

DOI 10.31558/2617-0248.2021.6.9

УДК 323.2+316.774

ІНДЕКС ІНФОРМУВАННЯ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ НА ПРИКЛАДІ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ТА ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТЕЙORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8599-2923>**Лушагіна Т. В., к. політ. н., старший викладач Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7719-7791>**Матвієнків С. М., к. політ. н., доцент Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ**

У статті йдеться про те, що комунікація є ключовим фактором розвитку громадянського суспільства та досягнення соціального діалогу. Комунікація виконує не лише соціальну чи політичну роль, вона все частіше стає рушієм економічного розвитку регіону чи держави в цілому. Доведено, що комунікація для територіальних громад – це не лише передача інформації, а й процес об'єднання громади для вирішення проблем місцевого значення, виховання почуття територіальної ідентичності та забезпечення безпекової стабільності. Комунікаційна спроможність сучасних громад має враховувати потребу суспільства у електронному обігу інформації. Громадськість має довіряти органам місцевого самоврядування та виступати надійним партнером у виробленні рішень місцевого значення, але останнє виявляється неможливим, якщо інформування в ОТГ знаходиться на найнижчому рівні. У такому випадку ні про які інвестиції чи то розвиток громади мови йти не може. Особливо, враховуючи кризовий стан пов'язаний із пандемією COVID-19, ОТГ мали б якнайкраще налагодити внутрішню комунікацію через процес інформування за допомогою своїх сайтів та сторінок у соціальних мережах. У результаті дослідження виявлено випадки відсутності офіційного сайту ОТГ, або його малоінформативності, коли наявними є лише посилання на новини з інших джерел і не висвітлюються усі аспекти діяльності громади, її економічний клімат та соціальний паспорт. Зроблено висновок, що доречним є подальше дослідження розрахунку комунікаційного індексу ОТГ, який покаже, від яких змінних залежить рівень внутрішньої та зовнішньої комунікації в об'єднаних територіальних громадах та які результати цей індекс принесе для визначення їх спроможності.

Ключові слова: Індекс інформування, децентралізація, об'єднані територіальні громади, комунікація, офіційний сайт, соціальні мережі.

Lushahina T. V., Matviienkiv S. M. Information index in United Territorial Communities on the example of Mykolaiv and Ivano-frankivsk regions

The article states that communication is a key factor in the development of civil society and the achievement of social dialogue. Communication plays not only a social or political role, it is increasingly becoming a driver of economic development of the region or the state as a whole. It has been proven that communication for local communities is not only the transfer of information, but also the process of uniting the community to solve problems of local significance, foster a sense of territorial identity and ensure security stability. The communication capacity of modern communities should take into account the needs of society in the on-line information. The public should trust local governments and act as a reliable partner in making decisions of local significance, but the latter is impossible if communication in the UTC is at the lowest level. In this case, there can be no question of any investment or preservation of the youth potential of the community. Especially in view of the crisis situation related to the COVID-19 pandemic, UTCs should make the best possible internal communication through their websites and social media pages.

The study found cases of lack of an official UTC website or lack of information, when there are only links to news from other sources and do not cover all aspects of the community, its economic climate and social passport. It is concluded that it is advisable to calculate the UTC communication index, which will show which variables depend on the level of internal and external communication in the united territorial communities and what results this index will bring to determine their capacity.

Keywords: information Index, decentralization, united territorial communities, communication, official website, social networks.

У сьогоdnішньому інформаційному суспільстві важливу роль у розвитку держави та регіонів відіграє комунікація. Тому у науковому середовищі активно досліджується питання комунікації органів публічної

влади за різними напрямками, зокрема і залучення членів громади до прийняття важливих рішень місцевого значення. Проте це лише один аспект можливої взаємодії. Залишається проблема того, як самі члени громади здатні комунікувати між собою та іншими інститутами громадянського суспільства, наскільки члени громади здатні ідентифікувати себе із своєю громадою та брати активну участь у її житті. Найпростішим рівнем комунікації в громадах є інформування, що може здійснюватися через різні канали і має фундаментальне значення в комунікаційній стратегії громади.

Так, основні концепції дослідження комунікації в політичній системі суспільства розглядає А. Готун. Розвиток комунікативних стратегій в місцевому самоврядуванні в Україні досліджує С. Штурхецький. Також цікавим є дослідження Н. Фролової щодо особливостей використання соціальних мереж у діяльності органів публічної влади.

Розгляд суті, змісту та функцій соціальних мереж, визначення їх ролі у формуванні взаємовідносин держави та громадянського суспільства здійснювався у працях С. Алексєєва, В. Бабкіна, Б. Барбера, Д. Гергена, Б. Гершунського, М. Голованя, М. Жалдака, О. Желюка, С. Коноплицького, А. Ковальчука, О. Ляшенко, П. Маланюка, В. Моїсеєва, Б. Потятиника, В. Різун, Т. Фісенко, О. Холода, В. Шепеля, В. Щербини та інших.

Якщо питання комунікації в його загальному вигляді має значну кількість міждисциплінарних досліджень, то проблема реалізації інформування на рівні територіальних громад лише починає привертати увагу науковців, особливо на етапі процесу децентралізації в державі. В основному не вирішеними залишаються питання: які фактори – територія, кількість населення, міграційний показник тощо – впливають на якість проведення ефективної інформаційної політики в ОТГ? Яка існує взаємозалежність між процесом інформування в ОТГ та його економічним розвитком? Які канали інформування найефективніше використовувати в межах ОТГ?

Мета статті – визначити індекс інформування в об'єднаних територіальних громадах на прикладі Миколаївської та Івано-Франківської областей.

Теоретична частина. Формування комунікаційного процесу в громадах має стати одним із важливих напрямків стратегії розвитку ОТГ. В цьому дослідженні варто визначити основні категорії – комунікація, інформування, комунікаційна політика.

Так, Політологічний словник за редакцією М. Головатого та О. Антонюка визначає комунікацію як «спілкування, передачу інформації, процес інформування широких мас із використанням технічних засобів, засобів масової комунікації (преси, радіо, телебачення тощо)» [8, с. 399]. В. Дрешпак зазначає, що комунікація в публічному управлінні «у цілому є процесом суспільної взаємодії за допомогою повідомлень, змістом яких є публічне управління, реалізація публічної влади та публічної політики» [2, с.3]. В свою чергу, А. Готун наголошує, що термін «комунікація» в лінгвістичному контексті є процесом «передачі і сприйняття інформації, який здійснюється різними каналами за допомогою вербальних і невербальних комунікативних засобів. Комунікація досліджується з метою знайти відповіді на питання «хто з ким спілкується?», «за допомогою чого?», «які зміст й ефекти комунікації?»» [1, с. 82]. Інформування – систематична робота з поширення інформації через усі доступні канали інформування, тобто способи донесення інформації (ЗМІ, телефонні лінії, консультативну роботу тощо), спрямована на громадськість у цілому, певний її сегмент або окремих індивідів [10].

Інформування є фундаментальним базисом для комунікаційної політики ОТГ. Комунікаційна політика (лат. communico, communicatio – повідомлення, зв'язок) – діяльність держави, її інститутів, спрямована на формування та забезпечення процесів обміну соціально-політичною інформацією, необхідної для функціонування політичної системи, циркуляції цієї інформації між її інститутами, політичними та соціальними групами, елітами і масами. Це діяльність із формування інформаційного поля політики загалом, де вирізняють два рівні інформаційних потоків: 1) вертикальний (правлячі еліти – маси); 2) горизонтальний (між індивідами та групами) [9, с. 311].

Отже, найпростішим рівнем комунікації вважаємо інформування, що може здійснюватися через наступні канали: телефонні дзвінки, листи, друковані та інтернет видання, телеканали, офіційні сайти, соціальні мережі, месенджери, боти, застосунки тощо. Проте найефективнішими каналами для внутрішньої та зовнішньої комунікації ОТГ вважаємо офіційний сайт громади та сторінку в соціальних мережах.

Як показує опитування громадської думки (проведеного на замовлення ГО «Детектор медіа» фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно із соціологічною службою Центру Разумкова), центральні українські телеканали залишаються найбільш популярним джерелом інформації – їх дивляться 75% респондентів. Водночас на друге місце вирвалися соціальні мережі – їхня частка зросла з 24% (за опитуванням КМІСу та «Детектора медіа») у 2019 до 44% у 2020 [6].

Ще одне всеукраїнське опитування громадської думки, проведеного на замовлення ГО «Детектор медіа» фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно із соціологічною службою Центру Разумкова, показує, що найпопулярнішою соціальною мережею українців залишається Facebook. Ним для отримання інформації про ситуацію в Україні та світі користуються 58% респондентів, що на 14% більше, ніж тих, хто назвав у цілому всі соціальні мережі джерелом інформації про Україну та світ. Аудиторія Facebook практично рівномірно розподілена між макрорегіонами з дещо нижчою часткою на сході країни

(53%). На другому місці стоїть Instagram – його обрав кожен четвертий респондент (25%). Далі з великим відривом йдуть телеграм-канали (9%), Twitter (8%), російські соцмережі Однокласники (6%) та ВКонтакте (5%). Ще 2% респондентів обрали ділову соцмережу LinkedIn. Майже 6% вказали на те, що користуються іншими соцмережами і месенджерами. 34% респондентів зазначили, що взагалі не користуються соцмережами [14].

Тобто, важливим аспектом комунікаційної спроможності громади є задоволення інформаційних потреб її членів, для яких інтернет є одним із основних джерел інформації. У такому випадку ефективним майданчиком для комунікації з громадянами та налагодження зворотного зв'язку є офіційний сайт громади та соціальна мережа Facebook: персональні сторінки політиків, урядовців та управлінських структур, органів публічної влади та громади.

Отже, в цьому дослідженні пропонуємо розглянути процес інформування в об'єднаних територіальних громадах на прикладі Миколаївської та Івано-Франківської областей. Відповідно до Моніторингу соціально-економічного розвитку регіонів за січень-грудень 2020 року [7], зазначені області за такими напрямками як економічна ефективність, інвестиційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця, фінансова самодостатність, ефективність ринку праці, розвиток інфраструктури, відновлювана енергетика та енергоефективність мають наступні місця: Миколаївська область – 4 місце, Івано-Франківська – 24.

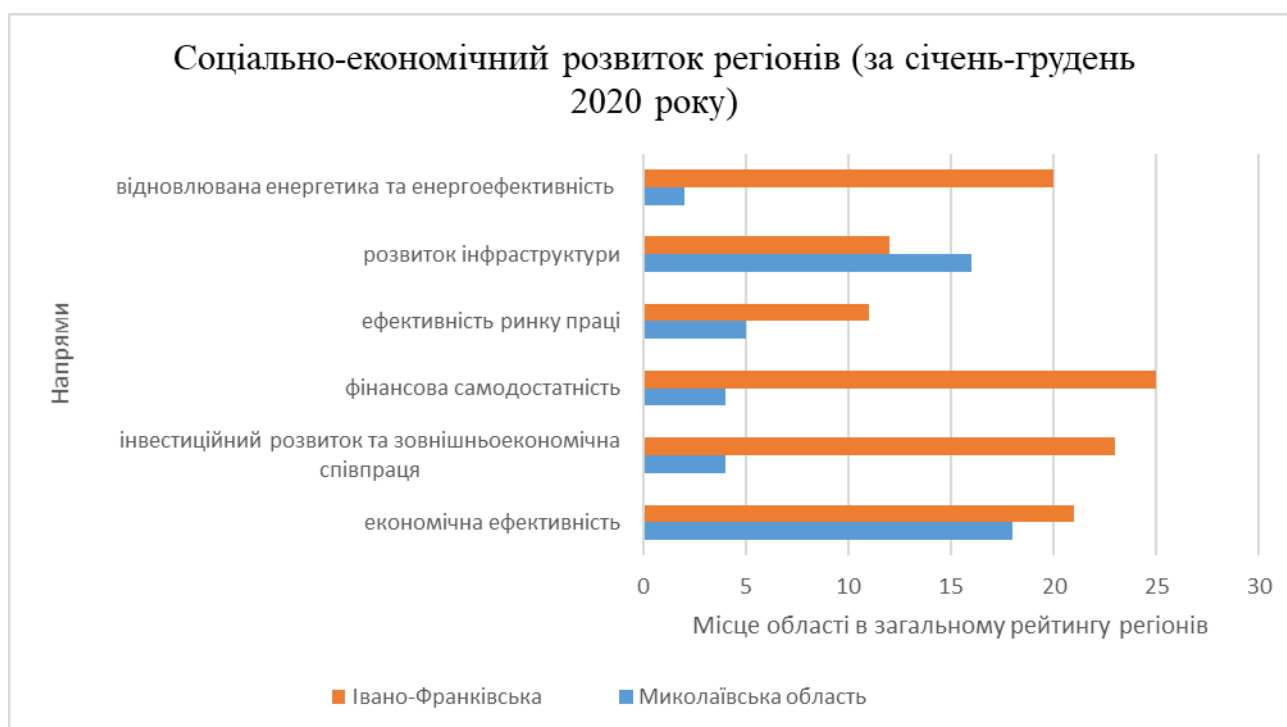


Рис. 1. Соціально-економічний розвиток регіонів (січень-грудень 2020 р.)
(Складено за результатами Моніторингу соціально-економічного розвитку регіонів за січень-грудень 2020 року)

Варто зазначити, що вказаний вище моніторинг не враховує комунікаційну спроможність регіону. На нашу думку, цей фактор є досить важливим у соціально-економічному розвитку території. Адже комунікаційний потенціал території напряму впливає на її економічний та соціальний розвиток.

Так, С. Штурхецький, в контексті вивчення комунікативних стратегій розглядає поняття «комунікативний потенціал» – «(організаційна, структурна та креативна здатність взаємодіючих елементів комунікативного процесу – надавача та отримувача повідомлення, самого повідомлення, каналу комунікації – до здійснення ефективної комунікації) необхідний для з'ясування сутності й структури комунікації у соціальній системі» [13, с. 275].

Кодекс кращих практик участі громадськості Ради Європи, який описує рівні залучення громадськості до процесів ухвалення політичних рішень, пропонує рівні комунікації з громадськістю, що розташовані в порядку зростання інтенсивності:

– Інформування – одностороння комунікація, орган місцевої влади надає відомості громадськості про ті чи інші події – наприклад, ухвалення певного рішення, механізм участі громадськості у обговоренні.

– Консультації – двостороння комунікація, орган місцевої влади оприлюднює проект певного рішення, а громадськість надає коментарі, зауваження та пропозиції у той чи інший спосіб.

– Діалог (активна участь громадськості) – двостороння комунікація, під час якої орган місцевої влади може залучити громадськість до робочих груп, експертних рад тощо в процесі вироблення певних рішень.

– Партнерство – двостороння комунікація, коли між органом місцевої влади та громадськістю здійснюють взаємний обмін різними ресурсами (наприклад, громадськість допомагає в організації того чи іншого заходу, залучивши волонтерів) [4].

Всі зазначені рівні знаходяться у чіткій ієрархії і перехід до наступного рівня передбачає виконання попереднього. Саме тому, важливим є дослідження розвитку процесу інформування у сучасних ОТГ, адже досвід кращих європейських практик показує, що для ефективного функціонування громади ключову роль відіграє доступність інформації для громадян з питань діяльності громади. Враховуючи все вищезазначене, пропонуємо розглянути ефективність інформування в ОТГ через офіційний сайт ОТГ та сторінки в соціальних мережах, зокрема Facebook.

Практична частина. Відповідно до зазначених рівнів, визначимо залученість громадян до комунікаційного процесу за допомогою Індексу інформування громадськості ($I=1$).

Громада має чітко розуміти, що може одержати доступ до потрібної інформації у будь-який момент, це основа всіх рівнів подальшої взаємодії. У багатьох країнах існують конституційні гарантії права на доступ до інформації, але зазвичай вони не використовуються, якщо немає спеціального законодавства, що їх підтримує.

Для порівняння оберемо, наприклад, селищні територіальні громади Миколаївської та Івано-Франківської областей, зазначивши їх короткі характеристики (табл. 1, 2).

Таблиця 1

Загальні відомості селищних ОТГ Миколаївської області

№	Назва ОТГ	Площа	Кількість рад, що об'єдналися	Населення
1	Арбузинська	430.3	5	10382
2	Березанська	882.2	10	13796
3	Березнегуватська	1259.5	15	19344
4	Братська	707.5	10	12122
5	Веселинівська	906.7	11	17896
6	Воскресенська	326.9	5	15113
7	Врадіївська	801.4	12	16836
8	Доманівська	728.8	7	14850
9	Єланецька	1015.6	12	14863
10	Казанківська	1002.6	14	15113
11	Кривоозерська	812.8	16	23825
12	Олександрівська	287.0	3	9126
13	Ольшанська	244.8	5	9148
14	Первомайська	390.4	5	9493

Інформування є найпростішим і має передбачатися апіорі. Якщо в ОТГ не існує першого рівня комунікації, то про жоден інший рівень комунікації не може йти мова. Визначаємо основні параметри – наявність сайту ОТГ (сайт має бути активним, із розміщенням актуальної інформації), сторінки в мережі Facebook, електронної пошти та телефонних ліній. При наявності всіх складових першого комунікаційного рівня ОТГ отримує найвищий Індикатор інформування (I) = 1. Кожен вказаний параметр оцінюється в 0.25. (табл. 3, 4)

Таблиця 2

Загальні відомості селищних ОТГ Івано-Франківської області

№	Назва ОТГ	Площа	Кількість рад, що об'єдналися	Населення
1	Більшівцівська	151,5	10	7813
2	Богородчанська	252,4	13	28502
3	Брошнів-Осадська	92,9	5	11250
4	Букачівська	141,1	7	4867
5	Верховинська	424,2	11	19911
6	Вигодська	788,2	11	18416
7	Войнилівська	161,4	5	10346
8	Ворохтянська	270,9	2	6046
9	Гвіздецька	65,3	4	7207
10	Десятинська	206,9	5	21451
11	Єзупільська	86,2	5	7556
12	Заболотівська	212,5	11	19980
13	Кутська	114,1	7	16056
14	Ланчинська	85,1	3	11137
15	Лисецька	81,1	4	7380
16	Обертинська	160,3	6	9026
17	Отинійська	211,4	9	20242
18	Перегінська	661,5	6	23905
19	Печеніжинська	183,7	8	9223
20	Рожнятівська	169,4	8	20315
21	Солотвинська	373,0	12	26227
22	Чернелицька	128,8	6	6633
23	Яблунівська	204,8	11	15933

Таблиця 3

Індекс інформування (І) селищних ОТГ Миколаївської області

№	Назва ОТГ	Веб-сайт	Сторінка ОТГ у Facebook	Електронна пошта	Телефонні лінії	Індекс інформування (І)
1	Арбузинська	+	+	+	+	1
2	Березанська	+	+	+	+	1
3	Березнегуватська	+	+	+	+	1
4	Братська	+	+	+	+	1
5	Веселинівська	+	+	+	+	1
6	Воскресенська*	+	+	+	+	1
7	Врадіївська*	+	+	+	+	1
8	Доманівська	+	+	+	+	1
9	Єланецька	+	+	+	+	1
10	Казанківська	+	+	+	+	1
11	Кривоозерська*	-	+	+	-	0.5
12	Олександрівська	+	+	+	+	1
13	Ольшанська	+	+	+	+	1
14	Первомайська	+	+	+	+	1

*ОТГ, сайт яких представлений сайтом селищної ради

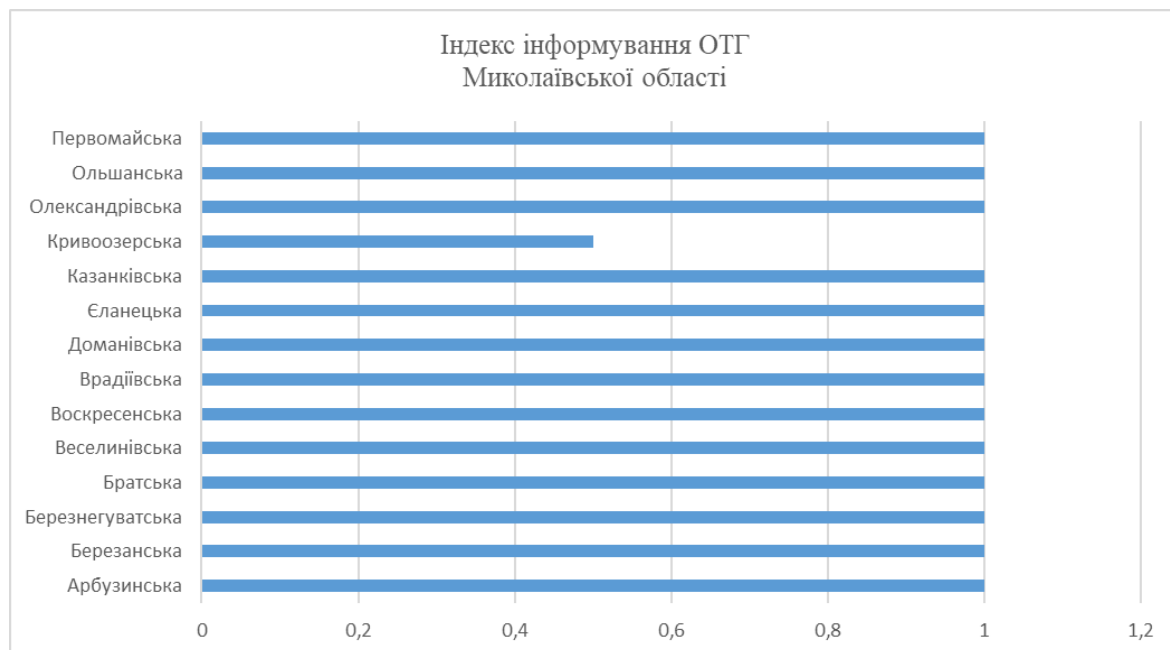


Рис. 2. Індекс інформування ОТГ Миколаївської області

Таблиця 4

Індекс інформування (І) селищних ОТГ Івано-Франківської області

№	Назва ОТГ	Веб-сайт	Сторінка ОТГ у Facebook	Електронна пошта	Телефонні лінії	Індекс інформування (І)
1	Більшівцівська	+	+	+	+	1
2	Богородчанська	+	+	+	+	1
3	Брошнів-Осадська	+	+	+	+	1
4	Букачівська	+	+	+	+	1
5	Верховинська*	+	+	+	+	1
6	Вигодська*	+	+	+	+	1
7	Войнилівська	-	+	+ у ФБ	+ у ФБ	0,75
8	Ворохтянська*	+	+	+	+	1
9	Гвіздецька	+	+	+	+	1
10	Делятинська	+	+	+	+	1
11	Єзупільська	+	+	+	+	1
12	Заболотівська	+	+	+	+	1
13	Кутська*	+	+	+	+	1
14	Ланчинська	+	+	+	+	1
15	Лисецька	-	+	-	+ через Google	0,5
16	Обертинська	+	+	+	+	1
17	Отинійська	+	+	+	+	1
18	Перегінська	-	+	+ у ФБ	-	0,5
19	Печеніжинська	+	+	+	+	1
20	Рожнятівська*	+	+	+	+ у ФБ	1
21	Солотвинська	+	+	+	+	1
22	Чернелицька	+	+	+	+	1
23	Яблунівська	+	+	+	+	1

*ОТГ, сайт яких представлений сайтом селищної ради

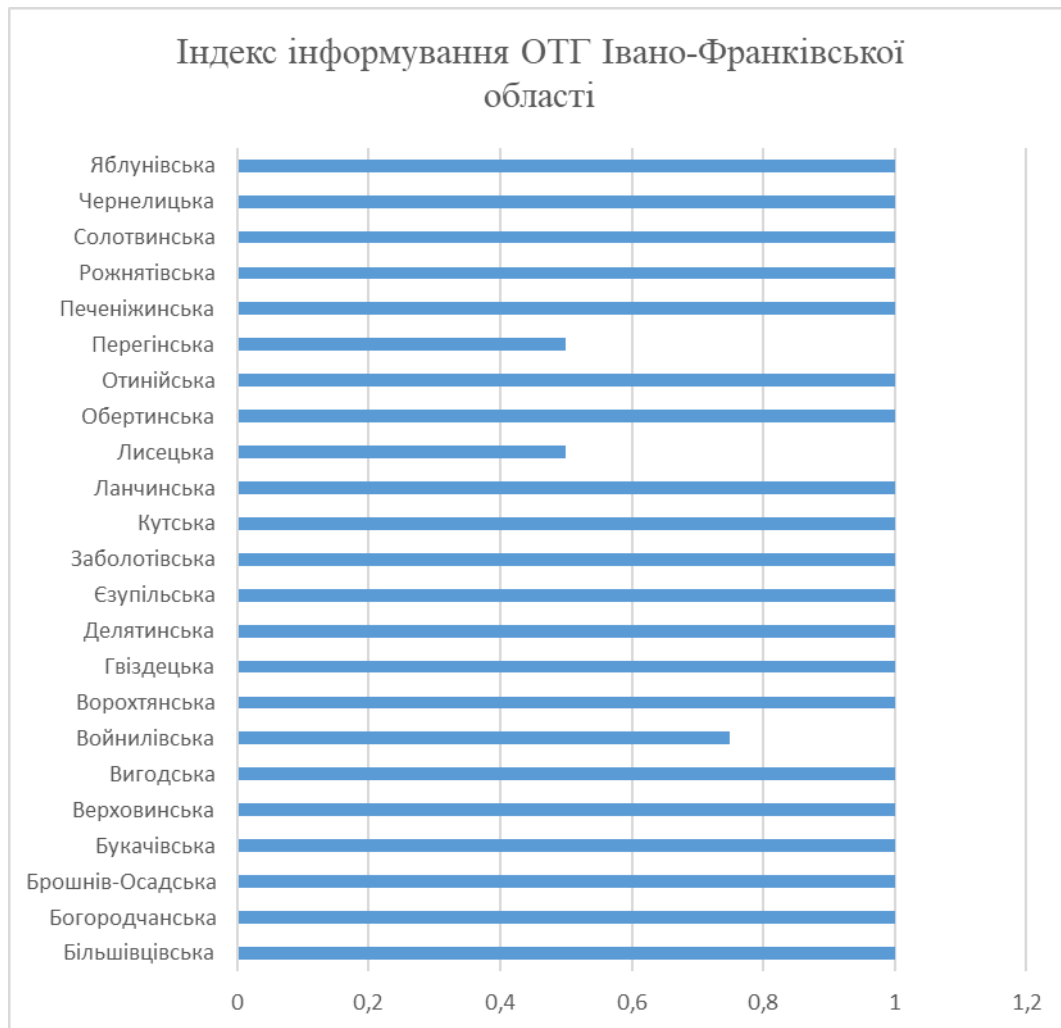


Рис. 3. Індекс інформування ОТГ Івано-Франківської області

Що стосується Миколаївської області, то проблемним виявився пошук сайту та сторінки в соціальній мережі Кривоозерської ОТГ. Вона представлена сайтом селищної ради [11], який не індексується в пошуковій системі Google і знайти його можна тільки через посилання на офіційній сторінці у Facebook [5]. Також у соціальній мережі Facebook, є сторінка не громади, а селищної ради. Контактний телефон зазначений на сайті gromada.info [15], а електронна адреса пошти розміщена лише на сторінці у соціальній мережі, що значно ускладнює пошук необхідного каналу для отримання інформації. Індикатор інформування (І) Кривоозерської ОТГ = 0.5.

Щодо Івано-Франківської області [3], то 17% селищних ОТГ мають проблеми зв'язку з громадянами вже на першому рівні комунікації. У 5 з 23 селищних ОТГ сайт у соціальній мережі Facebook представлений сайтом селищної ради (Верховинська, Вигодська, Ворохтянська, Кутська, Рожнятівська). Войнилівська ОТГ не має офіційного сайту, зазначає електронну пошту та телефонні контакти на своїй сторінці у Facebook, тому Індикатор інформування = 0,75. Лисецька ОТГ не має офіційного сайту, має сторінку у Facebook, проте і там відсутні електронна пошта і телефонні лінії (їх довелося шукати через Google), тому Індикатор інформування = 0,5. Перегінська ОТГ також не має офіційного сайту, має сторінку у Facebook, де зазначена тільки електронна пошта, телефонні лінії відсутні, тому Індикатор інформування = 0,5. Хоч Рожнятівська ОТГ і має офіційний сайт, проте телефонні контакти зазначені тільки на сторінці у Facebook. Варто зазначити, що період створення власних сторінок ОТГ у соціальній мережі Facebook – 2017-2021 роки.

Розглядаючи зазначені громади, можна зробити висновок, що майже всі ОТГ мають свої офіційні сайти, які є активними та мають корисні посилання, контактні телефони та електронну адресу пошти. Тож, формально має забезпечуватися інформування через сайт, електронну пошту та телефонні лінії. Щодо останніх, то більшість сайтів має лише один зазначений номер телефону без указування відповідальної особи за комунікацію, що знижує якісний аспект усього комунікаційного процесу. Інформування через соціальні мережі, зокрема Facebook, у зазначених громадах також здійснюється. Проте, така комунікація має різні варіанти: від власних повідомлень громади, репостів офіційної інформації із різних офіційних джерел

та наявність коментарів дописувачів до сторінок, які лише транслюють інформацію із інших сторінок органів державної влади. Хоча, як зазначає Н. Фролова, оптимальна присутність в соціальній мережі Facebook має визначатися кількістю публікацій 4-5 на день [12].

Отже, налагодження ефективного процесу інформування не тільки через офіційні сайти, а й через мережеве середовище, відкритість та прозорість ОТГ перед громадою стають додатковим чинником їхньої суспільної підтримки через розуміння ними, внаслідок інформаційно-комунікаційної взаємодії, громадських потреб і відбір тих інструментів діяльності, що забезпечують результативність та ефективність. Як бачимо на прикладі зазначених вище областей, рівень інформування в громадах має безпосередній вплив на соціально-економічний розвиток регіону, тому стратегія розвитку регіону має включати і комунікаційну стратегію. Але зважаючи на недостатність методологічної бази й відсутність єдиної методики комплексної оцінки ефективності процесу інформування в громадах, питання розвитку соціальних мереж у взаємовідносинах органів публічної влади та суспільства потребує подальших досліджень. Крім того, подальшого дослідження вимагає розрахунок комунікаційного індексу для формування комунікаційної стратегії ОТГ.

Бібліографічний список:

1. Готун А. Основні концепції дослідження комунікації в політичній системі суспільства. Політичний менеджмент, 2011, № 1, с. 75-86.
2. Дрешпак В. Комунікації в публічному управлінні: навч. посіб. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2015, 168 с.
3. Івано-Франківська область – Громади – Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua/areas/0342/gromadu>
4. Кодекс кращих практик участі громадськості у процесі прийняття рішень / Ухвалений Конференцією міжнародних неурядових організацій Ради Європи на засіданні 1 жовтня 2009 року. URL: <https://rm.coe.int/16802eeddb>.
5. Кривоозерська селищна рада. URL: <https://www.facebook.com/Kryvoozerskaselyshchnarada/>
6. Медіавподобання громадян в умовах пандемії змінюються. URL: <https://dif.org.ua/article/mediavpodobannya-gromadyan-v-umovakh-pandemii-zminuyutsya>
7. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за січень-грудень 2020 року. Міністерство розвитку громад та територій України, Директорат регіональної політики, 2021. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/03/rejtyngova-oczinka-za-sichen-gruden-2020-roku.pdf>
8. Політологічний словник: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. М.Ф. Головатого та О.Ф. Антоноука, К.: МАУП, 2005. 792 с.
9. Політологія: навчальний енциклопедичний словник довідник / За наук. ред. д-ра політ. н. Хоми Н. М. [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. Львів: «Новий Світ – 2000», 2014. 778 с.
10. Посібник з інформування та залучення мешканців у роботу ЦНАП. 2019. URL: <https://tsnap.ulead.org.ua/wp-content/uploads/2019/07/Posibnyk-z-informuvannya-ta-zaluchennya.pdf>
11. Сайт Кривоозерської селищної ради. URL: https://krivoezero-decentralization.gov.ua/?fbclid=IwAR26FBy5m_jwrjGMIQ4aN-q7Eqg02dwnyBXwic6voDjTtYW2Sx2Y5QsGm38
12. Фролова Н. Особливості використання соціальних мереж у діяльності органів публічної влади. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2019, Вип. 1 (21). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patr_2019_1_12.
13. Штурхецький С. Розвиток комунікативних стратегій в місцевому самоврядуванні в Україні. Наукові розвідки з державного та муніципального управління. 2013, № 1. С. 269-283.
14. Facebook – найпопулярніша соцмережа українців, за нею йдуть Instagram і Telegram – дослідження. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/25606/2020-09-29-facebook-naypopulyarnisha-sotsmerezha-ukraintsiv-za-neyu-ydut-instagram-i-telegram-doslidzhennya/>
15. GROMADA.INFO: інформаційно-довідковий портал ОМС України. URL: <https://gromada.info/gromada/krivoozerska/>

References:

1. Hotun, A. Osnovni kontseptsii doslidzhennia komunikatsii v politychnii systemi suspilstva. Politychnyi menedzhment, 2011, № 1. P. 75-86.
2. Dreshpak, V. Komunikatsii v publichnomu upravlinni: navch. posib. Dnipro: DRIDU NADU, 2015. 168 p.
3. Ivano-Frankivska oblast – Hromady – Detsentralizatsiia. URL: <https://decentralization.gov.ua/areas/0342/gromadu>
4. Kodeks krashchyykh praktyk uchasti hromadskosti u protsesi pryiniattia rishen / Ukhvalenyi Konferentsiieu mizhnarodnykh neuriadovykh orhanizatsii Rady Yevropy na zasidanni 1 zhovtnia 2009 roku. URL: <https://rm.coe.int/16802eeddb>.
5. Kryvoozerska selyshchna rada. URL: <https://www.facebook.com/Kryvoozerskaselyshchnarada/>
6. Mediavpodobannia hromadian v umovakh pandemii zminiuiutsia. URL: <https://dif.org.ua/article/mediavpodobannya-gromadyan-v-umovakh-pandemii-zminuyutsya>

7. Monitorynh sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv za sichen-hruden 2020 roku. 2021. Ministerstvo rozvytku hromad ta terytorii Ukrainy, Dyrektorat rehionalnoi polityky. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/03/rejtyngova-oczinka-za-sichen-gruden-2020-roku.pdf>
8. Politolohichniy slovnyk: navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl. / za red. M.F. Holovatoho ta O.F. Antoniuka. K.: MAUP, 2005. 792 p.
9. Politolohiia: navchalnyi entsyklopedychnyi slovnyk dovidnyk / Za nauk. red. d-ra polit. n. Khomy N. M. [V. M. Denysenko, O. M. Sorba, L. Ya. Uhryn ta in.]. Lviv: «Novyi Svit – 2000», 2014. 778 p.
10. Posibnyk z informuvannia ta zaluchennia meshkantsiv u robotu TsNAP. 2019. URL: <https://tsnap.ulead.org.ua/wp-content/uploads/2019/07/Posibnyk-z-informuvannya-ta-zaluchennya.pdf>
11. Sait Kryvoozerskoi selyshchnoi rady. URL: https://krivoezero-decentralization.gov.ua/?fbclid=IwAR26FBY5m_jwrjGMIQ4aN-q7Eqg02dwnyBXwic6voDjTtYW2Sx2Y5QsGm38
12. Frolova, N. Osoblyvosti vykorystannia sotsialnykh mrezh u diialnosti orhaniv publichnoi vlady. *Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka*, 2019, Vyp. 1 (21). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2019_1_12.
13. Shturkhetyskyi, S. Rozvytok komunikatyvnykh stratehii v mistsevomu samovriaduvanni v Ukraini. *Naukovi rozvidky z derzhavnoho ta munitsypalnoho upravlinnia*. 2013, № 1. p. 269-283.
14. Facebook – naipopuliarnisha sotsmerezha ukrainsiv, za neiu ydut Instagram i Telegram – doslidzhennia. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/25606/2020-09-29-facebook-naypopulyarnisha-sotsmerezha-ukrainsiv-za-neyu-ydut-instagram-i-telegram-doslidzhennya/>
15. GROMADA.INFO: informatsiino-dovidkovyi portal OMS Ukrainy. URL: <https://gromada.info/gromada/krivoozerska/>

DOI 10.31558/2617-0248.2021.6.10

УДК 316.444.3(477)

СОЦІАЛЬНІ ЛІФТИ ЯК МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3380-7850>

Кривошеїн В. В., д. політ. н., професор, завідувач кафедри Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5769-7345>

Примуш М. В., д. політ. н., професор Донецького національного університету імені Василя Стуса

Метою даної статті є характеристика функціонування соціальних ліфтів як одного із дієвих механізмів реалізації державної молодіжної політики. Визначено, що в умовах переходу до постіндустріальної фази цивілізаційного розвитку основною метою реалізації державної молодіжної політики в Україні має бути: створення умов для самореалізації кожної молодої людини та розвиток ініціатив молоді на принципах відкритості, системності та комплексності шляхом відновлення та покращення дії у суспільстві соціальних ліфтів. При цьому мають зберігатися вертикальні (традиційні) соціальні ліфти, пов'язані з ієрархічною структурою суспільства, та горизонтальні соціальні ліфти, створені із використанням інформаційно-комунікативних мереж і віртуальних середовищ. Продемонстровано, що державна молодіжна політика має бути орієнтована на створення і вдосконалення правових, соціально-економічних, науково-дослідницьких, організаційних умов успішної соціалізації і самореалізації української молоді, використання її творчого потенціалу в інтересах розвитку суспільства. Розкрито, що у державній молодіжній політиці необхідно враховувати такі основні стратифікуючі чинники: економічний добробут (дохід, багатство, власність), що ґрунтується на показниках середньо-осібного грошового доходу в системі «багатий – бідний»; маргіналізація значної частини населення, яка викликана значною спадаючою мобільністю в умовах загальної кризи й радикальних реформ, набуває переважно змушений характер під впливом зовнішніх факторів, пов'язаних із соціально-економічною й соціокультурною трансформацією суспільства в цілому; падіння значення освіти як фактору висхідної мобільності, що обумовлено нерівністю в одержанні освітніх можливостей для малозабезпечених (низькодохідних) груп.

Ключові слова: соціальна мобільність, види, загальні закономірності, функції вертикальної соціальної мобільності, види, канали соціальних ліфтів, соціальний контроль, стратифікуючі фактори.