

Ольга Бойко, Ольга Лалак

(olha.boyko@ucu.edu.ua)

(olga.lalak@ucu.edu.ua)

КОНЦЕПЦІЯ «ГРОМАДИ, ЯКА ВИХОВУЄ І ПІКЛУЄТЬСЯ» У КОМУНІКАЦІЙНІЙ СТРАТЕГІЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

У статті представлено концепцію «грумади, яка виховує і піклується» як приклад візії у комунікаційній стратегії територіальної грумади, що поряд із цілями політичного, економічного чи інфраструктурного розвитку виражає соціально-виховний потенціал грумади. Зокрема обгрунтовано концепцію «грумади, яка виховує і піклується» у рамках соціально-педагогічного підходу та підходу соціальної роботи до вивчення грумади; виявлено актуальність цієї концепції у комунікаційній стратегії територіальної грумади та виокремлено ефективні інструменти розробки й подальшого втілення концепції у комунікаційній стратегії територіальної грумади.

Ключові слова: територіальна грумада, грумада, яка виховує і піклується, децентралізація, деінституалізація, партисипація, комунікаційна стратегія, інструменти комунікаційної стратегії.

Постановка проблеми дослідження, її актуальність і новизна. Сучасний стан розвитку українського суспільства характеризується амбівалентністю, що поєднує позитивні трансформаційні процеси із негативними явищами й тенденціями. Маючи у фокусі мезорівень суспільства, а саме грумаду, з одного боку, бачимо низький рівень довіри до місцевого управління, низьку індивідуальну та соціальну відповідальність, індивідуалізм і байдужість до подій навколо. Певною мірою ці процеси типові для глобалізованого посткомуністичного суспільства¹. З іншого боку, поряд із цими тенденціями в українському суспільстві втілюється низка політичних і соціальних реформ, які мають на меті зміцнити територіальну грумаду, надати їй політичної суб'єктності, передаючи значні повноваження, зокрема фінансові, від державних органів органам місцевого самоврядування

¹ Пирожков С., Майборода О., Шайгородський Ю. та ін. *Цивілізаційний вибір України: парадигма осмислення і стратегія дії: національна доповідь*. Київ 2016.

(децентралізація), та сприяти вирішенню соціальних питань на місцевому рівні (деінституалізація та інклюзія).

Станом на 10 травня 2019 року в Україні створено майже 900 об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ)². У їхній практичній діяльності постає необхідність окреслення ідентичності громади, визначення потреб населення та, відповідно, стратегії розвитку. Зміцнення та розвиток громад, а також успіх згаданих політичних і соціальних реформ безпосередньо залежить від усвідомлення мешканцями громади її ідентичності. Тому першочергового значення набуває комунікаційна стратегія візії громади, яка поряд із цілями політичного, економічного й інфраструктурного розвитку виражає соціально-виховний потенціал громади.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що основними науковими парадигмами у вивченні громади є політико-юридична, соціологічна, соціально-психологічна, соціально-педагогічна діяльність і перспектива соціальної роботи. Тетяна Семигіна підкреслює відсутність чіткого розуміння терміна «територіальна громада» як на політико-юридичному, так і науковому рівнях³. Окрім того, у науковому дискурсі, а також у практичній діяльності немає обґрунтування соціально-педагогічної концепції громади, яка відповідала б сучасним тенденціям і потребам українського суспільства, а також необхідностям самих громад.

Метою статті є представити одну зі соціально-педагогічних концепцій громади, а саме «громаду, яка виховує і піклується», як приклад візії у комунікаційній стратегії територіальної громади. Відповідно до мети, завданнями статті є:

- 1) обґрунтувати концепцію «громади, яка виховує і піклується» у рамках соціально-педагогічного підходу та підходу соціальної роботи до вивчення громади;
- 2) виявити актуальність концепції «громади, яка виховує і піклується» у комунікаційній стратегії територіальної громади;
- 3) висвітлити ефективні інструменти розробки та подальшого втілення концепції «громади, яка виховує і піклується» у комунікаційній стратегії територіальної громади.

Концепція «громади, яка виховує і піклується» впливає зі соціально-педагогічного підходу та підходу соціальної роботи до вивчення громади. Трьома ключовими складовими концепції є такі елементи:

² Зубко Г. Майже 900 ОТГ вже створено в Україні // *Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України* (13.05.2019) (<http://www.minregion.gov.ua>).

³ Семигіна Т., Лиховид Д. «Громада» чи «спільнота»? (інтерпретації феномену громади сучасними науковцями) // *Нова парадигма. Соціологія* 123 (2014) 186–195, тут с. 187.

- громада як соціалізуючий чинник особистості («громада, яка виховує»);
- громада як контекст для вирішення соціальних питань і забезпечення соціальної справедливості на місцевому рівні («громада, яка піклується»);
- громада як простір соціальних стосунків та участі членів громади (партисипація) у вирішенні питань для спільного блага.

Розглянемо кожну зі складових концепції детальніше.

Соціально-виховний потенціал громади розкритий у працях української педагогині Ольги Безпалько. Базуючись на соціально-педагогічному підході, авторка окреслює територіальну громаду як соціальну систему мезорівня соціального середовища та соціалізаційного простору, «для якого характерні певні соціокультурні умови та відповідні агенти соціалізації, що обумовлюють особливості соціального становлення та розвитку дітей і учнівської молоді»⁴. Хоча громада є вторинним порівняно із сім'єю середовищем соціалізації особистості, в ній індивідуум здобуває риси, якості, цінності, переконання та моделі поведінки, які виражають його соціальність, тобто здатність жити з іншими. Серед соціалізуючих функцій громади О. Безпалько називає ціннісно-орієнтовану, культурологічну, нормативно-правову, інтегративну функції та функцію соціального контролю⁵.

Варто звернути увагу, що авторка представляє громаду соціалізуючим чинником здебільшого для дітей і молоді. Такий самий підхід використовується і в деяких нормативно-правових документах і концепціях національного рівня: громада розглянута як виховне середовище для дітей та молоді, котрі в ній проживають⁶. Уважаємо, що доцільно розширити це бачення, оскільки виховний потенціал громади стосується і дорослих осіб, які мешкають у ній. У сучасному суспільстві дорослі більше схильні до самовиховання та самовдосконалення, а також до безперервної освіти, якщо порівняти з минулими епохами⁷. Зважаючи, що одним із принципів освіти дорослих є зв'язок із соціальною роллю особи та завданнями, які виникають на різних етапах її розвитку (наприклад, перехід до батьківства),

⁴ Безпалько О. *Теорія і практика соціально-педагогічної роботи з дітьми та учнівською молоддю в територіальній громаді*: автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Луганський національний педагогічний університет ім. Т. Шевченка. Луганськ 2007, с. 15.

⁵ Там само.

⁶ Про Національну програму виховання дітей та учнівської молоді в Україні / Постанова № 1–7/6–98 Нац. академії пед. наук // *Освіта України* 94 (03.12.2004); Концепція Загальнодержавної програми «Національний план дій щодо реалізації Конвенції ООН про права дитини на 2006–2016 роки» / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 22 квітня 2006 р. № 229 р // *Офіційний вісник України* 17 (10.05.2006) 70.

⁷ Knowles M. *The Adult Learner: A Neglected Species*, 3-тє вид. Houston 1994.

то задоволення прагнень до безперервної освіти й виховання вже у громаді є не тільки зручним для її мешканців, а й збільшує сукупний виховний та освітній потенціал громади.

Щодо формальної освіти, то у процесі децентралізації зростає роль місцевої громади у формуванні локальної освітньої політики, яка має враховувати місцеві культурні особливості й особливості ринку праці.

Розвиток виховного й освітнього потенціалу громади у його формальному, інформальному та неформальному вимірах великою мірою залежить від мешканців громади, їхніх особистих педагогічних компетенцій та ініціатив, а також від усвідомлення того, що вони самі творять середовище, котре може сприяти або, навпаки, суперечити зростанню їх самих і молодого покоління. Турбота про те, щоби середовище проживання було виховним не тільки для власних дітей, а й для всього молодого покоління, виражає соціальну генеративність дорослих, тобто здатність до зрілого та відповідального ставлення у соціальній площині, незалежного від кровного споріднення⁸. Тому вважаємо, що поширення візії «громади, яка виховує» сприятиме зростанню її виховного потенціалу щодо всіх її мешканців.

Іншою складовою концепції є піклування у громаді. Йдеться про те, що мешканці громади мусять знаходити вирішення своїх соціальних потреб і проблем на рівні громади, тобто у своєму природному життєвому середовищі. «Сьогодні зі зростанням процесів децентралізації та плюралізації у наданні соціальних послуг територіальна громада стала потужним ресурсом у вирішенні соціальних проблем населення»⁹. Так уже на місцевому рівні можна забезпечити соціальну справедливість і рівність, відповідні до гідності будь-якої людини, незалежно від обставин, у яких вона перебуває.

Цей аспект є непростим для втілення, бо передбачає піклування за тих членів громади, які не можуть самотужки подолати життєві складнощі, мають глибокі неповносправності чи хвороби. Та власне те, наскільки громада готова бути солідарною, відповідальною та піклуватися про своїх вразливих членів, виражає рівень її демократичності та гуманності.

В історичному ракурсі поняття «громади, яка піклується» тісно пов'язане з деінституалізацією. У 80-х рр. у британському контексті концепція «громади, яка піклується» (*community care*) була прийнята як спосіб реалізації реформи деінституалізації на місцевому рівні¹⁰. Вона виражала систему надання соціальних послуг людям із неповносправністю, психічними

⁸ Casavecchia A. *Generatività sociale // Bene comune* (28.11.2014) (www.benecomune.net).

⁹ Семигіна, Лиховид. «Громада» чи «спільнота»?., с. 191.

¹⁰ *The Caring for people: community care in the next decade and beyond: white paper* / Department of Health (november 1989) (navigator.health.org.uk).

хворобами та старшим людям у їхніх рідних громадах, зокрема в них удома (домашня опіка)¹¹. Хоча реформа не була цілком успішною¹², її концепція вдало представляє необхідність розвитку соціальних послуг на рівні громади, враховуючи навіть особливі чи нетипові потреби окремих її мешканців.

У сучасному українському контексті деінституалізація стосується, передусім, дітей, які перебувають і виховуються в інтернатних закладах. Станом на 2016 р. 106 000 дітей, що становить 1,5 % від дитячого населення України, проживають і виховуються у закладах інституційного догляду¹³. Більшість із них (92 %) мають батьків, але бачаться з ними в найкращому випадку раз на тиждень, здебільшого під час канікул. Дуже часто причиною інституціалізації дітей є відсутність доступу до освітніх, соціальних і медичних послуг у громадах, особливо сільських. Поміщення дитини в інтернатний заклад стає способом забезпечення її освітою та/чи медичними послугами, особливо, якщо діти потребують специфічного медичного догляду. Відповідно, реформа деінституалізації¹⁴, котра базується на універсальному та невід'ємному праві дитини проживати у рідній сім'ї¹⁵, напряду залежить від готовності місцевих територіальних громад реінтегрувати у біологічні сім'ї дітей, які проживали в інтернатах, і тісно пов'язана з розвитком соціальних, освітніх та медичних послуг у місцевих громадах. Наявність і доступність послуг, які відповідають потребам конкретної дитини та її сім'ї, сприятиме ефективній реінтеграції інституціалізованих дітей у власні сім'ї та громади, а також попередить можливе вилучення дитини з рідної сім'ї. Прикладами таких послуг є базові медичні, освітні, соціальні, реабілітаційні, а також послуги раннього втручання, інклюзивного навчання, патронатної сім'ї і т. д. Широкий спектр різнопланових послуг, окрім превентивного потенціалу для всіх мешканців громади, безпосередньо впливає на відчуття ними благополуччя, добробуту та якості життя у громаді¹⁶.

¹¹ Renwick D. Caring for Older People: community care and social services // *British Medical Journal* 313 (1996) 869.

¹² Means R., Smith R. *Community Care: Policy and Practice*, 2-ге вид. London 1998.

¹³ Кулеба М. Система інституційного догляду та виховання дітей та перспективи її реформування (www.reforms.in.ua).

¹⁴ Про Національну стратегію реформування системи інституційного догляду та виховання дітей на 2017–2026 роки / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 09.08.2017 №526-р // *Офіційний вісник України* 67 (29.08.2017) 101.

¹⁵ Генеральна Асамблея ООН. Конвенція про права дитини від 20 листопада 1989 року (Конвенцію ратифіковано Постановою Верховної Ради України № 789-ХІІ від 27.02.91) // *Зібрання чинних міжнародних договорів України від 1990* 1 (1990) 205.

¹⁶ *Вимірювання якості життя в Україні: аналітична доповідь* / ред. Е. Лібанова, О. Гладун, Л. Лісогор та ін. Київ 2013.

Розвиток освітніх, медичних, соціальних та інших послуг у місцевих громадах потребує відповідного розподілу місцевого бюджету. Тобто особи, відповідальні за ухвалення рішень щодо розподілу бюджету, мають усвідомлювати важливість задоволення потреб різних соціальних груп населення чи конкретних мешканців громади, що мають специфічні потреби.

Бачення власної громади як такої, яка піклується про кожного свого жителя, тісно пов'язана зі соціальною відповідальністю її мешканців. Остання риса є критично важливою для пострадянського суспільства з його схильністю до патерналізму та присвоєння відповідальності за вирішення соціальних проблем виключно державі¹⁷. Усвідомлення, що соціальні проблеми, які виникають на рівні громади, на цьому рівні мають і вирішуватися, спонукає до надання пріоритетності превентивній соціальній роботі.

Третьою складовою концепції «громади, яка виховує і піклується», є залучення самих членів громади до участі у вирішенні актуальних питань (партисипація) заради спільного блага. Оскільки громада є простором соціальних стосунків, то творення громади, яка виховує та піклується, залежить не тільки від владних структур, фахівців соціальних служб чи освітніх закладів, а й від мешканців громади, які формально (громадські об'єднання, асоціації і т. д.) та неформально (наприклад, ініціативні групи, об'єднання за інтересами) беруть активну участь у її функціонуванні. Згідно із Шеррі Арнстейном, основними рівнями «шкали участі» є відсутність участі (втихомирювання, маніпуляція), створення видимої участі (голосування, інформування, консультування) та високий рівень участі (залучення, участь, делегування влади, контроль з боку громади чи користувачів послуг)¹⁸.

Участь мешканців у громадському житті збільшує їхній індивідуальний соціальний капітал, соціальний капітал громади, позитивно впливає на індивідуальне здоров'я та благополуччя¹⁹, сприяє формуванню схожих цінностей і переконань більше, ніж якби вони комунікувалися тільки «зверху» – із національного рівня²⁰.

Активна участь у житті громади тісно пов'язана із відчуттям приналежності до неї. Як зазначає Т. Семигіна, цитуючи іноземні емпіричні дослідження, «відчуття громади», за оцінками науковців, є предиктором участі

¹⁷ Бойко О. Реалізація принципу наснаження як запорука ефективності соціальних послуг // *Економіка, наука, освіта: інтеграція та синергія: матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (Братислава, 18–21 січня 2016 року): у 2-х т., т. 1. Київ 2016, с. 23.

¹⁸ Arnstein Sh. A ladder of Citizen Participation // *Journal of American Planning Association* 35 (1969/4) 216–224.

¹⁹ Бойко О. Просоціальність: суть і потенціал у соціально-педагогічній діяльності // *Соціальна робота в Україні: теорія і практика* 1 (2016) 140–149.

²⁰ Etzioni A. *The monochrome society*. Princeton 2001.

людини у сусідських утвореннях та ініціативних групах у громаді. Позитивне відчуття громади сприяє зниженню рівня підліткової злочинності, кращому стану психічного здоров'я, відмові від вживання наркотиків, вищому рівню індивідуального добробуту тощо»²¹. Відповідно, першим кроком у активізації участі мешканців у житті громади є розвиток відчуття приналежності через заходи соціально-культурної анімації²² та інформаційно-комунікативні засоби згуртування.

Охарактеризувавши основні складові концепції «громади, яка виховує і піклується», розглянемо, як саме вона може проявлятися у комунікаційній стратегії територіальної громади, та висвітлимо ефективні інструменти для її розробки й подальшого втілення. Марина Бриль зауважує, що найважливішим аспектом у становленні та розвитку об'єднаної територіальної громади є формування бачення її майбутнього з рівним доступом до послуг, високою якістю життя та комфортними і безпечними умовами проживання²³. Звідси постає гостра необхідність комплексного стратегічного планування на рівні громади.

Обумовлюючи комунікаційну стратегію діяльності, слід враховувати наявні поточні ресурси, часові та просторові рамки. Візуалізувавши відповіді на основні запитання: що повідомляти, кому конкретно, навіщо і який заклик до дій, – можна братись до покрокового втілення проміжних завдань проєкту / заходу / комунікаційної кампанії громади.

Результативність будь-якої виконаної роботи має вимірюватися критерієм досягнення успіху чи невдачі. У разі недосягнення поставлених цілей застосовують оптимізацію процесу, переосмислення та посилення шляхів втілення первинної ідеї. При ефективних показниках втілених завдань стратегування діяльності відкриває перспективи залучення інвестицій, підтримки з боку донорів, добровольців чи фондів, підсилення репутації виконавців тощо.

Визначення цільового ринку отримувачів послуг територіальної «громади, яка виховує і піклується», може здійснюватися декількома шляхами. Доцільно враховувати тематичні блоги, зокрема пов'язані з неприбутковою діяльністю, спостерігати за аудиторією, яка осмислює і формує онлайн-контент; аналізувати комунікаційні витoki оголошень в організаціях конкурентів тощо. Для когось із цільової аудиторії зручною формою комунікації буде електронне листування, комусь потрібні «холодні» обдзвони, хтось сприймає

²¹ Семигіна, Лиховид. «Громада» чи «спільнота»?», с. 190.

²² *The social animator: role or profession?* / ред. P. Henzler, B. Skrzypczak. Warszawa 2005.

²³ Бриль М., Врублевський О., Данчева О., Сеїтосманов А., Чубаров Е. *Успішна територіальна громада: будуємо разом*. Харків 2018, с. 90.

інтерактивні дошки з оголошеннями, іншим зручніше отримувати меседжі із соціальних мереж чи блогів тощо. Тож залежно від спрямування повідомлення, ефективно обраний канал комунікації може сприяти цілеспрямованому закличу до дій конкретних мешканців громади.

Перш ніж формувати комунікаційну стратегію територіальної «громади, яка виховує і піклується», необхідно детально проаналізувати поточний стан роботи з цільовою аудиторією, опрацювати шляхи залучення з подальшим утриманням мешканців в активному зацікавленні поточними проблемами. Потрібно комплексно застосовувати заздалегідь узгоджені комунікаційні інструменти, орієнтуватися в посадових обов'язках працівників органів місцевого самоврядування, за потреби – цільово звертатися до компетентних осіб. Дослідниця А. Баровська вбачає змістовим ядром стратегічних комунікацій формування наративу – «переконливої сюжетної лінії, яка може аргументовано пояснити події. Щоб бути ефективними, стратегічні наративи мають входити в резонанс із цінностями, інтересами й забобонами цільових аудиторій»²⁴.

Ступінь довіри громадськості до онлайн-платформ можна пояснити ілюзорним баченням імовірності впливу на владні рішення, на керування суспільними процесами та контроль за діяльністю посадовців. Демократичне використання мережевих властивостей для спілкування із внутрішньою та зовнішньою аудиторією підтвердить почуття причетності громадянина до процесу ухвалення рішень. Для окремих представників громади нехай навіть ілюзорне відчуття «моя думка може бути визначальною» додає впевненості, довіри до діячів і самоствердження. Прагнучи бути інтерактивними та вільними від провладної вертикалі, відчувати свободу слова й діяльності, громадяни масово залучаються у вебсередовище. Тому задля отримання кредиту довіри від мешканців комунікаційна стратегія територіальної громади, що виховує і піклується, повинна містити чітку структуру та зоновану відповідальність, намагатися задовольнити потреби суспільства і реагувати на поточні процеси життєдіяльності, своєчасно вживати запобіжних заходів тощо. Важливо також пам'ятати про базову потребу людини – соціалізацію та приналежність до групи, звідси – територіальна громада має розробити кампанію, зокрема комунікаційну, котра акцентуватиме на соціалізації індивідів, на забезпеченні основних запитів громадськості.

Одним зі способів зародження довіри мешканців територіальної громади, яка виховує і піклується, є відкриття так званої «віртуальної приймальні». Доступ спільноти до графіку роботи окремих представників місцевої влади,

²⁴ Баровська А. Стратегічні комунікації: досвід НАТО // *Стратегічні пріоритети* 1 (2015) 149.

відкритість до спілкування, наявність гарячої лінії чи активного каналу комунікації у стилі «запитання – відповідь – скарга – реакція» створює у підписників ілюзію близькості з працівниками муніципалітету чи навіть із органами місцевого самоврядування.

Висвітлення результатів діяльності територіальної громади на тематичних вебплатформах дасть можливість сформувати якісні горизонтальні зв'язки між усіма ланками процесу – волонтерами, громадськими активістами, провладними представниками, мешканцями, а найважливіше – з потенційними отримувачами послуг.

Обираючи комунікаційні інструменти, територіальна громада повинна комплексно враховувати переваги й недоліки застосування тих чи інших інформаційних каналів. Загалом ці канали поділяють на два потоки:

- «нові медіа», або онлайн-канали інформування – попри візуальну привабливість, насиченість інфографічними підсиленнями, миттєву реакцію на події, оперативність у наданні інформації, охоплення численної аудиторії, фінансову доступність процесів поширення даних вони потребують своєчасного освоєння новітніх технологій впливу через соцмережі, навичок формування контекстних повідомлень, спрямування їх на цільовий фрагмент підписників;
- класичні засоби масової комунікації, або преса, радіо, телебачення – попри візуальне насичення, масовість використання, звичаєву довіру серед читачів / оглядачів / слухачів, існують імовірні ризики спотворення повідомлень. Очевидно, всі повідомлення проходять фільтрацію на профпридатність, етичність сформованого контенту, компетентність авторів згенерованих новин тощо.

Аналіз алгоритмів передавання інформації через старі чи «нові» медіаканали показує однакову ймовірність впливу на цільову аудиторію. Однак не кожна територіальна громада володіє фінансовими та часовими ресурсами для поширення контенту традиційними засобами масової комунікації. Натомість однозначною перевагою використання онлайн-каналів інформування видається розповсюдження інформації на загал, оскільки вони є доступними, підручними і своєчасними. Безкоштовні ресурси для ведення блогів, мікроблогів, для запису відео чи подкастів, приватні сторінки у соцмережах, безперечно, витісняють друковані видання, радіостанції чи трансляцію на телебаченні, оскільки є інформаційно швидшими, залучають більше зацікавлених користувачів і доступніші.

У соціальних медіа контент-маркетологи та комунікаційники застосовують сучасні прийоми згуртування соціуму, донесення ключових повідомлень для досягнення спільних цілей. Максим Черкашин, представник ГО «Освітньо-аналітичний центр розвитку громад», анонсує розроблений проєкт

«Активуй стратегію розвитку громади!», повідомив, що з-понад 800 об'єднаних громад, утворених в Україні, третина вже мають Стратегію, третина у процесі розробки і решта лише планують мати цей документ²⁵. Погоджуємося, що навіть після розробки та прийняття Стратегії розвитку, мало хто у громаді зможе назвати 3–5 найважливіших для їхнього населеного пункту стратегічних напрямків. Доречною видається ідея розробити інтегровану платформу для офіційних сайтів місцевих рад, на якій щоквартально з'являтимуться оновлення основних положень комунікаційної стратегії та ступінь її реалізації.

Практика показує, що навіть у разі успішної діяльності ОТГ не всі члени громади знають про ті чи інші заходи, можливості чи власні права. Завданням ефективної комунікаційної стратегії є точкове донесення кожному із цільової аудиторії інформації про ту галузь діяльності, яка може бути необхідною саме їм. Отже, влучно поділені об'єкти впливу, стратегічно сформовані чіткі меседжі й донесення їх через відповідні комунікаційні канали сприятимуть популяризації візії «громади, яка виховує і піклується» загалом, а також налагодженню зв'язків із партнерами, охопленню різних площин інформування, зародженню позитивного ставлення до наслідків деінституалізації.

Кредит довіри мешканців зростає завдяки покращенню умов проживання, доступності інформаційної чи матеріальної допомоги, результативним нововведенням, через своєчасне наповнення особливим контентом віртуальних спільнот. Зростанню кількості прихильників діяльності територіальної громади сприяє проведення інтерактивних акцій, вебінарів, онлайн-ігор, естафет, флешмобів і соціопитувань. Генерування інтересів місцевих жителів можливе і за умов співпраці з лідерами думок, із соціальними майданчиками схожої тематики.

Огляд популярних методів впливу на громадську думку актуалізує поширення інформації через мобільні додатки, розробку персональних QR-кодів, завдяки таргетингу, через вірусний і тіньовий маркетинг – для прямого чи завуальованого згадування про діяльність територіальної громади загалом або її окремих лідерів. Позитивними наслідками ведення блогу є налагодження механізмів зворотного зв'язку, оперативна реакція на відгуки мешканців територіальної громади, можливість поширення маркетингових повідомлень, побудова довірливих взаємин, шанс моментально коригувати репутацію чи реагувати на негативні коментарі підписників.

«Мережевий індивід» як соціальний актор обов'язково має відігравати й одну зі своїх важливих соціальних ролей, яка полягає у виконанні обов'язків члена територіальної громади, до якої він входить за місцем свого прожи-

²⁵ Черкашин М. Чому стратегії розвитку громад «лежать в столах»? // *Громадський простір* (www.prostir.ua).

вання²⁶. Володимир Пісоцький підкреслює важливість узгодження позицій окремого громадянина – члена територіальної громади і (гіпотетично) «мережевого індивіда» – у реальному й віртуальному просторах: «Тобто існує два основних наслідки інтенсивного використання соцмереж у місцевому самоврядуванні: перший – “втеча” індивіда в мережу від злободенних проблем дійсності; другий – перенесення переваг “справедливіше” організованої мережі в буденну реальність життя територіальної громади».

Публікації у соцмережах можна генерувати довільно, проте ефективніше дотримуватися визначеної частоти висвітлення повідомлень, їхньої рубрикації і стильового забарвлення. До прикладу, якщо необхідно створити пост інформаційного характеру, контент-менеджер розміщує інформацію про ключові напрямки діяльності територіальної громади чи висвітлює шляхи «виховання і піклування». Якщо ж мова йде про публікацію-інструкцію, то пост описуватиме покроковий алгоритм діяльності мешканців у тій чи іншій ситуації. З певною частотою варто публікувати пости-переліки. В них активно використовувати стратегії впливу на підписників через оцифрування тематики (наприклад, «Найкращі п'ять порад для мешканців ОТГ», «Названо 10 найпопулярніших причин звернення до виконавчої влади», «15 отримувачів послуг територіальної громади» тощо). Доцільно генерувати повідомлення про успішні кейси, концентрувати увагу на типових помилках мешканців чи працівників муніципалітету, застерігати підписників від конфліктних ситуацій чи від ситуативних загроз. Грамотне застосування поширених прийомів захоплення уваги аудиторії налагодить зворотний зв'язок із мешканцями й допоможе цільово впливати на них, не втрачаючи їхньої довіри.

Міжнародний фонд «Відродження» підкреслює необхідність системного поширення публікацій у соцмережах не лише через офіційні сторінки організацій, а й із особистих сторінок експертів проекту²⁷.

Закономірно, що соцмережі набувають нових форм, перетворюючись із середовища спілкування й обміну мультимедійними файлами на інтернет-платформу для всебічних віртуальних комунікацій. Також доцільно використовувати сучасні методи комунікації з цільовою аудиторією – сторітелінг, лонгріди, лендинг-сторінки. Особливої уваги заслуговує інформаційне представлення історій. Саме практикуючи сторітелінг, можна ефективно

²⁶ Пісоцький В. Використання соціальних мереж як напрям модернізації інформаційно-комунікативного забезпечення суб'єктів місцевого самоврядування в Україні // *Новітні інформаційно-комунікаційні технології в модернізації публічного управління: зарубіжний і вітчизняний досвід: матеріали наук.-практ. семінару, 19 квітня 2013 р., м. Дніпропетровськ*. Дніпропетровськ 2013, с. 104.

²⁷ Довідник з комунікацій для грантерів Міжнародного фонду «Відродження», с. 9 // *Міжнародний фонд «Відродження»* (<https://www.irf.ua/granteram>).

повідомити громаду про успішні кейси, здобуті преференції, гранти, про залучення ресурсів для територіального розвитку. Крім того, можна візуально привабливо подавати анонси, звіти чи перелік нових та наявних послуг для мешканців. Пропонований вид комунікацій містить емоційне забарвлення, певну місію у текстовому форматі, є людиноцентричним і з чітким посилом. Інформація підібрана з урахуванням психологічних особливостей сприйняття формату, кольору, шрифту. Зазвичай результатом прочитання статті, написаної з використанням прийому сторітелінгу, є заклик до дії, корисні контакти, актуальні поради, історії успіхів. Під час формування комунікаційної стратегії «громади, яка виховує і піклується» необхідно також акцентувати на осучасненні шляхів передавання інформації до цільової аудиторії.

Застосування комунікаційних каналів територіальної «громади, яка виховує і піклується» має коригуватися залежно від статистичних даних конкретного регіону, вікового цензу серед цільової аудиторії, концепції пропонованих послуг як місцевого самоврядування, так і неприбуткових організацій. Під час генерування повідомлень до цільової аудиторії варто враховувати і частку населення, що не реагує на заклики, хвилюючись за власну безпеку, втрату персональних даних, втручання в особистий простір, або тих, хто взагалі не мобільний і не має доступу до інформації. Якщо ці мешканці потрапляють під категорію осіб, котрі потребують допомоги чи опіки з боку територіальної громади, комунікаційна стратегія повинна містити активний сегмент фахівців соціальної роботи, які цілеспрямовано донесуть необхідну їм підтримку.

Висновки. У статті проаналізовано концепцію «громади, яка виховує і піклується» та її актуальність у комунікаційній стратегії територіальної громади. Крім того, окреслено основні інструменти реалізації комунікаційної стратегії, яка має за мету представити таку візію громади.

Суспільно-культурна складова, що виражає бачення, цінності й переконання членів громади, є засадничою для успішної реалізації соціальних реформ²⁸. Поширення концепції «громади, яка виховує і піклується» як візії своєї громади є одним зі способів забезпечити суспільно-культурні передумови для розвитку соціальної сфери. Втілення концепції залишає чимало запитань, та її цінність у тому, що вона представляє ті аспекти життя громади, які можуть залишитися осторонь від пріоритетів її розвитку, і від цього постраждають усі члени громади, а не лише ті, що мають особливі потреби чи перебувають у складних життєвих обставинах.

²⁸ Бойко О. Передумови успішних реформ у соціальній сфері: італійський досвід деінституалізації // *Здоров'я у мультидисциплінарному дискурсі. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 11–13 квітня 2019 р.* Львів 2019, с. 18–22.

Аналізуючи *перспективи подальших досліджень зазначеної тематики*, вартує зауважити, що концепція «громади, яка виховує і піклується» може стосуватися як територіальної громади, так і інших типів громад – за інтересами та локальною соціальною мережею. Іншою темою подальших досліджень є аналіз практик утілення схожих комунікаційних стратегій громад. Адже для ефективної внутрішньої комунікації в територіальній громаді реєстрація мешканців у відповідних групах соціальних мереж не вичерпує проблему – найважливішим є пошук спільного знаменника, об'єднувального мотиваційного чинника, однаково зрозумілих для всіх учасників узаємодії меседжу і форми взаємозв'язку. Завдяки обранню комфортного стилю спілкування між жителями, активістами і керівництвом громади з'явиться можливість оперативно втручатися і спільно шукати рішення поточних проблем, а також стратегічно планувати вектори розвитку територіальної громади.

Olha Boyko, Olha Lalak

THE CONCEPT OF “COMMUNITY, THAT EDUCATES AND CARES”
IN THE COMMUNICATION STRATEGY OF TERRITORIAL COMMUNITY

The concept of “community, that educates and cares” is presented in the article as an example of vision of communication strategy of territorial community. This concept expresses the social and educational potential of a community along with goals of its political, economic and infrastructural development. There are substantiated the concept of the “community, that educates and cares” in the framework of socio-pedagogical approach and benefit of social work to exploration of the community; identified the actuality of this concept in the communication strategy of territorial community; singled out effective tools of the development and further implementation of the concept in communication strategy of territorial community.

Keywords: territorial community, educational community, community care, decentralization, deinstitutionalization, participation, communication strategy, communication strategy tools.