

УДК 352:316.7

DOI <https://doi.org/10.32840/pdu.2021.1.32>**І. І. Литвин**

доктор юридичних наук, доцент,  
професор кафедри публічного управління та адміністрування  
Кропивницького інституту державного та муніципального управління

## КОМУНІКАТИВНІ ПРІОРИТЕТИ КОМПАНІЇВСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ

У статті аналізуються комунікативні пріоритети Компаніївської територіальної громади та надаються рекомендації щодо поліпшення її комунікацій із громадськістю через соціальні мережі та офіційний вебсайт. Вибір проблеми для дослідження зумовлений результатами проведеного в межах розбудови стратегії розвитку громади соціологічного дослідження, згідно з яким інформаційна політика Компаніївської громади потребує вдосконалення через брак налагодженої комунікації органів влади та мешканців цієї громади. У результаті аналізу було виявлено, що з-поміж цифрових каналів комунікації Компаніївська територіальна громада використовує офіційний вебсайт, сторінку в соціальній мережі «Фейсбук», канал громади на ютубі. Контент, розміщений у новинній стрічці на вебсайті та у фейсбуці, репрезентований вітаннями, оголошеннями, корисною інформацією та інформацією про поточну діяльність, життя громади. Він здебільшого дублюється, що фактично підштовхує громадськість до вибору тільки одного каналу комунікації. За кількістю переглядів новин лідирує вебсайт (найбільш популярна новина має 1361 перегляд), однак кількість реакцій на ці новини у фейсбуці у вигляді вподобань, поширень, коментарів є мінімальною (лідером є новина, яка має 115 уподобань). Це свідчить про брак повноцінного діалогу між ОТГ та громадськістю. Третій канал комунікації – канал Компаніївської селищної ОТГ на ютубі – узагалі залишається незадіяним, про що свідчать наявність лише кількох відеоматеріалів, двох підписників і брак коментарів. Проаналізований матеріал засвідчує, що нині офіційні цифрові канали комунікації Компаніївської ОТГ не є майданчиками для ефективного діалогу з громадськістю, а слугують суто для інформування громадськості з широкого кола питань. Для побудови ефективних комунікацій рекомендовано урізноманітнити контент, надаючи перевагу не протокольним новинам, а корисній інформації в різних форматах, серед яких – текст, відео, аудіо та інфографіка, у його доборі керуватися критеріями новин, а також застосовувати сучасні техніки ефективних комунікацій (персоналізацію, візуальний сторітелінг, цифри, результати, зворотний зв'язок).

**Ключові слова:** комунікативна політика, діалог, цифрові канали комунікації, вебсайт, соціальні мережі.

**Постановка проблеми.** Увага до проблем комунікації органів публічної влади з громадськістю є особливо нагальною, адже в Україні досі домінує проблема інформаційного забезпечення та просування політики держави. І це попри те, що саме інформація та комунікація є предметами управлінської праці, а більшість важелів впливу суб'єкта управління на об'єкт має як інформаційний, так і комунікативний характер. Численні проблемні зони є в комунікації органів публічної

влади на регіональному рівні. Наприклад, у результаті діагностики місцевого розвитку Компаніївської об'єднаної територіальної громади у 2018–2019 рр. шляхом аналізу документації, проведення зустрічей, інтерв'ю, бесід, а також за допомогою соціологічного дослідження було виявлено, що інформаційна політика громади потребує вдосконалення, оскільки не досить налагодженою є комунікація органів влади та мешканців цієї громади, а також мешканців інших місцевостей, не досить налагоджено двостороннє спілкування з наявними та потенційними

зовнішніми партнерами, застарілими є інформаційні стенди, нових форм вимагає комунікація органів влади з тими мешканцями, які не є користувачами Інтернету (нині їм видається бюлетень) [4, с. 12]. Неповною мірою використовується потенціал інтерактивної інтернет-сторінки громади, де надається інформація про поточну діяльність органів влади, та соціальних мереж. З огляду на це вважаємо за необхідне проаналізувати комунікативну діяльність Компаніївської територіальної громади (цифровий вимір) та сформулювати певні рекомендації щодо її вдосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Під час дослідження було вивчено низку наукових праць українських і зарубіжних авторів. Проблеми у взаємодії органів влади з громадськістю в системі державного управління вивчали такі українські вчені, як Е. Афонін, О. Бабінова, О. Валевський, Р. Войтович, П. Ворона, Л. Гонюкова, Н. Діденко, Н. Драгомирецька, А. Колодій, О. Крутій, О. Литвиненко, В. Надрага, Н. Нижник, І. Парубчак, Н. Письменний, Г. Почепцов, О. Радченко, В. Ребкало, Ю. Сурмін, а також зарубіжні науковці: М. Белл, С. Подзіба, Н. Роперс, Г. Сандерс, П. Фінн та інші.

**Метою статті** є аналіз комунікативних пріоритетів Компаніївської територіальної громади (цифровий вимір) та надання рекомендації щодо поліпшення її комунікацій із громадськістю через соціальні мережі та офіційний вебсайт.

**Виклад основного матеріалу.** Компаніївську об'єднану територіальну громаду було створено 29 жовтня 2017 р. у результаті об'єднання Компаніївської селищної ради та Голубієвицької сільської ради, а згодом приєднання Першотравенської сільської ради (2018 р.). Консолідаційний процес не був простим і швидким, до того ж повсякчас мала місце зовсім низька зацікавленість справами громади з боку її мешканців (за даними соціологічного дослідження, тільки 19,2 %) [4, с. 14]. Закономірно громада демонструвала пасивність і здебільшого негативно оцінювала наявну інформаційну політику. За таких умов цілком умотивованим постає внесення до Стратегії сталого розвитку Компаніївської селищної

об'єднаної територіальної громади Кіровоградської області на 2019–2027 рр. як одного з провідних векторів майбутньої роботи розвитку інформаційної та суспільної комунікації (зокрема, цифрової) в громаді [там само, с. 28]. Задля її реалізації було розроблено комплексну програму дій – Комунікаційну стратегію Компаніївської селищної об'єднаної територіальної громади Кіровоградської області на 2019–2024 рр., завданнями якої є підвищення довіри населення та його активності, створення позитивного іміджу громади, забезпечення обізнаності громадян про ті процеси, що відбуваються в громаді [3, с. 7–8]. Нині цей документ інформаційного планування має статус проекту, тож, очевидно, буде підлягати редагуванню, доповненню тощо, однак він є важливим орієнтиром у нинішній комунікативній діяльності Компаніївської ОТГ.

З метою ефективного розв'язання визначених у Стратегії розвитку громади та Комунікаційній стратегії завдань Компаніївська ОТГ використовує спектр каналів та інструментів комунікації. До кожного каналу добирається залежно від його аудиторії відповідний контент із врахуванням запитів суспільства та різних цільових груп на отримання інформації у той чи той спосіб, а також загальні тенденції перформатування інформаційного поля в бік цифрових комунікацій.

Серед власних каналів комунікації Компаніївської ОТГ з громадськістю було виявлено такі:

1) вебсайт Компаніївської ОТГ з електронними інструментами взаємодії для громадян (електронні петиції, громадський бюджет тощо) (<http://www.kompanievskaselrada.gov.ua/>);

2) сторінки в соціальній мережі «Фейсбук»: офіційні – Компаніївська територіальна громада (загальнодоступна група, 1 038 підписників), неофіційні – Центр професійного розвитку педагогічних працівників Компаніївської ТГ (закрита група, 602 учасники), Компаніївка (новинний вебсайт, 506 підписників); КП «Благоустрій смт Компаніївка» (загальнодоступна група, 717 учасників); Підслухано в Компаніївці (загальнодоступна група, 8,7 тис. учасників); Я\_♥Г\_О\_Л\_У\_Б\_І\_Є\_В\_И\_Ч\_І

(загальнодоступна група, 824 учасники), Першотравенська ініціативна група (загальнодоступна група, 189 учасників) та інші;

3) канал Компаніївської селищної ОТГ на YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCmV20dJk5C\\_OOrChA1\\_YE0g](https://www.youtube.com/channel/UCmV20dJk5C_OOrChA1_YE0g));

4) власний бюлетень «Компаніївський вісник»;

5) розсилання;

6) листування (електронне, поштове);

7) особистий прийом громадян керівництвом Компаніївської селищної ради;

8) особисті зустрічі фахівців Компаніївської селищної ради з цільовими групами: круглі столи, наради, громадські слухання, збори;

9) дошка оголошень.

Водночас типовими інструментами комунікацій є: інформаційні продукти для ЗМІ (пресрелізи, анонси, огляди, інтерв'ю); публічні заходи новинно-подієвого характеру (брифінги, пресзустрічі); публічні заходи просвітницького характеру (презентації, семінари, тематичні інформаційні кампанії, зустрічі з цільовими групами); електронні розсилання на різні цільові групи; листи; фото-, відео-, аудіоконтент; статистичні публікації; анкетування, соціологічні опитування.

У межах пропонованої роботи аналізуємо тільки цифрові канали комунікації та відповідні інструменти, які використовує Компаніївська ОТГ.

Одним із традиційних каналів комунікації громади є офіційний вебсайт. Варто вказати на якісне наповнення, зовнішнє оформлення вебсайту Компаніївської ОТГ. До уваги відвідувачів інформація про історію селища та як до нього дістатися, що подивитися, медіа, громадські обговорення, контакти. Основне меню сайту є доволі розгалуженим і містить актуальні відомості про керівництво громади, проекти рішень, рішення сесій, конкурс на заміщення вакантних посад, звіти голови Компаніївської ОТГ, антикорупційну та регуляторну діяльність, нормативні документи, інвестиційний паспорт і бюджет громади, електронні петиції та публічні закупівлі, звернення громадян, гендерну політику. Також тут наявна корисна інформація для громадськості від служби зайня-

тості, про COVID-19, тарифи та захист прав споживачів, графіки руху автобусів, реєстр об'єктів комунальної власності.

Чимало вкладок наповнено внутрішніми документами, часто мають власну рубрикацію. Окрім того, на сайті є корисні посилання на ресурси Асоціації міст України, Українського фонду соціальних інвестицій, Урядового контактного центру для громадян із порушеннями слуху, Єдиної системи місцевих петицій тощо. Наявні також останні коментарі громадського обговорення. Привертає увагу лічильник відвідувань сайту як своєрідний показник його ефективності в комунікативній діяльності громади.

Зважаючи на те, що відповідно до результатів опитування, репрезентованого Стратегією розвитку громади, більшість мешканців громади надає перевагу офіційній інтернет-сторінці Компаніївської ОТГ, вважаємо за необхідне проаналізувати той блок сайту, який містить інформацію про перегляд новин. Саме він демонструє активність та увагу громадян до діяльності органу влади, який має своєрідний майданчик для оприлюднення ефектних результатів своєї роботи, здобутих нагород або встановлених рекордів, опублікування інформації про нові проекти або успіхи вже впроваджених проектів, запрошення громадян до обговорення найважливіших питань.

У полі нашої уваги будуть новини за пів року – з липня 2020 р. по грудень 2020 р. За цей час на сайті було розміщено 95 повідомлень для громадськості. Середня кількість переглядів новин становить 396 разів станом на 20 січня 2020 р. Насамперед проаналізуємо, яка саме тематика переважає в новинній стрічці. Кількісно найбільше розміщено вітань із нагоди різних професійних, державних, релігійних свят, роковин, ювілеїв тощо. Загалом їхній обсяг становить 40 повідомлень за пів року, тобто 42 %. Наведемо заголовки лише деяких із них: «Шановні військовослужбовці, працівники та ветерани Збройних Сил України!», «21 листопада – День Гідності та Свободи», «Вітання з нагоди Дня працівника соціальної сфери України», «Дорогі освітяни та ветерани педагогічної праці Компаніївської громади!», «Відзна-

чення Дня партизанської слави». У межах цієї групи найменше переглядів має привітання із заголовком «Щиро вітаємо вас із професійним святом» (115 переглядів), що пояснюємо браком будь-якої конкретної інформації про зміст, фактично важко навіть припустити, про що йтиметься в новині, а також привітання, орієнтовані на вузьку цільову аудиторію – працівників державної виконавчої служби (132 перегляди), ліквідаторів аварії на Чорнобильській АЕС (133 перегляди). Найбільше зацікавило громадян привітання з назвою «Привітання з Днем підприємця», що має 1003 перегляди, що, за нашим спостереженням, пояснюється значною кількістю підприємців у громаді: так, згідно з інформаційною карткою на сайті громади тут розташовані 47 підприємств та установ, 95 малих підприємств, працюють 187 підприємців – фізичних осіб, 55 фермерських господарств, 830 особистих селянських господарств. Змістове наповнення всіх розміщених на вебсайті привітань має чимало переваг: текст викладено чітко, простою та зрозумілою мовою, його обсяг переважно невеликий (до десяти речень). Часто подається стисла історія започаткування свята, яку супроводжують світлини або яскраві тематичні зображення.

Другий щабель за кількістю розміщених новин посідає інформація про поточну діяльність. Частка таких повідомлень становить 15 %: інформація про проведені пленарні засідання (7 повідомлень), про план діяльності з підготовки проєктів регуляторних актів із Компаніївської селищної об'єднаної територіальної громади на 2021 рік, про проведення конкурсу, зустріч із виборцями громади, процедуру визначення форми управління багатоквартирним будинком, бюджет громади, розпорядження селищного голови, виїзний прийом громадян у селі Голубієвичі. Як демонструють зафіксовані дані, найбільше увагу громадян привернула новина про проведення сесії Компаніївської селищної ради 25 вересня 2020 р., де розглядалися актуальні для всієї громади питання (962 перегляди), а найменше їх зацікавила інформація про виїзний прийом громадян у селі Голубієвичі (107 переглядів). Брак інтересу пояснюємо тим, що новина роз-

повідає про суто локальну подію (представникам громади в с. Голубієвичі, які звернулися щодо розв'язання земельних питань, було надано роз'яснення начальником земельних відносин Компаніївської селищної ради) і розрахована на незначне коло тих осіб, для яких вона є актуальною: згідно з даними Голубієвицької сільської ради населення цього села нині становить 274 особи.

Третю позицію обіймає інформація, яку ми ідентифікували як «життя громади» (13 %). У порядку спадання уваги відвідувачів ситуація є такою: «Детективи громади в дії» (565 переглядів), поліпшення стану водопровідних мереж (502), початок будівництва сцени для молодіжного творчого простору в Компаніївці (494), онлайн-фестиваль соціальної реклами (458), розроблення та впровадження Дорожньої карти (422/235), спортивні здобутки (418), капітальний ремонт доріг (176), модернізація системи соціальної підтримки населення України (165), ремонт спортивної зали (164), благодійна акція (115). Як демонструють наведені дані, відвідувачі сайту найменше звернули увагу на повідомлення про проведену благодійну акцію, натомість найбільше їх зацікавив проєкт «Детективи громади в дії», що є фактично незалежним поглядом на результати діяльності депутатів Компаніївської селищної ради за 2019 – I квартал 2020 рр. (відвідування засідань, прийом громадян тощо).

Четвертою за кількістю розміщених новин є корисна інформація. За кількістю переглядів новини цієї групи є найбільш актуальними для відвідувачів сайту, хоча до цієї групи ми віднесли тільки 11 новини (12 %). Саме в цій групі фіксуємо одного з лідерів уваги: відомості про відкриття стоматологічного кабінету в Голубієвичі переглянули 1 361 раз. Рідше в центрі уваги була корисна інформація для всіх членів громади про початок імунізації проти сказу (552 перегляди), а також відомості для землекористувачів-власників земельних ділянок на території ОТГ (499 переглядів), а найменше звернуто увагу на повідомлення про приписку громадян 2004 року народження до призовної дільниці (100 переглядів). Поясню-



емо такий кількісний розмах насамперед ступенем актуальності наданої інформації для мешканців громади: стоматологічний кабінет є предметом уваги всіх жителів не лише с. Голубієвичі, а й сусідніх, які можуть скористатися його послугами; імунізація диких м'ясоїдних тварин проти сказу проводилася не тільки задля профілактики хвороб тварин, а й з огляду на складну епізоотичну ситуацію щодо сказу тварин у регіоні, які є основними носіями збудника інфекції та становлять безпосередню загрозу для мешканців громади, багато з яких тримають свійську худобу та птахів, натомість повідомлення про приписку до призовної дільниці має зовсім незначну цільову аудиторію – власне громадяни 2004 року народження та їхні батьки, яких порівняно мало в громаді.

Наступний щабель демонструють новини з категорії петицій. У межах цієї групи зафіксовано 10 повідомлень (11 %). Серед них рекордсменом за кількістю переглядів є відповідь на електронну петицію від 3 липня 2020 р. «Про виділення коштів для придбання засобів для відлову безпритульних тварин та ультразвукових відлякувачів собак» (1 122 перегляди). Така популярність, очевидно, пов'язана з потребою всієї громади убезпечитися від нападу безпритульних тварин, тож питання має широку цільову аудиторію: молоді батьки, школярі, молодь, люди похилого віку тощо. У межах цієї групи виокремлюємо ще одну новину, яка набрала значну кількість переглядів (944). Ідеться про покроковий механізм, як створити дієву петицію, яка нині є ефективним механізмом розв'язання актуальних проблем громади.

Лише сімома новинами репрезентовано групу «Оголошення та звітність», у якій представлено інформацію про роботу Компаніївського підрозділу міграційної служби Кіровоградщини (193 перегляди), про роботу дільничних офіцерів (592) та патрульних (269), про запровадження житлової реформи (685). У межах цієї категорії було виявлено новини-лідери за кількістю переглядів: про продовження карантину (1 078) та оголошення про посилення контролю за дотриманням протиепідемічних заходів (1 227). У склад-

ний час епідемії COVID-19 не видається випадковою увага до повідомлень, пов'язаних саме з нею.

Отже, максимальну та мінімальну кількість переглядів мають відомості з тієї самої тематичної групи «Корисна інформація»: найбільш популярною за пів року стала новина про відкриття стоматологічного кабінету в Голубієвичих (1 361 перегляд), натомість найменше відвідувачів сайту зацікавила новина про приписку громадян 2004 року народження до призовної дільниці (100 переглядів).

Аналізуючи висвітлені новини, вважаємо за необхідне окреслити деякі рекомендації. Формуючи контент новин у сфері діяльності органу публічної влади, варто зосередити увагу на двох питаннях: що змінилося та для кого змінилося. Намагаючись забезпечити новизну інформації, не варто забувати про її корисність для аудиторії й тим більше – перетворювати на стрічку протокольних нових, куди транслюється графік зустрічей, нарад, виступів і заяв посадовців, викладаються документи, але замало цікавих змістовних постів. Також посадовцям можна порадити ділитися новими знаннями, які мають практичну цінність для аудиторії. Це може бути корисна інформація в різних форматах, зокрема текст, відео, аудіо та інфографіка. Тематика повідомлень може бути двох типів: 1) теми, які стосуються й цікавлять більшість громадян; 2) трендові теми. Доцільно надавати роз'яснення, тлумачення, рекомендації, інформацію про правову освіту. Найбільш затребуваними сьогодні є ролики, які допомагають ухвалити рішення, зробити правильний вибір.

Ефективність комунікації органів публічної влади з громадськістю значною мірою визначається психологічними механізмами сприйняття. На основі розуміння специфіки процесів сприйняття розробляються прийоми підвищення ефективності комунікації, які заведено називати техніками комунікації. До ефективних технік традиційно зараховують персоналізацію, візуальний сторітелінг, цифри, результати, зворотний зв'язок [2, с. 47].

Також доречно скористатися критеріями новин [1, с. 61], якими варто керуватися під час добору матеріалу для розміщення

на сайті: 1) виходить за межі повсякденності; 2) вчасність/свіжість; 3) неоднозначність; 4) актуальність для громадян; 5) емоційна забарвленість; 6) масштабність; 7) конфліктність; 8) задіяність відомих людей; 9) про цю інформацію говорять люди.

Компаніївська ОТГ також має низку сторінок у соціальній мережі «Фейсбук». Оскільки в межах нашої роботи неможливо проаналізувати всі виявлені сторінки, звернімося лише до офіційної сторінки Компаніївської територіальної громади. Такий вибір пояснюємо кількома причинами:

1) як сайт, так і сторінка у фейсбуці репрезентують діяльність громади загалом, а не частково (наприклад, роботу окремого відділу), що дає можливість порівняти контент, його віральність у двох ресурсах тощо;

2) обрані джерела є офіційними;

3) група Компаніївської ОТГ у фейсбуці є доволі чисельною за кількістю учасників (1 038 підписників).

Тож загальнодоступну групу «Компаніївська територіальна громада» у фейсбуці було створено 20 березня 2018 р. На відміну від сайту, тут розміщено деякі медіафайли, зокрема фото- та відеоматеріали, текстові документи (рішення, накази), оголошення, звернення, корисну інформацію, заходи, інфографіку, привітання, висловлення співчуття тощо. Порівнюючи контент і реакції на нього у фейсбуці та офіційному сайті, виявляємо цікаву тенденцію: попри те, що контент в обох джерелах інформації збігається на 90 %, кількість уподобань у соціальній мережі в кілька разів є меншою за виявлену кількість переглядів на сайті. У фейсбуці середня кількість уподобань становить 28, а найбільша – не перевищує 115 реакцій. Наприклад, топновина за кількістю переглядів на вебсайті про відкриття стоматологічного кабінету в Голубівичах (1 361 раз) має лише 15 реакцій на сайті у вигляді уподобань і 7 поширень. Те саме стосується й інших новин, які мають найбільше переглядів на вебсайті: новину про посилення контролю за дотриманням протиепідемічних заходів на території Компаніївського району на сайті

переглянули 1 227 разів, а на сторінці у фейсбуці фіксуємо тільки 16 уподобань; інформацію від Компаніївського відділення поліції, переглянута на сайті 1 216 разів, уподобали у фейсбуці лише 6 відвідувачів. Так само мало реакцій демонструють усі інші новини. Інший виявлений у матеріалах парадокс: на сторінці у фейсбуці найбільшу кількість уподобань набрала новина про чергове зариблення центрального ставка селища (115 реакцій), яку взагалі не було зафіксовано на вебсайті Компаніївської ОТГ. Другу позицію за кількістю вподобань посіла новина про початок капітального ремонту тротуарів (112 уподобань, 14 коментарів, 28 поширень), третє – подяка за допомогу в огороженні ялинки (107 уподобань), яку так само не було виявлено на сайті. Зовсім незначну увагу відвідувачі сторінки ОТГ у фейсбуці приділили повідомленням про дошкілля, програму стажування молоді в Апараті Верховної Ради України (2 уподобання), позачергове засідання районної комісії з питань техногенно-екологічної безпеки та надзвичайних ситуацій (2 уподобання), розроблення дорожньої карти (2 уподобання).

Коментуючи такі розбіжності, маємо наголосити, що потенціал як офіційного вебсайту Компаніївської ОТГ, так і її сторінки у фейсбуці значною мірою не використано. Контент і змістове наповнення повідомлень здебільшого просто дублюються, що фактично підштовхує цільову аудиторію повсякчас звертатися тільки до одного каналу інформації. На підставі кількості переглядів новинної стрічки можемо констатувати, що частіше переглядається саме сайт. Очевидно, громада має до нього більшу довіру, бо тут гарантовано брак фейкових новин, усю інформацію про ОТГ зібрано в одному місці, діє цензура, на нього можна покликатися як на офіційне джерело. Однак сайт не дає можливості створити зворотний зв'язок: відвідувачі сайту не мають змоги розміщувати тут коментарі, запитання, уподобання, поширювати інформацію. Сайт демонструє лише кількість переглядів без інформації про реакцію відвідувача: є вона позитивною чи, навпаки, негативною. Фактично спостерігається інформування громад-

ськості про певні події, ухвалені рішення, здобутки. Натомість сторінка у фейсбуці має для цього всі ресурси, однак незначна кількість уподобань, коментарів і поширень демонструє брак платформи для діалогу Компаніївської ОТГ з громадськістю. І це попри те, що сьогодні соціальні мережі є надзвичайно зручним інструментом комунікації для громад.

Ще одним каналом комунікації є канал Компаніївської селищної ОТГ на відеохостингу «Ютуб». Його було зареєстровано 5 квітня 2018 р., що частково пояснює його «бідність» як каналу комунікації. Тут фіксуємо лише двох підписників. Основним контентом у кількості трьох відео є розроблення стратегії розвитку Компаніївської ОТГ, які проглядалися від 8 до 22 разів. Негативним показником є той самий, що й вебсайту – неможливість або брак зворотного зв'язку, тобто одностороння комунікація. Наприклад, у вкладці «Обговорення» на ютубі немає жодного коментаря.

**Висновки і пропозиції.** Серед цифрових каналів комунікації Компаніївська ОТГ використовує офіційний вебсайт, сторінку в соціальній мережі «Фейсбук», канал ОТГ на ютубі. Контент, розміщений у новинній стрічці на вебсайті та у фейсбуці, репрезентований вітаннями, оголошеннями, корисною інформацією та інформацією про поточну діяльність, життя громади. Він здебільшого дублюється, що фактично підштовхує громадськість до вибору тільки одного каналу комунікації. За кількістю переглядів новин лідирує вебсайт, однак кількість реакцій на ці новини у фейсбуці у вигляді уподобань, поширень,

коментарів є мінімальною. Це свідчить про відсутність повноцінного діалогу між ОТГ та громадськістю. Третій канал комунікації – канал Компаніївської селищної ОТГ на ютубі – узагалі залишається незадіяним, про що свідчать наявність лише кількох відеоматеріалів, двох підписників і брак коментарів. Проаналізований матеріал засвідчує, що нині офіційні цифрові канали комунікації Компаніївської ОТГ не є майданчиками для ефективного діалогу з громадськістю, а слугують суто для інформування громадськості з широкого кола питань. Для побудови ефективних комунікацій рекомендовано урізноманітнити контент, у його доборі керуватися критеріями новин, а також застосовувати сучасні техніки ефективних комунікацій.

#### **Список використаної літератури:**

1. Гайванович І., Диренко Н. Робота з медіа. *Комунікаційний інструментарій для державних службовців*. Київ, 2018. С. 6–67.
2. Ефективна комунікація між державною службою та засобами масової інформації / пер. з англ. Л. Магдюк, О. Рудік. Дніпропетровськ : Центр економічної освіти, 2000. 68 с.
3. Комунікаційна стратегія Компаніївської селищної об'єднаної територіальної громади Кіровоградської області на 2019–2024 роки : проект. URL: <http://www.kompanievaska-selrada.gov.ua/images/news/2019/11/komynst.pdf> (дата звернення: 10.01.2021).
4. Стратегія сталого розвитку Компаніївської селищної об'єднаної територіальної громади Кіровоградської області на 2019–2027 рр. URL: <https://kompaniivskaotg.dosvit.org.ua/documents/cjz8d7ssrh0fx0773ou5f3fq6> (дата звернення: 10.01.2020).

#### **Lytvyn I. Communication priorities of Kompaniivka territorial community and ways to improve communication with the public**

*The article analyses the communication priorities of Kompaniivka territorial community and makes recommendations for improving its communication with the public through social networks and the official website. The choice of research problem is based on the results of a sociological study, according to which the information policy of the community needs to be improved due to the lack of good communication between the authorities and the members of this community and others. The analysis revealed that among the digital communication channels, the Kompaniivka territorial community uses the official website, the social network page "Facebook", the community channel on Youtube. Website and Facebook content includes congratulations, announcements, useful information and information about current activities, and Kompaniivka territorial community life. It is largely duplicated, effectively pushing the public to choose only one channel of communication. The website is the leading news viewer (the most popular news has 1,361 views), but the response to this news on*

*Facebook in terms of likes, shares, comments is minimal (the leader is news with 115 likes). This indicates a lack of meaningful dialogue between Kompaniivka territorial community and the public. The third channel of communication (the channel on Youtube) remains unused at all, with only a few videos, two subscribers and no comments. The analyses shows that all official digital communication channels used by Kompaniivka territorial community are not forums for effective public dialogue, but only serve to inform the public on a wide range of issues. In order to build effective communications, it is recommended to diversify the content, giving preference to useful information in different formats, including text, video, audio and infographics, and apply modern techniques of effective communication (personalization, visual storytelling, numbers, feedback). It is also recommended to follow the criteria of news by choosing the material to be posted on the official website of Kompaniivka territorial community and social network.*

**Key words:** communication policy, dialogue, digital communication channels, website, social media.