпосередньо в межах територіальної громади, швидкість отримання результату і, по можливості, необов'язковість додаткового тривалого навчання персоналу для проведення таких замірів. Запропонована методологія експрес-аналізу КПот у територіальній громаді полягає у заповненні анкети з виставленням оцінюваним факторам різних балів, а узагальнену схему складових стратегічного потенціалу місцевого самоврядування ми пропонуємо зображати наступним чином (рис. 2.4.)

2.5. Контекст розвитку комунікативного потенціалу

Стрімкий розвиток комунікативних практик, що застосовуються у суспільно-політичному процесі, вимагає не тільки наукового вивчення, обґрунтування нових методик комунікативної роботи в сучасних умовах задля вирішення актуальних соціальних і політичних завдань, а й потребує ґрунтового історичного аналізу як виникнення цих практик, досвіду їхнього застосування, так і суспільно-політичних умов, в яких формувалися ще протокомунікативні технології. Якщо ж розглядати таку важливу сферу застосування комунікативних технологій, як місцеве самоврядування, то необхідно дослідити їхнє виникнення у взаємозв'язку з історичним досвідом функціонування в Україні специфічних, а подекуди і унікальних для європейського контенту інституцій самоорганізації населення. Саме там, в минулому вітчизняного самоврядування, можна віднайти відповіді на актуальні запити сучасного розвитку демократичних систем.

Комунікативні технології (КТ), незважаючи на свій ультрасучасний термінологічний вокабуляр і широке поле як для вивчення, так і для застосування у різноманітних сферах життя, є насправді не чимось новим і незнайомим українському суспільству.

Це стає зрозумілим навіть при первинному аналізі комунікативного простору – адже при детальному розгляді його організаційної побудови ми знайдемо символічну, подієву, міфологічну і комунікативну складові [44, 11-35]. Ці складові, особливо перші три, мають

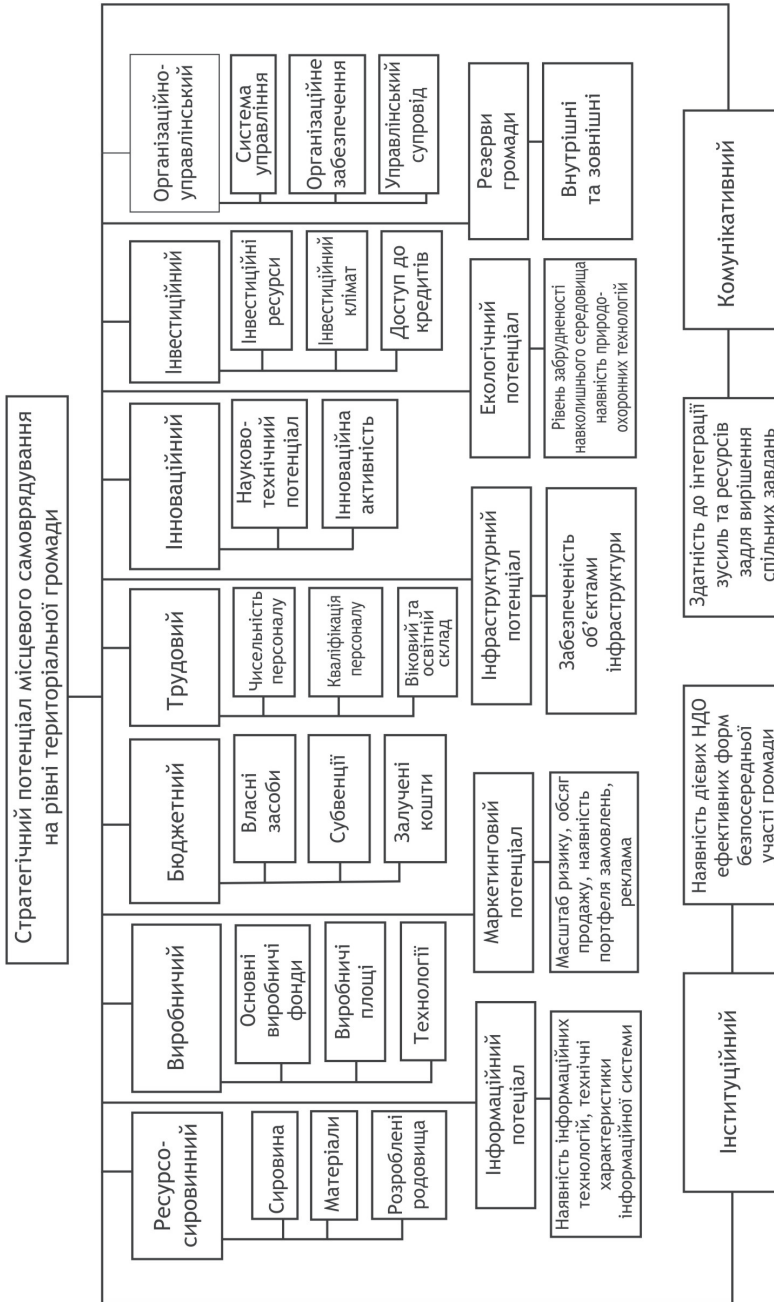


Рис. 2.4. Складові стратегічного потенціалу місцевого самоврядування (функціональна структуризація)

серйозну історичну основу, будь-які символи чи події, ритуали чи міфи, постійно змінюючись і осучаснюючись, вони все одно мають інтенцію до історичної ремінісценції. Як відзначає Б.Малиновський, “події міфологічного минулого відіграють визначальну роль, як і норми поведінки та принципи соціальної організації” [45, 279].

Відтак, древні звичаї та обряди (які, до речі, ще досить сильно збереглися у консервативному вітчизняному соціумі), які є, по суті, протокомунікативними технологіями, впливають на сучасні комунікативні відносини у суспільстві. Зокрема, як розповідає Олена Таланчук у своїй книзі “100 найвідоміших образів української міфології” [46], подекуди на Поліссі донині зберігся звичай “водити куста” на Зелені свята (Трійцю).

Одну з дівчат гуртом вбирають “кустом”, з цією дівчиною-”кустом” ходять по хатах, вітають господарів із святом, бажають щастя і багатства. Такий ритуал є відголосом віри у те, що душі померлих переселяються в дерева, а на Зелені свята приходять у гості до нащадків.

Тому необхідним є аналіз взаємозв’язку між історією розвитку місцевого самоврядування в Україні та формуванням комунікативного потенціалу нового вітчизняного комунікативного простору, встановлення історичних передумов для розвитку ефективних комунікативних технологій в місцевому самоврядуванні.

Розглянемо історичні аспекти формування комунікативного потенціалу місцевого самоврядування в Україні. Адже сама по собі протокомунікація, відірвана від комунікативного простору - позбавлена соціального сенсу. Отож надзвичайно важливим видається необхідність проведення аналізу самого комунікативного простору (КП), в “тіло” якого вживлюються КТ. Відповідно, від особливостей КП залежить і дієвість різних КТ, і вектор спрямування суспільно-політичних змін, які виникають у соціумі внаслідок застосування цих КТ.

Для ілюстрації твердження про всеохопний вплив комунікації у суспільному житті достатньо на основі джерел [3, 265-266], [12, 162] хоча б навести перелік та опис функцій, які вона виконує (див. табл. 2.1).

При цьому не варто забувати про зауваження Л.Гумільова: “кожна людина одночасно - член соціуму і член етносу, а це далеко не одне й те ж саме” [47, 197].

Необхідність нового концептуального осмислення поняття “нації” в розрізі теорії комунікації обстоює американський дослідник

Таблиця 2.1. Функції комунікації

Функції комунікації	Умови актуалізації
Головні:	
взаємодії	Передача інформації від інституції до інституції (від людини до людини) в процесі діяльності, отримання, перевірка і обробка інформації, розробка і реалізація рішень, зберігання інформації
впливу	Необхідність спонукати до дії: спрямувати людину на певну поведінку або припинити певну діяльність
Основні:	
комунікативна	Безпосередній процес передачі інформації та її сприйняття
репрезентативна	Початок будь-якого комунікативного акту з метою виявлення наявності загальних настанов на процес отримання чи передачі інформації
експресивна	Вербальна комунікація через її доповнення невербальними засобами
Спеціалізовані:	
апелятивна (звернення)	Чітка соціальна орієнтація при зверненні до людей з різним соціальним статусом
директивна	Мовленнєві акти типу директиви (наказ, розпорядження тощо)
фатична	Усна і письмова форма комунікації
перформативна (ритуальна)	Стереотипна ситуація і установки комунікації
мотиваційна	Побутово-ужиткова сфера комунікації з допомогою роз'яснювальних засобів вираження
саморегулююча	Офіційні ситуації, головним чином за допомогою вербальних засобів у стереотипних висловлюваннях; неофіційні ситуації – для того, щоб спонукати співрозмовника до комунікативної дії
ритуальна	Ритуали, пов'язані з офіційними церемоніями, релігійними обрядами, звичаями
самопрезентаційна	Ситуації, коли комунікатор навмисне чи мимоволі створює свій образ

Стівен Б.Крофтс-Вілей (Stephen B. Crofts Wiley) у своїй статті “Переосмислюючи поняття “нації” в контексті глобалізації” (2005). Цим самим Крофтс-Вілей, який є прихильником контекстуальної концепції розуміння нації [148], підтверджує актуальність і транскордонність пошуку етногенетичних індикативів індивідуумів.

Теоретики, звертаючись до поняття “нація” як інструменту для пояснення всієї палітри соціальних процесів і перетворюючи його в структуроутворюючий елемент у розгляді глобалізації, за рамками аналізу залишають той факт, що глобалізація привносить найважливіші зміни в саме поняття “нація” і його сутність як соціальної структури і, отже, в те наукове знання, яке ґрунтується на традиційному розумінні цього феномена. Справа не в тому, що такі поняття, як “нація” і пов’язані з ним “національність”, “націоналізм” або “держава-нація” стали неактуальними і недоречними. Ні, цей фактор продовжує залишатися найважливішою понятійною ланкою для пояснення соціальної, політичної або культурної конституції держав. Але статус національності не ясний в реаліях глобалізації, і теорія комунікацій, принаймні той її аспект, що прямо пов’язаний з цим поняттям, має потребу в новому концептуальному переосмисленні...

Нація є складна структура, що характеризується одночасними взаємодоповнюючими один одного потоками локальних, регіональних і глобальних комунікацій. Цей простір не визначено темпорально або територіально - необхідний аналітичний підхід у вивченні причин і наслідків, що викликали досліджувані процеси всередині і поза нацією. Нація не є структуроутворюючою контексту, в якому вона існує, навпаки - контекст, в якому існує нація, структуротворює її. Багаторівневі національні, культурні, комунікаційні, соціальні та інші структури і міграції постійно трансформуються і видозмінюються.

Кожен з рівнів нації може взаємоперетинатися, взаємодоповнюватися або розходитися з іншими рівнями, що є складовими її. Відмінності в структурах різних націй визначаються історичним контекстом, геополітичними чинниками і іншими умовами...

У сучасній науці очевидне логічно обґрунтоване зрушення до дисциплінарного вивчення складових націю елементів у контексті певних історичних, політичних та інших реалій і тенденцій, а не в контексті ідеалізованого образу “нації” як монолітного, гомогенного простору, або “контейнера для комунікацій”.

Дискурс навколо особливостей українського менталітету, історичної зумовленості демократичних змін і побудови держави на вітчизняних теренах у легальному середовищі розпочався тільки два десятиліття тому, напередодні або й водночас із демократичними революціями у Східній Європі. І саме питання української історії стало (як, до речі, і в часи попередніх періодів національного ренесансу) наріжним у цьому дискурсі. Це й не дивно - довівши “своє” право на історію Київської Русі, дослідивши історію Козаччини, заново відкривши період національно-визвольних змагань у ХХ ст., українські політики та вчені отримали передумови для формування нового комунікативного простору на заміну старому, радянському, який перестав виконувати свої функції, і насамперед функцію державоутворюючу. А численні факти утисків, яких зазнала сама оболонка КП – українська мова – визначили навіть специфіку використання української мови як елемента самоствердження і національної ідентифікації. Достатньо з цього приводу пригадати Т.Шевченка: “А на москалів не вважайте, нехай вони собі пишуть по-своєму, а ми по-своєму. У їх народ і слово, і у нас народ і слово. А чиє краще, нехай судять люди” [48, 259].

Зміна КП, його складових, потягнула за собою значні суспільні трансформації. Як зауважує вітчизняний дослідник Б.Потятиник, “поширення на території СРСР у 70-80-х рр. короткохвильових приймачів, які “ловили” передачі “Голосу Америки”, “Свободи” і “Вільної Європи”, було суттєвим фактором поширення вільнодумства, яке, врешті, і призвело до розвалу наддержави” [49, 84].

У сфері державного управління відбуваються також значні зміни: “як наслідок, відбувається зміна парадигми суспільного розвитку, тобто перехід від спроби тотального контролю до демократичного механізму, який можна охарактеризувати терміном “громадянин-кореспондент” [50].

По-різному можна оцінювати подальші історичні події, які зумовили розвиток України після проголошення незалежності. Наразі обмежимося тезою про те, що й досі в Україні ще не створено стрункого і повного комунікативного простору, в якому б кожен громадянин держави почувався більш-менш комфортно з точки зору аспектів соціальної комунікації, як не створено і передумов для розвитку усіх складових громадянського суспільства. На думку економіста А.Гальчинського, “...слід виходити з об’єктивної реальності, тобто розуміння того, що нині ми поки що перебуваємо на етапі

до громадянського суспільства” [51, 126-127]. Відзначимо важливу роль у цьому зовнішніх чинників - вплив іноземних та іншомовних ЗМК вже давно є предметом розгляду (поки що, на жаль, малоефективного) компетентних органів як виклик національній безпеці. Однак так само важливою є роль і внутрішніх чинників, які гальмують процес формування ефективного вітчизняного КП.

При цьому слід врахувати новітні тенденції розвитку сучасного спілкування, основною з яких є персоніфікація особистості – “усвідомлення людиною індивідуальної неповторності, несхожості на інших людей” [52, 45]. По суті, сучасна людина глобалізованого світу знову замислюється про свою ідентичність, що, на нашу думку, повністю кореспондується з намаганням сучасного українця віднайти ту ж згадувану ідентичність. І бажання це – віднайти ідентичність – є цілком зумовленим тими суспільно-політичними перетвореннями, свідками яких ми стали у новітні часи: “адже спільне відчуття національної ідентичності є дуже важливим для формування та зміцнення активного, впевненого в собі громадянського суспільства” [53, 210]. Відтак, зміна комунікативного простору стала болісним випробуванням для кожного члена українського суспільства - як відзначає Т.Кушерець, “внаслідок всеосяжних макрозмін почали радикально змінюватися їхні стилі життя, прихильності, відданості, преференції, орієнтації тощо, що врешті-решт призводило до втрати звичних ідентичностей” [54, 93].

З іншого боку, феномен новітньої персоніфікації особистості, з яким тільки познайомилися українці, є ніби черговим прочитанням європейських цінностей Нового часу. Таких цінностей, про які свого часу говорив М.Вебер: “сучасна цивілізація – дитя європейського індивідуалізму” [55, 19]. Це твердження дивним чином перегукується із спостереженнями М.Костомарова про Україну, “... де принцип особистості раз у раз виявляв свою живучість” [56, 249]. Таким чином, давні українські та європейські пошуки актуалізуються у сьогоденні через суспільну трансформацію, викликану комунікативними потребами.

На тому, що проблема ідентифікації українців повинна розглядатися в контексті загальноєвропейського дискурсу, наполягає вітчизняний історик Р.Офіцинський [57, 226].

Самоідентифікація українців і проблеми територіальної цілісності були розв’язані взірцево навіть для Західної Європи, а в інтелектуальних колах України беззаперечно перевагу мали прибічни-

ки “європейської ідеї”. Упертий намір українців йти “європейським шляхом” наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. яскраво простежується у стратегічних епізодах. Причому він обумовлений іманентно, перманентним тиском успадкованого геополітичного пережестя.

Європоідентифікаційний зріз історичної традиції в незалежній Україні показав низку принципових і дискусійних ліній. Вони іманентно, але закономірно, спричинили на Заході інтенсивне обговорення ментальної складової українського цивілізаційного шляху. Вельми цікавими виявилися задіяний інструментарій та “розумовий продукт”, яким нині наповнюють національну ідею у багатьох країнах — Україні, Польщі, Росії, Ізраїлі та ін.

Проте дезорієнтований еkleктизм українського життя, поділеного вдовж безлічі ліній — регіональних, культурних, етнічних, мовних, релігійних, поколіннєвих, не підтверджував спрощеної тези про суспільство, розколоте на “російсько-комуністичний схід” і “українсько-націоналістичний захід”. Ідентичність сучасного українця і фрагментація України не збігалися з якимись простими лініями географічного, мовно-культурного чи етнічного поділу, а передбачали найрізноманітніші комбінації...

...Еталоном європейської ідентичності новітньої пори стала “якість життя”. Вона є джерелом нових змістів і цінностей — введення єдиної грошової одиниці євро, мультикультуралізм тощо. Більше половини європейців володіють хоча б однією іноземною мовою, а близько чверті — двома і більше, що суттєво перевищує американські показники.

Та все ж найгостріша, на нашу думку, проблемна ситуація склалася у галузі місцевого самоврядування, тобто там, де безпосередньо відбувається інтенсивний комунікативний обмін між громадянином (клієнтом-реципієнтом соціальних послуг) та відповідними інституціями (сервіс-донорами цих послуг). Недосконалість правового забезпечення, хронічна відсутність коштів, “куцість” повноважень - до цих постійних “болів” місцевого самоврядування в Україні додалися і проблеми комунікативного характеру.

2.6. Історичні аспекти комунікації у громаді

У такому контексті розглянемо декілька історичних аспектів, які можуть, на нашу думку, допомогти віднайти відповіді у минулому на проблемні питання сучасної ефективної комунікації у місцевому самоврядуванні.

По-перше, історично доведена здатність українців до самоорганізації. “Нація самостверджується, самоорганізується в повномасштабну лише за умови набуття, наповнення статусу громадян його реальним, демократичним змістом на шляху витворення громадянського суспільства” [58, 59]. Історія якраз і свідчить, що українці збереглися як самобутній народ, скоріше всупереч, ніж завдяки існуванню стійких політичних утворень – постійна здатність до відтворення державних форм, тривалі (у декілька поколінь) періоди бездержавності та роздробленості змінювалися новими суспільними формами. Очевидно, що така безпрецедентна здатність до відродження була б неможлива без існування певних джерел самоорганізації і стійкого комунікативного зв’язку на рівні поселень, областей, в цілому – народу, без чіткої самоідентифікації в суворому (доволі часто – агресивному) зовнішньому середовищі. З приводу правової традиції самоорганізації доречно буде пригадати російського дослідника С.Алексєєва (поч. ХХ ст.), який із здивуванням вказує на існування ще за 200 років до його днів іншої практики розмежування владних повноважень і дотримання громадянських прав: “При сучасних поняттях про право втручання адміністративних посадовців у судову компетенцію нижчих верств, цікаво співставити універсал Гетьмана Мазепи київському полковнику... що забороняє втручатися в права міського магістрату стосовно суду над ремісничими, осілими і всілякими мешканцями, тим більше, що наприкінці ХVІІ ст. відмінностей між містами і селами не було, і те, що стосувалося перших, застосовувалося на практиці до других і навпаки” [59, 259].

Велику роль у живучості правової, самоврядної й культурної традиції відігравало письменство, пізніше – друкарство. Відзначаючи таку особливість українців, як здатність навіть в обмежених умовах самодержавства до ведення громадського життя у справах, наприклад, освіти, той же С.Алексєєв відзначає: “В Малоросії... школи розповсюджуються з кожним роком завдяки ініціативі декількох крупних землевласників...” [59, 228].

У той же час С.Алексєєв, піддаючи критичному аналізу стан місцевих судів після реформи 1874 р., чітко вказує на причину такого стану речей, яка лежить у відсутності комунікативної практики – поголовна безграмотність, відсутність доступу до інформації, підконтрольність формально незалежних громадських утворень поміщикам і духовенству (яке саме повсякчас є неосвіченим).

Принципи подолання цього комунікативного розриву можемо знайти у варіантах Конституції одного з членів Кирило-Мефодіївського товариства Г.Андрузького, зокрема, у цих рукописах “спеціально обумовлювалася не менш важлива вимога того, щоби усі закони були друкованими для загальної відомості” [60, 42].

А за кілька десятиліть після цього у переліку необхідних для розвитку суспільства речей зустрічаємо у Програмі “Громади” (1880 р., автори – М. Драгоманов, М.Павлик, С.Подолінський) і такі пункти: “В справах політичних ми бажаємо... 2) Неодмінної волі слова, печаті й науки, зборів і товариств. 3) Безперешкодної самовправи (автономії) для кожної громади в її справах...” [61, 255].

Детальний аналіз практики російського самодержавства в царині місцевого самоврядування необхідний тому, що традиції поліцейської держави успадкував і радянський правлячий режим: “ще більшу пригніченість відчула особистість під впливом політичної практики сталінського часу” [58, 253], а місцеві ради “були позбавлені можливості самостійно виконувати владні функції” [58, 259]. Тільки тут проблема неграмотності була замінена пануванням єдиної ідеології, специфікою надання освіти і відсутністю доступу громадян до реальної інформації про діяльність органів влади. Власне, наслідки цих комунікативних розривів у взаємовідносинах “влада-громадянин” ми відчуваємо і сьогодні, щоправда, у набагато ускладнених і осучаснених формах.

По-друге, історично зумовлена прихильність українців до демократичного устрою, який передбачає широку участь громадськості, обмеження ролі держави. Як відзначають Л.Гонюкова і Б.Максимець, функціями громадянського суспільства, зокрема, є “самовираз індивідів, їхня самоорганізація та самостійна реалізація ними власних інтересів”, “гарантування непорушності особистих прав громадян”, “систематизація, впорядкування, надання урегульованості протестам людей” [53, 188-189]. Описані функції ніби списані з характеристик українського народу, історія якого, по суті, є тривала (і до сьогодні) боротьба з авторитаризмом, боротьба за відстоювання прав громади.

Якщо ж говорити про етнопсихологічний портрет українця, то у В.Яніва побачимо цікавий опис: “Заглиблений у собі і маючи відчуття гідності, він прямує до повалення всяких обмежень особистої свободи, в тому числі до нівеляції соціальних перегород” [62, 127]. Взагалі, на думку В.Яніва, “українці – вроджені вороги деспотії”, при

цьому етнопсихолог наводить приклад запорожців, які сипали землю на голову новообраному кошовому, щоб він не смів думати про необмежену диктатуру. Погоджується з такою оцінкою козацької доби і економіст А.Гальчинський: “Побудована на основі виборних і самоврядних принципів, Козацька держава запровадила відповідальність вищих можновладців не лише перед привілейованими прошарками... а й перед всім населенням загалом” [51, 115].

А узагальнивши історичний досвід, М.Драгоманов відзначив: “свідомий лібералізм, як і свідомий демократизм, зародився на Україні вже далеко після смерті наших історичних автономних інституцій і далеко більше на абстрактно-європейському, ніж на історично-національному ґрунті” [63, 121].

Пізніше IV Універсал Центральної Ради від 9 січня 1918 року, написаний багато в чому під впливом історичних студій, звівши воєдино і “абстрактно-європейське”, й “історично-національне”, декларуватиме демократичні засади держави, запроваджуючи європейські принципи розподілу влади, провідної ролі парламентаризму, забезпечення громадянських прав і свобод людини. Та й саме правозахисний рух вже за радянських часів стане центром громадського життя, основою формування політичних партій в Україні – адже з неформальних товариств “дисидентів” створилися в середині 1988 р. Демократичний союз та Українська Гельсінська спілка. Зародження інституцій громадянського суспільства у той час відбувалося бурхливо – “за статистикою ЦК КПУ на березень 1989 року в Україні нараховувалося 60 тис. “неформалів”, які провели 1200 мітингів та зборів, до яких було залучено 13 млн. чол.” [53, 164].

До речі, органи місцевого самоврядування, змістовне і функціональне наповнення їхньої діяльності завжди було тією детермінантою, яка визначає ступінь демократизму існуючого політичного режиму. Як визнає Європейська хартія місцевого самоврядування, “ці органи (місцевого самоврядування – *С.Ш.*) виникли і розвивалися як пряма протипага абсолютній владі центру” [64, 561]. Власне, таке розуміння демократії знайшло відображення і в сучасній Конституції України, в якій низка статей присвячена опису місцевого самоврядування. Сучасний дослідник О.Прієшкіна робить закономірний висновок про взаємовиключність диктатури і місцевого самоврядування: “зважаючи на те, що основним способом правління диктаторів є використання всієї могутності державного апарату,

щоб через примус і насильство досягти власної мети, можна дійти висновку про неможливість співіснування антидемократичного режиму і місцевого самоврядування” [65, 32].

Відтак, саме критикована схильність українців до індивідуалізму і відповідний до цього характер його комунікативних зв'язків при міжособистісному та міжінституційному спілкуванні суттєво зумовили логіку розвитку вітчизняного громадянського суспільства. Відповідно, відцентрове тяжіння суспільного життя, зосередження на потребах громади і окремої особистості вимагали застосування вже й у давні часи усього арсеналу сучасних комунікативних технологій на відміну від автократичного режиму, який передбачає наявність монологу (а не діалогу) й односторонній потік інформації у вигляді ідеології та вказівок.

До речі, досить влучно про ментальну близькість самоврядування українському народу говорив у 2004 році тодішній президент Асоціації міст України (АМУ), багаторічний міський голова Києва Олександр Омельченко. Журналіст “Робітничої газети” Михайло Балтянський передав основні тези виступу О.Омельченка на Форумі з питань місцевого самоврядування [66].

- У нашій ментальності, - підкреслив Олександр Омельченко, - мабуть, на генетичному рівні присутні традиції місцевого самоврядування. В історії наших предків простежується, що основою державного устрою на теренах України було співіснування громад. Українці не любили і не люблять надвеликих державних утворень. Через це у нас завжди виникали проблеми з державністю, оскільки українцю цікавіше, як справи йдуть у сусіда, ніж те, що відбувається у столиці.

Тому, на думку промовця, місцеве самоврядування для України є стратегічно важливим інститутом, на основі якого повинна будуватися система управління державою. Фактично це та національна ідея державотворення України, на основі якої може себе повноцінно реалізувати наш народ.

- Ми сповідуємо ті самоврядні принципи, - продовжував президент АМУ, - які напрацювала світова спільнота, але є і певні відмінності, оскільки більшість європейських країн у своєму розвитку йдуть від державної демократії до громадянської, а ми пробуємо спочатку реалізувати демократію на рівні громади і далі вимагати її від державних інституцій. Модель ця близька до швейцарської та американської. Але біда в тому, що розпочали ми цю роботу, як кажуть, не з “чистого аркуша”, а з су-

перцентралізованого осколка колишньої імперії. І ті кадри, які служили в управлінні Радянського Союзу, сьогодні управляють Україною. Щоправда, якщо раніше вони служили ідеології Комуністичної партії, то сьогодні це завзятіше служать ідеології олігархічних кланів.

Нова ідеологія, наголосив Олександр Омельченко, на відміну від старої, взагалі не сумісна з місцевим самоврядуванням, оскільки їй необхідні лише позбавлені ініціативи та почуття власної гідності громади, залежні суди, зомбовані засобами масової інформації - "тупі" виконавці. Сутність цієї ідеології повністю оголили вибори в Мукачевому.

Навіть за радянських часів, навіть за тієї більшовицької ідеології чекістів подібних фактів в Україні не було. І це після 12 років незалежності! До чого дожились...

Але як би не було важко творити чи відтворювати місцеве самоврядування в Україні, сказав Олександр Омельченко, ми це робимо і будемо робити, бо цього хоче наш український народ. Ця система влади по духу йому близька, і світ довів, що альтернативи немає.

По-третє, історичний досвід самоврядування як своєрідного економічного устрою суспільства. Принциповим у цьому питанні для багатьох дослідників є протиставлення (або хоча б виокремлення) економічного устрою, властивого для українства, й економічного устрою Росії. Ще М.Костомаров відзначав, базуючи свої спостереження на етнопсихологічних факторах, що "примусова спільність землі й відповідальність одного перед усіма (міром) здаються Українцеві якнайнестерпнішою неволею й несправедливістю" [56, 250]. Сучасний економіст А.Гальчинський з цього приводу відзначає: "потрібно враховувати, що азійський спосіб виробництва та община – це не породження Київської Русі. Вони привнесені в Росію монголами. На українських землях тривалий час (до XVIII ст.) панівними залишалися принципи господарювання, близькі до європейських" [51, 11]. Європейські економічні відносини вимагали виникнення і європейських комунікативних практик – індивідуального власника важко було примусити щось робити силою, застосування магдебурзького права і навіть доволі обмежених на той час демократичних свобод вимагало створення виборних органів, проведення чогось на зразок громадських слухань, розвивало грамотність і книгодрукування. До того ж, початки місцевого самоврядування доводили вже тоді свою економічну ефективність.

Як писав з цього приводу І.Франко, “дороги і шляхи, мости і греблі, недороди і місцеві випадки, пошесті і хвороби, школи і лікарні - все се такі речі, що інакше залагоджуються в кожній губернії і вимагають окремого проводу і опіки не так уряду, як радше власних місцевих людей, зорганізованих для сього діла” [67, 444].

Про особливості економічного землеустрою українського селянства розповідає і сучасний письменник С.Грабовський [68].

...Український селянин був переконаним приватником. Лише з 1906 по 1910 роки чверть господарств, що входили до земельних громад, вийшла з них. Було утворено (до тих, що вже існували) 440 тисяч хуторів; на Правобережній Україні й Полтавщині, де общинне землеволодіння було слабо поширене, майже вся селянська земля стала приватною.

Відтак напередодні Лютневої революції 1917 року в руках українських селян було вже 65% усієї орної землі. А ще ж був і козацький стан (нащадки реєстрового козацтва, які ніколи не були кріпаками), майже всі - міцні господарі, “середняки” та “куркулі”, ще були і дрібні шляхтичі-землевласники.

Якщо десь і була на українських землях звичка до общинного володіння землею, то тільки там, де вона насаджувалася штучно “згори”, російською імперською владою. А поміщицьке землеволодіння фактично зійшло на пси без усяких ленінських декретів, залишилися тільки так звані “культурні господарства” і, звичайно, зернові латифундії Півдня.

Водночас добра половина українських селян-приватників охоче брала участь у різноманітних формах кооперації. Український кооперативний рух був започаткований ще “громадівцями”, тобто від самого початку він мав національний характер, його розгромила влада у середині 1870-х, з початком ХХ століття він відродився.

Напередодні 1917 року в українських губерніях працювало 7 тисяч кооперативних товариств різних галузей діяльності і близько 50 їхніх союзів. Споживчі кооперативні товариства обслуговували 9 мільйонів осіб.

1917 рік був відзначений значним організаційним зміцненням української кооперації. Знані кооперативні діячі брали безпосередню участь у створенні Центральної Ради, обіймали ключові посади в Генеральному Секретаріаті та багатьох місцевих адміністраціях.

Кооперація була середовищем для поповнення національ-

но управлінських кадрів. Саме кооперація згодом взяла на себе постачання армії УНР всім необхідним - амуніцією, зброєю, продовольством. Найавторитетніші кооператори впродовж 1919-21 років обіймали ключові посади в уряді УНР.

Українська кооперація вижила за громадянської війни і розвинулася за умов НЕПу, більшовики змушені були змиритися з її існуванням; наприкінці 1920-тих різними формами кооперації було охоплено більше 3 мільйонів з 5,1 мільйона селянських дворів Радянської України.

Це, на відміну від колгоспного ладу, була добровільна кооперація як форма самоорганізації вільного селянства за умов бодай і контрольованої згори, але ринкової економіки.

І тут в Радянській Україні за командою з Кремля почався "великий перелом", який вилився у колективізацію, розкуркулення й Голодомор...

Розглядаючи питання побудови ефективного вітчизняного комунікативного простору, нам необхідно розглянути і такий четвертий історичний аспект, як здатність українців продукувати власний епос і міфологію.

Власне, останнім часом українська міфотворчість виникла як своєрідний продукт протидії чужому комунікативному простору. Як відзначають вітчизняні дослідники, "тривалий процес руйнування державницьких устремлінь українського народу, насадження комплексу "молодшого брата" потребували у відповідь певної психологічної компенсації" [58, 18]. Технологія накидання "комунікативного ярма" в даному випадку вивчається галуззю науки під назвою "постколоніальні студії", і, за визначенням С.Грабовського, "один із результатів колоніальної практики... полягає в тому, що колоніалісти кидають тубільцям суму негативних стереотипів, які стають автостереотипами; тубільці самі починають вважати себе тупими, недолугими, людьми другого ґатунку..." [69, 56-57].

Наслідки такого колонізаторського впливу на "тубільний" комунікативний простір є надзвичайно руйнівними. І досить прикро усвідомлювати, що процес комунікативної колонізації триває в Україні і в міфотворчій структурі комунікативного простору, незважаючи на значну історичну практику українців саме у міфотворчості. Так, зокрема, про самотність української міфології говорить і В.Янів: "ми не бачимо в народній фантазії охоти до негарних, неестетичних велетенських міфічних образів, - до тих величезних, страшних, голо-

ватих та рогатих богатирів зі страшними ненатуральними інстинктами, які любить німецька й великоруська міфологія” [62, 32-33].

Справжній гімн значущості міфу для комунікації створила у своєму дослідженні російський педагог В.Горчакова, відкриваючи журналістам-практикам професійні секрети майстерності телеведучого [70].

Міф - завжди переможець, тому що, з одного боку, він відображає інтелектуальні потреби, вже апробовані всією історією людства, з іншого - найбільш точно відтворює очікуване і бажане. Тому, наприклад, будь-який політичний рух (тобто індивіди, що прагнуть до влади) продукує цілу серію міфів, покликаних виправдати його існування.

Міфологічний текст орієнтується насамперед на ірраціональну сторону людської психіки, коли шукають не інформацію, а надію, не факти, а оцінки, не логіку, а результат почуттів, не обґрунтованість, а панацею від всіх бід і т. д. Будь-яке повідомлення, як правило, сприймається теж ірраціонально: факти, цифри забуваються, залишається тільки загальне враження, якийсь емоційно забарвлений образ.

Механізми та архетипи колективного несвідомого амбівалентні і поза ідеологією. Завдання повідомлення - не стільки передавати зміст, скільки переконувати у своїй правоті, підказувати потрібні емоції і викликати потрібні почуття. Коли вдається розгойдати логіку до рівня магічного мислення, виникає магічний резонанс, який створює ефект, близький до стану двопалатної свідомості. Магічне мислення перетворює на своєрідні сполучені посудини індивідуальну самосвідомість і колективне несвідоме, особисту відповідальність та суспільну поведінку. Двопалатна свідомість призводить до того, що головні спонукання сприймаються як зовнішні, змушені, не свої. Крім того, на ефективність аудіовізуальної комунікації впливають такі характеристики повідомлення (Р. Орт): близькість до цільової аудиторії; намір (ненав'язлива демонстрація того, що комунікатор ставить до аудиторії з симпатією); протиріччя до ступеня можливої згоди; достовірність; експертиза (володіння даними експертних оцінок у досліджуваній галузі). При цьому слід посилювати параметри, що володіють найбільшою силою впливу. Успіх комунікатора залежить від вмілого варіювання цільовою аудиторією, каналом комунікацій, метакомунікативними знаннями і контекстом.

Пріоритети несвідомого в масових комунікаціях є безсумнівними. Колективне несвідоме ніколи не забувається. У вигляді міфологем воно зберігається в коморі нашої пам'яті, передаючись через міфи, легенди, казки, прислів'я та приказки, традиції, поведінкові стереотипи. Психологічні характеристики колективного несвідомого - це образність, асоціативність, перебільшення/применшення, спотворення, опущення, акцентування, спрощення, неадекватність, нереалістичність. Міфологема є одиницею масової свідомості, основою народної психології. Метафора, символ, герой, знак - ось виразні засоби колективного несвідомого. Психологія знака полягає в його підказці й переносному значенні...

РОЗДІЛ 3. ВИКЛИКИ ПЕРЕД УЧАСНИКАМИ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ В МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ

*Громадська думка не може висловлюватися з приводу того,
про що громадськість не поінформована.*

Василь Лизанчук

Для виконання дослідницького завдання проаналізуємо комунікативний потенціал існуючих механізмів реалізації прав громадян, передбачених законодавством про місцеве самоврядування, та обґрунтуємо необхідність запровадження додаткового регулювання цих механізмів задля налагодження дієвої соціальної комунікації, ефективного функціонування системи місцевого самоврядування.

3.1. Конфліктність середовища комунікації

Згідно з Конституцією України, єдиним джерелом влади є народ, який здійснює свою владу безпосередньо і через органи державної влади та місцевого самоврядування [71, ст. 5]. Закон України “Про місцеве самоврядування в Україні” первинним суб’єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень визначає територіальну громаду [72, ст. 6].

Також у системі українського законодавства існує низка нормативно-правових актів, які регулюють питання безпосередньої участі територіальної громади у місцевому самоврядуванні. Проте лише окремі з них містять детальний опис механізмів реалізації окреслених ними прав громадян на участь в управлінні територіальною громадою. У той же час аналіз повсякденної діяльності територіальних громад дає приклади існування інших, зовсім не врегульованих законодавством форм участі громадськості у місцевому управлінні, наприклад таких, як громадські експертизи, стратегічні конвенти тощо.

У даному викладі комунікативний потенціал місцевого самоврядування як соціальної системи – це не стільки оцінка можливості комунікатором досягти рівня ідеальної комунікації (така можливість важко піддається формалізованому опису), скільки наявність ресурсних можливостей (технічних, людських, правових, адміністра-

тивних, організаційних, морально-етичних, соціокультурних тощо) у системи та її структурних одиниць переформатовувати комунікативний простір. При цьому, звісно, комунікативний потенціал слід чітко пов'язувати з певною комунікативною ситуацією і, відповідно, комунікативним завданням, яке потрібно вирішити у цій ситуації. Наступне завдання у цьому ряді – визначення адекватних комунікативних стратегій для досягнення мети. Про такі комунікативні стратегії автор вже згадував [149], а в межах даної частини дослідження зосередимося на розгляді одного з низки актуальних комунікативних завдань, які постали перед місцевим самоврядуванням – на проблемі активізації участі громадян у розробці і прийнятті рішень. Для цього виправданим видається звернути увагу на форми безпосередньої участі громадян у місцевому самоврядуванні, які є, по суті, описаними в законодавстві моделями залучення громадян до управління на рівні територіальної громади. Крім того, безпосередня участь громадян є важливою умовою ефективного функціонування системи місцевого самоврядування. Адже, як відзначає український дослідник і практик В.Куйбіда, “ефективна діяльність системи місцевого самоврядування можлива за умови наявності надійних інформаційних зв'язків між усіма його ланками” [73, 86].

Загалом, проблема комунікативного потенціалу окреслюється конфліктом між ідеальною можливістю комунікації та її практичним втіленням.

Принцип “Не-кооперації” [74, 15], який базується на пріоритеті інтересів комунікатора над інтересами реципієнта комунікації, є одним з описів такого конфлікту. “Не-кооперація” веде онтологічну традицію від галузі військового мистецтва, де будь-яка стратегія (в тому числі – і комунікативна) передбачає активні дії в умовах конфлікту двох сторін. У цих умовах дії спрямовані на перемогу однієї сторони і, відповідно, – на поразку іншої. Подібна “війна всіх проти всіх”, яка увійшла у наукову думку із середньовіччя (Т.Гоббс), сьогодні, як вказує Дж. Пітерс, набуває у сучасному комунікативному просторі нових ознак, загрозливих для соціального буття вже сучасної людини. Адже “за поняттям “комунікація” постає низка прагнень сучасності”, а “бажання є найсильнішими, коли вони не задоволені; тому жадання спілкування означає також глибоке відчуття порушення соціальних взаємин” [75, 11]. Описуючи проблематику комунікації, Дж.Пітерс послуговується принципом “Не-розуміння”, яке вважає причетним до “багатьох з

найголовніших проблем епохи”.

Отже, виходячи з особливостей цього конфлікту, визначення можливих варіантів і напрямів удосконалення комунікації в певній соціальній системі пов'язане з виявленням загальної структури комунікації та основних компонентів комунікативного потенціалу структурних одиниць, які входять до системи – від окремого члена територіальної громади (людини) – до органів місцевого самоврядування як соціальних інституцій і територіальної громади в цілому.

В межах даного розділу немає можливості розглянути усі форми безпосередньої участі громадян у місцевому самоврядуванні та оцінити їхній комунікативний потенціал, тому зосередимо наше дослідження лише на тих формах, які зазначені у Законі “Про місцеве самоврядування в Україні” (далі – Закон). При цьому використаємо напрацьованя, зроблені автором спільно із дослідником С.Пінчуком [76].

3.2. Сутність безпосередньої участі громадян

Місцевий референдум. Загальні збори громадян. Місцеві ініціативи. Громадські слухання. Органи самоорганізації населення

Отже, згідно із Законом, безпосередніми формами участі членів територіальної громади у місцевому самоврядуванні є: місцевий референдум, загальні збори громадян, місцеві ініціативи, громадські слухання, органи самоорганізації населення [72, ст.ст. 7-9, 13, 14].

Ще однією формою, визначеною в Законі, є добровільне об'єднання (асоціації) органів місцевого самоврядування, але ми не розглядаємо її у даній статті, оскільки ця форма не стосується членів територіальних громад, а лише їхніх об'єднань.

На думку вітчизняного дослідника С.Пінчука, “навіть з поверхового аналізу статей, які описують форми безпосереднього врядування, можна зробити висновок, що вони мають, в основному, характер правових намірів” [77, 11]. Ці положення не дозволяють громадянам в повній мірі брати участь у підготовці та прийнятті рішень місцевою владою, здійснювати контроль за використанням коштів і майна громади. Не дають можливості відслідковувати, як впливають акти, що приймаються органами місцевого самоврядування, на права, свободи, інтереси громадян, на ефективність та прозорість діяльності цих органів. Майже усі вони потребують додаткового нормативного забезпечення на рівні місцевих положень,

в яких мають чітко прописуватися механізми реалізації декларованих Законом прав. І такі зобов'язання для органів місцевого самоврядування навіть містяться в Законі [72, п. 5 ст. 7, п. 3 ст. 8, п. 2 ст. 9, п. 4 ст. 13, п. 2 ст. 14].

Про правові колізії, які не дозволяють громадянам вповні використовувати свої конституційні права на участь у діяльності громади, відверто заявляв у 2003 році тодішній голова Комітету Верховної Ради України з питань державного будівництва й місцевого самоврядування Анатолій Матвієнко. Прикро, однак сьогоднішнє становище місцевих громад настільки критичне, що слова А.Матвієнко не втратили своєї актуальності [78].

Формально і Конституція, і чинний Закон про місцеве самоврядування (ухвалений ще 1997 року) гарантують громадянам право самостійно управляти своїми територіальними громадами. Але, на жаль, як це часто буває в Україні, в законі написано одне, а в житті відбувається зовсім інше. На практиці маємо цілковиту залежність сільського, селищного і міського самоврядування від районних і обласних державних адміністрацій. Цю залежність закладено вже в процедуру формування місцевих бюджетів - адже райцентр не може затвердити свого бюджету, поки райрада (а фактично - райадміністрація) не "спустить" йому відповідні нормативи. Трохи вільніше почуваються стосовно цього після ухвалення Бюджетного кодексу лише обласні центри і міста обласного підпорядкування. Але й тут в обласних адміністраціях є достатньо важелів тиску. Свідченням цього є, наприклад, нещодавні події в Сумах, де обраний міський голова не витримав нерівної боротьби з головою адміністрації і подав у відставку.

Основи для таких колізій закладено в нашому законодавстві, яке не визначає поділу компетенцій "по вертикалі". А тим часом погляньмо на сусідню Польщу. Там Варшава як звичайна гміна (адміністративна одиниця найнижчого рівня) входить до Мазовецького воєводства. Але функції міської ради Варшави одні, а сеймика воєводства - зовсім інші. Їхні компетенції ніде не перекриваються. Ніхто не думає ні на кого тиснути, кожен робить свою справу. Тому й ми конче потребуємо розділити компетенції органів самоврядування різних рівнів, а головне - наділити кожен із них власними джерелами формування бюджету.

Я навів один тільки приклад. На жаль, таких законодавчо неврегульованих моментів дуже багато. Наприклад, досі не виписано процедуру визначення меж адміністративно-територіальних одиниць (ніким не скасований давній документ відносить це до компетенції... Президії Верховної Ради, яка не діє

вже з 1996 року!) Не реалізовано принципу повсюдності місцевого самоврядування (маємо багато територій, на які не розповсюджується компетенція жодної з територіальних громад). Тому цілісну законодавчу базу, яка захищала б реальне місцеве самоврядування (а не просто декларувала його), тільки належить створити.

На жаль, маємо також констатувати: переважна більшість територіальних громад не здатна сьогодні сформувати бюджет, достатній бодай для якогось забезпечення інтересів населення. З понад 12 тисяч сільських рад більшість як у половині єдиною бюджетною установою взагалі є... сама сільська рада з головою, секретарем та сторожем. Стан районних центрів - не набагато кращий.

По суті, конкретизація і деталізація порядку виконання норм чинного законодавства з врахуванням місцевих особливостей, а також створення механізмів контролю за діяльністю влади з боку територіальної громади і окремих громадян є одним з основних завдань відповідних органів місцевого самоврядування. Адже “у системі місцевого самоврядування основним продуцентом його інтересів є місцеве співтовариство, визначене як територіальний колектив (громада)” [65, 47].

Відтак, проаналізуємо детальніше кожну з цих форм.

Місцевий референдум. Стаття 7 Закону містить лише кілька основних положень про місцевий референдум - окреслення кола питань, що можуть (і таких, що не можуть) бути предметом референдуму та зобов'язання виконувати рішення референдуму на відповідній території. Проте все зводиться до відсилання на неухильне дотримання Закону України “Про всеукраїнський та місцевий референдуми”, який був прийнятий ще до здобуття Україною незалежності (3 липня 1991 року) і є далеко не досконалим. У ньому, наприклад, навіть містяться положення, які обмежують реалізацію громадських ініціатив, зокрема, право голів відповідних місцевих рад реєструвати такі ініціативні групи та відмовляти у реєстрації [79, ст. 17] без зазначення конкретних підстав. Враховуючи ще доволі низький рівень співпраці органів місцевого самоврядування та громадськості, дані норми практично унеможливають призначення та проведення місцевих референдумів за ініціативою членів територіальної громади, особливо у випадках, коли предметом такого референдуму є дострокове припинення повноважень відповідної ради та її голови або скасування рішень місцевих рад. Достатньо лише

пригадати численні спроби київської громадськості впродовж 2006 року провести збори ініціативної групи з приводу дострокових виборів міського голови м.Києва. Міський голова Л.Черновецький (до речі, заслужений юрист України) убезпечував своє перебування на посаді, не підписуючи розпорядження про реєстрацію ініціативної групи – тобто блокував механізм референдуму ще до етапу видачі підписних листів.

Загальні збори громадян. Загальні збори громадян за місцем проживання є формою їхньої безпосередньої участі у вирішенні питань місцевого значення. Рішення загальних зборів громадян враховуються органами місцевого самоврядування в їхній діяльності. Порядок проведення загальних зборів громадян за місцем проживання визначається законом та статутом територіальної громади [72, ст. 3]. Інший нормативний акт, який більш детально регулює питання організації та проведення загальних зборів, – Постанова Верховної Ради України “Про затвердження Положення про загальні збори громадян за місцем проживання в Україні” [80]. Щоправда, ця Постанова була прийнята за кілька років до ухвалення законів України “Про місцеве самоврядування в Україні” та “Про органи самоорганізації населення”, а тому може застосовуватися лише у тій частині, що не суперечить зазначеним законам.

Отже, загальні збори громадян за місцем проживання (далі за текстом – Збори) можуть скликатися за місцем проживання громадян (села, селища, мікрорайону, житлового комплексу, вулиці, кварталу, будинку та іншого територіального утворення) [80]. Участь у зборах мають право брати громадяни, які проживають на відповідній території. Ось тут і постає питання про визначення меж територіальних утворень. Якщо з селом, будинком чи вулицею все зрозуміло, адже ці об’єкти мають чітко окреслені межі, то що є кварталом чи мікрорайоном? Як правило, у містах ці територіальні утворення існують, але в більшості неформально або без чітко визначених меж. Саме для забезпечення легітимності проведення Зборів у статуті громади або відповідному положенні мають бути зазначені усі наявні в місті територіальні утворення з окресленням їхніх меж. Тим більше, що рішення Зборів, як вважає законодавець, “враховуються органами місцевого самоврядування в їх діяльності” [72, п.2 ст.8].

Наступне питання, що потребує місцевого регулювання, – періодичність проведення зборів. Постанова [80] містить вимогу скликання Зборів не менш як один раз на рік, проте ніде не зазначено, яких

Зборів: будинку, вулиці чи мікрорайону. При цьому скликання Зборів є одним із повноважень сільського, селищного, міського голови [72, п. 11 ст. 42]. Іншими суб'єктами скликання Зборів є громадські комітети і ради самоврядування [80]. Отож ці терміни також мають знайти своє пояснення у відповідному положенні, прийнятому на місцевому рівні.

Також органи самоврядування мають визначити норми представництва громадян для проведення Зборів (конференції) представників. Ця вимога прямо міститься у Постанові [80]. Потребує регулювання на місцевому рівні і питання введення в дію рішень зборів. Зокрема те, як саме має виконуватися і контролюватися вимога неухильного виконання рішень усіма громадянами, що проживають на відповідній території. Для цього необхідно ухвалити місцевий нормативний акт, адже рішення Зборів самі по собі не можуть мати нормотворчого характеру. Крім того, Збори можуть також вносити пропозиції до порядку денного сесій місцевих рад (виконкомів). Відповідно, ці норми мають знайти своє відображення і в регламентах роботи місцевих рад та їхніх виконавчих комітетів.

Місцеві ініціативи. Згідно із Законом, члени територіальної громади в порядку місцевої ініціативи “можуть ініціювати розгляд будь-якого питання (виділення наше – *С.Ш.*), віднесеного до відання місцевого самоврядування” [72, п. 1 ст. 9], “місцева ініціатива підлягає обов'язковому розгляду на відкритому засіданні ради” [72, п. 3 ст. 9]. При цьому порядок внесення місцевої ініціативи, так само як і порядок оприлюднення рішення ради про результати її розгляду, визначається представницьким органом місцевого самоврядування або статутом територіальної громади.

Ці законодавчі норми розвивають положення статті 140 Конституції України, яка декларує право територіальної громади здійснювати місцеве самоврядування як через обрані органи, так і безпосередньо. “Фактично, процедура місцевої ініціативи – це спосіб безпосереднього нормотворення територіальної громади, це механізм вироблення в середовищі громади проектів рішень і винесення їх на розгляд представницького органу” [81, 31].

Проте практична реалізація цього права повністю віддана “на відкуп” органам місцевого самоврядування, які визначають механізм внесення, розгляду та оприлюднення рішення щодо місцевих ініціатив. При цьому законодавець надав вибір для органу самоврядування: закласти цей механізм у статут територіальної громади чи прийняти інший нормативний акт. Відповідно, місцева рада са-

мостійно встановлює правила, що регулюють порядок ініціювання, оформлення ініціативи та порядок участі членів ініціативної групи в розгляді ініціативи радою, тобто від визначення суб'єктів подання до вибору "дійових осіб" процесу регулювання на всіх етапах розгляду місцевої ініціативи.

Як вже згадувалося, перелік питань, ініційованих громадою, може бути надзвичайно широким. Однак успіх самоврядування (як і бажання членів громади щось ініціювати і робити) залежить насамперед і від економічного забезпечення можливості реалізації місцевих ініціатив. З цього погляду видається гідною наслідування практика виділення коштів на проекти місцевим громадам, яка реалізується вже декілька років на Вінниччині [82].

Один мільйон гривень - таку суму вперше передбачено для переможців конкурсу на кращий розвиток територіальних громад Вінниччини.

Започатковане п'ять років тому (стаття написана у 2008 році - С.Ш.) змагання місцевих рад дало можливість окремим громадам вирішити низку своїх проблем завдяки залученню коштів з обласного бюджету. Торік, наприклад, 25 територіальних громад, чий проект визнали кращими, отримали для їх реалізації 600 тисяч гривень.

- Участь у конкурсі - це шанс для розвитку ініціативи знизу, - каже голова облради Григорій Заболотний. - Причому конкретні проекти може пропонувати не лише місцева рада, а й окремі члени громади.

Обов'язковою умовою для участі в конкурсі є співфінансування пропонованих проектів. "Допомагати можна тому, хто сам щось робить, - наголошує голова облради. - Половину коштів на реалізацію проекту виділяє обласний бюджет, стільки ж має відшукати місцева громада". Втім, облрада може взяти на себе більшу частину витрат. Усе залежить від важливості проекту громади, а також від фінансового становища останньої. Вирішальною залишається ініціатива громади і бажання створити на своїй території комфортні умови для членів громади. Адже головна мета конкурсу - розбудити ініціативу людей на місцях.

Громадські слухання. Територіальна громада має також право проводити громадські слухання - зустрічі з депутатами відповід-

ної ради та посадовими особами місцевого самоврядування, під час яких члени територіальної громади можуть заслуховувати їх, порушувати питання та вносити пропозиції щодо питань місцевого значення, що належать до відання місцевого самоврядування. “Пропозиції, які вносяться за результатами громадських слухань, підлягають обов’язковому розгляду органами місцевого самоврядування” [72, ст. 13]. На відміну від місцевих ініціатив, де місцева влада повинна реагувати на подібну ініціативу прийняттям відповідних рішень, як зауважує А.Ткачук, “правові наслідки громадських слухань полягають у тому, що рада повинна розглянути на пленарному засіданні висновки й пропозиції слухань, однак прийняття якогось рішення по суті не є обов’язкове” [83, 25].

Норми чинного законодавства стосовно проведення громадських слухань також не уникнули критики з боку вітчизняних науковців. Так, наприклад, дослідник О.Бойко звертає увагу на невідомість самого предмета громадських слухань. “Адже право на зустріч депутата з виборцями – не право, а обов’язки народного обранця... Так само право на зустріч з посадовими особами органів місцевого самоврядування – обов’язки посадовців відповідно до законів” [84, 314].

Як визначено Законом, “порядок організації громадських слухань визначається статутом територіальної громади” [72, ст. 13], тому органи місцевого самоврядування повинні у статуті територіальної громади (далі – Статут) чітко прописати усі необхідні механізми проведення громадських слухань. Щонайменше, Статутом має бути врегульовано: перелік питань, щодо яких мають проводитися громадські слухання в обов’язковому порядку та періодичність їхнього проведення; порядок оголошення та процедура проведення громадських слухань за ініціативи органів місцевого самоврядування; порядок організації та проведення громадських слухань за ініціативи громадян, де зазначити вимоги до ініціативної групи щодо проведення громадських слухань, порядку та кількості збору підписів, призначення дати слухань, участь представників органів місцевого самоврядування у таких слуханнях тощо; порядок документування ходу проведення громадських слухань, прийняття рішень та їхнього оформлення; порядок оприлюднення та введення в дію результатів громадських слухань; порядок здійснення витрат, пов’язаних із підготовкою та проведенням громадських слухань як з ініціативи органів місцевого самоврядування, так і з ініціативи громадян.

Статут може і не містити всього опису процедур проведення громадських слухань аж до дрібниць, а передбачати лише загальні норми. В такому випадку постає необхідність затвердження місцевою радою “Положення про проведення громадських слухань”, яке буде спиратися на норми закону та Статуту громади і регулювати всю процедуру якомога детальніше.

Органи самоорганізації населення. Органи самоорганізації населення (ОСН) є конституційними інститутами. Відповідно до Конституції України “сільські, селищні, міські ради можуть дозволяти за ініціативою жителів створювати будинкові, вуличні, квартальні та інші органи самоорганізації населення і наділяти їх частиною власної компетенції, фінансів, майна” [71, ст. 140]. Закон відносить органи самоорганізації населення до системи місцевого самоврядування і визначає їх як “представницькі органи, що створюються частиною жителів, які тимчасово або постійно проживають на відповідній території в межах села, селища, міста” [72, ст. 14]. У 2001 році прийнято Закон України “Про органи самоорганізації населення” [85], яким було врегульовано питання створення, організації діяльності, визначення повноважень та відповідальності ОСН. Однак законодавець створив ще і певну правову колізію, встановивши у ч. 2 ст. 3 Закону України “Про органи самоорганізації населення” вичерпний перелік ОСН, які мають право створювати члени територіальної громади. При цьому законодавець відніс до них: будинкові, вуличні, квартальні комітети, комітети мікрорайонів, комітети районів у містах, сільські, селищні комітети. Як слушно зауважує Н.Пеліванова, “це суперечить Конституції України та Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні”, які не обмежують право громадян на участь у місцевому самоврядування в будь-якій частині території населеного пункту” [86, 206].

Крім того, незважаючи на законодавче забезпечення діяльності ОСН, існує низка нормативно-правових прогалин, які мають бути заповнені на підзаконному рівні. Муніципальне регулювання порядку організації і діяльності ОСН покликане удосконалити процедуру оформлення ініціативи. Зокрема, має бути зазначено, що формою реалізації ініціативи зі створення органу самоорганізації населення, крім зборів, є також і конференція членів територіальної громади міста, які постійно проживають на певній території.

Проведення місцевих виборів винятково за партійними списками у 2006 році також, на думку дослідника А.Дуди, спричинило додаткові ризики для розвитку органів самоорганізації населення [87, 31].

“Пропорціоналізація” місцевих виборів мала і непрямі наслідки для місцевого самоврядування, а саме для розвитку органів самоорганізації населення. Свого часу, класифікуючи суб’єктів ініціативи при створенні органів самоорганізації населення, ми вже виділяли депутатів місцевих рад. Саме депутати місцевих рад були авангардом процесу створення органів самоорганізації населення після 2001 року, оскільки вважали ці органи, серед іншого, одною з форм забезпечення депутатської діяльності. Вже хрестоматійним став приклад комітету самоорганізації мікрорайону “Виборчий округ № 32” у місті Бердянську Запорізької області, де орган самоорганізації створювався в межах виборчого округу. Після ліквідації мажоритарної виборчої системи на міських виборах мотивація місцевих депутатів до створення органів самоорганізації населення була зведена до нуля.

Відповідні “Положення” мають встановлювати норму представництва, порядок реєстрації ініціативи про скликання установчої конференції. Також варто визначити, за чиїм розпорядженням і в який термін скликається установча конференція, викласти порядок інформування про її проведення.

Також у “Положенні” мають бути чітко зазначені: типовий перелік повноважень, що можуть делегуватися органам самоорганізації населення в разі їхнього створення; норми щодо організаційно-правових режимів взаємин ОН і органів місцевого самоврядування (підконтрольності, підзвітності й відповідальності). Поряд з тим, згідно із законодавством [85], виконавчий комітет місцевої ради має затвердити “Методичні рекомендації порядку здійснення легалізації органів самоорганізації населення”.

Хоча, зрозуміло, повсякденна практика життєдіяльності територіальних громад вносить свої корективи. Із деякими правовими та організаційними перешкодами, наприклад, довелося зіткнутися голові Суворовської районної у місті Херсоні ради Івану Лопушинському [88], який вважає, що через обмеженість повноважень “районні ради перетворено на “Тимурівські команди”.

Про яку роль територіальної громади можна говорити, якщо ми протягом двох років навіть не можемо зареєструвати ухвалений радою статут територіальної громади, оскільки постанова Кабінету Міністрів, на відміну від Конституції та Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні”, не передбачає такої ланки самоврядування, як район у місті.

Увесь світ іде шляхом децентралізації влади, оскільки гро-

мадянин має вирішити принаймні 95 відсотків своїх питань там, де проживає, а не в Києві чи обласному центрі. Але щоб так сталося, слід провести докорінне реформування самої системи влади в державі.

Не треба боятися укрупнення областей і районів. Маємо подолати хибну радянську практику вирішувати свої питання нагорі - в районі, області чи столиці. Усі повноваження з розв'язання проблем місцевого життя слід передати територіальним громадам, обраним ними радам та органам самоорганізації населення.

Друге - адміністративна реформа. Потрібно відмовитися від таких структур виконавчої влади, як державні адміністрації на рівні областей і районів. Рада, виконком - ось і все. Державна адміністрація повинна мати лише контрольні функції.

І, зрештою, третє: маємо домогтися виконання хоча б тих законів, які вже є. Треба повернути незаконно забрану основу місцевого самоврядування, зокрема в районах у містах. Стаття 16 Закону "Про місцеве самоврядування в Україні" стверджує, що "матеріальною і фінансовою основою місцевого самоврядування є рухоме й нерухоме майно, доходи місцевих бюджетів, позабюджетні цільові та інші кошти, земля, природні ресурси, що є у комунальній власності територіальних громад... районів у містах". Проте це підґрунтя вибито з-під ніг територіальних громад районів у містах окремими міськими радами. І що ми маємо, точніше, чого не маємо, сьогодні: ані майна, ані самостійних фінансових потоків, ані землі, ані самої територіальної громади. Скажемо прямо: на рівні району в місті місцевого самоврядування просто немає, оскільки районні ради перетворено на свого роду "Тимурівські команди". Тому треба законодавчо розмежувати повноваження між міською і районною у місті радою...

На мою думку, сьогодні має по-справжньому запрацювати Закон України "Про органи самоорганізації населення". Наша районна у місті рада вже делегувала кварталним комітетам частину своїх повноважень із передачею відповідного фінансування.

3.3. Проблеми правового регулювання форм безпосередньої участі громадян

Отже, як свідчить проведений аналіз, механізм реалізації практично в усіх зазначених в Законі формах безпосереднього здійснення місцевого самоврядування (крім місцевого референдуму) частково, а то і повністю має регулюватися нормативно-

правовими актами органів місцевого самоврядування. На жаль, у переважній більшості населених пунктів України немає ні статутів територіальних громад, ні - тим більше – низки спеціальних положень місцевих рад. За даними Міністерства юстиції України, на кінець 2006 року з 11 521 територіальної громади тільки 1341 територіальна громада мала зареєстрований статут [89, 5]. В тих же містах, де є ухвалені радами Статуту, механізми громадської участі відрегульовано на користь не громади й громадянина, а органу місцевого самоврядування. Це унеможлиблює реалізацію прав громадян на участь у вирішенні питань місцевого значення.

Як відзначає експерт Національного інституту стратегічних досліджень Ю.Лагутов, локальні нормативно-правові акти містять такі основні недоліки [90]: відтворення у Статутах положень Закону практично без конкретизації порядку проведення заходів участі громадян у місцевому самоврядуванні; позбавлення територіальної громади права скликати громадські слухання; відсутність уніфікованих критеріїв щодо визначення кількості ініціаторів звернення із громадською ініціативою до представницького органу.

Так, кількість підписів на підтримку місцевої ініціативи коливається від 16 до 60 000 підписів виборців, зареєстрованих на відповідній території, що створює загрозу використання права громади не для вирішення важливих питань, а як засобу політичного блокування роботи органів місцевого самоврядування [86, 206]. Статут м. Івано-Франківськ визначає необхідну кількість ініціаторів громадських слухань у розмірі 5 відсотків учасників територіальної громади, які мають право голосу на виборах. У Статутах міст Луцька, Чернівців, Чернігова необхідна кількість суб'єктів ініціювання громадських слухань становить 500 членів територіальної громади, у Херсоні – 300, у Запоріжжі, Дніпропетровську – 250, у Рівному - 1000. Статут м. Києва взагалі не визначає мінімальної кількості його мешканців, які можуть ініціювати громадські слухання.

Також наслідком нормотворчої діяльності на місцевому рівні виявилось встановлення незаконних обмежень можливостей громадян брати участь у місцевій політиці. Адже актами деяких місцевих рад передбачено можливість визнання недоцільності розгляду в раді питання, внесеного в порядку місцевої ініціативи (міста Ві-

ниці, Суми, Харків). У такому випадку порушується гарантоване Законом [72, ч. 1 ст. 9] право на розгляд питання, внесеного в порядку місцевої ініціативи. Як відзначає С.Пінчук, “Статут м. Луганськ є дійсно чудовим “прикладом” євроінтеграційних і демократичних потуг нашого самоврядування, адже він передбачає право міського голови або відповідного виконавчого органу Луганської міськради надати вмотивовану відмову... у скликанні загальних зборів” [91, 123].

До недоліків місцевих нормативних документів також можна віднести: нечітку регламентацію порядку діяльності ОСН, їхніх відносин з іншими органами місцевого самоврядування у вирішенні питань, механізму наділення органів самоорганізації населення міста окремими повноваженнями місцевої ради, передачі фінансів та майна; відсутністю положень, які б забезпечили впровадження результатів громадських ініціатив. Усе це не сприяє підвищенню рівня довіри громадян до органів місцевого самоврядування, збіднює і викривлює комунікативний простір, створюючи штучні бар’єри як для найпростішої комунікації, так і для складної, але бажаної процедури участі громадян у плануванні і прийнятті рішень, що стосуються розвитку місцевої громади.

3.4. Фінансово-економічна криза

Зазначимо, що іноді в інформаційному процесі, особливо на місцевому рівні, “за деревами не видно лісу”, бо УКП за перебиранням різноманітних КТ, засобів PR і такою ж хаотичною зміною найнятих політтехнологів ніби втрачають з поля зору основну проблему інформаційної кампанії – донесення до реципієнта цілісного і гармонійного образу інформаційного об’єкта (кандидата, установи, суспільної небезпеки чи суспільної вигоди тощо). Прикладною формою цього образу (в деяких випадках можна говорити – “іміджу”) під час інформаційної кампанії якраз і є, на нашу думку, політична ідентифікація як набір комунікативних, іміджевих, смислоутворюючих та почуттєвих складових, за яким реципієнт інформаційно-комунікативного впливу впізнає “свій”, привабливий для нього об’єкт, зв’язує з ним свої інтенції, може оцінити його розвиток у минулому, місце у сучасному і спрогнозувати вплив об’єкта в майбутньому на суспільно-політичні процеси загалом та на себе особисто зокрема.

Відтак, можна розглядати інформаційну кампанію як ієрархію методологічних завдань КСт, на вершині якої знаходиться проблема донесення до виборця цілісної картини ідентифікації (з огляду на специфіку завдань місцевого самоврядування - в основному – політичної ідентифікації) об'єкта. Як вже відзначав автор, досліджуючи один з прикладних видів інформаційної кампанії на місцевому рівні – вибори міського голови, “саме цій проблемі підпорядковані завдання, які стоять перед виборчими штабами кандидатів - створення і підтримки іміджу, розробки месиджів, слоганів, програм, навіть кольорове вирішення наочної агітації та вживання відповідної лексики” [92, 103].

І от не стільки із процесом “формування” (цього, на щастя, вітчизняні PR-ники та іміджмейкери вже навчилися), скільки саме з процесом “донесення” політичної ідентичності об'єкта до реципієнта в ході впровадження КСт і виникають труднощі. Водночас, слід відзначити, що деякі останні тренди суспільного розвитку висувають досить серйозні проблеми перед УКП і на місцевому рівні.

По-перше, фінансово-економічна криза примушує УКП ретельно перебрати увесь набір КТ, звернувши увагу на найбільш ефективні (в розрізі “затрати/результат”). У цьому контексті, безумовно, найперспективнішими є новітні КТ, які діють в електронних співтовариствах і використовуються за допомогою віртуальних ЗМК. Щоправда, варто згадати існуючі об'єктивні та суб'єктивні обмеження при використанні УКП на місцевому рівні цих специфічних КТ, які ще називають Е-комунікаціями [93], що у розвинених країнах вже стали складовими системи Е-урядування (табл. 3.1).

Під “Е-урядуванням” розуміють спосіб організації державної влади за допомогою систем локальних інформаційних мереж та сегментів глобальної інформаційної мережі, що забезпечує функціонування органів влади в режимі реального часу та робить максимально простим і доступним щоденне спілкування з ними громадян, юридичних осіб, неурядових організацій [94].

Таблиця 3.1. Чинники, які обмежують використання Е-комунікацій при проведенні інформаційних кампаній у місцевому самоврядуванні

Комунікативна ситуація / чинники	Об'єктивні чинники*						Суб'єктивні чинники**					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Вибори (місцеві)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Вибори (національні)	0	-	0	0	+	0	-	+	+	+	+	+
Інформаційно-просвітницька кампанія (місцева)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Інформаційно-просвітницька кампанія (національна)	0	+	0	0	+	0	-	+	+	0	+	+
Активізація громадян до участі в прийнятті рішень на рівні територіальної громади	+	+	+	+	+	+	+	+	+	0	+	+
Залучення інвестицій, підвищення туристичної привабливості на рівні територіальної громади	-	+	0	+	0	0	+	+	+	+	+	0
Комунікативна ситуація / чинники	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6

Примітки. “+” - чинники істотно впливають, “0” - чинники не виявляють впливу, “-” - чинники відсутні.

***Об'єктивні чинники**

1. Недостатнє покриття мережею Інтернет.
2. Відсутність достатнього фінансування.
3. Порівняно невелика кількість користувачів (доступність Мережі) і сформованих на локальному рівні Е-спільнот (залученість до Мережі).
4. Відсутність фахівців у галузі Е-комунікації в місцевому самоврядуванні.
5. Відсутність методологічної основи та інструментарію для оцінки ефективності комплексу заходів, проведених за допомогою Е-комунікації.
6. Особливості гуманітарного розвитку даної територіальної громади (чисельність і густота населення, рівень освіти, кількість навчальних закладів, рівень доходів).

****Суб'єктивні чинники**

1. Неможливість залучення фахівців (як правило, високооплачуваних) у сфері PR та IT при обмеженому фінансуванні локальних інформаційних кампаній і програм.
2. Зайнятість працівників “поточними” справами штабу, установи.
3. Використання “відпрацьованих” стандартних комунікативних технологій залученими до інформаційної кампанії фахівцями, які, як правило, не бажають ризикувати.
4. Замкненість інформаційних кампаній і комунікативних процедур на одній особі (неефективна побудова команди).
5. Корупційна складова (невиправдані витрати на підконтрольні засоби масової комунікації, недотримання запланованої інтенсивності медіа-впливу, завищення ціни, порушення при тендерах тощо).
6. Відсутність необхідності комунікації між УКП та громадянином у міжвиборний період (побудова і фінансування регіональних партійних структур, які мають представництво в органах місцевого самоврядування “зверху-вниз”).

Тобто Е-урядування (англ. e-government) передбачає, що будь-який громадянин через інформаційно-комунікаційні засоби може звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування для отримання необхідної інформації і головне - для отримання адміністративних послуг, що значно економить як час отримувача державних послуг, так і бюджетні витрати на адміні-

стрування. До того ж, як зазначає Д.Холмс, “використання мережі Інтернет не тільки полегшить життя людини, воно змінить її ставлення до управлінських структур: сучасних, а не тільки інституційних, ефективних, а не бюрократичних, доброзичливих, а не агресивних” [95, 35]. У той же час, “в порівнянні із зарубіжними країнами розвиток електронного урядування в Україні перебуває на початковому етапі, що є наслідком низького рівня інформатизації суспільства, відсутності необхідної фізичної інфраструктури” [96, 27].

Про певні “труднощі перекладу”, тобто про складність уніфікації понятійного апарату при перенесенні закордонних досліджень на терени пострадянських країн говорить і російська дослідниця Е-урядування Тетяна Жукова [97].

...Трактування цього поняття (“електронний уряд” – С.Ш.) іноді неправильно зводиться лише до забезпечення державних структур інформаційно-комунікаційними технологіями. Найчастіше наріжним каменем ставиться прозорість діяльності держави, доступність для громадян рішень, що приймаються адміністрацією. У цій ситуації головне - діяльність самої держави, підвищення її ефективності на основі використання новітніх цифрових технологій: держава виступає одночасно як замовник і клієнт інноваційного проекту.

Безглуздо сперечатися з тим, що цифрова присутність урядових структур у мережі Інтернет є невід’ємним елементом електронного уряду. Проте зворотне неправильно: не завжди таку присутність можна назвати електронним урядом, сутність якого потребує значно глибшої перебудови традиційних форм діяльності. На наш погляд, дуже важливо більш чітко окреслити межі досліджуваного процесу, підкресливши, що під електронним урядом ми розуміємо не тільки спосіб модернізації вже існуючих структур і відносин, а й самостійну ідею комплексної трансформації самих принципів організації управління державою, концепцію, спрямовану на підвищення ефективності адміністративної діяльності.

І найважливішим критерієм підвищення цієї ефективності повинно стати задоволення потреб громадян через вдосконалення роботи державних структур. Це має супроводжуватися виникненням нового соціального явища і, відповідно, поняття “електронна демократія”, яке включає в себе такі елементи, як комп’ютерна грамотність, універсальний доступ до інформації, активне правління, електронна пошта, електронне голосування, Інтернет та інші аспекти інформаційного суспільства, які активізують соціальну позицію громадян, підштовхують їх до більш широкого використання своїх прав і

свобод. Цифрова демократія є атрибутом захисту громадянами своїх інтересів та визначення форм співпраці з державою в рамках електронного уряду, створення якого прямо або опосередковано сприяє впровадженню елементів інформаційного громадянського суспільства в життя.

3.5. Зниження рівня довіри громадян

По-друге, суттєві зміни відбулися і в суспільному сприйнятті сучасних політичних процесів. Тепер ми говоримо вже не про внутрішньосистемну методологічну проблему, яка стосується виключно УКП, а про значно серйозніші виклики, які постали і з іншої сторони комунікативного процесу – з боку реципієнтів. Адже традиційна критичність реципієнтів до інформаційного продукту і, як наслідок, – до інформаційного об’єкта (якщо йдеться, наприклад, про вибори, то виборці все частіше говорять про кандидатів: “всі вони однакові – багато обіцяють, мало роблять”), низька довіра громадян до органів влади останнім часом трансформувалися в небезпечну тенденцію - зростання зневіри в демократичні процедури взагалі, так і в зневагу до органів влади, які застосовують ці демократичні процедури. Як визнали фахівці Національного інституту стратегічних

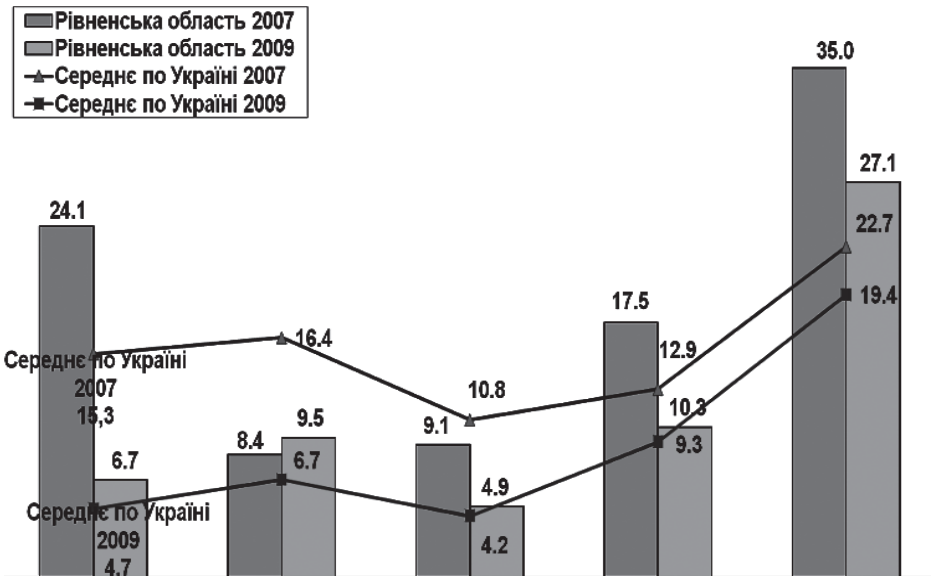


Рис. 3.1. Рівень довіри до органів влади у мешканців Рівненської області та середні показники рівня довіри по Україні (2007-2009 рр.)

досліджень (НІСД), “на сучасному етапі розвитку України до найактуальніших завдань належить залучення громадськості до процесу прийняття рішень і як результат цього – досягнення ефективності та прозорості діяльності органів публічної влади” [98, 296]. Експерти НІСД роблять висновок, що закритість влади від громадськості (особливо при прийнятті рішень) є суттєвим гальмівним чинником на шляху демократичних перетворень в Україні, і тільки “широка участь громадян України у процесі прийняття управлінських рішень поліпшить процес управління в цілому, підвищить довіру до влади та допоможе зміцнити та консолідувати зусилля для ... вирішення проблемних питань сьогодення” [98, 297].

Дані рис. 3.1 сформовано на підставі матеріалів звіту, підготовленого компанією “Менеджмент Системз Інтернешнл” у співпраці з Київським міжнародним інститутом соціології (червень 2009 р.) і містять оброблену інформацію з відповідей респондентів на запитання інтерв’юера: “Наскільки Ви довіряєте органам та гілкам влади?” співвідносно до Президента і його Секретаріату, Кабінету Міністрів України, Верховної Ради України, обласної влади, місцевих органів влади [99].

Відповідно до даних соціологів, рівень довіри мешканців Рівненщини до органів влади, як і мешканців України в цілому, неухильно зменшувався. Різкого удару завдано насамперед по президентській вертикалі (падіння з 24,1% у 2007 році до 6,7% у 2009), хоча найнижчі в абсолютному значенні показники традиційно належать Верховній Раді (відповідно – 9,1% та 4,9%). У той же час дані дослідження свідчать, що загальна зневіра громадян до владних інституцій не обминула і місцеве самоврядування. І хоча показники довіри до обласної і місцевої влади залишаються у переліку владних інституцій найавторитетнішими для мешканців Рівненщини, однак швидка втрата довіри громадян до обласної влади (майже вдвічі за вказаний дворічний період) і до органів місцевої влади (майже на третину) доводить необхідність вжиття невідкладних комунікативних заходів, розробки і впровадження системних комунікативних стратегій.

Варто відзначити, що тенденції, виявлені соціологами на Рівненщині, повністю повторюють тенденції загальноукраїнської громадської думки. А однією із цікавих особливостей, яка може слугувати доказом на користь надзвичайної прихильності рівнян до інституції місцевого самоврядування, є та обставина, що мешканці

області більше довіряють органам місцевої влади (35% у 2007 році й 27,1% у 2009), ніж це може собі дозволити середній українець (відповідно – 22,7% та 19,4%).

Рівень довіри населення до соціальних інститутів є важливим показником легітимності та ефективності державної влади й органів місцевого самоврядування. Окремі державні служби з централізованим апаратом (і у цьому досвіді, на жаль, Україні не належить першість) вносять соціологічні заміри довіри громадян до їхніх службовців як обов'язковий елемент для формалізованої оцінки діяльності своїх інституцій. Так, наприклад, “показник довіри, поряд з іншими об'єктивними (статистичними) відомостями, міститься у Комплексній системі оцінки діяльності органів внутрішніх справ та окремих підрозділів, що запроваджена з 2002 року в Російській Федерації” [100, 229]. І хоча для оцінки такої специфічної діяльності, як правоохоронна, і на це справедливо вказує науковець А.Бова, доречними є багато інших показників (рівень розкриття злочинів, навантаження на працівника, якісна характеристика стану протидії криміналітету в країні та її регіонах тощо), все ж саме показник довіри є важливою характеристикою оцінки будь-якої діяльності з огляду на її належність до публічної (державної) служби, якості надання послуг і взаємодії з громадянами.

У той же час світові соціологічні заміри свідчать: показник довіри до неурядових інститутів та неполітичних об'єднань (церква, ЗМІ, профспілки) є вищим, ніж до політичних партій та інститутів державної влади (крім армії). Як відзначає А.Бова, “насамперед це пов'язано із зниженням ефективності роботи офіційних інститутів, матеріальною диференціацією, поширенням подвійної моралі й тіньової практики розв'язання питань, коли відчувається розрив між цінностями суспільства і легальними засобами їх досягнення” [101, 98].

Тезу про те, що самі політики винні у зниженні рівня довіри до них громадян, ілюструє дослідження комунікативних стратегій і тактик у сучасному масмедійному політичному дискурсі, здійснене вітчизняним філологом Л.Славою [102]. Дослідниця, порівнюючи висловлювання американських і українських політиків, доводить: вони майже однакові – і в своєму бажанні сподобатися, “ідентифікуватися з виборцем, і в своєму бажанні не говорити правду чи, принаймні, всієї правди”.

Одна з найважливіших стратегій політичного дискурсу – стратегія ідентифікації, тобто ототожнення політика з народом. Ефективна переконуюча комунікація спрямована на вселяння адресату думки, що лідер – “своя”, близька до народу людина. Мовними засобами вираження вказаної стратегії в американському політичному дискурсі є використання, зокрема, просторічної лексики: *This guy – Saddam Hussein was brutal for the people of Iraq*, а в українському – використання присвійного займенника “наш” та універсальних висловлювань.

Залежно від характеру інформаційних перетворень у політичному дискурсі розмежовують такі види маніпулювання: 1) референційне маніпулювання, пов’язане з перекручуванням денотата/референта у процесі позначення дійсності; 2) аргументативне маніпулювання, пов’язане з порушенням постулатів спілкування.

Один із видів референційного маніпулювання – фактологічне маніпулювання, тобто перекручування фактів (недомовки, брехня, перебільшування, створення референційної невизначеності). Засобом створення референційної невизначеності у сучасному американському політичному дискурсі є використання пасивних конструкцій: *That issue is being addressed. Details need to be worked out*; синтаксичного еліпсису: *undesirable discharge - not desired by whom?* Використання слів з дифузною семантикою характерне як для американського, так і для українського політичного дискурсу: *Now, some will say, well, we’ve got to raise taxes in order to balance the budget. I якщо будуть якісь відводи або категоричні протести, будуть внесені корективи.*

До засобів творення референційної невизначеності у сучасному українському політичному дискурсі належить також уживання слів широкої семантики: Як заявив ... фахівці партії могли б допомогти вирішити проблеми в економічній, фінансовій, енергетичній та гуманітарній сферах. Політики використовують малозрозумілі для широкої аудиторії юридичні, економічні, військово-технічні терміни; книжні слова з метою створення ситуації невизначеності...

Для здійснення впливу на аудиторію американські та українські політики вдаються до використання певних стратегій і тактик, зокрема, створення іміджу, стратегії ідентифікації, маніпулятивних стратегій, але засоби реалізації вказаних стратегій різні.

Ще одним чинником, який пояснює низький рівень довіри громадян, зокрема, до органів місцевого самоврядування, на нашу думку, є як незадовільний рівень комунікації між посадовими осо-

бами місцевого самоврядування і громадянами, так і незадовільний рівень комунікації між всіма суб'єктами місцевого самоврядування – включаючи кожного окремого представника територіальної громади, НДО, бізнесу, влади тощо.

Особливо проблематичною комунікація в комунікативному просторі місцевого самоврядування стала (і це засвідчують соціологічні тенденції) після виборів 2006 року, коли вперше місцеві ради обиралися за пропорційною системою. Наявність посередника (місцевої організації політичної партії) вкрай ускладнила і до того непросту комунікацію між громадянином і органом місцевої влади. Як відзначає вітчизняний дослідник А.Дуда, “в сучасних умовах пропорційна система виборів суттєво звужує майданчик для співпраці громади і влади” [87, 31], та й комунікативні наслідки важко назвати позитивними – “перехід до пропорційної системи виборів на місцевому рівні призвів в окремих регіонах до падіння рівня демократичності муніципальних видань (тобто тих видань, засновниками яких є органи місцевого самоврядування)” [87, 32]. Наведений далі для ілюстрації уривок із праці [87] деталізує тезу ускладнення комунікації.

Насамперед відзначимо падіння якості депутатської роботи. Про це однозначно свідчать дослідження, проведені УНЦПД та Інститутом політичної освіти. У своїй доповіді, представленій за результатами дослідження діяльності депутатів місцевих рад нового скликання, експерти Інституту політичної освіти роблять переконливий висновок про різке падіння якості роботи депутатів із виборцями. Як показує наш власний вибірковий аналіз, наразі серед чинників погіршення комунікації громади і влади варто назвати: 1) скорочення практики особистого прийому виборців депутатами місцевих рад; 2) зменшення кількості зустрічей депутатів із виборцями; 3) скорочення практики звітування депутатів перед виборцями; 4) скорочення кількості депутатських звернень із проблематики, важливої для виборців, тощо.

Серйозні зміни сталися у практиці комунікації виборців з органами місцевого самоврядування і через ліквідацію інституту депутатського фонду. Депутатський фонд наразі не передбачений чинним законодавством, хоча його формалізація можлива на рівні локальних нормативних актів. Тим більше, що Закон про місцеве самоврядування дозволяє місцевим радам це робити, скажімо, через передбачене статтею 26 право на “затвердження програм соціально-економічного та культур-

ного розвитку відповідних адміністративно-територіальних одиниць, цільових програм з інших питань місцевого самоврядування”. Тому в більшості українських міст такі фонди утворювались у вигляді, скажімо, фондів соціально-економічного розвитку виборчих округів на території певної територіальної громади. За допомогою цих фондів депутати могли сприяти виборцям у розв’язанні соціальних питань, благоустрої території. Особливо це стосувалося депутатів Київської міської ради, де такий фонд складав на одного депутата 680 тисяч гривень на рік; в інших містах (як правило, містах обласного значення) ця сума коливалася в межах 10–30 тисяч гривень на рік. Після ліквідації інституту виборчого округу така форма мотивації зв’язку депутата з виборцем була ліквідована.

Ці негативні тенденції, крім іншого, є наслідком впровадження неефективних КТ, особливо – технологій з односторонньою комунікацією, властивою для тоталітарних спільнот [12; 44], а тому потребують серйозного діагностування і термінового застосування низки інформаційно-комунікативних заходів, опис і аналіз яких виходить за межі даного дослідження.

Певні спроби для запровадження двосторонньої комунікації вже роблять політтехнологи центральних штабів. Це засвідчив і досвід проведення останньої президентської кампанії в Україні 2010 року. Щоправда, рівень виконання такої “двосторонньої комунікації” викликав чимало запитань у фахівців. Зокрема, медіа-експерт Мар’яна Почтар критично оцінила практику запровадження кол-центрів [103] різними кандидатами на посаду Президента.

Кол-центр не дає реального відчуття спілкування з кандидатом. Виборець кудись телефонує, на щось скаржиться чи щось запитує – і не може отримати миттєву реакцію на свій запит.

Кол-центр не дозволяє проводити безпосередню комунікацію з кожним окремим виборцем, виявляти лояльних і нелояльних до кандидата виборців, проводити соціологічні опитування, громадські обговорення тощо.

Ці завдання можливо вирішити лише за допомогою прямого спілкування кандидатів з виборцями, або за допомогою тих же мобільних технологій.

Головне, не було реалізовано технологію реального наближення кандидатів до виборців. Вони так і залишилися за сті-

ною кол-центрів, за спинами охоронців і віртуальної комунікації по телебаченню.

Тому залишається задовольнятися наявними технологіями спілкування з кандидатами й чекати, коли нас нарешті почують в повній мірі.

А реалізувати це виборчим штабам дуже просто. Потрібно вийти за рамки теперішніх стереотипів. Для того, аби залучити на свій бік виборців, потрібно реально поцікавитися їхніми проблемами й надати можливість реальної миттєвої комунікації ваших потенційних прихильників і між собою, і з вами. За допомогою кол-центрів цього не зробиш!

Ситуація ускладнюється тим, що при всіх недосконалих рисах, якими володіють існуючі УКП, їхнє зникнення з місцевого політичного обрію означатиме звільнення місця для радикалізованих і важко прогнозованих в коротко- і середньостроковій перспективі політичних сил. Особливо це актуально у період підготовки і проведення місцевих виборів, коли, власне, будь-яка інформаційна діяльність на місцевому рівні проводиться з огляду на вибори. Відтак, в рамках цієї домінуючої комунікативної ситуації, загострення дражливих моментів ідентифікації кандидата (або політичної сили), до якого свідомо вдаються деякі УКП, може призвести (а при кризових економічних умовах – обов'язково призведе) до створення передумов для перемоги на виборах радикалізованих політиків із нечітким обрисом їхньої політичної ідентифікації в майбутньому. Це положення, зокрема, вже обґрунтовувалося автором [104]. До того ж саме так, наприклад, деякі експерти розцінили кампанію з позачергових виборів до Тернопільської облради (2009) - тобто як полігон для відпрацювання принципово нових КТ, причому КТ, що несуть загрозливі моменти для демократичного розвитку українського суспільства [105-108].

З цього приводу, зокрема, заслуговує на увагу думка політолога, директора соціологічної служби “Український барометр” Віктора Небоженка [108], висловлена ним у коментарі газеті “День” відразу після тернопільської виборчої кампанії.

По-перше, сьогодні на прикладі тернопільських виборів до обласної ради навмисно проводиться дискредитація виборів як таких для того, щоб показати, що вибори не приносять жодної користі ні політичним силам, ні виборцям, тобто продемонструвати, що вони не своєчасні. Наступні в цій грі — скан-

дальні вибори мерів у Харкові та Києві. Не важливо, під яким дизайном і якими політичними силами проводитимуться вони, але мета одна — дискредитувати можливі дострокові парламентські та майбутні президентські вибори.

По-друге, нинішні тернопільські вибори — це сфальсифіковані й проведені під тиском протиборствуючих політичних сил вибори, які стали заручником боротьби президентських перегонів, що, по суті, вже тривають. Насправді їхній результат не грає жодної ролі для політичних партій, зростання відсотків ВО “Свободи” або падіння голосів БЮТ — це нічого не означає. Нагнітання пристрастей навколо проведення виборів вигідне як Президенту, так і Верховній Раді, але, однозначно, не допоможе у вирішенні політичної та економічної криз в Україні.

РОЗДІЛ 4. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Нові інформаційні технології загострюють проблему інформаційної втоми, збільшують кількість інформаційного сміття. Відбувається процес блокування інформації інформаційним надміром.

Борис Потятиник

Стратегічність як парадигма будь-якої комунікативної дії детермінується складністю і кількістю взаємопов'язаних систем і відносин, які беруть участь у творенні комунікації. Тільки маючи чітко поставлену мету, тільки розробивши стратегію, визначивши стратегічний задум комунікації, можна сподіватися на успіх. Адже стратегія – справа виграшна. Як вказує Г.Почепцов, “головним аргументом на користь стратегії як у бізнесі, так і в політиці, а також у військовій справі має стати аксіома: при зіткненні стратегії гравця А проти тактики гравця Б завжди перемагатиме стратегія” [109, 79].

Стрімкий розвиток суспільно-політичних процесів в Україні фактично прирік традиційні комунікативні технології (КТ) на швидке моральне старіння та навіть вимирання. Відтак, учасники комунікативного процесу (УКП) похапцем підшукують нові КТ, а оскільки часу на їхню апробацію і коштів – на їхнє досконале втілення – не вистачає, то негативний результат при практичному їхньому впровадженні практично гарантований. Водночас асортимент використовуваних КТ (іноді – взаємосорбентних чи взаєморезистентних) настільки широкий, що деяких успіхів все-таки вдається досягти. Але відсутність чіткого посткомунікативного аналізу і часова обмеженість застосування комунікативних технологій (іноді ці часові рамки збігаються з терміном виборчої кампанії, з днем голосування, з прийняттям бюджету, громадського обговорення якогось рішення органу місцевого самоврядування тощо) приречено відтворюють старі помилки і під час наступних інформаційно-комунікативних кампаній, причому в суттєво інших соціально-економічних умовах і без надання достатньої уваги задля планування і впровадження комунікативних стратегій (КСт).

У той же час на окрему увагу заслуговує безпосередній розгляд практичного застосування КСт у місцевому самоврядуванні,

розробка понятійного апарату, визначення загальних підходів до розробки і впровадження КСт залежно від конкретних завдань, які постають у галузі місцевого самоврядування під час комунікативного процесу.

4.1. Використання інструментів Е-комунікації

Передумови до практичного застосування Е-комунікацій. Технологічні і політичні детермінанти впровадження Е-комунікацій. Застосування Е-комунікацій в місцевому самоврядуванні. Причини стримування розвитку Е-комунікацій

Динамічно зростаючі можливості мережі Інтернет у сфері масової комунікації вже знаходять і в короткотерміновій перспективі знайдуть все більш широке застосування з боку учасників комунікативного процесу. Інтерес політтехнологів і політиків до Інтернет-комунікації (Е-комунікації) стає нам зрозумілим не тільки через появу такого нового феномена, як Інтернет-спільнота (Е-спільнота), але і через необхідність пошуку нових ефективних методів комунікації та мобілізації електорату. Зацікавлення центрального апарату державних органів у наявності дешевих і оперативних засобів комунікації із ЗМІ, своїми підрозділами та звичайними громадянами також стає зрозумілим хоча б з огляду на структури веб-сайтів окремих міністерств. Водночас застосування Е-комунікацій у галузі місцевого самоврядування ще є недостатньо вивченим питанням, до того ж, не підкріпленим у достатній кількості прикладами практичного застосування. Безумовно, що об'єктивним чинником такого стану речей в інформаційній політиці на місцевому рівні виступає хронічна нестача коштів і відсутність суттєвих інвестицій. Однак слід також відзначити, що бурхливий розвиток Е-комунікацій припадає на той час, коли особливо актуалізується завдання пошуку нових засобів комунікацій, тобто саме зараз, у часи економічної рецесії, коли фінансові ресурси будь-якої інформаційної діяльності істотно обмежуються.

Безперечно, існуючий стан речей із використанням наявного КПот не може задовольнити УКП в місцевому самоврядуванні. Відповідно, виникає завдання окреслити напрями, в яких можна реалізувати збільшення КПот з подальшим ефективнішим формуванням комунікативного простору і досягнення поставлених перед

територіальними громадами завдань за допомогою комунікативних стратегій.

У цьому аспекті корисним буде проаналізувати політичні й технологічні чинники запровадження новітніх комунікативних технологій у галузі місцевого самоврядування, описавши позитивні і негативні наслідки впровадження Е-комунікацій, а також чинники, які гальмують процес впровадження Е-комунікацій у місцеве самоврядування.

Перспективним середовищем і умовою для формування принципово нового, потужнішого КПоТ ми вважаємо застосування не унормованих чинним законодавством, але запроваджуваних на практиці форм безпосередньої участі громадян як неформалізованих (і від того стійкіших) утворень із міцними комунікативними зв'язками.

Водночас варто погодитися із російською дослідницею Любов'ю Подгорною, яка не бачить причин повністю відмовлятися від традиційних “паперових” комунікацій на користь Е-комунікацій, особливо в стислі терміни виборчої кампанії [110, 99].

Можливості впливу друкованої продукції на виборців при проведенні різних політичних кампаній не обмежені і далеко не вичерпані, незважаючи на бурхливий і стрімкий розвиток інформаційних технологій. Специфіка комунікативного впливу політичної реклами, в тому числі і її друкованих форм, полягає, перш за все, в тому, що її предмет і завдання досить чітко визначені та окреслені: у короткий термін в рамках розробленої стратегії тієї чи іншої виборчої кампанії з максимальною ефективністю вплинути на конкретну цільову аудиторію, адресуючи їй конкретне політичне гасло. Тим самим політична реклама і основна її діяльність спрямовані на регулювання електоральної поведінки широких мас населення. До специфічних особливостей політичної реклами слід також віднести характер і тип її комунікативного впливу. Політична реклама, перш за все, володіє активним, “силовим” впливом і належить до тактичних засобів впливу, оскільки найбільш ефективно працює після того як стратегічні ідеї та розробки рекламної кампанії в цілому вже оформилися і були озвучені стратегічними комунікаціями (наблік рілейшнз і пропагандою). Але для того, щоб механізм впливу політичної комунікації працював досить ефективно, необхідні знання про вплив багатьох інших чинників, що мають об'єктивний і суб'єктивний характер дії.

Передумови до практичного застосування Е-комунікацій.

Власне, саме період рецесії стає тим часом, коли процеси (у тому числі й комунікативні) рухаються в бік від ресурсовитратності до високої технологічності і ресурсоощадності. Наприклад, у сучасний період лавиноподібного скорочення виробництва, обмеження рекламних бюджетів, нечувано жорсткої конкуренції, рекламні та PR-кампанії переживають не найкращі часи. У той же час обсяги (в грошовому та контентному вираженні) Е-реклами стрімко зростають. Так, на думку директора української дослідницької компанії “Cortex” А.Колесника, “рекламодавці стали більш серйозно ставитися до інтернету як рекламоносія: багато клієнтів ... вже почали думати про виділення коштів на інтернет-рекламу окремим рядком бюджету” [111].

Розвиток Е-комунікацій в бізнесі ми розглядаємо як досить вагомому передумову для інтенсивного перенесення специфічних методів інформаційного та мотиваційного впливу на споживчу поведінку людини в іншу - політичну - сферу. І якщо методологія роботи в галузі Е-комунікацій для бізнесу вже знайшла відображення в практичних посібниках PR-служб [112, 271-304], [113, 470-487], то для прикладного політичного процесу, особливо на локальному рівні територіальних громад, Е-комунікації ще вимагають детального вивчення. Наприклад, ще п'ять років тому у ґрунтовних дослідженнях вітчизняних вчених містилися тільки поодинокі згадки про можливість використання новітніх інформаційних технологій [114, 208], [115, 315], а розгляд вже існуючих на той час комунікативних практик з використанням мережі Інтернет зводився до аналізу “чорних” або “сірих” технологій [116, 99-101], [44, 332]. З цього приводу російський дослідник А.Біккулов робить висновок: “Розвиток Інтернету відбувається настільки швидкими темпами, що практика і наслідки використання глобальної Мережі в політиці залишаються досить невивченими” [117, 5].

Які ж передумови до практичного застосування Е-комунікацій існують сьогодні у місцевому самоврядуванні під час вирішення прикладних комунікативних завдань у цій сфері? При цьому під основними комунікативними завданнями у сфері місцевого самоврядування тут розуміються комплекси заходів, спрямовані на: 1) досягнення якісного рівня надання послуг населенню як основа економічного розвитку територіальної громади; 2) активізацію і залучення членів територіальної громади до прийняття рішень; 3) проведення демократичних процедур – місцеві і загальнонаці-

ональні вибори, збори, слухання тощо; 4) проведення місцевих та загальнонаціональних інформаційних кампаній.

Однією з найпривабливіших для дослідників комунікативних ситуацій (КС) у місцевому самоврядуванні є, мабуть, вибори. Зупинимось і ми детальніше на розгляді саме цієї КС, вважаючи комунікативною ситуацією в місцевому самоврядуванні такий збіг умов і обставин під час життєдіяльності територіальної громади, коли виникає потреба розв'язати за допомогою комунікативних технологій певну проблему, провести певну демократичну процедуру (набір процедур), ухвалити потрібне рішення, досягти бажаного результату.

Зауважимо, що донедавна (до прийняття 20 жовтня 2009 року Постанови Верховної Ради № 1648-VI “Про призначення чергових виборів депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів у 2010 році” [118]) особливістю регіонального виборчого процесу в Україні, зокрема, обрання місцевих рад, була його компліментарність з обранням депутатів Верховної Ради. Відповідно, регіональний виборчий процес в силу централізованого фінансування, планування та управління був невіддільним від загальних тенденцій і парадигм, що пропонувалися центральними штабами суб'єктів виборчого процесу. Зважаючи на законодавчі новели про “чисту” пропорційну систему виборів до рад різних рівнів під час останніх кампаній 2006 та 2007 років, особливо посилилася роль політичних партій як суб'єктів виборчого процесу. Це, у свою чергу, через незрілість та неструктурованість місцевих осередків політичних партій призвело до низки нових проблем у місцевому самоврядуванні, зокрема, в частині комунікації між депутатами та виборцями, прозорості процедури прийняття рішень, незбалансованій кадровій політиці.

До цього часу центральні штаби досить скептично (судячи із практики застосування саме цих технологій) оцінювали можливості Е-комунікацій, обмежуючись “стандартними” процедурами на столичному рівні. До таких, в основному, відносилися: створення та підтримка партійних та інформаційних сайтів, персональних сторінок лідерів, проведення Інтернет-конференцій (зрідка), утримання штату коментаторів (в обов'язки яких входить відстеження негативних відгуків на Інтернет-форумах та продукування позитивних). При цьому комп'ютерні технології застосовувалися, в основному, в галузі інформаційного менеджменту, тобто для управління потоку-

ми інформації, розсилки розпоряджень, контролю за виконанням завдань та (в день голосування) оперативного прийому звітів, обробки результатів голосування.

У силу вищезгаданих причин регіональні штаби, зайняті “по-точними” завданнями центрального штабу, не могли приділити належної уваги новітнім комунікативним технологіям, не змогли продукувати інформаційних приводів, гідних уваги журналістів. При цьому навіть “паличка-виручалочка” регіональних штабів у вигляді технології “від дверей до дверей” у силу непрофесійного виконання викликала тільки роздратування у виборців.

Водночас у такому стані речей прихований і потенціал для подальшого розвитку Е-комунікацій – як вважає О.Щербаков, якщо “верхи” не використовують Інтернет, то це зможуть зробити “низи”. Зрештою, саме такий шлях – з провінції до центрального рівня – пройшли Е-комунікації у США [119].

...Знову-таки, нічого такого, чого не робив Обама, але для України - свіжо та сміливо. І в даному випадку це показник висхідного тренду. Фактично, на наступних виборах Тігіпку, Яценюку та Тимошенко в інтернет-просторі змагатися поки що ні з ким. З парламентських партій конкурувати з ними не зможуть ані Партія регіонів, ні НУ-НС, ні вже тим більше Литвин. Досить побіжно глянути на веб-сайти цих політичних сил. Ні з точки зору дизайну (його-то штабам вистачить розуму оновити), ні, особливо, з точки зору контенту партійні сайти не представляють собою нічого цікавого для користувача-виборця.

Жодна з партій не надала навіть політичної програми у вигляді, доступному для ознайомлення. Наприклад, на сайті Партії регіонів до цього часу висить програма 2004-2005 року.

У такому ключі завзяття деяких політичних сил “осучаснити” викликають широку посмішку. Чого тільки варта ініціатива Комуністичної партії, яка пропонує власникам iPhone завантажити спеціальний додаток з книгами Петра Симоненка. Нагадаємо, що ці телефони завозяться в Україну контрабандою, а їх середня ціна сьогодні становить близько \$ 700, що якимось не дуже в’яжеться з основним електоральним ядром партії.

Проте ситуацію можуть кардинальним чином змінити регіональні, обласні партійні організації. У разі, якщо вони зможуть ефективно скористатися Інтернетом на місцевих виборах, практика перетече в центральні штаби партій до парламентської кампанії 2012 року.

Саме таким шляхом йшла еволюція техніки ведення виборчих веб-кампаній в світовому досвіді.

Приміром, у США практично всі відомі технології веб-кампаній, починаючи з методів використання електронної пошти або популяризації кандидата в блогосфері, були вперше випробувані кандидатами на виборах до сенату, конгресу або на пост губернатора. І вже потім вони адаптувалися для загальнонаціональних кампаній кандидатами в президенти. І якщо описана тенденція повториться в Україні, то, швидше за все, парламентські вибори 2012 року вже пройдуть під цифровий акомпанемент новітніх інформаційних технологій.

Технологічні і політичні детермінанти впровадження Е-комунікацій. Водночас вже за останні кілька років відбулися різкі зміни як в технологічних передумовах для використання Е-комунікацій, так і в політичній доцільності їхнього застосування. Це викликано, як вказує німецький дослідник У.Саксер, “подвійною природою” засобів комунікації, оскільки у них водночас спостерігаються два різні потенціали: комунікаційно-технічний (тобто можливість технічного поширення інформації) та соціальний (тобто можливість здійснювати особливий соціальний вплив” [15, 23].

Під технологічними детермінантами, в першу чергу, розглянемо стрімке зростання кількості користувачів мережі Інтернет. Так, за інформацією офіційного веб-сайту Мінтрансзв'язку України, станом на 1 липня 2009 року “чисельність унікальних користувачів мережі Інтернет налічувала близько 12 млн. осіб. За оціночними даними, чисельність абонентів широкосмугового доступу ... складала близько 1,8 млн. осіб... Рівень проникнення широкосмугового доступу склав майже 10% загальної кількості сімей в Україні” [120]. Для порівняння – на початок 2009 року кількість унікальних користувачів в Україні становила 10 млн. осіб [121]. Слід відзначити, що доходи від послуг надання комп'ютерного зв'язку (і зокрема – доступу до мережі Інтернет) динамічно збільшуються (за останній рік - в 1,5 раза), і на сьогодні частка доходів від цих послуг (7%) в загальній структурі доходів від усіх видів зв'язку перевищила частку від традиційного поштового зв'язку, яка становить 6% [120].

Політична доцільність у пошуках нових комунікативних каналів взаємозв'язку з виборцями на регіональному рівні визначається низькою виборчою активністю, яку продемонстрували останні дострокові вибори до місцевих органів влади. Так, на дострокових ви-

борах міського голови м. Рівне (листопад 2008) була зафіксована безпрецедентно низька явка виборців - 38,7% з числа тих, хто був внесений до виборчих списків [122]. Причому така ж низька явка спостерігалася і в інших містах України, де в той день відбулося голосування: “в Мукачево на дільниці прийшли лише 27% тих, хто мав право голосу, у Цюрупинську - 26%, у Первомайську - взагалі трохи більше 19%” [123]. У таких умовах інформаційна підтримка та мотивація виборців за допомогою Е-комунікацій виглядає для суб'єктів виборчого процесу особливо актуальною.

Застосування Е-комунікацій в місцевому самоврядуванні. Повертаючись до розгляду загальної сфери застосування Е-комунікацій в місцевому самоврядуванні при різних КС (вибори – лише одна з таких КС), відзначимо, що до очевидних позитивів використання Е-комунікації для УКП в місцевому самоврядуванні ми відносимо мінімальні, в порівнянні з іншими комунікативними технологіями, витрати; разове охоплення великої аудиторії; “демократичність” спілкування як можливість виникнення неформальних контактів, так і такі атрибути, як сленг, спеціальні символи (смайли), відсутність граматичних норм і (чого гріха таїти!) використання ненормативної лексики. Також значною перевагою Е-комунікацій є її мультимедійність (використання фото-, аудіо- та відеоматеріалів); мобілізаційний потенціал - швидкий рекрутинг прихильників кандидата, ідеї, нововведення тощо, можливість планування зустрічей, громадських слухань, обговорень.

Важливою складовою для роботи УКП в місцевому самоврядуванні нам видається можливість: а) безболісного “зондажу” і дослідження реакції аудиторії на те чи інше висловлювання, дію лідера думки, керівника; б) вибору цільової групи для впливу за географічною, соціальною, статевою, віковою ознакою, при цьому досягається проникнення у важкодоступні для інших видів комунікацій соціальні групи (наприклад, байкери, рокери і т.п.).

У деяких випадках саме економічна результативність Е-комунікацій може стати вирішальним фактором при плануванні і впровадженні комунікативних стратегій в місцевому самоврядуванні. Адже використання Е-комунікацій не тільки дозволяє значно економити кошти на рекламу в друкованих та електронних ЗМІ, але й за певних умов і служити методом для збору коштів для інформаційної кампанії - наприклад, розмістивши на сайті листівки, можна попросити своїх прихильників ці листівки роздрукувати та розповсюдити.

До речі, суворі реалії сучасного інформаційного простору в Україні, на жаль, вказують нам і на можливість неетичного використання Е-комунікацій. Наприклад, для політичних авантюристів Е-комунікація може виявитися зручним методом для підкупу виборців - від прямого поповнення їхніх “електронних гаманців” до “соціального підкупу” у вигляді надання безкоштовного доступу до Інтернет-мережі представникам окремих груп (людям з обмеженими можливостями тощо).

На негативних аспектах використання Е-комунікацій зосереджують увагу і вітчизняні дослідники – так, Г.Почепцов у контексті “негативно зорієнтованих технологій”, які суттєво впливають на виборчі технології, зазначає: “нові інформаційні технології на кшталт Інтернету сьогодні активно використовуються з метою розповсюдження негативної інформації” [44, 332]. З цього приводу PR-фахівець А.Куліш дає такий алгоритм (не застосовуючи до нього оцінок негативного забарвлення): “спочатку піарщик... вкидає свій інформаційний привід (так званий spin)... до веб-мережі... далі цю подію підхоплюють з Інтернету “невіртуальні” ЗМІ... і зі звичним галасом разносять її в “реальному” житті: так ваша подія стає предметом обговорення в цілому суспільстві!” [124, 124]. Аналізу саме негативних технологій з використанням можливостей мережі Інтернет присвятили розділ у своїй книзі українські вчені Г. Атаманчук та А.Гірник [116, 99-101], які виділяють (в порядку складності) - “прямий обман”, “короткочасне вміщення неправдивої інформації”, “підставний сайт”, “сумнівна (напівправдива) банерна реклама”, “використання відверто неправдивих банерів”.

Однак найбільша суспільна небезпека при застосуванні Е-комунікацій нас очікує через феномен створення “реальної віртуальності” (М.Кастельс) або, як відзначають політологи, “медіатизації політики”. Як зазначає вітчизняний вчений Д.Яковлев, “розвиток інформаційної сфери призводить до медіатизації політичної взаємодії, що, на наш погляд, є одним із небагатьох процесів, спільних, та однаково небезпечних, для України та країн консолідованої демократії” [125, 104]. Та поряд із цілком реальними загрозами для демократії з боку “медіатизації” політики вчені відзначають низку переконливих переваг, які несе цей феномен, породжений насамперед новітніми комунікативними практиками. Зокрема, Е-комунікації: створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади; послаблюють інформаційну залежність суспільства

від традиційних медіа; сприяють відкритості і прозорості політичних інститутів; створюють нові механізми політичної мобілізації мас; надають широким верствам населення технологічну можливість брати участь в обговоренні суспільно-політичних проблем

Причини стримування розвитку Е-комунікацій. У той же час розвиток Е-комунікацій у місцевому самоврядуванні гальмують як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники. До умовно об'єктивних чинників віднесемо недостатнє географічне покриття мережею Інтернет, порівняно невелику кількість користувачів Мережі і сформованих на локальному рівні Е-спільнот, відсутність як фахівців у галузі Е-комунікації в місцевому самоврядуванні, так і методологічної основи та інструментарію для оцінки ефективності комплексу заходів, проведених за допомогою Е-комунікації. Відзначимо, що саме останній фактор - відсутність не тільки теоретичної, але й емпіричної бази для верифікації гіпотези про дієвість Е-комунікації, є серйозним обмеженням для більш широкого використання новітніх технологій у чи не всіх комунікативних ситуаціях, які супроводжують реалізацію комунікативних завдань у місцевому самоврядуванні.

Поряд з об'єктивними обмеженнями розвитку Е-комунікації (які з часом піддаються корекції - наприклад, брак фахівців - спеціальними навчальними курсами, географічне покриття зростає з розвитком телекомунікаційних технологій) сьогодні в Україні наявна і низка суб'єктивних факторів, що визначаються сучасним політичним процесом, рівнем політичної культури та розвитку суспільства. Про це вже згадувалось у попередньому розділі (табл. 3.1). Отже, до суб'єктивних факторів, що обмежують розвиток Е-комунікацій у місцевому самоврядуванні на регіональному рівні, можемо віднести [93, 316]: а) неможливість залучення фахівців (як правило, високооплачуваних) у сфері PR та IT при обмеженому фінансуванні локальних інформаційних кампаній і програм; б) використання "відпрацьованих" стандартних комунікативних технологій залученими до інформаційної кампанії фахівцями, які, як правило, не бажають ризикувати; в) замкненість інформаційних кампаній і комунікативних процедур на одній особі (керівник органу місцевого самоврядування, лідер громадської організації, кандидат на посаду міського голови тощо). Ці особи, як правило, є одночасно і основними фінансовими донорами вказаних інформаційних кампаній, але, природно, не завжди є фахівцями у сфері комунікативних технологій. Додамо до цього ще й

традиційне українське “гальмо” усього прогресивного у вигляді корупційної складової – адже не секрет, що серед фахівців, які відповідають за комунікативну політику на місцях, є люди, яким вигідна не економічна оптимізація витрат, а розподіл фінансів по “своїх” або підконтрольних рекламних агенціях з усталеним набором рекламних носіїв (між іншим, у регіональних виборчих штабах чомусь і досі вважається престижним на посади керівників рекламних напрямів залучати директорів або власників рекламних агенцій).

Але найбільш істотно перешкоджають впровадженню Е-комунікацій системні проблеми у суспільному розвитку трансформаційних посттоталітарних держав, до яких належить і Україна: по-перше, емпірично доведена “ефективність” підкупу виборців, яка зводить нанівець будь-які спроби побудови взаємовідносин між владою і громадянином на основі неухильного дотримання демократичних процедур; по-друге, принцип побудови партійних структур “зверху-вниз” та відсутність суттєвих кроків у напрямі децентралізації державного управління, коли, загалом, чи для партійного керівництва, чи для органу місцевого самоврядування не так вже й важлива комунікація з громадянами, особливо в міжвиборний період.

У подоланні таких негативних явищ у вітчизняному розвитку місцевого самоврядування, безперечно, корисним буде використання досвіду європейських країн, в яких розпочалося впровадження Е-демократії, тобто “використання електронних технологій зв’язку, таких як Інтернет і мобільні телефони, для поліпшення якості демократичних процесів в умовах прямої або представницької демократії” [126]. На переконання Д.Яковлева, “система електронної демократії обіцяє зробити уряд більш ефективним, швидше реагуючим на зростаючі вимоги часу, більш прозорим та легітимним, а також впровадити кращі публічні послуги” [125, 103].

Цікавий погляд на проблему стримування розвитку Е-комунікацій демонструє також і вітчизняна дослідниця Лариса Компанцева, аналізуючи гендерний аспект дискурс-аналізу української політичної мережі Інтернет. Так, Л.Компанцева робить висновки про притаманність тоталітарної комунікації чоловікам-політикам і про тяжіння жінок-політиків до комунікації демократичної.

Наскільки статеві ознаки впливають на комунікативні навички політиків - досліджувати в межах даної роботи не беремося, однак висновки дослідниці (зроблені ще у 2004 році) заслуговують на окрему увагу [127, 119-120].

...Українські сайти чоловіків-політиків у своїй більшості демонструють тоталітарний стиль спілкування: у них простежується прагнення контролювати і оцінювати всі ситуації в країні - від громадської до економічної; ці сайти негативно орієнтовані на багато соціальних чинників - від політичних супротивників до мовної ситуації; в цих сайтах не працює механізм зворотного зв'язку: чоловіки-політики не хочуть слухати і чути. Жіночі політичні сайти демонструють демократичну стратегію комунікації: в них осмисленню піддаються окремі політичні ситуації; виражена позитивна орієнтованість на співрозмовника, у тому числі і політичних супротивників; небажані теми комунікації не забороняються, а витісняються іншою інформацією.

Жінки - більш тонкі комуніканти, вони винахідливі і мобільні у застосуванні контактоустановлюючих засобів, враховують бажання співрозмовників, виявляють комунікативну гнучкість, емпатію, вловлюють множинність смислів, формують враження та думки відвідувачів на рівні підтексту. Ми можемо зробити висновок про те, що в сучасній політиці намітилося зростання "жіночого фактора". Сайти жінок-політиків представляють сильний прагматичний стиль мовлення, який зазвичай асоціюється з "чоловічою мовою". Ступінь соціальної дистанції на жіночих сайтах знижується до мінімуму, демонструються різні комунікативні ролі лідерів, що формує у користувачів відчуття причетності життя жінок-політиків.

Найчастіше жінки-політики беруть на себе чоловічі ролі... Цей факт пояснюється конкуренцією чоловіків і жінок на політичній арені - "грою на чоловічому полі", яка передбачає високу мовну компетенцію жінок, що дає підстави для гідного суперництва. Мова, дискурсивна представленість сайтів - засіб політичної ідентифікації лідерів, тому жінки-політики приділяють значну увагу когнітивно-прагматичному оформленню інтернет-дискурсів: характеру аргументів, мовним структурам демагогії, представленості іншого, оцінкам особистостей - як союзників, так і супротивників. Жінки дбайливіше і більш чуйно ставляться до публічного слова.

4.2. Не унормовані законодавством форми безпосередньої участі громадян

Організаційні принципи і передумови форм безпосередньої участі громадян. Діалогові (стратегічні) групи. Коаліція. Фонд розвитку громад. Громадські ради. Форум місцевого самоврядування

Застосування не внормованих законодавством форм безпосередньої участі громадян є також одним із перспективних напрямів для впровадження КСт у місцевому самоврядуванні на основі розвитку КПот.

Щоденна практика життєдіяльності тисяч українських громад, які, власне, і складають структуру організму вітчизняного місцевого самоврядування, вказує не тільки на проблематичність застосування унормованих законодавством форм безпосередньої участі громадян, але й доводить наявність активного пошуку нових альтернативних форм. Деякі з новоутворень мають тривале життя, деякі – виконавши певне прикладне (іноді політичне) завдання, зникають за короткий проміжок часу, але всі вони мають спільну особливість: вони демонструють живу творчість комунікативних форм співжиття у місцевому самоврядуванні і збагачують арсенал наявних комунікативних засобів, що можуть застосовуватися при виконанні завдання зі збільшення КПот.

Зауважимо, що існуючий стан із низьким комунікативним потенціалом у взаємовідносинах між органами місцевого самоврядування і територіальною громадою, між громадськістю і владою взагалі може спричинити не лише недолугу соціально-економічну політику, а й значні суспільно-політичні потрясіння. Основними чинниками відсутності комунікації і високого рівня конфліктності у комунікативному просторі місцевого самоврядування, на думку вітчизняних дослідників, є “взаємна недовіра між громадою і владою; відсутність налагодженого обміну інформацією між владою і громадськістю; відсутність усталених традицій і партнерських взаємин влади й громади у процесах прийняття управлінських рішень, розв’язання конфліктів та можливих суперечок і досягнення консенсусу заради розвитку; відсутність достатніх знань та інформації про сучасні механізми й форми соціального парт-

нерства у членів громади; громадська апатія і пасивність, відсутність довгострокових життєвих планів” [128, 17]. На нашу думку, активне впровадження у комунікативний простір місцевого самоврядування різноманітних, у тому числі й не внормованих поки що чинним законодавством форм безпосередньої участі громадян у місцевому самоврядуванні здатне дати належну відповідь перерахованим викликам.

Організаційні принципи і передумови форм безпосередньої участі громадян. Слід відзначити, що запропонована класифікація форм безпосередньої участі громадян на “унормовану” та “не унормовану” в даному дослідженні використовується суто для формування певної типології цих форм. При цьому під “унормованими” формами ми, як видно у попередньому підрозділі, розуміли чітко визначені у законодавстві форми безпосередньої участі громадян, яких, згідно із Законом України “Про місцеве самоврядування”, є п’ять. Усі інші форми, які не одержали окремого опису у вказаному Законі, аж ніяк не суперечать законодавству.

Так, згідно зі статтею 1 Конституції, Україна є демократичною державою і, відповідно, володіє такою обов’язковою характеристикою демократичного державного управління, як залучення громадськості до процесу формування та реалізації державної політики. Європейська практика в даному випадку говорить про таку характеристику, як “залучення сторін” [128, 15]. До того ж, стаття 38 Конституції проголошує, що громадяни мають право брати участь в управлінні державними справами.

Отже, стає зрозуміло, що чинне правове поле в Україні утверджує конституційні основи для участі громадськості в управлінні публічними справами. І не лише через чітко прописані в законодавстві вибори представницьких органів та їхніх посадових осіб, референдуми, але й через інші механізми, які можуть застосовуватися як на національному, так і на місцевому рівнях.

Отож можливість безпосередньої участі громадян у здійсненні муніципального управління передбачена Конституцією України [71, ст. 5, ст. 140], а чинне законодавство визначає низку форм, які можуть застосовуватися на рівні громад для участі у прийнятті рішень: місцеві ініціативи, органи самоорганізації населення, загальні збори за місцем проживання [58, ст. 8, ст. 9], консультування з громадськістю [129], дорадчі комітети та ін. У той же час, участь громадян у

врядуванні на місцях не обмежується визначеним нормативно-правовою базою України переліком, та й аналіз повсякденної діяльності територіальних громад дає приклади існування інших форм участі громадськості у місцевому управлінні, застосування яких дозволяє громадянам не лише пропонувати місцевій владі ухвалення тих чи інших рішень, а й формувати місцеву політику і брати безпосередню участь у її реалізації. Дане твердження кореспондується з економічними та політичними вимогами Європейської Ради, прийнятими у Копенгагені 22 червня 1993 року (Копенгагенські критерії). Що стосується громадянського суспільства, то дані критерії “передбачають стабільність законів та інституційних структур, що гарантують демократію, верховенство закону, забезпечення прав людини, повагу та захист прав національних меншин” [130, 206].

При цьому вітчизняні науковці та практики з питань розвитку громадянського суспільства наполягають на тому, що ефективна участь громадян у місцевому самоврядуванні повинна базуватися на таких десяти принципах [130, 207-208] взаємодії виконавчої влади та місцевого самоврядування з інститутами громадянського суспільства (ІГС): соціального партнерства; встановлення балансу між державними інтересами та інтересами окремо взятих ІГС; надання рівних можливостей; взаємовідповідальності і обов'язку давати звіт; невтручання держави у діяльність ІГС; участі у виробленні політики, прийнятті рішень та їхній реалізації; інформаційної відкритості; визнання державою багатоманітності видів діяльності ІГС; ефективності, гнучкості; поваги, довіри, толерантності, визнання своєрідності іншої сторони.

Маючи конституційну основу для своєї діяльності, підкріплену практичною необхідністю консолідації зусиль влади і громадськості задля вирішення тих чи інших місцевих завдань, не унормовані законодавством форми участі у процесі свого створення та діяльності певним чином регламентують свою діяльність у межах чинного законодавства.

Аналіз існуючих на сьогодні в Україні форм участі громадян дозволяє нам виділити такі дві основні групи документів, що регулюють діяльність цих форм. Це, по-перше, установчі правові акти – меморандум, декларація, маніфест спільної дії, угода про співпрацю, угода про коаліцію тощо, які визначають основні засади утворення форми участі громадян, її мету і завдання, регулюють взаємовідносини між членами утворення. У випадку, якщо ство-

рення невідповідної форми безпосередньої участі громадян покликане для реалізації прав громадян у здійсненні громадського контролю щодо діяльності певних органів державної влади або для координації зусиль громадськості і державних (представницьких) органів, то прийнятною формою установчого правового акта в такому випадку може бути розпорядження (декрет, наказ) керівника органу, постанова (рішення) колективного органу. По-друге, регламентні правові акти (регламент, положення), які деталізують питання функціонування утворення залежно від завдань, передбачають порядок прийняття і реалізації рішень, організацію і правомочність засідань (конференцій), права і обов'язки членів утворення, порядок припинення його діяльності.

Переходячи до безпосереднього розгляду не унормованих законодавством форм участі громадян, виділимо ті з них, які, на нашу думку, виявили свою життєздатність та ефективність для вирішення окремих завдань місцевого самоврядування.

Так, наприклад, стаття 103 Статуту територіальної громади м.Херсона [131] визначає такі форми участі жителів міста у здійсненні місцевого самоврядування:

- громадське обговорення проектів актів міської ради та інших органів місцевого самоврядування, проектів планів економічного і соціального розвитку міста, міського бюджету, цільових програм міського розвитку, які підлягають попередньому оприлюдненню;

- членство в комісіях (комітетах), які утворюються на громадських засадах при органах і посадових особах місцевого самоврядування (перелік цих комісій (комітетів) та положення про них затверджується рішенням міської ради, виконавчого комітету міської ради, розпорядженням міського голови);

- участь у роботі фахових комітетів, що створюються за рішенням виконавчого комітету міської ради з числа фахівців, які працюють в системі місцевого самоврядування або діяльність яких пов'язана з наданням громадських послуг членам міської громади, з метою їхнього залучення до розробки і реалізації проектів, що передбачають підвищення якості надання таких послуг. Положення про ці фахові комітети затверджуються міською радою або розпорядженням міського голови;

- участь у роботі громадських рад та дорадчих комітетів, що утворюються міським головою з метою вивчення потреб окремих категорій жителів міста та існуючої практики надання їм соціаль-

них послуг у системі місцевого самоврядування (за рішенням міської ради при ній можуть бути утворені ради пенсіонерів, інвалідів, іноземців, біженців, воїнів-інтернаціоналістів, учасників ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи, військовослужбовців, які не забезпечені житлом, молоді тощо. Положення про ці ради розробляється виконавчим комітетом міської ради та затверджується рішенням міської ради);

- участь у роботі рад громадських організацій різного профілю, що утворюються міським головою при міській раді або виконавчому комітеті міської ради;

- участь у проведенні громадських експертиз проектів рішень міської ради з питань, що визначають основні напрями соціально-економічного та культурного розвитку міста.

При цьому зауважимо, що найповніший перелік існуючих на сьогодні форм не зможе претендувати на всеохопність цих форм через динамічну зміну комунікативного простору в кожній окремо взятій територіальній громаді та в країні в цілому, щоденне створення нових і відмирання старих форм безпосередньої участі громадян, періодичний характер набуття ними комунікативного потенціалу та поступової втрати його залежно від зовнішніх умов, часу та спрямування на вирішення конкретних завдань. До речі, положення про те, що “перелік форм участі членів територіальної громади міста у здійсненні міського самоврядування, визначений цим Статутом, не є вичерпним”, міститься у ст. 104 Статуту територіальної громади м. Херсона.

Однак усі форми взаємодії громадськості з місцевою владою, незважаючи на свою різноманітність, мають і спільний, комунікативний, або як його ще називає вітчизняний дослідник А.Дуда, “чіткий інформаційний підтекст” та сприяють “більшій інформованості про діяльність влади”. Це інформування йде одночасно двома каналами: “навіть саме декларування партнерства влади у певних проектах ОГС (органів громадської самоорганізації – **С.Ш.**) дає чіткий меседж про сповідування певної політики” [81, 39].

І все ж серед описаних в літературі та дієвих організаційних форм відзначимо такі: фонди розвитку громад, громадські ради, форуми місцевого самоврядування.

Перед цим розглянемо засадничі форми участі, які через свою універсальність претендують на “парасольковість” і навіть мають ознаки методологічного підходу до вирішення завдань із збільшення комунікативного потенціалу, оскільки містять ознаки інших описаних форм – мова йде про діалогові (стратегічні) групи та про коаліції.

Діалогові (стратегічні) групи. Підхід до активізації участі громадян із використанням діалогових (стратегічних) груп належить до одних з найновіших, і в той же час він вже зарекомендував себе з погляду ефективності. Створення діалогових (стратегічних) груп виправдане при вирішенні складних і багатопланових завдань розвитку місцевої громади, яке, до того ж, вимагає певних фахових знань і залучення експертів. Власне, у формі комунікативного майданчика, експертних зустрічей, під час яких спілкуються учасники різних соціальних груп і професій і відбувається робота діалогових груп. Таке спілкування дозволяє напрацьовувати нові підходи до вирішення проблем. Важливою передумовою для ефективності даної форми є залучення представників органів влади, місцевого самоврядування до роботи діалогових груп – тоді шлях від вироблення і озвучення методів вирішення проблеми до їхнього втілення уявляється значно коротшим.

Ось як, наприклад, учасники діалогової групи у Рівному запропонували “міській владі Рівного впровадити детальне інформування мешканців Рівного про структуру комунальних послуг, про те, як формується тариф, норми споживання тощо. Адже, на думку експертів, майже 40% енергії можна зекономити, впливаючи на поведінку людей. - Така прозорість дозволить налагодити кращі стосунки з населенням, — переконує учасник групи, міжрегіональний координатор проекту “Сприяння європейським стандартам в українському медійному середовищі” Сергій Пінчук. — Люди точно знатимуть, за що вони платять, тож робитимуть це активніше. Зрештою, й імідж комунальників суттєво покращиться” [132]. Щоправда, невиправданий оптимізм щодо швидкого втілення напрацьованих пропозицій не потрібен – незважаючи на те, що начальник управління житлово-комунального господарства Рівненського міськвиконкому Іван Гема “рекомендації громадських організацій взяв до уваги, назвав їх цікавими”, “однак не сказав напевно, коли їх можуть втілити” [132].

Ще один приклад дієвого впливу діалогової групи знаходимо у м. Херсон. Модератор херсонської групи Людмила Ямщикова повідомила, що “при створенні діалогової групи спиралися на досвід, який, зокрема, вже був напрацьований у рамках створення Ради соціального партнерства” (Мінекономіки). Тобто можна говорити про те, що різні форми участі громадян є компліментарними відносно одне одного, а іноді – як в даному випадку – логічно продо-

вжують існування старих взаємовідносин і коаліцій в новому форматі. Як окреслює форму взаємодії усередині групи Л. Ямщікова, “діалог між ЗМІ, громадськими організаціями та органами влади буде відбуватися навколо якоїсь місцевої проблеми, а з часом влаштують обмін досвідом на міжрегіональних зустрічах і семінарах в сусідніх країнах ЄС” [133].

Члени діалогової групи “Архітектурне та естетичне обличчя Херсона” створили власний сайт <http://arch-x.blogspot.com/>, на якому розмістили План дій діалогової групи, результати комунікативних заходів, а також розробили інтерактивну форму, за допомогою якої можна підтримати громадську ініціативу даної групи, спрямовану на збереження зелених насаджень у м. Херсон.

Наступний приклад – з Луганщини, де за підтримки посольства Великої Британії реалізовувався у 2008 році пілотний проект розвитку територіальних громад “Луганськ. Донбас. ХХІ століття”. Питання про стратегію розвитку села могло поставити у безвихідь і досить освіченого селянина. Аж ось під час реалізації проекту виявилось, що стратегія для кожного окремого села може бути створена і, більше того, реалізована. Стратегічні групи, створені під це завдання у кожній громаді, довели свою організаційну здатність до вирішення проблем [134].

Підготовча робота була тривала й напружена. У Кремінському районі - 18 громад, одна з яких - міська. У кожній пройшли сходи, що відрізнялися від традиційних новим елементом участі громадян в обговоренні нагальних проблем села. До того ж вигляд усе мало доволі простий. У залі, де проходили збори, було вивішено великі аркуші паперу. Кожному із присутніх запропонували записати три болючі для нього проблеми, з єдиною умовою, що ці проблеми не повторюватимуться.

- Ви б бачили, - розповідає заступник голови Кремінської райради Юлія Назаренко, - з якою ретельністю люди виписували свої “болячки”. Їхня кількість доходила до 200. На папір вихлюпувалися всі емоції, особисті образи, одне слово, все, що наболіло. Комуś наступили на хворий мозоль, хтось лає якість вугілля, інший ремствує на відсутність водопостачання тощо. Коли всі висловились, ми проаналізували потреби громади й оголосили умови. На розвиток села є така-то сума, її можна спрямувати на чотири проекти. І запропонували населенню вибрати напрями, на які буде витрачено матеріальні та фізичні сили громади. На різних територіях району, за невеликим

винятком, люди майже однаково визначали точки докладання своїх сил. Це створення нових робочих місць, газифікація населених пунктів, стабільне водопостачання й організація системи виховання підростаючого покоління. Нас, зізнатися, така одноставність дуже порадувала.

Такий був перший крок. Після мозкового штурму, коли висловлені пропозиції акумулювалися у план загальних зусиль, у людей з'явився інший настрій, інше ставлення до справи і своїх можливостей. Вийшов результат, якого, зізнатися, ніхто не очікував. Після вивчення проблем було складено стратегічні напрями з розвитку сільських громад, які затвердили на сесії райради, й почався інший етап роботи - виявлення активістів, неформальних лідерів, за якими підуть люди, хто зможе спрямувати активність односельчан у правильне русло, хто на громадських засадах стане першим помічником сільського голови.

Варто відзначити, що методологія діалогових груп стала вже предметом уваги вчених. Так, вітчизняна дослідниця Н.Черненко дає визначення: "діалогова комунікація - процес обміну інформацією в діалоговому режимі, що моделюється мовцями залежно від ситуації, потреб, мети, умов та факторів" [135]. При цьому пропонується під діалоговим режимом розуміти двоканальний процес обміну інформації, де один бік "пропонує" інформацію, а інший відразу сприймає, тобто відправник стає одержувачем і навпаки. Таке припущення корелюється із пропонуванням нами уявленням про ефективний комунікативний процес як процес двосторонній або симетричний. До того ж, на думку Н.Черненко, "діалоговий режим дає можливість побачити якість переданої інформації, реакцію співрозмовника, відредагувати при необхідності, що сприяє підвищенню ефективності діалогової комунікації".

На особливості форматування (організації) комунікативного простору при використанні діалогової моделі комунікації зосередив свою увагу і російський дослідник А.Тарасенко. При цьому він пропонує розглядати організований діалог, який застосовується керівником для найефективнішого прийняття управлінських рішень, у вигляді складових підсистем: діалогової моделі прийняття рішень на рівні керівник-підлеглий та діалогової моделі прийняття рішень на рівні керівник-громадська думка. "При використанні діалогової моделі прийняття управлінських рішень можлива така організація інформаційного простору, при якій керівник міг задовольняти свої потреби в постійній інформації про середовище поза структурою

(незалежно від того, чи є вона комерційною або державною) і про її внутрішній стан” [136]. Аналіз можливостей для підвищення ефективності діалогової комунікації дозволяє А.Тарасенку зробити висновок про те, що для керівника (в даному випадку - як ініціатору комунікації – **С.Ш.**) необхідною компонентою професійного становлення є “оволодіння технологіями організації конструктивної взаємодії”, а такі технології можуть, на думку дослідника, включати, зокрема, і прийоми аналізу конфліктних ситуацій, і оцінку умов доцільності застосування таких стратегій в конфлікті, як співпраця, компроміс, пристосування, уникнення, конкуренція.

Згадку про усвідомлену громадою необхідність створення органу, схожого за ознаками на стратегічну групу, знаходимо на Херсонщині - сільська рада Музиківки, що в Білозерському районі, вирішила створити у себе аналітичний центр, який буде мозковим осередком подальшого розвитку територіальної громади [137].

Створили в селі громадську організацію “Турбота”, яка допомогла зібрати майже 10 тисяч гривень на ремонт амбулаторії. Люди несли хто скільки міг - хто гривню, а хто й сотню...

А ще в селі активно займаються екологічним вихованням учнів. Причому, не на словах, а на конкретних справах. Щорічно висаджують 10-15 тисяч саджанців! Якщо врахувати, що цей благодійний проект розрахований на десять років, то незабаром Музиківка “потоне” в садах і лісах. Діти працюють безкоштовно. Щоправда, благодійний фонд за це віддячує. Торік школі надали 1000 гривень, які були спрямовані на обладнання кабінету біології. Двох найактивніших учнів нагородили поїздкою в Київ.

Цього року школярі посадили 15 тисяч саджанців. Результати оцінили, вже друга дитина поїхала в “Артек” на оздоровлення. Школа також одержала з Києва літератури на 1,5 тис. гривень. Має громада й чотири гранти по 15 тис. гривень на навчання у Національній академії управління. Тобто екологічна робота виявилася корисною і для дітей, і для села, і для всієї громади. Зараз усі разом беруть участь в програмі “Чорне море”, працюють над створенням шкільного лісництва. А за підсумками навчального року Музиківська ЗОШ визнана переможцем обласного конкурсу в номінації “Школа - соціокультурний центр села”.

- Під час “круглого столу”, присвяченого обговоренню найактуальніших проблем сьогодення, виникла ідея створити при

сільській раді своєрідний центр розвитку громади, - пояснює Олександр Лейбзон (сільський голова Музиківки – С.Ш.) - Адже маємо дуже багато планів. Хочемо залучити до наших проєктів усю молодь села. Для роботи з нею постараємося знайти кошти для утримання двох клубних працівників, які працюватимуть на базі школи. Ми звернулися з проханням до всіх наших випускників і студентів допомогти створити сайт рідного села в Інтернеті. Залучатимемо молодь й до розробки міжнародних програм. До речі, ми отримали листа з Осло, де підтримали наші пропозиції щодо можливого фінансування проєкту з водопостачання села. Приємно було читати. Сьогодні наш проєкт розглядають у Посольстві Норвегії в Києві. Плідно працюємо з Програмою розвитку ООН...

...Освоюючи можливості Інтернету, музиківці не забувають про перевірені часом засоби масової інформації. В селі почала виходити своя газета! Сьогодні її наклад становить 750 примірників.

Коаліція. Перспективним, на нашу думку, з погляду наявності й розвитку комунікативного потенціалу, є використання такого підходу, як створення коаліцій. За визначенням О.Єльчевої, “коаліція – добровільне формальне або неформальне об’єднання, яке створюється для досягнення спільної мети на засадах спільних інтересів, ресурсів, шляхом ухвалення певних правил і методів управління” [138, 52]. Загальний (економічний) опис процесу створення коаліції говорить про добровільне об’єднання людей і (або) організацій задля максимально ефективного досягнення результату при використанні мінімальних ресурсів і мінімальних при цьому втрат (ризиків). Досвід існування коаліцій в громадському секторі України і світу говорить про необхідність дотримання принципів партнерства та впровадження належного врядування.

Партнерство передбачає створення умов, при яких кожному учаснику коаліції гарантується рівноправність, при прийнятті рішень і діяльності гарантується прозорість, а все, що є результатом діяльності коаліції, приводить до взаємної вигоди учасників. Врядування (англійською governance) визначає принципи, котрі забезпечують належну роботу коаліції та її підзвітність, дбає про мету коаліції, збереження її цінностей і цим відрізняється від звичайного управління (менеджменту), під яким розуміється повсякденна організаційна діяльність.

Вітчизняна дослідниця О.Єльчева визначає вісім основних прачил побудови ефективної коаліції, серед яких: визначення мотивації для кожного учасника; дотримання рівноправності у розподілі та внесенні ресурсів; визначення етичних норм, правил, принципів партнерства; організація роботи дієвого менеджменту (секретаріату) коаліції; впровадження погодженої системи ухвалення рішень і санкцій за їхнє порушення; погодження правил вступу до коаліції та виходу з неї; погодження взаємної відповідальності; досягнення згоди щодо представництва (лідерства).

Створення коаліцій на сьогодні є досить дієвим методом участі громадян у формуванні публічної політики у місцевому самоврядуванні, однак не настільки поширеним. На нашу думку, саме у принципах функціонування ефективної коаліції і є основна проблема – навіть створивши коаліцію, представники вітчизняного “третього сектора” не можуть вповні реалізувати вимоги щодо рівноправності і прозорості у роботі коаліції, позаяк не володіють ще в достатній мірі навичками політичної й комунікативної культури.

Про необхідність налагодження діалогу як серед звичайних членів територіальної громади, так і наділених повноваженнями чиновників говорить і Ніна Носова - директор проекту “Вчимося самоврядування”, реалізованому у 2003 році на Полтавщині [139].

Ви ніколи не замислювалися, чому такі черстві та бездушні владні чиновники до наших із вами проблем? Оті посадовці, яких ми обирали і які клялися вірою і правдою служити громаді, насправді самоврядування відстоюють лише для себе, для своєї родини та вигідних знайомих (як зараз модно говорити, “команди”). І це вже не самоврядування, а самоуправство.

Спілкування з мешканцями населених пунктів Полтавщини дало невітійшну статистику забезпечення життєздатності територіальних громад області. Так, із 420 опитаних 25% назвали найголовнішою проблемою демографічну ситуацію, особливо на селі, де залишилися лише пенсіонери. (До речі, за останні 10 років в Україні кількість населення зменшилася майже на 2,5 млн. чол., смертність удвічі перевищує народжуваність, а із них 100 дітей, що народилися, 80 - хворих. Скоротилась і тривалість життя населення).

20% опитаних вважають надзвичайно гострою проблемою криміналізацію влади й розквіт корупції. То й не дивно, адже тільки офіційна статистика засвідчує 60% тіньової економіки в Україні.

Глибоко стурбовані громадяни і двовладдям на місцях, непрозорістю дій влади, відсутністю звітів посадових осіб

місцевого самоврядування, депутатів місцевих рад (18% опитаних). А непоінформованість населення призводить до відсторонення його від участі у вирішенні основних проблем громади, від участі у формуванні місцевих бюджетів, обговоренні соціально-економічних програм тощо.

Критичне становище на Полтавщині і з засобами масової інформації. Відмова місцевих видавництв друкувати опозиційні газети, судові позови владних чиновників на журналістів, які відстоюють принципи демократії, відмова друкувати статті опозиційних до влади депутатів місцевих рад, зумисне перекручення фактів у провладних ЗМІ - ось далеко не повний перелік усіх порушень законодавства про ЗМІ, про які повідомили нам мешканці Полтавщини.

Багато нарікань і на якість комунальних послуг та необґрунтоване їх подорожчання, занепад підприємств, розкрадання власності, нищення малого й середнього бізнесу, низький рівень пенсій і зарплат. Спектр цих проблем є спільним для всієї України. Тож і вирішувати їх треба спільно. А для цього потрібні не лише знання, вміння й навички, а й бажання та тверде переконання правильності обраного шляху. Адже бути службовцем місцевого самоврядування - означає бути слугою громади, а не навпаки...

...Можна просто чекати нової редакції Закону "Про місцеве самоврядування в Україні" із узгодженнями та виписаними нормами розмежування владних повноважень, а можна (і треба!) всією громадою випробувати законотворчу діяльність наших народних обранців на практиці, вчитися на чужих і своїх помилках і тим вдосконалювати самоврядування - найбільше і найцінніше благо справжнього народовладдя.

Фонд розвитку громад (ФРГ) є особливим способом мобілізації та акумулювання ресурсів певної громади для розв'язання наявних місцевих проблем та сприяння розвитку відповідних територій. Іншими словами, Фонди громад працюють в чітко визначеному географічному регіоні, а грошові кошти, які вони залучають, мають здебільшого місцеве походження і тому повинні використовуватися на місцевому рівні.

Термін "Фонд розвитку громади" походить від перекладу з англійського терміна "community foundation" [140, 4] (дослівно – "комунальний фонд"). Перші фонди розвитку громад було створено в Сполучених Штатах Америки на початку ХХ століття. Від традиційних приватних благодійних фондів їх відрізняло те, що рішення про розподіл коштів у ФРГ приймали представницькі комітети, що виражали інтереси гро-

мади в цілому. Майже 2/3 фондів у США виникли після реформ законодавства про оподаткування у 1970-х роках. Саме тоді роль фондів як каталізаторів змін у громадах та помічників інших благодійників набула широкого визнання. Нині у США та Канаді діє близько 800 ФРГ, вони мають різноманітні форми і досвід, якими, певною мірою, можуть скористатися також українські фонди [141, 17].

Ідея створення недоторканного капіталу, що використовується на користь громад, не є новою для українського благодійництва. Ще у XIX столітті всі одержані кошти благодійних товариств поділялися на недоторканий і витратний капітал, при цьому частка недоторканного капіталу становила 10-50% від усього прибутку товариства, а витратний капітал формувався за рахунок відсотків від недоторканного капіталу, а також від залишку прибутку товариства. Аналізуючи заснування та розвиток благодійних організацій в Україні, дослідники умовно розділяють такі історичні періоди: створення найпростіших благодійних організацій, які формуються навколо інституту церкви (IX–XVI ст.); розвиток громадської доброчинності під державним контролем (XVIII – середина XIX ст.); заснування благодійних товариств і приватних фондів, застосування нового підходу до розробки та реалізації соціальної політики держави (друга половина XIX – початок XX ст.) [142, 9].

У період незалежності України починається відродження благодійного руху, традицій меценатства та діяльності доброчинних організацій, формується нова нормативно-законодавча база, що регламентує діяльність благодійництва в Україні.

Проте досі в українському законодавстві не існує юридичного терміна “Фонд розвитку громади”, так само як і немає нормативного акта, який би визначав принципи формування та засади для діяльності таких структур. Процеси створення ФРГ в Україні на сьогодні відбуваються у більшості випадків шляхом перетворення з благодійних організацій і, рідше, шляхом створення ФРГ для розвитку громад. Але змінити назву благодійного фонду на ФРГ недостатньо, потрібно докорінно міняти систему функціонування. “Щоб бути визнаним як фонд розвитку громад, недостатньо збирати цукерки на щорічні благодійні акції”, - зазначають дослідники О.Вінников та Н.Соф’янець [141, 17]. Дійсно, подібну діяльність важко назвати впливом на формування місцевої політики. Тож питання, яким критерієм має відповідати ФРГ і, головне, як налагодити роботу ФРГ для забезпечення участі громадян у формуванні та реалізації міс-

цевої політики та забезпечити його довготривале функціонування, є предметом дослідження.

В Україні, згідно із загальноприйнятим визначенням, фондами розвитку громад визнаються неурядові організації, які задовольняють таким вимогам:

мають на меті підвищити якість життя для всіх осіб на географічно визначеній території;

є незалежними від контролю або впливу окремих організацій, урядових органів або донорів;

управляються радою з осіб, які широко репрезентують громади, на користь яких діють фонди розвитку громад;

надають гранти іншим неприбутковим організаціям та групам, які задовольняють широке коло потреб громади, в тому числі нових чи потенційних;

прагнуть сформувати постійний капітал для потреб громади, як правило, завдяки створенню ендавменту з внесків широкого кола донорів, у тому числі місцевих мешканців, компаній, урядових органів, а також інших фондів та неприбуткових організацій;

надають послуги донорам, що сприяють досягненню ними благодійних цілей;

залучаються до різноманітних заходів з розвитку громадського лідерства і партнерства у громадах, виконують функції ініціаторів, посередників, партнерів та координаторів у вирішенні проблем та підготовці рішень щодо важливих для громади проблем;

мають відкриті та прозорі процедури та практики стосовно всіх своїх операцій, а також підзвітні громаді завдяки регулярному інформуванню громад про свої цілі, заходи та фінансовий стан [140, 4-5].

Отже, з усіх наведених вище критеріїв, яким має відповідати ФРГ, можна виділити кілька основних: здійснення діяльності на визначеній території задля розвитку певної територіальної громади; наявність органу управління, до якого входять представники широких кіл місцевої громади; забезпечення співпраці та підтримка партнерських програм між трьома секторами суспільства: державою, бізнесом та неприбутковими організаціями; накопичення ресурсів (створення ендавменту) та їхнього направлення для виконання програм, спрямованих на вирішення проблем визначеної територіальної громади. Саме в цих критеріях закладено механізм впливу громадян на формування місцевої політики, а також залучення ресурсів

та безпосередньої участі населення у реалізації цієї політики.

Чимало малих і середніх громад в Україні стикаються з проблемою пошуку інвестицій для вирішення нагальних місцевих проблем. Прибуткові підприємства у таких громадах часто відсутні або не мають достатньо вільних коштів, а через це й власні доходи місцевого бюджету є недостатніми. Щодо державних субсидій, то вони спрямовані на забезпечення радше мінімальних соціальних стандартів, ніж конкретних пріоритетів розвитку окремих громад. Отже, “бюджети розвитку” в українських громадах часто фактично не виконують своєї основної функції.

Можливості органів місцевого самоврядування залучати додаткові кошти через створення різноманітних позабюджетних фондів останнім часом зазнали істотних обмежень. Зокрема, законодавство забороняє пряму участь органів місцевого самоврядування і комунальних підприємств у створенні позабюджетних і благодійних фондів. Та головне, що позабюджетні фонди виявилися недостатньо ефективним засобом соціальних інвестицій, бо вони мало зважали на потреби розвитку власне громади. Тому громадські ініціативи звертають дедалі більшу увагу на такі механізми ефективного соціального інвестування, як фонди розвитку громад.

Роль, яку відіграють ФРГ, можна порівняти з роллю посередника, який полегшує процес мобілізації громади на вирішення певної актуальної проблеми та залучення необхідних для цього ресурсів. ФРГ об'єднують людей з різним рівнем освіти, сприяють встановленню партнерських відносин між громадськістю та приватним сектором, підтримуючи в такий спосіб відвертий діалог та забезпечуючи успішну спільну діяльність. Оскільки ФРГ добре знають специфіку громади, яку обслуговують, вони можуть ініціювати впровадження нових проектів і відкривати нові горизонти перед представниками організацій та перед окремими особами, які мають бажання сприяти розвитку своєї місцевої громади; фонд перетворюється у справжній “каталізатор” розвитку, прискорюючи реакцію на рівні громади.

Оскільки ФРГ займають нейтральну позицію в своїх громадах, вони більш правомочні в об'єднанні діаметрально протилежних груп опонентів, аніж державні організації. ФРГ є політично незаангажованими, вони існують задля того, щоб вдовольнити потреби та інтереси громади в цілому й відтак не представляти інтересів окремої групи.

Отже, головна риса діяльності ФРГ – інвестиції у проекти, чії результати можуть бути важливими для будь-якого мешканця гро-

мади, а не у поточну допомогу окремим особам чи групам осіб. ФРГ не повинні перетворюватися на фонди меншин чи окремих груп. ФРГ не замінюють місцеві “бюджети розвитку” або державні цільові фонди – вони шукають, оцінюють і використовують всі можливі види ресурсів згідно з мінімальними законодавчими та внутрішніми обмеженнями. ФРГ реалізують цю мету зусиллями місцевих громадян та з формуванням нових постійних ресурсів.

При започаткуванні та розбудові Фонду доцільно залучити найбільш авторитетних мешканців громади, які користуються довірою населення та готові діяти відповідно до високих етичних стандартів заради добробуту громади [138, 304].

Привертає увагу практика участі в органах фондів посадових осіб місцевого самоврядування. Це не є порушенням законодавства про боротьбу з корупцією. Проте органи місцевого самоврядування як такі та комунальні підприємства чи установи не можуть бути учасниками благодійних і громадських організацій. Тому посадові особи беруть участь у правлінні чи інших органах фондів в особистій якості. Чимало потенційних донорів таки сприймають подібну практику як корупційну, мовляв, керівники органів самоврядування провадять через благодійні фонди політичний патронаж, але фактично не надають фондам коштів; крім того, в разі зміни складу органів самоврядування, внаслідок виборів взаємодія фонду з цими органами може ускладнитися.

Найбільш проблемним є формування представницьких органів управління у малих громадах, з відносно низьким рівнем соціального та економічного розвитку, зокрема у тих, де немає дієвих неурядових організацій чи значного приватного бізнесу. Якщо нема також релігійних організацій та традицій “сусідської” взаємодопомоги, благодійність у таких громадах залежить від державних органів або субсидованих державою підприємств.

Поряд з тим, ФРГ активно залучають кошти у вигляді грантів від міжнародних донорських структур. За даними дослідження В.Карпенка, використовуючи різноманітні форми фандрейзингу, ФРГ в Україні залучають майже 3 млн. грн. щорічно, а основними джерелами фінансування є: благодійні внески фізичних осіб (81,5%), кошти комерційних організацій та структур (72,7%), гранти міжнародних організацій (45,5%), гранти місцевих організацій та місцевий бюджет (18,2%). А найбільш відомий ФРГ у Росії - “Фонд Тольятті” за допомогою місцевого бізнесу створив недоторканий

капітал (ендавмент) у сумі 1 млн. доларів США [13]. Таким чином, можна говорити про те, що активно діючий ФРГ здійснює досить значний вплив на розвиток громади. І чим більше ресурсів залучає та виділяє ФРГ на реалізацію місцевих програм, тим відчутніший вплив Фонду на формування місцевої політики.

Залучені ресурси ФРГ спрямовують на реалізацію проектів, що відповідають визначеним ФРГ пріоритетним напрямам розвитку громади. Як правило, виділення фінансування здійснюється на конкурсній основі з максимальною відкритістю усіх процедур. В окремих випадках ФРГ може самостійно реалізовувати програми розвитку громади. В міжнародній практиці ФРГ діють фактично як фінансові установи, які надають радше ресурси, ніж конкретні послуги.

Закон встановлює і високі вимоги до звітності ФРГ щодо напрямів та ефективності використання коштів і перед окремими донорами, і громадою в цілому. Зазвичай ФРГ оприлюднюють звіти у місцевих засобах масової інформації і окремих публікаціях.

Проте найбільшою проблемою ФРГ в Україні є забезпечення сталості їхнього функціонування та розвитку. За словами представника Фонду Ч.Ст.Мотта Миколи Дейчаківського (США), який тривалий час займався розвитком ФРГ в Україні: "...фонд розвитку громад не є структурою, що живе сьогодні, завтра чи з дня на день, а саме думає про стале майбутнє. Він має надовго прослужити громаді, якщо не навіки. У США, коли говорять про фонд розвитку громади, то розуміють, що цей фонд має "ендавмент" - залізний фонд чи капітал. Ендавмент – це накопичене майно чи ресурси, які інвестовані, і сам фонд розвитку громади оперує коштами чи дивідендами, що надходять з недоторканного капіталу" [138, 306].

Як правило, ендавменти діють у формі депозитних рахунків, адже відсоткові ставки на депозити в Україні значно вищі, ніж в інших європейських країнах, особливо в іноземній валюті. Але виникають дві проблеми, для яких кожен фонд шукає розв'язки самостійно. По-перше, щоб доходи від ендавменту ефективно покривали поточні витрати ФРГ, основна сума має дорівнювати принаймні 100 тисяч доларів США. Знайти таку суму для більшості фондів складно, і часто це забирає не один рік. З іншого боку, попри привабливість відсоткових ставок в Україні, в кожному випадку треба проаналізувати, чи не буде вигідніше інвестувати ці кошти в щось інше, що сприятиме діяльності власне ФРГ – обладнання, приміщення, рекламу чи навчання персоналу [141, 19].

Громадські ради. Взаємовигідною формою співпраці влади і громадськості, яка враховує інтереси суспільства під час підготовки і впровадження управлінських рішень, стали громадські ради або дорадчі комітети. За визначенням, яке використовує В.Бондарчук [128,15], громадські ради – це “неформальні громадські структури, що працюють з органами державної влади та місцевого самоврядування у визначених ними сферах та організаційних форматах”. Отже, за статусом – це консультативно-дорадчі органи, діяльність яких здійснюється на основі положень, затверджених органом місцевого самоврядування. Основне завдання громадських рад, за визначенням А.Дуди – “акумулявання організаційного та інтелектуального потенціалу ОГС у виробленні політики та рішень органів місцевого самоврядування у певних сферах” [81, 39].

Взаємодія з дорадчими комітетами (радами) може мати низку позитивних моментів саме для офіційних представників публічної влади. По-перше, остаточне рішення, прийняте за участю дорадчих структур, зазвичай є більш виваженим, оскільки представники громадськості можуть розглядати і аспекти, “невидимі” чи “невідомі” для представників влади. По-друге, якщо представник влади додержується рекомендацій дорадчого комітету, він зазвичай залучає на свою сторону більш широке коло городян і завдяки цьому здобуває їхню підтримку в процесі реалізації програми. По-третє, концепція, запропонована громадськими радами, в подальшому може стати (після доопрацювання експертами) основою затвердженої органом влади офіційної концепції. По-четверте, відповідальність офіційних осіб за прийняття рішення про вжиття не надто популярних заходів для вирішення наявних проблем може бути частково знята, оскільки, діючи згідно з рекомендаціями дорадчого комітету, він одержує певне “політичне прикриття”. По-п’яте, представник влади, котрий при ухваленні рішень враховує думку співгромадян, користується повагою серед своїх виборців.

До речі, саме такі політичні моменти і взаємодія з виборцями стали свого часу – наприкінці 1970-х років - передумовою для масового поширення практики створення громадських рад спочатку в Канаді, потім – у США та інших країнах Європи [128,16]. Вочевидь, наповнення реальним змістом діяльності і, відповідно, досягнення громадськими радами максимальної величини комунікативного потенціалу можливе лише за умови справжньої політичної відповідальності виборних представників влади від своїх виборців.

Міжнародні організації, які вбачають своїм завданням створення передумов для розвитку місцевого самоврядування, активно застосовують громадські координаційні ради як перевірену часом технологію, яка, до того ж, дозволяє чітко відстежувати хід реалізації проекту, отримувати прозору звітність [143].

У Запорізькій області з березня минулого року (тобто 2008 року – С.Ш.) реалізується спільний проект Європейського Союзу та Програми розвитку ООН (ПРООН) “Місцевий розвиток, орієнтований на громаду”. Він має на меті поліпшити умови життя сільського населення, підвищити потенціал громад щодо соціально-економічного розвитку територій та сформувати господарську субкультуру життя мешканців цих населених пунктів, тобто створити умови для переходу від пасивних споживачів адміністративних послуг до рівня партнерів у їх наданні та отриманні.

Головне в проекті - не просто дати кошти селянам для реалізації ініціатив у охороні здоров'я, енергозбереженні, водопостачанні, захисті довкілля та організації підвезення школярів, а навчити їх основ проектного менеджменту, планування, розробки стратегії та управління своїм життям. Ці завдання реалізовувалися, починаючи з серпня минулого року (2008 року – . .). А от наскільки успішно, й було проаналізовано на річному оглядовому засіданні регіональної координаційної ради...

Як зазначалося на засіданні, представники проекту ПРООН приїхали до Запорізької області не просто з цікавості, а з річною інспекцією. Тому в облдержадміністрації організували для них оглядову зустріч, щоб продемонструвати гостям, що робота з цих питань у регіоні ведеться, а сільські громади активно працюють свої проекти та готуються до втілення їх у життя. До речі, за станом впровадження мікропроектних пропозицій область посідає третє місце в Україні, чим інспектори залишилися задоволені. Вісім із сорока громад уже затвердили в ПРООН свої проекти, ще в одинадцяти вони вже готові і найближчим часом будуть подані на розгляд партнерів.

Отримані результати свідчать як про дієвість самих сільських громад, так і про розвиток партнерства у взаєминах між ними та владою. Зокрема, в травні (2009 року – . .) на ініціативи місцевого розвитку з обласного бюджету надали 280,8 тисячі гривень. А за підсумками оглядового засідання було вирішено збільшити розмір бюджетної допомоги до 10 відсотків від загальної вартості проектів, котрі втілюються в життя власними силами сільських мешканців.

Форум місцевого самоврядування. Така форма участі громадян у формуванні публічної політики на рівні самоврядної одиниці, як форуми місцевого самоврядування, хоч і не виписана прямо у законодавстві, проте не суперечить йому, а відтак, і має право на існування. Тим більше, що користь від впровадження форуму місцевого самоврядування вже відчули мешканці Дубенського району Рівненської області.

У відповідь на необхідність консолідації представників громад району перед черговим прийняттям районного бюджету голова Дубенської райради О.Дехтярчук видав розпорядження про скликання Форуму місцевого самоврядування. Це розпорядження, яке, як і у випадку створення громадських рад, нормативно-розпорядчим методом започатковує нову форму участі громадян, мало і певний політичний аспект. Впроваджуючи програму соціально-економічного розвитку району впродовж 2006-2009 років, депутати райради відчували певний спротив з боку представників райдержадміністрації.

Принципова позиція багатьох депутатів райради, які наполягали на першочерговому вирішенні тих чи інших соціально-економічних проблем конкретного села, не завжди знаходила відгук у виконавців з держадміністрації. Сучасний стан бюджетного процесу практично перетворив виконавців делегованих повноважень (апарат райдержадміністрації) на повноцінного “господаря” бюджету. При цьому вплив на позицію окремих депутатів здійснювався через непрямий тиск (використовувалося те, що депутати є державними службовцями, мали певні бізнес-інтереси тощо). Ускладнило ситуацію і обрання у 2006 році нинішнього складу Дубенської райради за партійними списками, що не дозволило кожній сільській громаді мати свого представника у районній раді, а також призводило до конфліктної, а іноді й до неконструктивної поведінки депутатів під час засідання комісій та проведення сесій. Тому для того, щоб голос сільських громад все-таки був почутий, згідно із вищезгаданим розпорядженням голови райради, у кожній з 26 сільських громад району було обрано по п’ять делегатів – учасників форуму.

У підсумку за участю депутатів районної ради, сільських голів, делегатів від сільських громад і було 7 грудня 2009 року скликано перший Форум місцевого самоврядування Дубенщини, який затвердив регламент своєї роботи, схвалив звіт голови райради за 2006-2009 роки і визначив пріоритетні напрями соціально-економічного розвитку району на 2010 рік. Результатом роботи Форуму

му стало також прийняття резолюції до Рівненської обласної ради та Верховної Ради України з приводу актуальних проблем місцевого самоврядування. Визначення пріоритетних напрямів розвитку району на такому представницькому форумі після тривалих і конструктивних дискусій, виступів учасників Форуму стало незаперечною перемогою принципів місцевого самоврядування – адже тепер ігнорування консолідованої волі громад району (не окремих депутатів чи голови райради) з боку райдержадміністрації стало практично неможливим. Наступна за президентськими виборами зміна керівництва райдержадміністрації також не стала критичною для затвердження районного бюджету, оскільки його основні параметри були визначені заздалегідь Форумом.

З огляду на комунікативний аспект, робота Форуму дозволила створити ще один дискусійний майданчик для сільських громад, при цьому цей майданчик перетворився на центр прийняття рішень і визначення пріоритетів впровадження місцевої політики. Комунікативний потенціал Форуму ще може бути збільшений завдяки популяризації ідей участі членів територіальних громад у виробленні публічної політики.

Отже, узагальнюючи досвід створення Форуму місцевого самоврядування на рівні району, можемо зробити висновки про функціонування даної форми участі громадян у місцевому самоврядуванні. Організаційна форма Форуму – збори делегатів, правоустановча форма – зібрання за розпорядженням голови районної ради, можливе прийняття регламенту та інших регламентних документів. Фінансове забезпечення діяльності Форуму – як за рахунок учасників, так і за рахунок бюджету району. Організаційне забезпечення Форуму може покладатися на виконавчий апарат районної ради, зокрема, на персонал, який безпосередньо відповідає за зв'язки з територіальними громадами. Комунікативна складова Форуму – публікації в місцевій пресі, періодичний Вісник, бюлетені у селах, сайти районної та сільських рад, міжособистісний контакт.

Основна проблема – низький рівень комунікації між територіальними громадами – вирішується через спільне визначення пріоритетів розвитку району, “тиском” сільських громад на депутатів районної ради. Існує також можливість створення навколо визначених Форумом пріоритетів міжфракційного об'єднання депутатів.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження визначено необхідність введення до наукового дискурсу поняття комунікативний потенціал місцевого самоврядування як організаційної, структурної та креативної здатності взаємодіючих елементів комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні до здійснення ефективної комунікації. КПот використовується з найменшою ефективністю, або й не використовується взагалі у випадку, коли комунікатор через власне небажання або незнання обирає неефективні канали комунікації, формує і передає неприйнятне за змістом чи формою для комуніканта (отримувача інформації) повідомлення, а відтак – і не досягає ні уваги, ні відповідної (тобто запланованої чи передбачуваної) реакції від комуніканта. КПот може бути відсутнім і тоді, коли має місце серйозне зміщення у системі відносних координат між комунікатором і комунікантом, коли комунікативний процес втрачає такі свої риси, як симетричність, відтворюваність, рівноправність учасників комунікативного процесу.

Із розробленої нами графічної моделі комунікативного потенціалу в місцевому самоврядуванні визначаємо, що надмірна регуляція комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, його нормативне обмеження знижує рівень суспільного управління і, відповідно, зменшує КПот. Також і неусвідомлення соціальними інституціями та громадянами потреби в комунікативному процесі зменшує значення Кпот. Комунікативний процес, який виходить за межі детермінуючих рівнів, може бути девіантним, тобто призводити до поступової зміни цих норм, і водночас спричинює руйнування існуючих механізмів комунікації.

Розвиток КПот у місцевому самоврядуванні полягає у виборі або створенні адекватних умов комунікативного процесу, форм, засобів і каналів комунікації задля створення найбільшого поля ефективного комунікування, стійкого в часовому розрізі за умови динамічної зміни навколишнього комунікативного простору. Розвиток КПот досягається на основі науково обґрунтованого планування і впровадження комунікативних стратегій у місцевому самоврядуванні. Кпот пропонується поділяти на зовнішній та внутрішній; на матеріальний і нематеріальний; на нормативно-правовий і звичаєвий. Визначено місце КПот за функціональною структурою серед інших видів стратегічного потенціалу місцевого самоврядування.

Місцеве самоврядування як складна система економічних, правових і соціокомунікативних відносин розвивалося в українському суспільстві тривалий історичний час. Важливими для знаходження у минулому відповідей на проблемні виклики сучасності, на нашу думку, є такі історичні аспекти: історично доведена здатність українського народу до самоорганізації; історично зумовлена прихильність українського народу до демократичного устрою, який передбачає широку участь громадськості, обмеження ролі держави; історичний досвід самоврядування як своєрідного економічного устрою суспільства; здатність українського народу продукувати власний епос і міфологію.

Запропоновано синтетичну модель комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, при цьому уточнено визначення структурних елементів комунікативного процесу. Перспективи розвитку місцевого самоврядування як складної соціальної системи пов'язані з впровадженням та розвитком таких форм комунікації, яка описується транзакційною моделлю. Відтак, важливим є реальне наділення соціальними функціями усіх учасників комунікативного процесу в місцевому самоврядуванні, розуміння ними своїх соціальних ролей і своєї можливості змінити ці ролі. До того ж, транзакційна модель дозволяє планувати і впроваджувати довготривалі КСт, які можуть більш ефективно використовувати наявні ресурси, визначати і вирішувати завдання для місцевої громади.

Наявність КПот у формах безпосередньої участі громадян у місцевому самоврядуванні надає можливості додаткового регулювання (корекції) для розвитку механізмів реалізації права громадян на участь в місцевому самоврядуванні. Розвиваючи КПот форм безпосередньої участі громадян через удосконалення планування і впровадження адекватних КСт, досягаються нові можливості для реалізації права громадян на участь в місцевому самоврядуванні через залучення їх до комунікативного процесу. Водночас із унормованими законодавством формами безпосередньої участі громадян, у місцевому самоврядуванні України виявляють свою комунікативну ефективність і такі форми участі, які наразі не врегульовані нормативними актами.

Останні тренди суспільного розвитку висувають досить серйозні проблеми перед УКП і на місцевому рівні. По-перше, фінансово-економічна криза примушує УКП ретельно перебрати увесь

набір КТ, звернувши увагу на найбільш ефективні. У цьому контексті, безумовно, найперспективнішими є новітні КТ, які діють в електронних співтовариствах та використовуються за допомогою віртуальних ЗМК. Виявлено чинники (пропонується їх розділити на суб'єктивні та об'єктивні), які обмежують використання Е-комунікацій у місцевому самоврядуванні. До умовно об'єктивних чинників віднесемо недостатнє географічне покриття мережею Інтернет, порівняно невелику кількість користувачів Мережі і сформованих на локальному рівні Е-спільнот, відсутність як фахівців у галузі Е-комунікації в місцевому самоврядуванні, так і методологічної основи та інструментарію для оцінки ефективності комплексу заходів, проведених за допомогою Е-комунікації. Але найбільш істотно перешкоджають впровадженню Е-комунікацій системні проблеми у суспільному розвитку трансформаційних посттоталітарних держав, до яких належить і Україна. По-друге, суттєві зміни відбулися і у суспільному сприйнятті сучасних політичних процесів, тепер виклики постали і з іншої сторони комунікативного процесу – з боку реципієнтів повідомлення. Технологічною детермінантою застосування Е-комунікацій є стрімке зростання кількості користувачів мережі Інтернет. А політична доцільність у пошуках нових комунікативних каналів взаємозв'язку з виборцями на регіональному рівні визначається низькою виборчою активністю. Ширше застосування Е-комунікацій у місцевому самоврядуванні, на нашу думку, може суттєво впливати на розвиток громадянських інститутів як на локальному, так і на загальнодержавному рівні.

Додаткове правове регулювання, певна деталізація та уніфікація нормативної бази, яка стосується форм безпосередньої участі громадян у місцевому самоврядуванні, дозволить суттєво спростити механізм прямого доступу членам територіальної громади до самоврядування, а відтак - збільшує КПот місцевого самоврядування. Оскільки йдеться про забезпечення конституційних прав громадян, на законодавчому рівні необхідно зобов'язати органи місцевого самоврядування деталізувати механізми реалізації прав громадян на участь у місцевому управлінні. Одночасно мають бути розроблені методичні рекомендації із впровадження відповідних місцевих нормативно-правових актів. Варто також запровадити моніторинг виконання на рівні громад цих зобов'язань органами юстиції і поширити його не лише на статuti, а й на положення, що врегульовують участь громадян в місцевому управлінні.

Актуальною також залишається просвітницька робота у напрямі інформування громадян про їхні права у здійсненні місцевого самоврядування, спонукання (у тому числі й економічне) громадян до застосування на практиці механізмів врядування, участі у стратегічному плануванні розвитку громади, у розробці місцевої політики тощо. Тому необхідно передбачити нормативне зобов'язання щодо проведення систематичних зрізів суспільної думки стосовно рівня довіри до органів влади, передбачити унормування створення і діяльності Фондів розвитку громад, забезпечити моніторинг Статутів територіальних громад на їхню відповідність завданням з активізації громадян.

ПІСЛЯМОВА

Проблема налагодження дієвої комунікації в місцевому самоврядуванні в розрізі функціонування державного механізму, зокрема, органів місцевого самоврядування та їхніх працівників, характеризується кількома важливими, на наш погляд, особливостями, які суттєво можуть вплинути на формування комунікативного потенціалу та на вибір комунікативних стратегій.

По-перше, це безпосередня приближеність представників органів місцевого самоврядування до територіальної громади – не лише в географічній площині, а й у площині прийняття та реалізації управлінських рішень.

По-друге, взаємопов'язаність і взаємозалежність членів територіальних громад та органів місцевого самоврядування, які знайшли відображення в юридичній та політичній практиках українського суспільства.

По-третє, суттєва обмеженість в ресурсах – як людських, так і фінансових.

Внаслідок цього особливої уваги потребує аналіз існуючих навчальних програм у сфері комунікативістики, розробка нових навчальних програм для підготовки і перепідготовки працівників місцевого самоврядування та додаткове професійне навчання персоналу органів місцевого самоврядування. Принагідно відзначимо, що фінансові обмеження, особливо в кризовий період, суттєво впливають на арсенал доступних комунікативних практик у місцевому самоврядуванні.

Подібні особливості мають і інші учасники комунікативних відносин, а врахування цих особливостей на засадах партнерських взаємин зможе значно збільшити ефективність комунікацій і – як наслідок – привести до якісно нового рівня громадсько-політичного і суспільного діалогу в чарунках системи місцевого самоврядування в Україні. Особливо актуальним у цьому розрізі буде аналіз комунікативних стратегій і практик, спрямованих до членів територіальної громади як первинної неподільної складової територіальної громади, носія її (громади) суспільно-політичних інтенцій.

Інтеграція і все більший вплив, якого зазнає Україна внаслідок глобалізаційних процесів, поступальний розвиток демократії за деякий час примусять переоцінити роль територіальних громад

у суспільно-політичному і соціально-економічному житті держави. Принаймні логіка глобалізаційних процесів свідчить про зростаючу роль первинних осередків демократії, при якій функціонування територіальних громад наповнюється новим змістом.

З огляду на це, також є необхідним і детальний розгляд ролі міжнародних громадських організацій у розвитку територіальних громад. Напрацювання успішних комунікативних стратегій у відносинах між територіальною громадою і міжнародними недержавними організаціями (МНДО - фондами, інституціями тощо) дозволяє, за наявності розвинутого комунікативного потенціалу, на локальному рівні досить ефективно вирішувати проблеми місцевого розвитку, зокрема в гуманітарній сфері.

Збільшення комунікативного потенціалу на рівні територіальної громади може стати предметом подальших наукових досліджень, адже його ефективність може вимірюватися не лише локальним зниженням соціальної напруги через підвищення ефективності управлінської діяльності, високу культуру і технологічність застосованих комунікативних інструментів, а й підвищенням якості надання соціальних послуг (через автоматизацію, паспортизацію, комп'ютеризацію процедури прийняття рішень, видачу довідок тощо); зростанням інвестиційної привабливості району, міста чи села через впровадження правильної комунікативної стратегії.

Форми безпосередньої участі громадян, особливо їхні новітні видозміни і весь арсенал Е-комунікацій, є взаємодоповнюючими і взаємозалежними. Адже говорячи про запровадження форм участі громадян задля ефективної комунікації у місцевій громаді, ми маємо на увазі таку ситуацію, при якій комунікативний потенціал буде максимальним. Це, в свою чергу, можливо за умови рівноправної двосторонньої комунікації. Відповідно, коли працює така модель комунікації, то вона і вимагає нових технологічних засобів. Якщо люди між собою навіть не мають бажання спілкуватися, не кажучи вже про написання одне одному листів, то навіщо їм для зв'язку Інтернет? Якщо міський голова намагається приховати від територіальної громади наслідки своєї бурхливої діяльності на посаді, то навіщо йому освоювати нові форми спілкування з мешканцями міста?

Отож маємо ситуацію, при якій технологічне забезпечення комунікативного процесу набагато випереджає його якість (особливо

якщо говорити про рівень комунікативного потенціалу в сучасній вітчизняній територіальній громаді). Що ж, іноді навчитися чесно виконувати обов'язки, на які тебе уповноважила громада, набагато важче, ніж освоїти телефон-комунікатор останньої моделі (куплений, до речі, на гроші тієї ж громади). Знову і знову має рацію булгаковський професор Преображенський, який визначив точну локалізацію “розрухи” як суспільно-політичного явища.

Але чомусь маю переконання, що наше місцеве самоврядування все-таки буде жити. Незважаючи ні на що. А творчість мільйонів звичайних громадян дозволить говорити про тисячі успішних прикладів розвитку територіальної громади. Все це є, і все це буде. Залишилося за одним: потрібно, щоб кожен – від чиновника найвищого рангу до кожного члена громади – усвідомив свою відповідальність за землю, на якій житимуть наші діти, і дав собі відповідь на класичні запитання: якщо не я – то хто? Якщо не зараз – то коли?

ЛІТЕРАТУРА

1. Мерманн Элизабет. Коммуникация и коммуникабельность. Практические рекомендации для открытой коммуникации: [Текст] / Э.Мерманн / Пер. с нем. Е. И. Высочинова. - Харьков: Изд-во "Гуманитарный Центр", 2007. - 296 с.
2. Казакова Т.В. Інформаційно-комунікативні відносини найдавніших гомінід як виток соціальних комунікацій людства. Фрагмент авторського курсу "Теорія та історія соціальних комунікацій" // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия "Филология. Социальная коммуникация". Том 21 (60). 2008 г. №1. С.199-203.
3. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учеб. пособие для вузов: [Текст] / С.В.Бориснев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 270 с.
4. Рибалка С.В. Мова міміки, поглядів, жестів: [Текст] / С.В.Рибалка. – Донецьк: ТОВ ВКФ "БАО", 2006. - 224 с.
5. Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций: [Текст] / И.П.Яковлев. – Изд. 2-е, перераб. - СПб., "Авалон", "Азбука-классика", 2006. – 240 с.
6. Поленова Т.П. Школа эффективного общения: коммуникативные техники, которые всегда работают: [Текст] /Т.П.Поленова. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 252, [1] с. – (Психологический практикум).
7. Луман Н. Медиа коммуникации: [Текст] /Н.Луман. - Пер. с нем. / А.Глухов, О.Никифоров. М.: Издательство "Логос". 2005. – 280 с.
8. Оболенський О.Ю. Наукові дослідження в галузі державного управління: Навч. посіб. : [Текст] / О.Ю.Оболенський, М.К.Орлатий, Ю.П.Сурмін та ін. – К.: НАДУ, 2008. – 224 с.
9. Бряник Н. В. Общие проблемы философии науки: Словарь для аспирантов и соискателей / Н. В. Бряник: сост. и общ. ред.; отв. ред. О. Н. Дьячкова. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2007. - 318 с.
10. Квіт С.М. Масові комунікації: Підручник: [Текст] / С.М.Квіт. – К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2008. – 206 с.
11. Ковжого Г.С. Евристичний потенціал наукового поняття "концепт" у контексті журналістикознавчих досліджень (на прикладі концепту "смерть") : [Текст] /Г.С.Ковжого// Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В.В.Різуна; КНУ ім. Тараса

Шевченка. – К., 2008, Т.30 (січ.-берез.). - 184 с. – С.23-27.

12. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации : [Текст] / Г.Г.Почепцов. – М.: “Рефл-бук”, К.: “Ваклер”. – 2003. – 656 с.

13. Брайант, Дженнингз. Основы воздействия СМИ: [Текст] / Д.Брайант, С.Томпсон / Пер. с англ. — М. : Издательский дом “Вильямс”, 2004. — 432 с. : ил.

14. Федотова Л.Н. Анализ содержания : социологический метод изучения средств массовой коммуникации: [Монография] / Л.Н. Федотова. – Изд. 2-е, доп. и испр. - М.: Научный мир, 2001. 214 с.

15. Штромайер, Герд. Політика і мас-медіа: [Текст] / Г.Штромайер/ Пер. з нім. А.Орган.- К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. – 303 с.

16. Парсонс, Вейн. Публічна політика: Вступ до теорії і практики аналізу політики: [Текст] /В.Парсонс/ Пер. з англ. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2006. - 549 с.

17. Гордієнко В. І. Моделі комунікативного процесу в сучасній психології та їхній потенціал у поясненні діалогічності спілкування // Наукові записки НаУКМА. - 2009. Т. 97: Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. - С. 55-60.

18. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций: [Текст] / Р.Харрис. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 448 с. (Проект “Психология - BEST”).

19. Васильев Н. Н. Тренинг профессиональных коммуникаций в психологической практике : [Текст] /Н.Н.Васильев. — СПб.: Речь, 2005. — 283 с.

20. Берн Э. Трансактный анализ в психотерапии: Системная индивидуальная и социальная психиатрия : [Текст] /Э.Берн / Пер. с англ. - М.: Академический проект, 2001. - 320 с.

21. Шмидт, Райнер. Искусство общения: [Текст] / Р. Шмидт/ Пер. с нем. - М. : СП Интерэксперт, 1992. – 79 с.

22. Стюарт Й. Современный трансактный анализ: [Текст] / Й. Стюарт, В. Джойнс/ Пер. с англ. - СПб.: Социально-Психологический Центр, 1996. - 332 с.

23. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры: [Текст] / Э.Берн/ Пер. с англ. А.Грузберга. – М.: Эксмо, 2008. – 576 с. – (Психология общения).

24. Звернення міського голови О.Трачика до мешканців міста: [Електронний ресурс]/ Офіційний веб-сайт Галицької міської ради: <http://www.galych-rada.gov.ua/index.php?go=News&in=view&id=45>. – Заголовок з екрана.

25. Скуба В.П. Використання теорії архетипів для створення успішного рекламного повідомлення: [Текст] /В.П.Скуба // Наукові записки. Серія “культура та соціальні комунікації”/ за заг. Ред. Л.В.Квасюк. – Острог: Вид-во НУ “Острозька академія”, 2009. – Вип.1. – 340 с. – С. 183-191.

26. Штурхецький С.В. Дослідження фоносемантичних властивостей текстів виступів політиків [Текст] / С.В.Штурхецький, Я.І.Збитковський // Наукові записки: [зб. наук. праць] / За заг. ред. Л.В.Квасюк; ред. кол.: І.Д. Пасічник, П.М. Кралюк, В.М. Жуковський та ін. – Острог: Вид-во Національного ун-ту “Острозька академія”, 2010. – Вип. 2. – 266 с. – (Серія “Культура та соціальні комунікації”). - С. 53-65.

27. Вербер Б. Энциклопедия относительного и абсолютного знания: Гелеос, Рипол Классик; Москва; 2007.

28. Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі: [Текст] /Пер. з англ. – К.: “К.І.С.”, 1998. – 288 с.

29. Шевчук Д.М. Ситуація “семіотичної експансії” як контекст сучасних мас-медіа: [Текст] /Д.М.Шевчук // Наукові записки. Серія “культура та соціальні комунікації”/ за заг. Ред. Л.В.Квасюк. – Острог: Вид-во НУ “Острозька академія”, 2009. – Вип.1. – 340 с. – С. 209-215.

30. Грузія в паніці через фальшивий репортаж про інтервенцію Росії, : “Українська правда”, Субота, 13 березня 2010, 20:20. <http://www.pravda.com.ua/news/2010/03/13/4860780/>

31. Мак-Комбс, Максвел. Встановлення пріоритетів: масмедії та громадська думка : [Текст] /М.Максвел / Пер. з англ. – К.: “К.І.С.”, 2007. - 256 с.

32. Сухотерин Л.Я. Информационная работа в государственном аппарате: [Текст] / Л.Я.Сухотерин, И.В. Юдинцев. – М.: Издательство “Европа”, 2007. – 480 с. – (Политучеба).

33. Люличева Л.Г. Межличностное общение в структуре массовой коммуникации // Материалы Всероссийской научно-практической конференции “Коммуникации в современном мире”, Воронеж, 13—15 мая 2002 г. Под ред. проф. В.В. Тулупова. Изд-во Воронежского государственного университета, Воронеж, 2002. – С. 40-45.

34. О.Корчагіна. Мовні механізми маніпуляції свідомістю читачів (на матеріалах газет Ворошиловградської області (Луганської області) 1938–1953 рр.) // Теле- та радіожурналістика. 2010. Збірник наукових праць. За ред. проф. В.В. Лизанчука. Вип. 9. Ч. 1. – Львів, 2010. – С. 37–42.

35. А.В. Попов. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 320 с.

36. Мартен Д. Метаморфози світу: Соціологія глобалізації: [Текст] / Домінік Мартен, Жан-Люк Мецжер, Філіп П'єр; Пер. з фр. Є.Марічева. – К.; Вид. дім “КМ Академія”, 2005. – 302 с.

37. Фомичева И.Д. Социология интернет-СМИ: Учебное пособие : [Текст] / И.Д. Фомичева/ Под ред. М.М. Лукиной. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 79 с.

38. Буари, Ф. А. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия / Ф. А. Буари. - Пер. с фр. - Москва: ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2001. – 178 с.

39. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология: Учебник для вузов : [Текст] / Л. Джуэлл. – 4-е изд. - СПб.: Питер, 2001. - 720 с. - Серия “Учебник нового века”.

40. Пилипенко, Р.Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки) [Текст] : Дис. ... д-ра філол. наук. Спец. 10.02.04 - германські мови / Пилипенко Р.Є.; КНУТШ. - Київ, 2007. – 426 с.

41. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: Навчальний посібник : [Текст]/ Л.Є.Довгань, Ю.В.Каракай, Л.П.Артеменко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.

42. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. : [Текст] / П.Г.Клівець. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с. (Серія: Альма-матер).

43. Суцценко Е.А. Характеристика потенциала предприятия как экономической категории : [Текст] / Е.А.Суцценко// Вісн. Східноукр. Нац. Ун-ту ім. Володимира Даля. – 2002. - №5 (51). – С. 239-245.

44. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века: [Текст] / Г.Г.Почепцов. – М.: “Рефл-бук”, К.: “Ваклер”.- 2002. – 352 с.

45. Малиновский Бронислав. Магия, наука и религия: [Текст] / Б.Малиновский/ Пер. с англ. — М.: “Рефл-бук”, 1998. — 304 с. Серия “Astrum Sapientiae”.

46. 100 найвідоміших образів української міфології. – К.: ТОВ “Автограф”, ТОВ “Книжковий дім “Орфей”, 2006. - 460 с.

47. Гумилев Л.Н. Открытие Хазарии. Зигзаг истории. Этногенез и биосфера Земли. Тысячелетие вокруг Каспия : [Текст] / Л.Н.Гумилев. – СПб.: ООО СЗКЭО “Кристалл”, 2003. – 880 с.

48. Шевченко Т.Г. Передмова до другого видання “Кобзаря” : [Текст] /Т.Г.Шевченко// Тисяча років української суспільно-політичної думки. У 9-ти т. – К.: Дніпро, 2001. Т.5, кн.1. – XIX ст./ Передм., упор., прим. О.Сліпушко. – 512 с. – С. 257-261.

49. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння : [Текст] / Б.В.Потятиник. - Львів: ПАІС, 2004. – 312 с. (Серія: Медіакритика).

50. Кандагура К. Система державного управління інформаційним простором у перехідних суспільствах: українські реалії: [Електронний ресурс]/ К.Кандагура // Актуальні проблеми державного управління. Збірник наукових праць Одеського регіонального інституту державного управління. 2009. №1. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apdu_o/2009_1/R_2/Kandagura.pdf.

51. Гальчинський А.С. Помаранчева революція і нова влада: [Текст] / А.С.Гальчинський. – К.: Либідь, 2005. – 368 с.

52. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник: [Текст] / Ф.С.Бацевич. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2004. – 344 с. (Альма-матер).

53. Гонюкова Л.В. Суспільно-політичні об’єднання: теорія і практика: [навч.-метод. посіб. для вищ. навч. закл.] : [Текст] / Л.В.Гонюкова, Б.М.Максимець. – К.: Генеза, 2009. – 240 с.

54. Кушерець Т.В. Пошук нових індивідуальних та колективних ідентичностей в умовах глобалізації : [Текст] / Т.В.Кушерець // Наукові записки. Серія “Філософія”. – Острог: Видавництво Національного університету “Острозька академія”. – Вип. 5. – 2009. – С. 92-101.

55. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму : [Текст] / М.Вебер. - К.: Основи, 1994. - 261 с.

56. Костомаров М.І. Дві руські народності : [Текст] / М.І.Костомаров // Тисяча років української суспільно-політичної думки. У 9-ти т. – К.: Дніпро, 2001. Т.5, кн.1. – XIX ст./ Передм., упор., прим. О.Сліпушко. – 512 с. – С. 247-251.

57. Офіцинський Р.А. Європейська та євроатлантична інтеграція

України. Соціальний аспект: Навчальний посібник. – Ужгород: Ліра, 2007. – 320 с. (Серія “Євроінтеграція: український вимір”. Вип. 6).

58. В.Г.Кремень. Україна: проблеми самоорганізації : [Текст] : [В 2 т.] / В.Г.Кремень, Д.В.Табачник, В.М.Ткаченко. - К.: Промінь, 2003 – Т.1. Критика історичного досвіду. – 384 с.

59. С.Г. Алексеевъ. Мъстное самоуправление русскихъ крестьянъ. XVIII-XIX вв. : [Текст] / Алексеевъ С.Г. – М., С-Пб.: Изд. Товарищества М.О.Вольфа. 1902. – 313 с.

60. Журавський В.С. Становлення і розвиток українського парламентаризму (теоретичні та організаційно-правові проблеми) : [Текст]/ В.С.Журавський. – К.: Парламентське вид-во, 2002. – 344 с.

61. Програма “Громади” (1880р.) : [Текст] // Тисяча років української суспільно-політичної думки. У 9-ти т. – К.: Дніпро, 2001. Т.5, кн.2. – Кінець XIX ст. – поч.. XX ст./ Упор., прим. О.Сліпушко. - 376 с. – С. 254-258.

62. Янів В. Нариси до історії української етнопсихології : [Текст] / В.Янів / Упор. М.Шаповал. – 3-тє вид., стер. – К. Знання, 2006. – 341 с.

63. Драгоманов М. Листи на Наддніпрянську Україну : [Текст] / М.Драгоманов// Тисяча років української суспільно-політичної думки. У 9-ти т. – К.: Дніпро, 2001. Т.5, кн.2. – Кінець XIX ст. – поч.. XX ст./ Упор., прим. О.Сліпушко. - 376 с. – С. 118-153.

64. Совгиря О.В. Конституційне право України: Навч. посібник : [Текст] / О.В.Совгиря, Н.Г. Шукліна. - К.: Юрінком інтер, 2008. – 632 с.

65. Прієшкіна О.В. Місцеве самоврядування в Україні: правове регулювання безпосередньої демократії: Навч. посібник: [Текст] / О.В.Прієшкіна. - К.: Кондор. – 2008. – 336 с.

66. Балтянський М. Демократія на рівні громади // Робітнича газета, № 074 від 21 травня 2004 р., С.2.

67. Франко І. Я. Твори: У 50 т. : [Текст] / І.Я.Франко. – К.: Наукова думка, 1976-1986. - Т.45. – 525 с.

68. Грабовський С. Україна між “тут” і “там”: село і нелюди// Українська правда. П’ятниця, 23 липня 2010, 15:54. <http://www.pravda.com.ua/articles/2010/07/23/5240196/>

69. Грабовський С.І. Що принесла Україні Переяславська рада? : [Текст] / С.І.Грабовський. – К.: Стилос, 2003. – 64 с.

70. Горчакова В.Г. Имидж телеведущего как модель самоидентификации // “Вестник электронных и печатных СМИ” - электронная версия печатного журнала “Вестник ИПК” Института повышения квалификации работников ТВ и РВ. Выпуск №4 от 4 декабря 2007 года. <http://vestnik.ipk.ru/index.php?id=1557>

71. Конституція України // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – ст. 141.

72. Про місцеве самоврядування в Україні: [З–н України від 21 травня 1997 року] // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – С. 170.

73. Куйбіда В.С. Інформатизація муніципального управління [Текст] : [монографія] / В.С.Куйбіда. - Львів: Літопис, 2002.- 222 с.

74. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] : [монография] / О. С. Иссерс.- Изд. 4-е, стереотип. - М.: КомКнига, 2006.- 284 с. ... М.: УРСС, 2003. - 261 с.

75. Пітерс Дж.Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації [Текст] / Дж.Д. Пітерс/ Пер. з англ. А.Іщенко. – К.: Вид. дім “КМ Академія”, 2004. – 302 с.

76. Штурхецький С.В. Комуникативний потенціал безпосередньої участі громадян у місцевому самоврядуванні : [Текст] /С.В.Штурхецький, С.А.Пінчук // Інвестиції: практика та досвід. - 2010. - № 10. - С. 81-85. Рубрика: Механізми державного управління.

77. Пінчук С.А. Муніципальне регулювання діяльності органів самоорганізації населення : [Текст] / С. А. Пінчук // Сучасна наука в мережі Інтернет. Матеріали Шостої Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Збірник тез доповідей. Частина 2. – К.: ТОВ “ТК Меганом”, 2010. – 84 с. – С.11-14.

78. Матвієнко А. Розумна регіональна політика та місцеве самоврядування - запорука гідного майбутнього // Голос України, №072 від 15.04.2003 р. – С.10.

79. Про всеукраїнський та місцеві референдуми: [З–н України від 3 липня 1991 року] // Відомості Верховної Ради УРСР. - 1991. - № 33. - С. 443.

80. Про затвердження Положення про загальні збори громадян за місцем проживання в Україні: Постанова Верховної Ради України від 17 грудня 1993 року // Відомості Верховної Ради України. - 1994. - №6. – С. 30.

81. Дуда А.В. Інформаційна відкритість органів місцевого самоврядування [Текст] : Посібник для муніципальних посадовців/ А.Дуда, К.Рубановський, О.Федорович. – Івано-Франківськ: ГО “Агентство з розвитку приватної ініціативи”, 2009. – 96 с.

82. Скрипник Віктор. Мільйон гривень за ініціативу//Голос України, № 20, 01 лютого 2008, с. 3

83. Ткачук А.Ф. Місцеве самоврядування в Україні. Загальні збори громадян. Місцеві ініціативи. Громадські слухання [Текст] : Зб. типових місц. нормат. актів / А.Ткачук, В.Кампо, В.Прошко, Ю. Ганущак, М. Гументик. – К.: Ін-т громадян. сусп-ва, 2001. – 44 с.

84. Бойко О.П. Громадські слухання як складова механізму реалізації прав громадян через місцеві ініціативи : [Текст] / О.П.Бойко // Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія “Управління”. Вип. 1 (7). Державне управління та місцеве самоврядування / За заг. ред. В.К.Присяжнюка, В.Д.Бакуменка. - К.: ВПЦ АМУ, 2009. – 339 с. – С. 313-321.

85. Про органи самоорганізації населення: [З-н України від 11 липня 2001 року] // Відомості Верховної Ради України. – 2001.– № 48. – С. 254.

86. Пеліванова Н.І. Напрями удосконалення законодавчої регламентації діяльності органів самоорганізації населення : [Текст] / Н.І. Пеліванова // “Стратегічні пріоритети”: Зб. наук. праць, №1(10), 2009 р., С. 205-210.

87. Дуда А.В. Запровадження пропорційної системи на місцевих виборах у контексті комунікативних зв'язків влади і громади в Україні// Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями в контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку. / Ю.Тищенко, Я.Варивода, С.Конончук, А.Дуда, С.Горобчишина – К.: [Український незалежний центр політичних досліджень], 2007. – 80 с. – С. 27-38

88. Брусилова Алла. Громада: стратег чи реставратор?// Голос України, №072, від 15 квітня 2003 р., с. 5.

89. Лациба М. В. Як територіальна громада може впливати на рішення питань місцевого значення :[Текст] / М. В. Лациба, В. В. Бондаренко. – К. : Український незалежний центр політичних досліджень, 2007. – 108 с.

90. Лагутов Ю. Аналіз регламентації діяльності органів самоорганізації

нізації населення на локальному рівні: [Електронний ресурс] / Ю.Лагутов // Механізми удосконалення реалізації громадських ініціатив. Аналітична записка, Національний інститут стратегічних досліджень, березень 2009 р. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/mar-t2009/34.htm>. - Заголовок з екрана.

91. Пінчук С.А. Проблеми практичного застосування форм безпосередньої участі громадян у муніципальному управлінні : [Текст] / С.А.Пінчук // Наукові записки: [зб. наук. праць] / За заг. ред. Л.В.Квасюк; ред. кол.: І.Д.Пасічник, П.М.Кралюк, В.М.Жуковський та ін. – Острог: Вид-во Національного ун-ту “Острозька академія”, 2010. – Вип.2. – 266 с. – (Серія “Культура та соціальні комунікації”). - С. 115-125.

92. Штурхецький С.В. Ідентифікація кандидатів під час виборів як чинник електоральних симпатій виборця: комунікативний аспект місцевих виборчих кампаній: [Текст] / С.В.Штурхецький // Наукові записки: [зб. наук. праць]. Проблеми культурної ідентичності та культурний проект Європи. Матеріали міжнародної наукової конференції 24-25 квітня, Острог-2009; ред. кол.: І.Д.Пасічник, П.М.Кралюк, Ю.В.Мацієвський та ін. – Острог: Вид-во Національного ун-ту “Острозька академія”, 2009. – Вип.4. –266 с. - С. 100-110. – (Серія “Культурологія”).

93. Штурхецький С.В. Е-комунікація в Україні: регіональні перспективи : [Текст] / С.В.Штурхецький // E-gospodarka, E-społeczność w Europie Środkowej i Wschodniej. Vol.1.- Wydawnictwo KUL, Lublin, 2009. – 455 s. – S. 314-318.

94. Про електронне урядування: [Електронний ресурс] // Регіональний центр розвитку електронного урядування в Автономній Республіці Крим громадської організації “Кримський центр ініціатив у електронному урядуванні”. – Режим доступу: <http://crimea.e-gov.org.ua/uk/node/13>.– Заголовок з екрана.

95. Холмс Д. Е-Gov. Стратегії електронного бізнесу для держав: [Текст] /Д.Холмс/ Пер. с англ. А.В.Коротков. – М.: ООО “Издательство Астрель”: ООО “Издательство АСТ”, 2004. – 350 [18] с.

96. Вороненко Я. Розвиток Е-уряду: вітчизняний та закордонний досвід: [Текст] / Я.Вороненко // Становлення публічного адміністрування в Україні: матеріали Всеукр. міжвуз. конф. студентів та молодих учених / за заг. ред. А.В.Решетніченко. – Д.: ДРІДУ НАДУ, 2010. – 134 с. – С. 25-28.

97. Жукова Т.И. “Электронное правительство: реальность и пер-

спективы”// Социальное мышление и деятельность: влияние новых интеллектуальных технологий [Текст] : [сб. ст.] / Ин-т систем. анализа Рос. акад. наук; ред. С.В. Емельянов, Б.В. Сазонов, В.Л. Арлазаров [и др.]. - М. : Едиториал УРСС, 2004. - 458, [1] с.: ил. ; 22 см. - (Труды Института системного анализа Российской академии наук).

98. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: Монографія: [Текст] / за ред. З.С. Варналія. – К.: НІСД, 2007. – 820 с.

99. Стан корупції в Україні. Рівненська область. Порівняльний аналіз загальнонаціональних досліджень: 2007-2009. Для порогової програми для України корпорації “Виклики тисячоліття” (МСС). Червень 2009. [Електронний ресурс]: Електрон. дан. (1 файл). – К., 2009. – 32 с. – Режим доступу: <http://www.pace.org.ua/content/category/1/21/53/lang,uk/> – Заголовок з екрана.

100. Бова А.А. Рівень довіри до поліції (міліції): крос-національні зіставлення: [Текст] / А.А.Бова // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). – К., 2006. – № 13. – С. 229–234.

101. Бова А. Довіра до соціальних інститутів: крос-національні зіставлення: [Текст] / А.А.Бова // Соціальна психологія. - 2004. - № 2 (4). - С. 90-99.

102. Славова, Л.Л. Комунікативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських Інтернет-джерел). Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка (27). 2006 р. – С. 116-117. Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/2210/1/06sllldzm.pdf>

103. Мар'яна Почтар. Новий політичний тренд – двостороння комунікація з виборцями <http://www.pravda.com.ua/news/2009/11/3/1045-33.htm> 03.11.2009 13:03

104. Штурхецкий С.В. Политическая идентификация как источник радикальных настроений в обществе: коммуникативный аспект: [Текст] / С.В.Штурхецкий // Социально-экономические реформы: проблемы и пути решения в условиях современного общества. Материалы III Всероссийской научно-практической (заочной) конференции. – М.: Издательско-полиграфический комплекс НИИРРР, 2010. – 129 с. – С. 123-128.

105. Україна: уроки і наслідки тернопільських виборів: [Електронний документ] // Президентський фонд Леоніда Кучми “Україна”. Моніторинг. Випуск 113 (Макроекономіка. Політика. Світові процеси) - 14

- 20 березня 2009 р. Режим доступу: <http://www.kuchma.org.ua/institute/monitoring/49c24b9dee2e9/>. - Заголовок з екрана.

106. Головний урок тернопільських виборів: місцевою владою можна маніпулювати: [Електронний документ] // Офіційний сайт Фонду ім. Разумкова. 17 березня 2009 року. Режим доступу: http://razumkov.org.ua/ukr/expert.php?news_id=1285. Заголовок з екрана.

107. Галина Терещук. Тернопільські вибори – “продовження мукачівського сценарію”: [Електронний документ] // Радіо “Свобода”, 13.03.2009. Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/1509814.html>. - Заголовок з екрана.

108. Капсамун Іван, Осадчук Лариса. Тернопіль — “тест”, або Як втратити свій електоральний регіон: [Текст]/ І.Капсамун, Л.Осадчук // “День”, №44 від 17 березня 2009 р.

109. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика [Текст] : [навч. посіб.] / Г.Г.Почепцов, С.А.Чукот. – 2-е вид., стер. - К.: Знання, 2008. – 663 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

110. Подгорная Л.Д. Политическая реклама как форма коммуникации современного общества // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 2006. – № 8 – С. 95–102.

111. Миронова И. Интернет отключили от кризиса: [Текст] / И.Миронова // “Коммерсант-Украина”. - 20.10.2008. – С.8.

112. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: [Текст] / М.В.Гундарин. – Спб.: Питер, 2006.– 368 с.

113. Аги У. Самое главное в PR: [Текст] / У. Аги, Г.Кэмерон, Ф.Олт, Д.Уилкос / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 560 с.: ил. – (Серия “Маркетинг для профессионалов”).

114. Варій М.Й. Політико-психологічні передвиборчі та виборчі технології: Навчально-методичний посібник: [Текст]/ М.Й.Варій. – К.: Ельга, Ніка-Центр, - 2003. – 400с. – (Серія “Новітня психологія”; Вип.11).

115. Лісничий В.В. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник : [Текст] / В.В. Лісничий, В.О. Грищенко, В.М. Іванов та інші. – 2-ге видання, перероблене та доповнене. – К.: ВД, Професіонал”, 2004. – 384 с.

116. Атаманчук Г.А. Політичний менеджмент. Теорія та практика політтехнологій: [Текст]/ Г.А.Атаманчук, А.М. Гірник / Видання друге, виправлене та доповнене. – Рівне: “Перспектива”, 2005. – 296 с.

117. Биккулов А.С. Интернет как средство массовой коммуникации: Автореф. дисс. канд. соц. наук: [Текст] / А.С. Биккулов. - СПбГУ. – СПб., 2003. – 26 с.

118. Про призначення чергових виборів депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів у 2010 році: [Постанова Верховної Ради України] //“Голос України”. [Текст] : Газ. ВР України. -К. : Вид-во “Преса України”, 1991. - Виходить щоденно. – 24.10.2009.

119. Щербаков О. Интернет на місцевих виборах 2010. Прогноз// Українська правда. Понеділок, 26 липня 2010, 16:34 <http://www.pravda.com.ua/columns/2010/07/26/5250698/>

120. Галузь зв'язку: підсумки роботи за I півріччя 2009 року, 8 вересня 2009 р.: [Електронний документ]. Режим доступу: <http://stc.gov.ua/uk/publish/article/98142>. Заголовок з екрана.

121. Українська інтернет-аудиторія налічує понад 10 млн. користувачів. Підсумки роботи галузі, 28 січня 2009 р.: [Електронний документ]. Режим доступу: <http://stc.gov.ua/uk/publish/article/63905>. Заголовок з екрана.

122. Результати виборів // “Рівненська газета”. – 2 грудня 2008.

123. Мустафин А. Выборы-невидимки / А.Мустафин // “Зеркало недели”. – 6. – 12.12.2008.

124. Куліш А.П. Практика PR по-українському: Щоденні поради PR-початківцям: [Текст] / А.П.Куліш. - К.: ТОВ “АДЕФ-Україна”. – 336 с.

125. Яковлев Д.В. Медіатизація політики в умовах становлення демократичного режиму: [Текст] / Д.В. Яковлев // Вісник СевДТУ. Вип. 91: Політологія: зб. наук. пр. — Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2008. - С. 103-105.

126. Кандзюба С.П. Використання електронних технологій зв'язку у виборчому процесі: [Текст] / С.П.Кандзюба // “Державне управління та місцеве самоврядування”. Збірник наукових праць. Вип. 1 (1) / 2009. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dums/2009-01/Kandzyuba.pdf. – Заголовок з екрана.

127. Л.Ф. Компанцева. Дискурс-анализ украинского политического Интернета (гендерный аспект) // Сборник научных трудов “Актуальные проблемы теории коммуникации”. СПб. – Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 112-134.

128. Розвиток громадянського суспільства: участь сільських НДО

у процесі прийняття рішень: [Текст] / Упоряд. Бондарчук В.В. – К.: ГО “Інститут сільського розвитку”, 2008. – 40 с. - Серія “Бібліотечка прав сільських жителів”

129. Деякі питання щодо забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики: [Постанова Кабінету Міністрів України №1378 від 15 жовтня 2004 року]: [Електронний документ] // Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1378-2004-%EF>. – Заголовок з екрана.

130. Жулавський А.Ю. Менеджмент громадських організацій: вибрані питання теорії та практики: навч. пос: [Текст] / А.Ю. Жулавський, О.Г. Дегтяренко, Є.В.Кірсанова, О.В. Купенко, О.А. Лукянихіна, В.В. Мартинець. – Донецьк: ТОВ “Цифрова типографія”, 2007. – 262 с.

131. Статут м. Херсон : [Текст] // Херсон. вісн. – 1999. – 24 груд.; [Електронний документ] // Режим доступу: <http://www.hgi.org.ua/?ch=r-1c1c1>. – Заголовок з екрана.

132. У Рівному комунальні проблеми вирішуватимуть діалогом? [Електронний документ] // ОГО, Вікторок, 22 вересня 2009. Режим доступу: <http://ogo.ua/article/3705/>. - Заголовок з екрана.

133. ЕС выделил миллион евро на украинские СМИ: [Електронний документ] // Сайт Міністерства економіки України “Державна підтримка експорту”, 13.04.09. Режим доступу: <http://www.ukrexport.gov.ua/idzapjgvunl.html?new=973&country=ukr>. – Заголовок з екрана.

134. Антіпова Алла. Для розвитку громади необхідні дві умови: сильний лідер і зацікавленість людей // Голос України, № 229, 29 листопада 2008, с. 1.

135. Черненко Н.М. Підготовка майбутніх менеджерів до діалогової комунікації в системі післядипломної освіти : [Текст] / Н.М. Черненко. – Рукопис дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.02 - теорія і методика навчання (українська мова). - Південноукраїнський державний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського (м. Одеса). – Одеса, 2004. – 174 с.

136. Тарасенко А.В. Диалоговая модель принятия управленческих решений руководителем: [Текст] / А.В.Тарасенко. - Дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13 : Москва, 2003. – 162 с.

137. Серебрякова Софія. Створюється центр розвитку громади// Молодь України, № 71, 09.07.2009, с. 2.

138. Єльчева Л.О. Посібник з розвитку громад: Практичний порадник для небайдужих: [Текст] / Кол. авт.: Л.О. Єльчева, І.М.Ібрагімова та ін. – К.: Вид-цтво “ЛАТ&К”, – 2007. – 458 с.

139. Носова Ніна. Самоврядування – не самоуправство // Молодь України, №152 від 5.12.2003 р., с.1.

140. Вінников О. “Практичний посібник зі створення і діяльності Фондів розвитку громад в Україні” : [Текст] /О.Вінников. – К., 2006, – 86 с.

141. Соф’янц Н. “Фонди розвитку громад: українські перспективи” : [Текст] /Н. Соф’янц, О.Вінников// Інформаційно-аналітичний журнал “Вісник”, вересень, 2004. - С.16-19.

142. Безпалько О.В. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку: [Текст] / О. В. Безпалько, Ю. М. Галустян, А. В.Гулевська-Черниш, Г. М. Лактіонова, Л. Б. Магдюк, Д. В. Непочатова, Л. М. Паливода, Г.О.Притиск; за заг. ред. А. В. Гулевської-Черниш. – К.: Книга плюс, 2008. – 120 с.

143. Манько Микола. Сільські громади доводять свою дієвість // Голос України, № 111, 18 червня 2009, с. 5.

144. Goban-Klas Tomasz. Media i komunikowanie masowe: Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu: [Текст] / Т. Goban-Klas. - Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 2006. – 340 s.

145. McQuail Dennis. Teoria komunikowania masowego : [Текст] / D. McQuail/ Przekład M.Bucholc, A. Szulzycka/ Redakcja naukowa T. Goban-Klas/ - Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 2008. – 576 s.

146. Plooy G.M. Introduction to Communication: [Текст]/ G.M. du Plooy. - Juta and Company Ltd, 1995, 212 p. – Introduction to Communication Series (Book 2).

147. Lasswell H. Describing the Contents of Communications:[Текст] / H. Lasswell // В.Сmith, H. Lasswell and R. Casey (eds), Propaganda, Communication and Public Opinion. Princeton: Princeton University Press, 1946. P. 74-94.

148. Stephen B. Crofts Wiley. Rethinking nationality in the context of globalization. Communication theory. 2005. 14 (1). P. 78-96.

149. Shturhecki Sergiej. Strategii komunikowania w samorządach lokalnych \ Partnerstwo i wspulpraca a kryzys gospodarczo-spoeczny w Europie Środkowej i Wschodniej, Т. I, Lublin: KUL, 2010, s. 567-571/ – 726 s.

Наукове видання

Штурхецький Сергій Володимирович

**Комунікативний потенціал
в місцевому самоврядуванні України**

Монографія

Науковий редактор Юськів Б.М.

Технічний редактор Кордонець О.Р.

Літературний редактор Алконова Л.М.

Підписано до друку 18.02.2011 р.

Формат 60x84 Папір офсетний. Гарнітура Таймс.

Друк ризографічний. Ум.друк. арк. 8,6

Наклад 500 прим. Замовлення №612

Віддруковано за сприяння та на обладнанні
РОГО “Рівненський медіа-клуб”

Видавництво

ТзОВ «Овід». Св. РВ №18 від 24.03.2003 р.

вул. Соборна, 420, м. Рівне, 33024, Україна

Штурхецький С.В.

Ш-944 Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні
[Текст] : монографія / С. В. Штурхецький. – Рівне : ТОВ «Овід», 2011р.
– 148 с.
ISBN 966-8179-61-7



Штурхецький Сергій
Володимирович
(нар. у 1977 р.) – магістр
державної служби, викладач
кафедри журналістики
і літературознавства
Національного університету
«Острозька академія»,
здобувач кафедри державного
управління та місцевого
самоврядування Академії
муніципального управління
(м.Київ), автор більше 20
наукових праць в галузі
державного управління. Голова
Рівненської незалежної медіа-
профспілки (з 2003 р.), депутат
Рівненської обласної ради
(з 2010р.). Сфера наукових
інтересів – теорія комунікації,
комунікативний процес у
місцевому самоврядуванні,
форми безпосередньої
участі громадян у місцевому
самоврядуванні.

Коли ми говоримо про запровадження форм участі громадян задля ефективної комунікації у місцевій громаді, то маємо на увазі таку ситуацію, при якій комунікативний потенціал буде максимальним. Це, в свою чергу, можливо тільки за умови рівноправної двосторонньої комунікації. Відповідно, коли працює така модель комунікації, то вона і вимагає нових технологічних засобів. Але якщо люди між собою навіть не мають бажання спілкуватися, не кажучи вже про написання одне одному листів, то навіщо їм для зв'язку Інтернет? Якщо міський голова намагається приховати від територіальної громади наслідки своєї бурхливої діяльності на посаді, то навіщо йому освоювати нові форми спілкування з мешканцями міста?