

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Кієво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук і соціальних технологій
Кафедра зв'язків з громадськістю, психології та педагогіки

Магістерська робота

освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

на тему: «СИСТЕМА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ГРОМАДСЬКИХ
ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ»

Виконала: студентка 2-го року навчання,
спеціальність
8.03060101 Менеджмент організацій і адміністрування
(зв'язків з громадськістю)

Гриб Ольга Ігорівна

Керівник Коник Д.М.,
кандидат соціологічних наук, доцент

Рецензент Держак Д.Б.
(прізвище та ініціали)

Дипломна робота захищена
з оцінкою « 96/A »

Секретар ДЕК Костенко С.С.
« 13 » червня 20 13 р.

Київ – 2013

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ І СКОРОЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ I. ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО: ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ.....	9
1.1. До проблеми дефініції громадянського суспільства та місця громадських організацій в ньому (можливо, перенести у вступ).....	9
1.2. Генеза ідеї громадянського суспільства в західноєвропейській політологічній думці.....	13
1.3. Динаміка розвитку громадянського суспільства в Україні.....	21
ВИСНОВКИ ДО I РОЗДІЛУ.....	32
РОЗДІЛ II. ГРОМАДСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	34
2.1. Історія становлення громадських організацій в Україні.....	34
2.2. Класифікація громадських організацій.....	40
2.3. Динаміка розвитку ГО 2002 – 2010 рр.....	44
2.4. Особливості PR у діяльності організацій третього сектору.....	48
ВИСНОВКИ ДО II РОЗДІЛУ.....	52
Розділ III. ДОСЛІДЖЕННЯ «КОМУНІКАЦІЯ В УКРАЇНСЬКИХ ГО ЯК ЕЛЕМЕНТ ЇХ ЖИТТЄЗДАТНОГО РОЗВИТКУ».....	54
3.1. Засади проведення дослідження: методологія, учасники дослідження.....	54
3.2. Результати дослідження.....	59
3.2.1. Зв'язки з громадськістю в функціональній структурі організації.....	59
3.2.2. Рівень заінтересованості ГО у послугах піарівського змісту.....	60
3.2.3. Ставлення представників ГО до зв'язків з громадськістю.....	62
3.2.4. Інтернет в роботі ГО.....	63
3.2.5. Соціальна реклама, відеоматеріали, плакати.....	68
3.2.6. Співпраця з державними структурами.....	70
3.2.7. Співпраця з бізнесом.....	71
3.2.8. Співпраця з іншими ГО.....	72
3.2.9. Співпраця з донорськими організаціями і громадськістю.....	74

3.2.10. Співпраця ГО із ЗМІ.....	75
ВИСНОВКИ ДО ІІІ РОЗДІЛУ.....	78
ВИСНОВКИ.....	80
ЛІТЕРАТУРА.....	86
ДОДАТКИ.....	91
Додаток А. Анкета, використана для опитування ГО України.....	91
Додаток Б. Список респондентів.....	97

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ І СКОРОЧЕНЬ

ГО – громадські організації

ІГС – інститути громадянського суспільства

ОГС – організації громадянського суспільства

НДО – недержавні організації

ЄДРПОУ – Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців

ЗМІ – засоби масової інформації

USAID – Агентство США з міжнародного розвитку

UNITER – проект «Об'єднуємось заради реформ»

NGO – non-governmental organizations

ЄС – Європейський Союз

УЄФА – Союз Європейських футбольних асоціацій

IFES – International Foundation of Electoral Systems

НАН – Національна академія наук

ЧАЕС – Чорнобильська атомна електростанція

ВСТУП

Темою представленої кваліфікаційної магістерської роботи є система соціальних комунікацій громадських організацій України.

Об'єкт дослідження: українські громадські організації як інститут громадянського суспільства.

Предмет дослідження: соціальні комунікації як напрямок діяльності громадських організацій.

Мета дослідження полягає в тому, щоб на основі вивченої джерельної бази та проведеного соціологічного експертного опитування дослідити системи соціальних комунікацій громадських організацій України.

Зазначена мета конкретизується наступними завданнями:

- 1) висвітлити основні тенденції розвитку громадських організацій в Україні
- 2) з'ясувати місце і роль ГО в розбудові інституту громадянського суспільства
- 3) здійснити соціологічний аналіз соціальних практик комунікації ГО з основними групами стейкхолдерів
- 4) визначити особливості використання зв'язків з громадськістю у діяльності організацій третього сектору
- 5) на основі отриманих результатів з'ясувати, яке місце займають зв'язки з громадськістю у функціональній структурі ГО
- 6) з'ясувати ставлення працівників ГО до зв'язків з громадськістю
- 7) визначити рівень заінтересованості ГО у послугах піарівського змісту
- 8) визначити особливості використання різних компонентів ПР-технологій у діяльності ГО
- 9) визначити стан та моделі функціонування ПР в залучених до дослідження ГО
- 10) виявити чи пояснюють різні моделі комунікацій ГО рівень їх відкритості і прозорості
- 11) представити різноманітні наукові підходи до визначення поняття громадянського суспільства

12) визначити стан та рівень розвитку громадянського суспільства в Україні на 2013 рік

Методологічну основу кваліфікаційної роботи становлять такі загальнонаукові та соціологічні методи дослідження як теоретичний аналіз, функціональний аналіз, метод експертних оцінок, метод вторинного аналізу даних, аналіз нормативно-правових документів.

Вибір об'єкту дослідження був обумовлений тим, що у вітчизняній науці сьогодні бракує ґрунтовних наукових робіт, які б фокусувались на дослідженні комунікацій українських громадських організації із застосуванням методології саме зв'язків з громадськістю. Серед науковців, що займають дослідженням цього питання слід згадати В.Г.Королька, Д.Коника, І.Ю. Слісаренка, К.Зайцева, Л.Лойко. З іншого боку, на практиці соціальна комунікація не є першочерговим пріоритетом у діяльності ГО. По-різному розуміють цю складову своєї діяльності і самі працівники ГО, що, як наслідок, призводить до виникненню ряду проблем, наприклад, створення інформаційного вакууму. «Це негативно відображається на суспільному іміджі громадських та благодійних організацій, заважає розвиткові довіри до них з боку клієнтів та спонсорів» [11].

Тому є актуальним не тільки дослідити стан розвитку комунікативної складової в діяльності громадських організацій, «діагностувати» проблему, а й запропонувати рекомендації, які б могли бути актуальними для тих ГО, які планують розвивати комунікативний напрям у своїх діяльності. У цьому полягає практичне значення нашої роботи.

Актуальність дослідження можна пояснити ще й тим, що сьогодні уявлення про моделі взаємин між ГО та громадськістю докорінно змінюється. Рудиментарними стають принципи відносин, побудованих за моделлю «керуючий-керований» або двосторонньої асиметричної комунікації, коли зв'язки з громадськістю використовують для того, щоб примусити публіку говорити з точки зору тієї чи іншої організації або установи [8, 93]. Натомість набуває популярності модель взаємин, що базується на принципах

«комунікативної поведінки», тобто суб'єкт-суб'єктних відносин, які передбачають діалогову комунікацію як головну демократичну процедуру. Ця модель називається в теорії зв'язків з громадськістю двосторонньою симетричною комунікацією. У ній вже немає того стану, коли організація чи влада мислить себе як джерело інформації, а громадськістю – як споживач інформації. Навпаки, обидві сторони сприймаються як групи, що дійшли спільної згоди. І це докорінно новий стан, який ігнорувати сьогодні - в світі цілодобової неперервної комунікації 24/7- просто згубно для організації, що має довгострокові цілі.

Тому перед громадськими організаціями, які, безперечно, займають певне місце в суспільстві, нерідко виникають нові завдання: зробити так, щоб їм довіряли. Цього можна досягти лише якщо через різні канали масової та міжособистісної комунікації, постійно доводячи до свідомості населення проблеми і питання, які щоденно постають перед ГО, переконуючи людей, чому вони конче потрібні суспільству та як працюють [6].

Тепер розглянемо структура кваліфікаційної роботи та джерельну базу дослідження. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків та переліку умовних позначень і скорочень.

Перший, теоретичний, розділ роботи присвячений дослідженою взаємозв'язку ГО із громадянським суспільством, динаміці розвитку громадянського суспільства в незалежній Україні. Також у розділі подано розгорнутий історичний екскурс формування ідеї громадянського суспільства, починаючи з часів класичної Греції («Діалоги» Платона) і закінчуючи ідеями Френсіса Фукуяма, які він виразив у своїх статті «Примат культури».

Для написання першого розділу ми залучили дослідження вітчизняний (Пасько І.Т., Пасько Я.І., Патеї-Братасюк М., Довгунь, Кисельов С.О., Кундеревиц О.В.) та зарубіжних (Seligman A., Jeffrey C. Alexander) дослідників громадянського суспільства. Використали ряд аналітичних матеріалів - [1,2,15,16,26,27,33] та соціологічних досліджень - [15,17,21,30,31], матеріали міжнародної науково-практичної конференції [11] та інтерв'ю [32].

У другому розділі подано короткий нарис історії ставлення громадських організацій в Україні, починаючи з часів «Перебудови» і закінчуючи сьогоднішнім. Для його написання ми залучили статті українських дослідників Тищенка В.Г., Віри Нанівської [12,23]. Також у розділі подана правова база, що законодавчо закріплює легітимність діяльності ГО [14, 35-43]. Окрім того, тут подана класифікація [23, 8] та динаміка розвитку ГО протягом 2002-2010 рр. [10], визначено особливості використання PR у діяльності третього сектору [3,5,6,8,9].

Третій розділ кваліфікаційної роботи присвячений представленню результатів емпіричного дослідження. Цей розділ є віддзеркаленням наукових пошуків автора та фактично відображає внесок автора у дослідження окресленої проблемної області. Він складається з двох частин: засад проведення дослідження та аналітичного представлення результатів.

У висновках, спираючись на результати, отримані у третьому розділі, представлено практичні рекомендації для удосконалення комунікативного напрямку роботи ГО та подано основні тези теоретичної частини дослідження.

РОЗДІЛ I.

ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО: ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКИ

1.1. До проблеми дефініції громадянського суспільства та місця громадських організацій в ньому

“The first man who, having fenced in a piece of land, said “This is mine”, and found people naive enough to believe him, that man was true founder of civil society” Jean-Jacques Rousseau

Об’єктом нашого дослідження є громадські організації в Україні. Однак апріорі потрібно взяти до уваги той факт, що громадські організації – не є автономним соціальним утворенням, більш того, його не можна розглядати відокремлено від таких понять як «громадянське суспільство», «соціальний капітал», «правова держава», «громадська думка», «публічна сфера». Дуже часто ці поняття переплітаються. Наприклад, М. Патеї-Братасюк та Т. Довгунь вважають, що громадські організації - це складана соціальна структура, що є сполучною ланкою між політичним і громадянським суспільством [14, 76]. Кандидат соціологічних наук Д.Л. Коник розглядає громадські організації як своєрідну матрицю громадянського суспільства, яка має здобути довіру громадськості та ефективно діяти у певній сфері життєдіяльності суспільства[6]. Професор НаУКМА, Сергій Рябов, вважає, що громадянське суспільство є сферою медіації, посередництва між приватною особою (родиною) та державною [11,12]. Деякі науковці зокрема вітчизняні схильні взагалі ототожнювати ці два поняття, тобто розглядати громадянське суспільство як певну суспільну організацію або сукупність організацій, метою яких є захист прав громадян [4]. Така неоднозначність, множинність трактувань і плутанина термінів пояснюються насамперед тим, що різні царини знання мають свою власну традицію їх пояснення.

Однак, як справедливо зауважують науковці-практики, протягом вже кількох десятиліть першочерговим є не вироблення дефініцій, а вирішення

конкретних, нагальних проблем. З іншого боку, навіть чітко сформулювати «нагальну» проблему, осмислити її неможливо без зрозумілих дефініцій, без наукової рефлексії [4]. Отже, стає зрозуміло, що перш ніж перейти до дослідження практичних аспектів діяльності громадських організацій, а саме комунікації недержавних неурядових інституцій з громадськістю потрібно насамперед означити поняття «громадянське суспільство» та «громадські організації» та пояснити зв'язок цих двох термінів, що є, на нашу думку, невідчужувані один від одного.

Зародження ідеї громадянського суспільства в модерній науці як західні (А. Саліман, М. Клемент Генрі, Дж. М.Ф. Вульф, Дж. Александр), так і вітчизняні (С.О.Кисельов, О.В. Кундерович, М.Патей-Братасюк, Т.Довгунь, Ю.К. Тищенко) вчені датують кн. XVII – поч. XVIII ст. Однак генезу цього поняття прийнято виводити ще з часів класичної Греції. Цікаво, що в українській традиції є загальноприйнятим вбачати зародження концепції громадянського суспільства в часи Київської Русі, коли власне і почала формуватись українська народність. Наприклад, Патей-Братасюк та Довгунь Т. вважають, що вже в Києво-Руську добу пращурів українців витворили такий спосіб життя, в якому добре було стверджено ідею народної влади на протигагу владі князя, який мав ділити її із боярами, дружиною та вічем. Саме розподіл влади давав більше можливостей особистій свободі [14,78-80].

З іншого боку, громадянське суспільства часто розглядають і як специфічний західноєвропейський конструкт, який лише частково може бути застосований до регіонів поза межами Західної Європи і Нового Світу. Зокрема на цьому наполягають західноєвропейські вчені, які вважаю, що цей термін може бути застосований лише до суспільств, де наявний лібералізм, що гарантує свободу слова і зібрань, захищає права меншості, а владні інституції функціонують згідно з принципами демократії. Існує також думка, що цей термін має використовуватись для означення загальної динаміки громадської думки, процесу формування зацікавлених груп і попиту на владну підзвітність. Сьогодні дебати щодо універсальності терміну громадянського суспільства є

особливо гострими, зокрема по відношенню до Східної Європи та мусульманського світу.

На думку А. Салімана, Сучасна Східна Європа, на відміну від Західної Європи та Америки, де загальноприйнятим є твердження про «падіння публічної людини» і розпад громадянських зв'язків, демонструє цікавий приклад відродження ідеї громадянського суспільства і разом з тим автономної громадської сфери. Вчений вважає, що події в Східній Європі являють унікальну історичну ситуацію, сприятливу для розвитку автономної від держави сфери і мають велике значення на тлі «кризи постіндустріального (постмодерного) суспільства». «Сьогодні в Угорщині, Польщі, Чехії, Словаччині та інших Східноєвропейських державах природа відносин держави та громадянського суспільства переозначаються і переживають найбільш радикальні трансформації,» - вважає дослідник [19].

Інший науковець, Джефрі С.Александр, у вступі до своєї книги «Справжнє громадянське суспільство» піддає критиці становлення громадянського суспільства в Східній Європі після розпаду Радянського Союзу: «Майже самостійно східноєвропейські інтелектуали включили термін громадянське суспільство в сучасну соціальну теорію. Тільки-но вони почали писати і говорити про неї, термін набув забарвлення архаїзму. Локк вважав, що громадянська сфера необхідна для політичної і економічної свободи; американські отці-засновники та Токвіль також вірили, що незалежність цієї сфери формує основу порядку і законності. Натомість східноєвропейські інтелектуали замість того, щоб власними зусиллями створювати нове суспільство, фактично повертаються до ідей 18 століття, коли громадянське мало позитивну конотацію» [18].

Тлумачення поняття «громадянське суспільство» у вітчизняній науці – це також проблематичне поле. Як слушно зазначають С.О. Кисельов та О.В. Кундеревич, від дефініції «громадянського суспільства» залежать конкретні дії щодо вирішення нагальних суспільних проблем сьогоденної (і майбутньої) України [4]. С. Цирель виокремлює два полярних визначення.

Першеттлумачить громадянське суспільства «як сукупність усіх недержавних некомерційних об'єднань: від політичних партій до дрібних груп з нефіксованим членством, зв'язаних спільними інтересами або захопленнями». Друге – як «сукупність громадян, здатних формулювати свої інтереси й погляди та виражати їх хоча б участю у виборах та прийняттям свідомих рішень при голосуванні» [4,7].

Отже, стає зрозуміло, що поняття «громадянського суспільства» та «інституціональних форм громадянського суспільства» наповнені неоднаковим змістом. За А. Колодій «інституціолізоване громадянське суспільство» є розгалуженню, багатоаспектною мережею різноманітних форм асоціативного життя, волевиявлення і формування громадської думки, забезпечених певною інфраструктурою й автономних по відношенню до держави. Відношення між цими двома поняттями є відношенням перетину: «Ця суспільна підсистема може називатися громадянським суспільством лише за умови, якщо в ній панує зацікавленість суспільними справами, а індивідуалізм і конкуренція поєднуються з готовністю до співпраці, до кооперації зусиль заради досягнення спільних цілей. Як тип взаємодії громадянське суспільство має ту особливість, що його суб'єктами виступають вільні і рівні індивіди, які вірять у свою здатність вирішувати малі і великі справи і справді це роблять, добровільно входячи й виходячи з асоціацій, належачи зазвичай до декількох із них одночасно. Окремий індивід який є членом кількох асоціацій, є тим містком, що забезпечує перехресне спілкування в цілій мережі громадянського суспільства, запобігає партикуляризму окремих об'єднань». Саме це визначення найповніше відображає зв'язок громадянського суспільства з громадськими організаціями сьогодні в Україні. Щоб зрозуміти ті процеси, які відбуваються в третьому секторі, потрібно використовувати як набутки суспільних наук, зокрема соціології, так і використовувати гуманітарний інструментарій, щоб зрозуміти ті якісні зміни, які відбуваються в суспільстві і мати змогу їх описати, зробити зріз «ситуації, що склалась», і вже виходячи з реалій сьогоденного дня робити певні висновки, узагальнення та формулювати рекомендації.

1.2. Генеза ідеї громадянського суспільства в політологічно-історичному розрізі

Однак повернімось до витоків концепції громадянського суспільства. Проблема організації суспільного життя стояла перед людиною здавна. При осмисленні взаємовідносин між індивідами висувалися найрізноманітніші моделі співжиття, аналіз яких дозволяє сучасникам простежити характер змін в суспільстві, виділити основні світоглядні парадигми.

Чи не перший підійшов до ідеї громадянського суспільства Платон в діалозі «Держава». Ним обґрунтована думка про те, що найкраще задоволення людських потреб вимагає розподілу праці між членами політично організованої співдружності. Через 15 століть мислитель доби Відродження Нікколо Макіавеллі в роботі «Міркування про першу декаду Тита Лівія» пише про прагнення держави руйнувати всіляку діяльність суспільства, щоб самій розвиватися. Тут очевидно є розрізнення автором держави і суспільства, політичної і громадянської сфери.

Однак власне виникнення поняття «громадянського суспільство» прийнято датувати XVII ст. (Г. Гроцій, Т. Гоббс, Дж. Локк). Активного розвитку ця ідея набула вже у 18 ст. - в роботах Ж.-Ж. Руссо, Ш. Монтеск'є, Гумбольдта, Фергюсона.

Мислителі 17 століття не проводили принципової різниці між поняттями «громадянське суспільство», «держава», «політичне суспільство». Проте вони нерідко розрізняли сфери громадянського суспільства та реальні форми державного правління.

При осмисленні ідеї громадянського суспільства в 17 ст. постає протиставлення природного в людині – суспільному. У поглядах того часу поступово складається уявлення про керованість відносин (природній стан), що не підкорені законам суспільства, тобто не контрольовані державною владою. Разом з тим натуралістична школа політичної думки, до якої належав Гоббс, встановлює і опозицію двох різних станів – природного і цивілізованого. Відкриття Америки цю гіпотезу ніби повністю підтвердило, і Гоббс відмітив

«дикий», «природний» стан її аборигенів, які не знають цивілізації, не мають ні держави, ні політики. Т. Гоббс вважає свободу людини природним станом, простором відносин, в якому розгортається діяльність індивідів, особливо економічного («Про громадянина»). Але необмежена свобода кожного з них веде до всезагальної ворожнечі і насилля. «Становище людини поза громадянським суспільством, яке можна назвати природним станом, не може бути нічим іншим, як війною всіх проти всіх, і під час війни у всіх є право на все», - писав Гоббс.

Проблема співвідношення держави і суспільства зайшла своє відображення і в політичній думці 18 ст. Незадоволений істотною суттю абсолютистського суспільства свого часу Руссо оцінив його як «негативну природність» власне цивілізації. У другій частині «Розмірковування про походження і основи нерівності», де описаний перехід від природного стану до громадянсько-цивілізаційного суспільства, дається негативна оцінка цивілізації. Руссо відкрив, таким чином, можливість і необхідність постійної переоцінки з громадянської позиції природності і цивілізації. Він вказав на імператив розвитку держави, політики і удосконалення цивільної громадянськості. Руссо виявляє, що давній конфлікт влади і народу однією передачею влади не є подоланим, оскільки суспільство пізньофеодального і ранньобуржуазного часу відтворює відносини попереднього «природного» (Гоббсового) стану. Проте цивілізоване суспільство, яке стало громадянським, якщо воно при цьому не стало політичним, залишається в опозиції до держави.

Ще один представник цього періоду Шарль Монтеск'є у творі «Про дух законів» розглядає громадянське суспільство як результат історичного розвитку, як четверту епоху людської історії після природного стану, сім'ї, героїчного часу. Громадянське суспільство, за Монтеск'є, – це середовище ворожнечі людей задля захисту власних інтересів, яке для припинення нейтралізації цієї ворожості перетворюється в державу.

Більш чітко проводить різницю між державою та громадянським суспільством В. фон Гумбольдт. Мислитель виділяє три відмінності між

державною і громадянським суспільством: по-перше, систему національних, суспільних установ, як формуються знизу самими індивідами і систему державних інститутів; по-друге, «природне і загальне право» і позитивне право держави, по-третє, людину і громадянина. Він вважає, що сама державна діяльність повинна бути підкорена задоволенню інтересів і потреб людини. Отже, стає помітним розподіл сфер: державної і суспільної, причому держава не санкціонує утворення громадянського суспільства, а воно саме через сукупність природних прав формується знизу. Роль держави – лише сприяти та узгоджувати певні суперечності.

Швидкий розвиток транснаціональної ринкової економіки, що виходить поза межі державного регулювання, ознаменував народження буржуазного суспільства. Самодіяльний і саморегульований характер ринку і суспільства був пояснений інтелектуальною елітою за допомогою ідеї «невидимої руки». Адам Сміт, Девід Юм, Адам Фергюсон нарекли нову суспільну формацію громадянським суспільством. Воно протиставлялось диким родоплемінним суспільствам Нового світу. «Громадянське суспільство – це суспільство цивілізоване, що підкорюється владі закону», - стверджували англійські мислителі.

Для Юма характерне протиставлення «державній владі» не «природного стану» аморфності, а «суспільного ладу». У нього суспільний стан не є тотожним державі. Суспільство необхідне людині для гарантії власності, заради взаємної користі. Відносини політичні й правові, опосередковані державною владою, її законами, угодами і постановами, постають вторинними стосовно суспільства з його особливими традиціями і звичаями, нормами і відносинами.

Найбільш широко розгорнута ця тема в роботах Т. Спенсера, Ж. Сійеса і особливо в програмних документах Великої Французької революції, зокрема в декларації «Прав людини і громадянина». Радикальну концепцію громадянського суспільства сформував один із ідеологів американської буржуазної революції, автор памфлету «Права людини» Т. Пейн. Він одним із

перших провів різницю між суспільством (громадянським) і державою (правовою).

В подальшому ця традиція розроблялась А. Де Токвілем, Дж. Міллем. Інші мислителі 19 ст. надто велику свободу громадянського суспільств стали розглядати як чинник поляризації життя та інтенсифікації конфліктів і закликали до більш жорсткого державного регулювання. Тема «правової держава versus громадянського суспільства» простежувалося в роботах І. Бентама, Ж. Сімонді, А. фон Штейн.

Поглибив уявлення про громадянське суспільство І.Кант. По Канту громадянське суспільство базується на таких апіорних принципах: 1) свободі кожного члена суспільства як людини; 2) рівності його з кожним іншим як підданого; 3) самостійності кожного члена суспільства як громадянина. Ці принципи не скільки закони, єдине на основі яких і можливе утворення держави. За цих умов принципи громадянського суспільства дають спрямованість правовій базі держави.

Особливе значення в розробці концепції громадянського суспільства мав Гегель. Він дійшов висновку, що соціальне життя, характерне для громадянського суспільства, відрізняється від етичного сім'ї і від публічного життя держави. Воно, на думку Гегеля, включає ринкову економіку, соціальну класи корпорації, інститути, завдання яких є забезпечення життєдіяльності суспільства і реалізацію громадянського права. Гегель обґрунтував поняття громадянського суспільства не лише як сукупності індивідів і відносин між ними, але і як сферу діяльності різних суспільних інститутів. Громадянське суспільство, підкреслює він, виступає «не як анатомічне розпорошене на одиничних осіб і зібране на миттєвість лише для одиничного акту без подальшого зв'язку, а як розчленоване на уже раніше конституційовані товариства, общини і корпорації, які, таким чином, одержують політичний зв'язок».

В якості основоположних принципів, на базі яких функціонує громадянське суспільство, Гегель називає поряд з принципами приватної

власності і особистої свободи – «публічність», «всезагальну інформованість», вільно сформовану суспільну думку, а також справедливі і суворо дотримувані закони. Як бачимо, вже в 19 столітті комунікативний напрямок розглядався як основоположний принцип, на основі якого можливе функціонування громадянського суспільства.

Хоча Гегель був одним із перших мислителів, який розглядав громадянське суспільство як самостійне, окреме від держави утворення, він в той же час вважав, що грань, яка розділяє їх, дуже умовна і відносна, і що, навіть відокремившись від держави, громадянське суспільство залишається складовою його частиною.

Ідея відкритості громадянського суспільства і держави, їх повноваження знайшли відображення у працях Дж. Медісона та А.Токвіля. Саме Медісон висловив положення про необхідність створення громадянського суспільства для вираження і врахування інтересів різноманітних суспільних груп. Токвіль у ньому вбачає засіб для захисту кожної особистості. За його переконаннями громадянське суспільство базується на рівності громадян перед законом, що робить їх незалежними один від одного, виробляє звичку і схильність керуватися у приватному житті особистими переконаннями і волею.

Ентоні Блек показує, що становлення громадянського суспільства в Європі проходило через різного роду колективістські структури – вільні міста, ремісницькі гільдії, комуни, корпорації. Вони поступово і формували природне середовище політичної демократії «знизу». Блек вважає, що елементи і цінності громадянського суспільства по суті склалися в Європі в 13 ст. З часом колишні гільдії перетворились у профспілки, кооперативи у промислові корпорації. Інститути міського самоуправління відкрили дорогу сучасним меріям і муніципалітетам.

Що цікаво, у середині 19 століття термін громадянське суспільство як важливий концепт швидко зникає. Він був більше непотрібний ні інтелектуально, ні соціально. У ситуації розпаду раннього індустріального

капіталізму, громадянська та інтелектуальна увага перемістилась на державу. Громадянське суспільство прирівнювалось до приватного ринку.

Нового змісту набуло це поняття в роботах Антоніо Грамші, який розглядав громадянське суспільство – це вже не просто система виробничих відносин, але доволі структурований суспільний механізм.

Майже до другої половини 70-х років у західній політології не існувало наукових праць, присвячених безпосередньо цій темі, адже поняття «громадянське суспільство» і «суспільство» фактично не розмежовувались. Під суспільством розуміли незалежний від держави комплекс інститутів, відносин, норм і цінностей неполітичного приватного характеру. Увага західних дослідників привертала проблеми загального блага і справедливості, свободи, громадянських прав. Виникла ціла низка проектів «нового» суспільства як переосмислення громадянського: суспільство «бережливе» (У.Хармен), «завершене» (Д.Маклелланд), «активне» (А. Етціоні), «кооперативне» (Д. Кліффорд), «організаційне» (Р. Престус), «інформаційне» (Д.Маклюен), «тематичне» (Д. Мартін) тощо.

Питання про громадянське суспільство у кн.70 - поч. 80-х роках набуло нового звучання. Актуальність і значущості ця проблема здобула у зв'язку з тими історичними процесами, які асоціюються з подальшим поширенням ідей ліберальної демократії, її принципів та інститутів на нові країни та регіони, що стали на шлях демократичних перетворень. У зарубіжній літературі ліберально-демократичного спрямування досить поширеною стала точка зору, згідно з якою основою громадянського суспільства є різні незалежні від держави громадянські сили, а саме профспілкові організації, рухи тощо. З приводу цього німецьких політолог Г.Роде підкреслює, що з поняттям «громадянське суспільство» пов'язується «боротьба за громадянські права і свободи, за демократичну участь в управлінні не лише державою, але й економікою, містами, общинами й інституціями, що регулюють соціальне життя».

Подібні погляди висловлюють представники французької політологічної школи. Домінік Кола переконаний, що даний термін набув великого поширення

у Франції під час президентських виборів 1988 року. Громадянське суспільство він розглядає як найвищу форму спільноти, «вона вбирає в себе такі складові «асоціації» (сім'я, корпорація), які не можна порівняти з ним за своїм значенням, оскільки суспільність є співтовариство, що засноване на принципі справедливості».

Своєрідну точку зору на громадянське суспільство має американський вчений Майкл Кеннеді. Він обґрунтовує думку про необхідність примирення націоналізму і громадянського суспільства, які відрізняються одне від одного базовими цінностями.

На думку М.Кеннеді, Україна має добрі шанси, щоб «наповнити націотворення етосом громадянського суспільства, шляхом обговорення моральної відповідальності національної спадщини». Саме моральному зростанню вчений відводить важливе місце у процесі формування громадянського суспільства. Аналогічної думки дотримуються і сучасні українські дослідники громадянського суспільства Кисельов та Кундеревиц. Вони вважають, що громадянське суспільство сьогодні набуває моральної риси.

Наприкінці 80-х – на початку 90-х років такі європейські радикальні мислителі, як З. Захарієв, Дж. Крізан, Д. Плевнік, Дж. Кін, А. Гроц, запропонували до наукового обороту поняття «соціалістичного громадянського суспільства».

М. Крізан вважає, що в основі громадянського суспільства в країнах Східної Європи і Росії лежать не матеріальні цінності, як на Заході, а дещо інше, як-от: солідарність між членами суспільства, вільне і творче розкриття здібностей кожного індивіда як умови матеріального і культурного розвитку всіх. У центрі такого суспільства Захарієв пропонує поставити активну людину, яка братиме участь в управлінні державою.

Американський політолог Френсіс Фукуяма розглядає громадянське суспільство разом з ідеологією, інституціями та культурою як один з етапів зміцнення демократії. «Ще донедавна громадянське суспільство було доволі

занедбаним об'єктом аналізу: на Заході його часто розглядали як даність, як неодмінного супутника модернізації, тоді як на Сході воно відкидалося марксистами як фікція. Громадянське суспільство стало знову модним після падіння комунізму, оскільки було визнано, що посттоталітарні суспільства характеризуються винятковим дефіцитом соціальних структур, які є необхідною передумовою стабільних демократичних політичних інституцій. За минулі два десятиліття чимало цікавої роботи в політології було здійснено на цьому рівні аналізу, а відтак створено багату таксономію і мову для опису сучасних громадянських суспільств у їх співвідношенні із демократичними інституціями», - зауважує він у своїй статті 1994 року «Примат культури». З цього фрагменту роботи випливає, що становлення громадянського суспільства в Україні, державі з пострадянським минулим, було стихійним процесом, реакцією на «дефіцит соціальних структур» в умовах демократизації [34].

Отже, сучасні дослідники проблеми громадянського суспільства, його суті, місця та ролі в історії сходяться на ідеї того, що громадянське суспільство є позитивним надбанням людської історії, загальнолюдською цінністю, поряд із такими цінностями, як демократія, правова держава, національна культура, індивідуальна свобода. На ньому лежить функція забезпечення і захисту прав людини, гаранта політично-економічної стабільності суспільства, засобу здійснення демократичних засад життя [14]. Більш того, сьогодні спостерігається ренесанс цього 250-річного концепту на теренах Центрально-Східної Європи і України зокрема.

Отже, громадянське суспільство в Україні – це динамічна структура, а не усталене суспільне явище, тому воно є цікавим об'єктом для наукових досліджень та пояснення актуальних суспільних процесів та явищ.

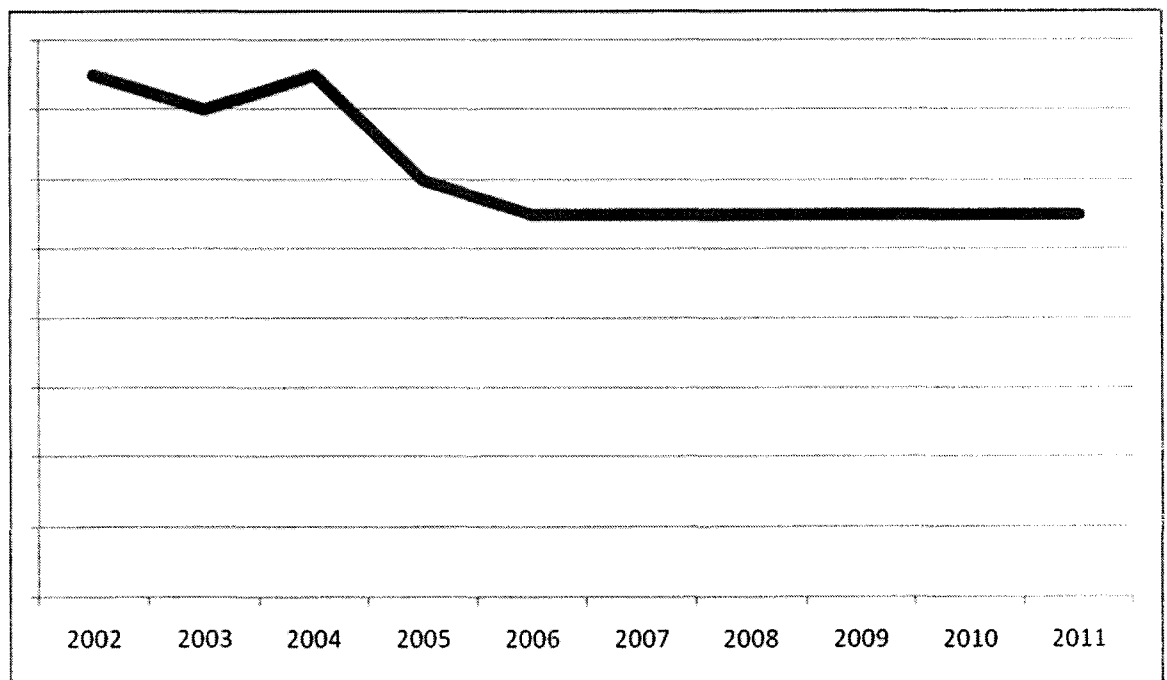
1.3. Динаміка розвитку громадянського суспільства в Україні

Міжнародна громадська організація Дім Свободи (Freedom House) щороку проводить дослідження під назвою Nations in Transit різних напрямів демократичного розвитку перехідних країн.

Відповідно до цього дослідження різні напрямки демократичного розвитку визначаються за шкалою від 7 (“найгірша”) до 1 балу (“найкраща”). Показники України за напрямком розвитку громадянського суспільства протягом періоду незалежності поступово поліпшуються, проте, останніми роками (2006 – 2011) не мали позитивної динаміки і зберігали певну стабільність на досягнутому рівні – 2,75:

Графік 1.

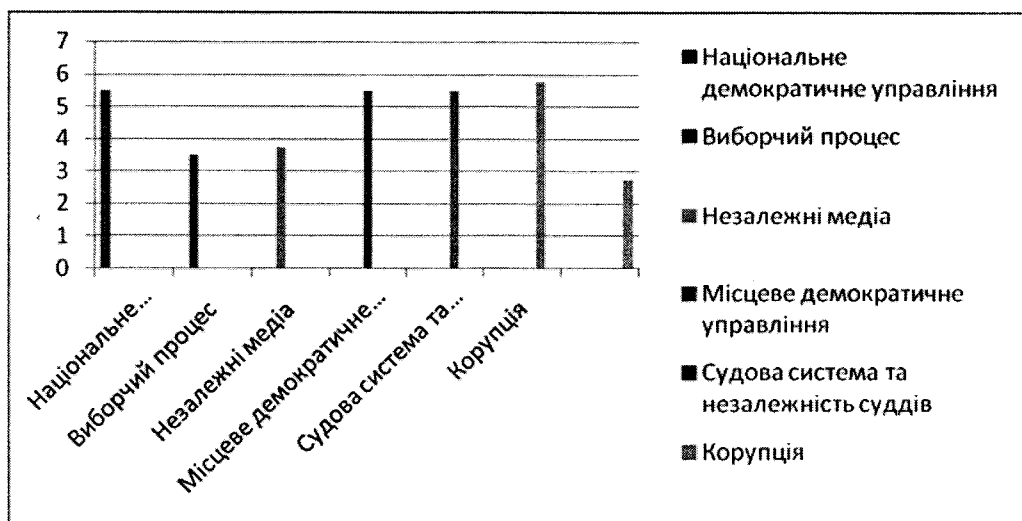
Показники України за напрямком розвитку громадянського суспільства



За іншими напрямками, а саме – національне демократичне управління, виборчий процес, незалежні медіа, місцеве демократичне управління, судова система та незалежність суддів, корупція - рейтинг України у 2011 році виглядають менш успішним:

Графік 2.

Інші напрями, за якими визначався рівень демократичного розвитку України



Показово також, що рейтинг розвитку громадянського суспільства в Україні (2,75 бала) кращий або значно кращий, ніж в інших пострадянських країнах у 2011 році (окрім країн Балтії) [33].

Графік 3.

Показники розвитку громадянського суспільства в пострадянських країнах



За даними іншого авторитетного рейтингу, що визначається у межах дослідження Індексу сталості неурядових організацій Агентства США з міжнародного розвитку (*USAID NGO Sustainability Index*), стан розвитку громадянського суспільства в Україні оцінено у 3,5 бала (за шкалою від 1 до 7,

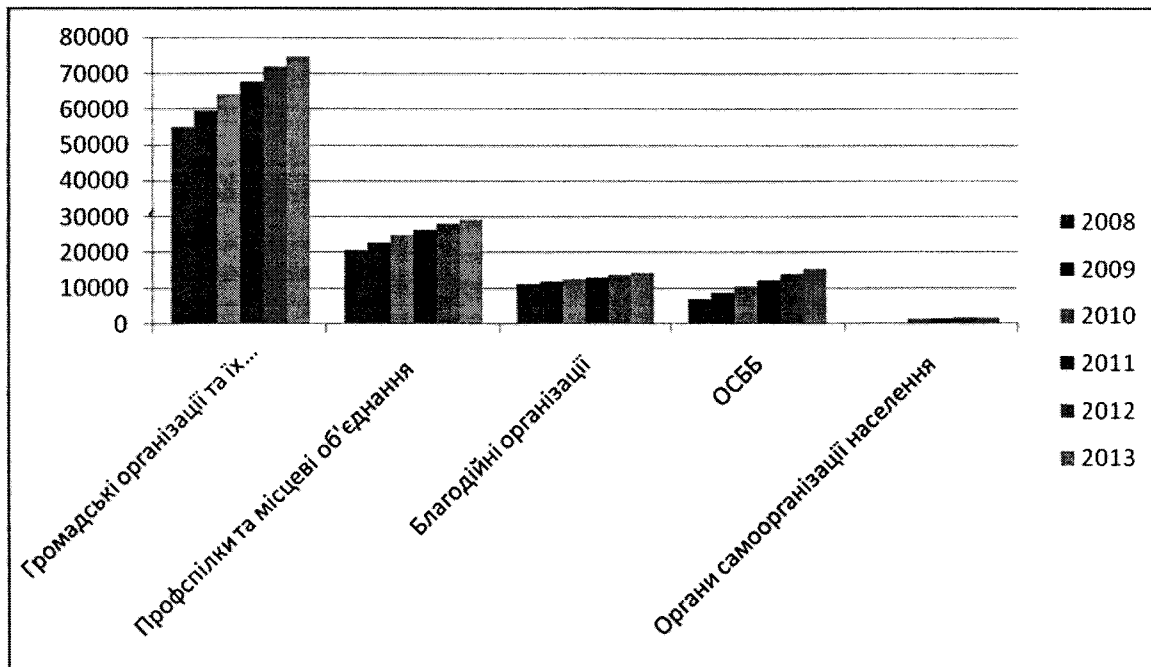
де поріг консолідації складає 3 бали). При цьому найслабшими складниками сталості ГО є фінансова життєздатність (4,2 бала) та їх сприйняття громадськістю (3,8 бала), а найсильнішими — адвокація (2,8 бала) та надання послуг (3,3 бала). Показово, що, за показником адвокації, ГО вже навіть перейшли поріг консолідованої демократії [27, 2].

За загальною ж оцінкою зарубіжних експертів, громадянське суспільство України характеризується як перехідне та неконсолідоване, тобто таке, що не досягло рівня країн розвинутої демократії та зберігає ризик повернення до менш розвинутого стану.

2012 рік характеризувався стабілізацією позитивних трендів інституціонального розвитку громадянського суспільства. Продовжувалося подальше зростання кількості офіційно зареєстрованих об'єднань громадян, хоча динаміка такого зростання дещо уповільнилася. Згідно з даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, оприлюдненими Державною службою статистики України, станом на 1 березня 2013 року було зареєстровано 74728 громадські організації (а початку 2012 їх нараховувалось 71767, а на поч. 2011 – 67696) [31].

Наведемо більш детальну таблицю зростання кількості об'єднань громадян в Україні у 2008 – 2013 рр. (див. табл. 4).

Графік 4.
Зростання кількості об'єднань громадян в Україні у 2008—2012 рр. (за даними ЄДРПОУ Державної служби статистики України)



Слід взяти до уваги, що кількість зареєстрованих об'єднань громадян досить суттєво відрізняється за різними даними, при цьому жодна з офіційних методик статистичного обліку (ЄДРПОУ, Міністерство юстиції України) не дозволяє отримати точну інформацію про кількісні показники розвитку громадянського суспільства. Слід брати до уваги також, що далеко не всі зареєстровані в Україні ОГС є активно і постійно діючими, або ж взагалі реально існуючими. Так, за даними Державного комітету статистики України, про результати своєї діяльності за 2010 р. органам статистики прозвітували 21677 центральних органів громадських організацій, що складає лише 39,2% від їх загальної кількості. А згідно з оцінками Творчого центру “Каунтерпарт” частка активних і постійно діючих громадських організацій (тобто таких, які працюють не менше двох років, мають досвід виконання двох і більше проектів та є відомими у своєму регіоні) становить лише 8-9% від їх загальної кількості.

І навіть якщо уявити, що всі зареєстровані ГО є діючими, то їхня кількість на 10 тис. населення України є значно нижчою в порівнянні з країнами ЄС та Македонією, що свідчить про наявність потенціалу для розвитку громадянського суспільства в Україні та незавершеність процесу його формування

Громадська активність в її організованих формах охоплює сьогодні майже всі сфери суспільного життя. При цьому співвідношення між секторами діяльності громадських організацій, темпами їх кількісного зростання протягом останніх років (як свідчить аналіз відповідних статистичних даних) не зазнає істотних коливань і залишається відносно стабільним.

За часткою економічно активного населення, працевлаштованого в ГО, Україна знаходиться на рівні Румунії та Польщі. За оцінкою експертів, лише близько 1% економічно активного населення України працює в ГО. У Чехії та Угорщині цей показник є майже вдвічі більший (1,7% та 2% відповідно), у Німеччині — майже у 7 разів (6,8%).

Низька фінансова життєздатність ГО України пояснюється їх значною залежністю від зовнішнього фінансування. У структурі доходів громадських організацій України найбільшим джерелом є благодійні внески нерезидентів, тобто — іноземних донорів (21,5% з врахуванням м. Києва та 30,5% загалом). Благодійні внески підприємств України до громадських організацій у 2010 р. склали лише 15,1%, хоча у 2009 р. такі внески склали 20,7% доходів громадських організацій [15]. Отже, можна казати, що громадянське суспільство формується в Україні не стихійно, а під впливом Західних демократій, які і спонукають розвиток цієї сфери наданням грантів на реалізацію тих чи інших проектів та вирішення актуальних питань в державі.

Частка фінансової підтримки з державного чи місцевого бюджетів (у вигляді і грантів, і відшкодувань за надані послуги) у бюджеті пересічної ГО України складає лише 2-3%, у той час як пересічної ГО країн ЄС — 40–60% [15]. Це свідчить про незацікавленість влади у розвитку громадянського суспільства, незважаючи на прийняття Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні до 2020 року, яка має на меті створення сприятливих умов для дальшого розвитку в Україні громадянського суспільства, запровадження ефективного механізму взаємодії його інститутів з органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування на засадах партнерства і взаємної відповідальності. Однак практичних кроків щодо її

реалізації не передбачено, з чого ми можемо зробити висновок, що Стратегія має декларативний характер [35].

З іншого боку, протягом 2012-2013 рр. спостерігаються позитивні зміни у розбудові благодійності як елементу громадянського суспільства. Так протягом цього часу відбувся поступ на законодавчому рівні у напрямку наближення його до західноєвропейських стандартів.

З лютого 2013 року набув чинності новий Закон України “Про благодійну діяльність та благодійні організації”, який спрощує процедуру реєстрації благодійних фондів та організацій, на відміну від закону 1997 року, згідно з яким термін реєстрації благодійних організацій міг тривати понад 3 місяці. Крім того, закон скасовує реєстрацію благодійної організації за територіальною ознакою та забороняє чиновникам виступати засновниками благодійних організацій [33]. Отже, новим законом імплементуються кращі європейські практики регулювання благодійної діяльності згідно з принципами прозорості і підзвітності .

Покращилась позиція України і у «Світовому рейтингу благодійності», що щороку проводиться британською благодійною організацією Charities Aid Foundation. Так, протягом 2011 року Україна піднялась на 46 позицій і посіла 105 місце з-поміж 153 держав світу. Однак згідно із звітом 2012 року показник України дещо погіршився і сьогодні Україна займає 111 місце у рейтингу [1].

Що цікаво, такий стрибок у рейтингу відбувся зокрема завдяки збільшенню волонтерської активності в Україні. Хоча, на думку деяких експертів, волонтерству як напрямку громадської активності заважає розвиватись надмірне правове регулювання. Так, відповідно до Закону України «Про волонтерську діяльність» від 19 квітня 2011 р. [44], організації, що працюють з волонтерами, мають отримувати спеціальну реєстрацію, забезпечувати страхування волонтерів тощо. Останнє, зокрема, є обтяжливим для неприбуткових організацій, можливості яких залучати додаткові вільні кошти є обмеженими, а додаткове фінансове навантаження не компенсується податковими пільгами [15].

Крім традиційних напрямів волонтерства (а саме: безоплатної роботи в притулках для дітей, школах-інтернатах, догляду за хворими, допомоги людям з обмеженими фізичними можливостями та людям похилого віку тощо), дієвим стимулом для популяризації цього напрямку громадської роботи серед молоді стала підготовка до проведення в Україні та Польщі футбольного чемпіонату “Євро—2012”. Майже 24 тис. заяв отримано від бажаючих стати волонтерами цього заходу — при потребі приблизно 5,5 тис. волонтерів. Конкурс готових надавати допомогу співробітникам УЄФА становив у середньому по Україні 4 особи на місце, а в Києві навіть 6,5 особи на місце [16].

Набув чинності з 1 січня 2013 року і новий Закон України «Про громадські об’єднання», який значно спростив процедуру реєстрації громадських організацій (не місяць, а сім днів, реєстрація безкоштовна, дозволена правозахисна діяльність та діяльність на всій території України), що має позитивно віддзеркалитись на розвитку громадянського суспільства [37].

Однією з основних проблем розвитку громадянського суспільства в Україні залишається наднизький рівень соціального капіталу, що проявляється, зокрема, у недовірі громадян до органів влади, соціальних інститутів, політичних партій. Не є винятком і ставлення до ОГС. Як наслідок — низький рівень залучення громадян до їхньої діяльності. Так, за даними соціологічних досліджень, кількість громадян, які не довіряють громадським організаціям, протягом тривалого часу стабільно перевищує кількість тих, хто їм довіряє. Згідно із середнім показником за останні два роки на основі даних соціологічних досліджень Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, 28,4% населення України довіряє громадським організаціям, при цьому лише 3,4% населення довіряє повністю, 25,2% — скоріше довіряє. Не довіряє громадським організаціям 53,3% населення, при цьому 21,7% — не довіряє повністю, 31,5% — скоріше не довіряє. Таким чином, середній показник довіри до громадянського суспільства в Україні є нижчим, ніж, наприклад, в Албанії (39,6%) або у Грузії (45,6%) [16].

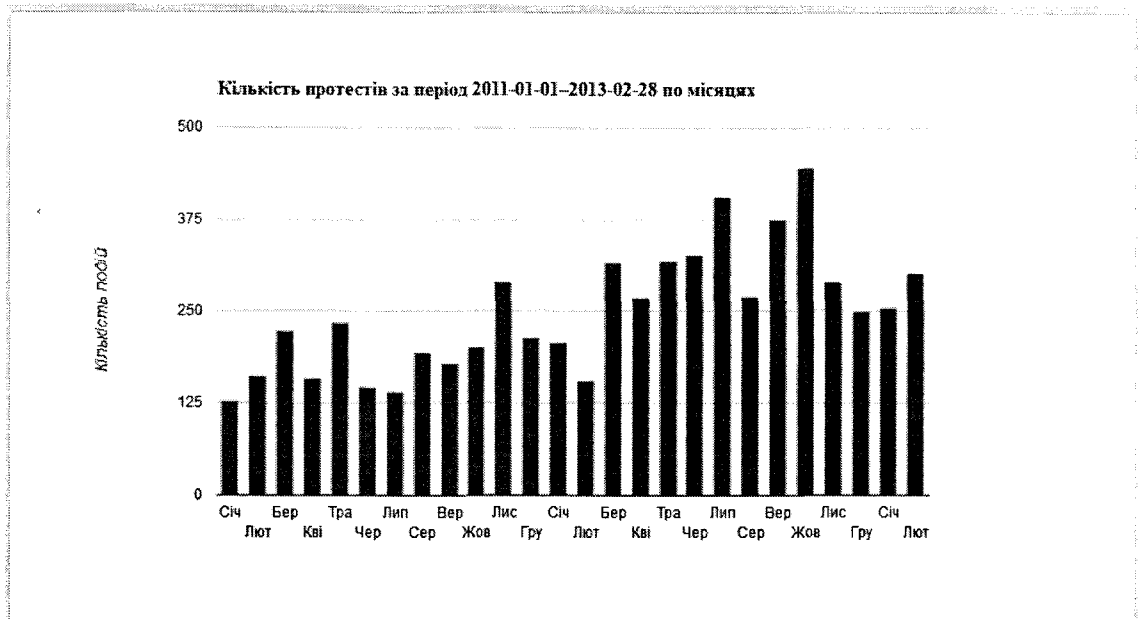
Однак маємо констатувати й позитивну тенденцію поступового зростання частки громадян, які усвідомлюють суспільно корисне значення громадських об'єднань. Як свідчать дані дослідження “Громадська думка в Україні”; проведеного Міжнародною фундацією виборчих систем (IFES) у липні 2011 р., дедалі більше обізнаних з ГО громадян України вважають, що ГО “безперечно необхідні” або “необхідні” для своєї країни. Відсоток таких підвищився з 63% у 2010 р. до 76% у 2011 р. Це — найвищий показник, зафіксований за увесь час цього дослідження (проводиться з 1997 р.). За даними Інституту соціології НАН України, участь у діяльності політичних партій та громадських організацій досі залишається серед найменш значущих для громадян України цінностей (менше 3-х балів за 5-бальною шкалою), разом з тим, цей показник зріс з 2,09 балау 1994 р. до 2,46 балау 2011 році [16].

Важливе місце у сегменті громадянського суспільства займають соціально-корпоративні організації та рухи (професійні галузеві організації, об'єднання ветеранів, ліквідаторів аварії на ЧАЕС, підприємців та інші організовані групи, що мають на меті поліпшення умов життєдіяльності), значення яких, на думку А.Ручки, полягає «в їхній здатності артикулювати певні інтереси, входити в конфлікт із владою з метою його розв'язання, динамізувати загалом соціальні процеси. Звідси їхня роль у суспільстві є нині досить вагомою». Таким чином, можна узагальнити, що соціальні рухи є невід'ємною складовою громадянського суспільства, що передусім протистоїть формальним бюрократичним організаціям (6, 63-64).

Однією з форм діяльності соціальних рухів є протест. За результатами моніторингу протесаної активності в Україні, що провів «Центру дослідження суспільства» динаміка протесаної активності в Україні протягом 2012 року була рекордно високою - 3636 протестних подій [17].

Графік 5.

Кількість протестів за період від 1 січня 2011 по 28 лютого 2013



Рекорд кількості протестних подій було побито 5 місяців поспіль: у березні, травні, червні, липні, жовтні. Перший пік ще в березні (317 протестних подій) перевищив попередні рекорди під час Податкового майдану (292) та кампанії «чорнобильців» і «афганців» проти скасування державних гарантій спеціальних пенсій (291). Найвищі піки припали на липень (407) та жовтень (446) – розпал кампанії проти прийняття закону «Про засади державної мовної політики» та передвиборчої кампанії, що поєднала як уже звичні електоральні мітинги, так і високий рівень насильства з боку найманих «груп невідомих» проти політичних опонентів. Більше того, помітно, що, починаючи з березня, навіть під час спадів кількість протестних подій лишалася все одно дуже високою порівняно з показниками двох минулих років, поступаючись лише пікам під час масових загальнонаціональних кампаній.

Це свідчить про те, що протестна активність 2012 року далеко не зводилася до боротьби за мову та за місця в парламенті. Паралельно з нею наростала менш помітна боротьба навколо питань, що найбільше турбують українських громадян. Поглянемо на розподіл протестних подій за тематикою [17].

Тематика протестів

Таблиця 1.1. Тематика протестів

Тематика	2010	2011	2012
Соціально-економічні	49%	60%	43%
Ідеологічні	23%	25%	24%
Політичні	15%	25%	34%
Громадянські права	13%	17%	17%
Разом	100%	-	-
N	2305	2277	3636

Третій рік поспіль більшість (принаймні відносна) протестів піднімали соціально-економічні питання. У 2012 році спала лише відносна частка соціально-економічних протестів, однак їхня абсолютна кількість зросла з 1374 до 1546. На них минулого року найчастіше піднімалися, зокрема, питання незаконних забудов і приватизації міського простору, інтересів дрібного бізнесу, невиплати зарплат, соціальних виплат, навколишнього середовища. Велику частку займали протести проти деградації соціальної та комунальної інфраструктури – через проблеми з постачанням електроенергії та води, поганий стан доріг, закриття поліклінік та шкіл в рамках так званої «оптимізації».

Зростання політичних протестів у передвиборчий рік цілком очікуване. Високим був також рівень протестів з вимогами, спрямованими проти Президента В. Януковича та уряду загалом. При цьому кількість протестів на підтримку ув'язненої Ю. Тимошенко була відносно невеликою.

Незважаючи на резонанс «мовної кампанії», відносна частка ідеологічних протестів лишилася фактичною такою ж, як і в попередні роки, хоч їхня абсолютна кількість також зросла. Окрім мови та інших традиційних тем конфлікту західно- та східноукраїнської ідентичностей, серед ідеологічних вимог протестів досить часто були й відверто ксенофобські та гомофобські спрямовані. Вперше за останні три роки навесні 2012 ми фіксували сплеск

консервативних протестів, спрямованих проти ювенальної юстиції, «гендерної ідеології» та прав сексуальних меншин.

Під час протестів на захист громадянських прав найбільш часто піднімалися питання свавілля або бездіяльності правоохоронних органів (зокрема, хвилю протестів по різних містах України спровокувала поблажливість правоохоронців у справі жорстокого зґвалтування та вбивства Оксани Макар у Миколаєві), а також свободи слова та цензури в ЗМІ.

Також протягом 2012 року спостерігається ще одна тенденція – збільшення судових заборон мирних зібрань. Згідно із даними Державної судової адміністрації у 2012 році суд задовольнив позови щодо обмеження права на мирне зібрання у 349 випадках, у 2011 – у 237 випадках. Загалом починаючи з 2009 року кількість заборон зросла у чотири з половиною рази, а це означає, що влада відповідно до своїх повноважень намагається обмежити вплив громадськості на політичні, економічні, соціально-культурні та інші процеси, що відбуваються в Україні [30].

Висновки до I розділу

1. Громадські організації – не є автономним соціальним утворенням. Тому їх не можна розглядати відокремлено від таких понять як «громадянське суспільство», «соціальний капітал», «правова держава», «громадська думка», «публічна сфера».
2. Зародження ідеї громадянського суспільства в модерній науці як західні (А. Саліман, М. Клемент Генрі, Дж. М.Ф. Вульф, Дж. Александр), так і вітчизняні (С.О.Кисельов, О.В. Кундерович, М.Патей-Братасюк, Т.Довгунь, Ю.К. Тищенко) вчені датують кн. XVII – поч. XVIII ст. Однак генезу цього поняття прийнято виводити ще з часів класичної Греції.
3. Взаємозв'язок громадянського суспільства і ГО можна визначити терміном «інституціолізоване громадянське суспільство». Саме ГО відіграють у цьому конгломераті роль об'єднуючої ланки різноманітних форм асоціативного життя та забезпечують громадянське суспільство певною інфраструктурою, яка є автономною щодо держави.
4. Сучасна Східна Європа демонструє цікавий приклад відродження ідеї громадянського суспільства і разом з тим автономної громадської сфери.
5. В основі громадянського суспільства в країнах Східної Європи лежать не матеріальні цінності, як на Заході, а дещо інше, як-от: солідарність між членами суспільства, вільне і творче розкриття здібностей кожного індивіда як умови матеріального і культурного розвитку всіх.
6. Становлення громадянського суспільства в Україні, державі з пострадянським минулим, було стихійним процесом, реакцією на «дефіцит соціальних структур» в умовах демократизації.
7. Україна має добрі шанси, щоб наповнити націотворення етосом громадянського суспільства, шляхом обговорення моральної відповідальності національної спадщини.
8. За Гегелем комунікативний напрямок («всеосяжна інформованість») - це один із основоположних напрямків, на основі якого функціонує громадянське суспільство.

9. Громадянське суспільство України характеризується як перехідне та неконсолідоване, тобто таке, що не досягло рівня країн розвинутої демократії та зберігає ризик повернення до менш розвинутого стану.
10. Громадянське суспільство формується в Україні не стихійно, а під впливом Західних демократій, які і спонукають розвиток цієї сфери наданням грантів на реалізацію тих чи інших проектів та вирішення актуальних питань в державі. Натомість влада не зацікавлена у розвитку громадянського суспільства, незважаючи на прийняття Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні до 2020 року
11. Частка активних і постійно діючих громадських організацій в Україні становить лише 8-9% від їх загальної кількості.
12. Протягом 2012-2013 рр. спостерігаються позитивні зміни у розбудові благодійності як елементу громадянського суспільства, збільшується волонтерської активності в Україні
13. Однією з основних проблем розвитку громадянського суспільства в Україні залишається наднизький рівень соціального капіталу, що проявляється, зокрема, у недовірі громадян до органів влади, соціальних інститутів, політичних партій.
14. Соціальні рухи є невід'ємною складовою громадянського суспільства, що передусім протистоїть формальним бюрократичним організаціям

РОЗДІЛ II.

ГРОМАДСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

2.1. Історія становлення громадських організацій в Україні

Новітня історія становлення громадських організацій в Україні почалася на початку 90-х рр., коли світове співтовариство визнало існування суверенної та незалежної від Радянського Союзу держави України. Саме розпад Радянського Союзу став тим важливим каталізатором, що сприяв демократичним трансформаціям та виникненню перших громадських організацій в Україні.

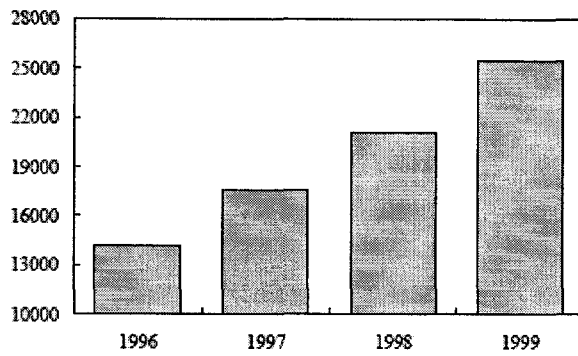
Було б хибним виключати факт існування певних форм самоорганізації громадськості за радянських часів, бо комуністична ідеологія допускала існування громадських організацій, однак, вони мали радше характер показовий та жорстко контролювались партією та урядом. Наприклад, комсомол - молодіжна організація, що мала на меті підготовку молоді до вступу в Комуністичну Партію обстоювала цінності та цілі, які ставила перед собою комуністична система, і відігравала важливу роль у розповсюдженні ідеології. Членство в такого типу організаціях мало важливе значення для особистого розвитку кожного громадянина. Однак у більшості випадків участь в таких організаціях була формальною, що чітко свідчило про контроль з боку комуністичної партії. Самодіяльні гуртки також були популярними організаціями, що об'єднували спортсменів, мисливців, музикантів тощо. Вони діяли на некомерційній основі: добровільна участь, членські внески та фінансування з державного бюджету. Ці групи здебільшого створювалися владою для підтримки талантів та відображення інтересів населення, а також контролю за їх зборами. Вони не мали політичних цілей, а були просто «клубами за інтересами», що не мали мандату на соціальну справедливість та правозахисну діяльність [12].

Лібералізація в політичній, інформаційній, громадській сфері почалась лише наприкінці 80-х рр. в період «Перебудови», коли через серйозні екологічні та соціальні проблемами, влада стала нездатною контролювати значне зростання спонтанного громадянського руху. У цей час в Україні

з'явилися різні за своїм призначенням ГО: культурні, екологічні, історичні, мовні. Серед них варто відзначити «Меморіал», «Зелений світ», «Товариство української мови» (ТУМ), яке згодом перетворилося на Всеукраїнське товариство «Просвіта» ім. Тараса Шевченка, Українську спілку студентів (УСС), Демократичну спілку студентів (ДСС) [10].

Друга, більш радикальна хвиля лібералізації, почалась у другій половині 1991 року, коли Україна була визнана незалежною суверенною державою. Тоді ж почали утверджуватись основні демократичні права: свобода слова, свобода інформації, право на об'єднання громадян. Важливим фактором для появи більшої кількості ГО було прийняття Закону України «Про об'єднання громадян» (від 16 червня 1992 р.), завдяки якому, неурядові організації отримали право вільно обирати напрямки своєї діяльності, користуватись майном, визначати свою внутрішню політику тощо. Однак, не потрібно перебільшувати значення цього Закону, тому що в багатьох моментах він був повторенням Закону радянського зразка. Важливо, що у 1992 році в Україні офіційно діяло 1356 організацій, тоді як у 1991 - 319, а в 1993 році загальна кількість зареєстрована Міністерством юстиції ГО склала 3257. Цікавим на наш погляд є той факт, що після прийняття Конституції 1996 р., вже через рік Міністерством Юстиції України було зареєстровано рекордно велику кількість ГО, лише за рік їх було створено 3653. Станом на 1998 р. було зареєстровано 17 781 організацію, а наприкінці 1999 року діяло 25 518 ГО [10]. На початок 2000 року за офіційною статистикою в Україні діяло близько 25500 громадських організацій.

Графік 7.



Джерело: ГоловДержСлужба

В той же час данні 2013 року показують, що протягом 13 років ця цифра збільшилась майже втричі. Згідно з даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, оприлюдненими Державною службою статистики України, станом на 1 березня 2013 року було зареєстровано 74728 громадські організації (на початку 2012 їх нараховувалось 71767, а на поч. 2011 – 67696).

Подальше становлення законодавства, яке регулює діяльність третього сектору, позитивно вплинуло на розбудову ГО, адже воно є визначальним чинником, що дозволяє ГО ефективно проводити свою діяльність та впливати на громадськістю. Так, 36 стаття Конституції України гарантувала право громадян України на свободу об'єднання у ГО. Законодавство також чітко визначило норми, в межах яких мають діяти громадські організації, та надало інструментарій для вирішення конкретних суспільних проблем. Наприклад, в діяльності ГО екологічного спрямування (екоГО) важливими було прийняття Закону України «Про охорону навколишнього середовища» і «Основи законодавства України про охорону здоров'я». Натомість для громадських організацій, що надають допомогу вразливим групам населення визначальними було прийняття Закону України «Про основи соціальної захищеності інвалідів України», «Про статус і соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи», «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» та Закон «Про основні засади соціального захисту ветеранів праці та інших громадян похилого віку в Україні».

Важливим кроком законодавчого характеру стало прийняття парламентом Закону України «Про молодіжні та дитячі організації» від 21 грудня 1998 року, в якому зазначено основні напрямки та права цих органів та їх членів [14, 154-182].

Серед інших законів, що визначальним чином вплинули на розбудову інституту ГО потрібно виділити Закон України «Про благодійництво і благодійні організації» (від 16 вересня 1997 р.). Цей Закон легітимізував і дав поштовх до розвитку благодійництва в Україні.

Та повернімось до опису основних тенденцій становлення ГО. Протягом 1995-2005 рр. переважна більшість діяли на місцевому рівні, тоді як загальна кількість всеукраїнських і міжнародних організацій загалом становила 7%. Взагалі, зростання кількості ГО по регіонам України відбувається досить нерівномірно. Пояснення цьому, на нашу думку є: різний рівень громадянської свідомості, фінансових ресурсів, політичний фактор [23].

Наприкінці 1999 року кількісно переважали оздоровчі та фізкультурно-спортивні організації, їх кількість складала близько 16% від загальної кількості ГО. Організації ветеранів та інвалідів становили 12%, ГО професійного спрямування – 9%, молодіжні організації – 7%.

З кінця 90-х рр. почала спостерігатись тенденція стрімкого збільшення кількості молодіжних ГО. Існує точка зору, що цей факт був обумовлений прийняттям у 1999 р. ЗУ «Про молодіжні та дитячі громадські організації».

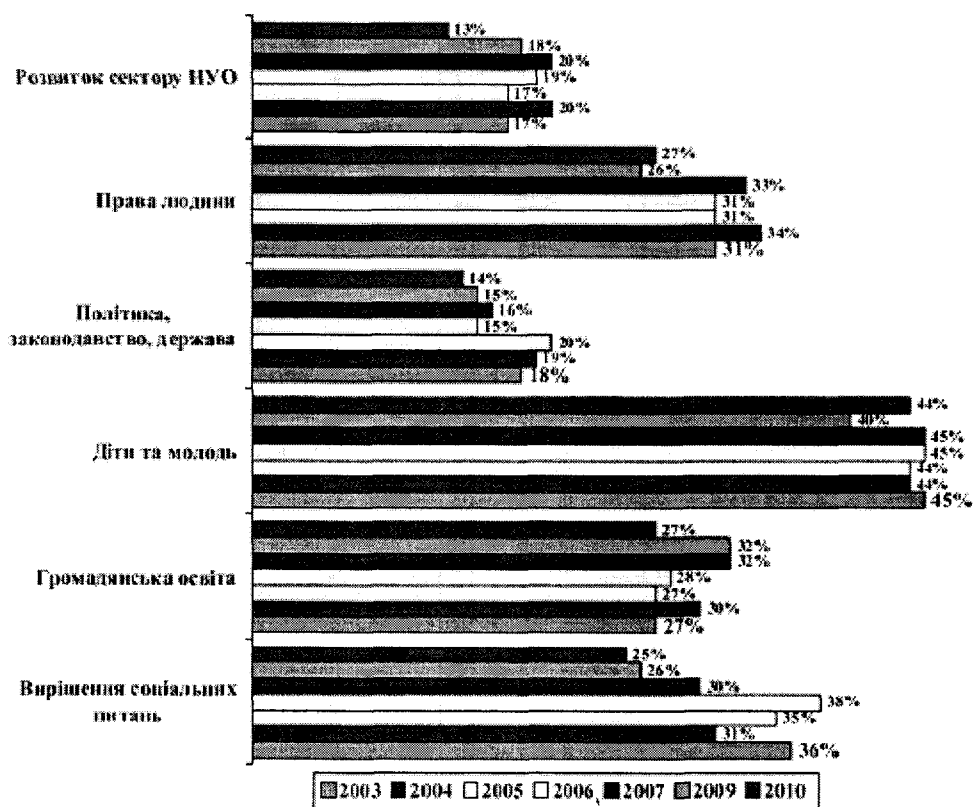
Згідно з дослідженнями «Центру інновацій та розвитку», станом на 1998 рік із близько 18 000 ГО близько 900 спрямовували свою роботу на допомогу інвалідам, майже 300 займалось гендерними питаннями; близько 250 займались роботою з молоддю та дітьми; 250 займалось проблемами екології та захисту навколишнього середовища, більш 100 організацій займалось із сприяння розвитку ринкових відносин в Україні.

За даними проведених досліджень Творчим Центром «Каунтерпарт» найбільш поширеними видами діяльності українських ГО в сер. 90-х рр., у соціальній сфері були: вирішення проблем сім'ї та сирітства, молодіжних

питань – 12, 5%, робота з інвалідами – 7,8%, охорона здоров'я – 6,8%, гендерні питання – 3,0%, захист інтересів населення і їх лобіювання – 2,9% [23].

Проте, протягом 2003-2010 років ця тенденція докорінно змінилась. Так, графік демонструє найбільш популярні сектори діяльності ГО в період з 2003 по 2010 роки. Найбільш поширеними видами діяльності серед ГО є діти та молодь, громадянська освіта, права людини та вирішення соціальних питань. Аналізуючи дані графіку можна дійти до висновку, що протягом 2003-2010 років зменшилася кількість організацій, які працюють у секторах вирішення соціальних питань (25% у 2010 році, 36% у 2003 році), права людини (31% у 2010 році, 36% у 2003 році), політика, законодавство, держава (14% у 2010 році, 18% у 2003 році) [10].

Графік 8.
Сектори діяльності ГО



Таким чином, можна підсумувати, що новітня історія становлення громадських організацій в Україні почалась у кінці 80-х – поч. 90-х рр. ХХ ст.

Зміна ідеологічної парадигми, що відбулась після здобуття Україною статусу незалежної держави, дала змогу українцям на практиці утвердити своє право на об'єднання для захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших соціальних інтересів, а прийняття Конституції України та низки Законів («Про об'єднання громадян», «Про молодіжні та дитячі організації», «Про благодійництво і благодійні організації») легітимізувало і одночасно створило правове поле для діяльності ГО. Протягом 1992-2013 рр. кількість зареєстрованих Міністерством юстиції ГО зросло більш ніж у 55 разів і на 1 березня 2013 року згідно з Державною службою статистики в Україні налічується 74 728 громадських організацій.

Сучасний стан розвитку третього сектору свідчить, що за останні 5-7 років він став значно «дорослішим». Якщо на початку 90-х років НУО існували самі по собі, самотужки вирішуючи проблеми різних прошарків та верств населення: дітей, інвалідів, малозабезпечених, то зараз на порядок денний стають питання об'єднання третього сектору та налагодження співпраці з владою та бізнесом. Тільки плідне співробітництво (соціальне партнерство) третього сектору, яке неможливе без розвитку комунікативної складової їх діяльності, може забезпечити розквіт територіальних громад та становлення громадянського суспільства в Україні [20].

2.2. Класифікація громадських організацій

Окремої уваги потребує питання класифікації ГО. Справа в тому, що у літературі українською мовою дуже часто не розрізняють різні типи громадських об'єднань та існує тенденція до ототожнення громадських організацій, недержавних організацій, професійних спілок, організацій, що працюють з проблемами екології та молоді та здійснюють благодійну діяльність.

На думку О. Голіченко, така синонімія є неприпустимою. Дослідниця апелює до західних джерел, де розрізняють такі види організацій: 1) громадські організації (Civil society organizations), формальні та неформальні групи індивідів або асоціації, які не належать ні владним, ні бізнес структурам. 2) недержавні організації (Non-governmental organizations) – НДО часто плутають з поняттям громадянського суспільства; 3) недержавні організації з розвитку (Non-governmental development organizations) – організації, що займаються пошуком шляхів залучення коштів в цілях розвитку певного регіону; 4) регіональні організації – це невидимий шар «айсбергу» громадських організацій, що знаходяться під «шаром» недержавних організацій; 5) представницькі недержавні організації – організації, що не мають індивідуального членства, а складаються з професійних груп або регіональних недержавних організацій, які прагнуть розширити свої права шляхом колективних зусиль в місцевих асоціаціях груп інтересів - це асоціації професіоналів. Професіонали найбільш повно презентують цю групу організацій. Недержавні організації відрізняються від профспілок тим, що вони є формально відповідальними тільки перед собою, тоді як профспілки звітують перед своїми членами.

Зрозуміло, що в українській академічній традиції ще не набула популярності така строката класифікація різних громадських об'єднань. Українські вчені більш схильються до використання таких термінів як ГО, НДО, «третій сектор», що створює плутанину дефініцій та їх тлумачень.

Розглянемо також класифікацію ГО за сферою діяльності:

1. соціокультурні: просвітницькі та освітні організації, рухи на захист національної культури, на підтримку культурних та дослідницьких проектів, проти пропаганди насильства та жорстокості на телебаченні.
2. благодійні: організації взаємодопомоги, підтримка безробітних сирів, організація психологічної підтримки і консультацій та ін.
3. економічні: на захист споживачів, за зміну стандартів споживання, за використання нетрадиційних, екологічно безпечних джерел енергії, на підтримку малого бізнесу, за соціально відповідальний бізнес.
4. зовнішньополітичні: на захист миру, на ліквідацію ядерної зброї, нерозповсюдження ядерної зброї, на підтримку миротворчих акцій [6].

Соціолог О. Безпалько пропонує свою класифікацію ГО за функціональними особливостями. Дослідник виділяє ГО: за територіальною ознакою (міжнародні організації в Україні, всеукраїнські, регіональні, обласні, районні, місцеві); за стабільністю діяльності (постійні, тимчасові, ситуативні); за гендерною ознакою (жіночі, чоловічі, змішані); за віковим складом (дитячі, молодіжні, різновікові, організації дорослих); за напрямом діяльності (політичні, соціальної спрямованості, спортивні, культурологічні, екологічні); за юридичним статусом (дитячі громадські організації, молодіжні громадські організації, благодійні фонди, асоціації, спілки, конгреси); за чисельністю (масові, середні, малі) [23].

Крім означених нами параметрів класифікації, можна розподілити громадські організації за такими критеріями:

- за рівнем політизованості (громадсько-політичні організації, громадські організації за інтересами)
- за рівнем комерціалізації (неприбуткові організації, благодійні фонди)

- за ступенем ієрархії (місцеві, регіональні, загальноукраїнські; первинні організації, асоціації)
- за напрямом діяльності (сферою інтересів) – демографічні, культурно-просвітницькі, науково-технічні, екологічні
- за рівнем стабільності: постійно діючі, тимчасові [6].

Відносно вдали ГО можуть займати позиції, представлені трьома моделями: опозиційною, моделлю доповнення діяльності держави та моделлю реформування [25].

Серед ознак, які притаманні більшості ГО і які визначають власне специфіку третього сектору потрібно виділити:

1. організаційний характер: якщо говорити коротко, то громадська організація - це певна інституція, яка має статут, штат співробітників, правління, регулярно проводить зібрання або має інші показники стабільної діяльності;
2. приватна власність: ГО відповідно до свого статуту відокремленні від держави. Це значить, що вони не є державним органом та не контролюються владою, навіть якщо отримують державні субсидії;
3. некомерційна мета діяльності: на відміну від інших організацій приватного сектору, громадські організації не надають прибуток своєму керівництву. Це значить, що прибуток ГО має витратись до досягнення мети їх діяльності;
4. самоуправління – керівництва в ГО відбувається на основі самоуправління; ГО самі контролюють свою діяльність
5. добровільність - участь як в управлінні організацією так і в її діяльності має бути добровільною [3, 558].

Таким чином, класифікація ГО потребує багатьох ознак і критеріїв. Різні форми цих організацій віддзеркалюють різний статус соціальних груп, спільнот і рухів та їх соціальних інтересів. Для нашого суспільства термін «громадські організації» є найбільш вживаним і традиційним. Це поняття застосовується і

у Законі України «Про громадські об'єднання». Відповідно до цього закону ГО визначається як добровільне об'єднання громадян задля задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів. Отже, в цьому розділі саме поняття «громадські організації» буде використовуватись для означення інституцій, в межах яких оформлюються і через діяльність яких реалізуються інтереси та прагнення громадськості.

2.3. Динаміка розвитку ГО 2002 – 2010 рр.

За результатами щорічного опитування ГО, яке проводилось Творчим центром ТЦК у межах проекту «Об'єднуємося заради реформ (UNITER)» було з'ясовано, що протягом 2002 – 2010 років значних змін у внутрішній системі менеджменту ГО не відбулось.

На жаль, спостерігається зменшення кількості організацій, які мають сформульовану місію (різниця значуща на рівні 1%). Якщо у 2002 році місію мало 89 % ГО, то у 2010 році – тільки 75%.

Зменшилась і кількість ГО, які вважають, що основною метою їх діяльності є можливість сплинути на розвиток суспільства. Цю тенденцію, на нашу думку, можна пояснити зовнішніми факторами, а саме несприятливою політичною ситуацією в Україні, корумпованістю державних органів, недотриманням норм законодавства, порушенням прав людини тощо. Проте спостерігається і позитивна тенденція – зменшилась кількість ГО, які обрали варіант відповіді самореалізація засновників як основна мета заснування ГО, адже ГО мають діяти в інтересах певних груп громадськості, а не створюватись для лобіювання інтересів окремих особистостей.

Проаналізувавши дані досліджень минулих років, можна відзначити тенденцію до зменшення кількості організацій, що займаються стратегічним плануванням: якщо у 2002 році написаний стратегічний план мало 75% ГО, то на початок 2010 року його мали лише 55 % ГО. Ця тенденція, у свою чергу, свідчить про зменшення професіоналізму ГО, певну «профанація» діяльності «третього сектору», бо без стратегічного планування важко зрозуміти в якому напрямку рухається організація і чи взагалі вона здатна досягти поставлених завдань та цілі.

Протягом останніх дев'яти років збільшилась кількість ГО, які мають колективний керівний орган. Однак, невтішною є тенденція щодо кількості постійного персоналу в ГО. У 2002 році 64% опитаних ГО мали постійний персонал, а у 2010 році лише 41% респондентів заявило, що мають постійний персонал. У 2010 році кількість постійних співробітників зменшилася до 3

працівників, це є найнижчим показником кількості постійних співробітників за останні дев'ять років. Цю тенденцію можна пояснити погіршенням економічної ситуації в Україні. Світова криза 2008 року негативно позначилась на фінансовій спроможності українських ГО, які, як правило, залежать від зовнішніх гранів.

Також у 2010 фінансовому році у порівнянні з попередніми роками зменшилося фінансування від держави (36% у 2010 році, 28% у 2009 році) та від бізнес-організацій (40% у 2010 році, 45% у 2009 році).

Результати опитування показали, що порівняно із 2009 роком у 2010 році зросла кількість ГО, у яких збільшилася кількість членів організації у порівнянні із минулим роком (48% у 2010 році, 36% у 2009 році).

Якщо говорити про сферу діяльності ГО, то треба зазначити, що на сьогодні зменшилась кількість організацій, які надають тренерські та консультаційні послуги. Також прослідковується зменшення кількості ГО, які здійснюють захист інтересів та їх лобіювання (37% респондентів у 2010 році, 41% - у 2009 році) та займаються освітянською діяльністю (29% опитаних ГО у 2010 році, 33% респондентів у 2009 році).

У 2010 році зменшилася кількість організацій, які працюють над розвитком сектору ГО (13% респондентів у 2010 році, 18% респондентів у 2009 році, 17% у 2003 році) та у секторі громадянської освіти (27% респондентів у 2010 році, 32% у 2009-2007 роках, 27% у 2003 році). Слід вказати, що у 2010 році знову зросла кількість ГО, які працюють у секторі діти та молодь (44% у 2010 році, 40% у 2009 році).

З іншого боку, позитивною є та тенденція, що протягом 2002-2010 років відбулися значні зміни в показниках матеріальних ресурсів ГО. Збільшилася кількість організацій, які мають у своєму розпорядженні приміщення. Порівняно з даними 2002 року, відсоток ГО, що на тих чи інших підставах мають приміщення для роботи, зріс із 80% до 93%. З 2002 року на 13% зросла кількість ГО, що мають офісні меблі. Стало більше ГО, що мають такі технічні засоби, як телефон (на 20%), факс (на 10%), копіювальний апарат (на 12%),

комп'ютер (на 27%). На 30% зросла кількість організацій, що мають доступ до Інтернету або електронної пошти (з 47% у 2002 році до 77% у 2010 році). Таким чином, станом на 2010 рік з більшістю активних ГО України є можливість контактувати за допомогою телефону або електронної пошти і майже всі організації вказали постійну поштову адресу.

Також у порівнянні з 2002 роком, у 2010 році суттєво зросла кількість ГО, що мають річний бюджет більше ніж \$50. Дані свідчать про декларування лідерами ГО впливу аудиту на поліпшення фінансового планування та звітування в організації. ГО декларують більшу відкритість до таких процедур, що свідчить про зміни у ставленні до них лідерів опитаних організацій. Майже вдвічі зріс відсоток організацій, що виявляють бажання пройти аудит (з 26% у 2002 році до 50% у 2010 році).

Більшість (72%) членських організацій звітують своїм членам, більше половини ГО – державним установам (59%) і донорам (64%). І тільки 19% організацій звітують своїм клієнтам, що є, на нашу думку, дуже низьким показником, бо саме клієнти є безпосередніми реципієнтами тих послуг, які надають ГО. Цей індикатор, як свідчать дослідження за 2002-2010 роки, не є стабільним. Частка ГО, що звітують своїм клієнтам, зросла з 19% у 2002 році до 27% у 2003, а у 2004 році знову знизилася до 17%. У 2006 році кількість ГО, що звітують клієнтам, зросла до 23% та залишилася незмінною протягом 2007 року, проте у 2009 році знову знизилася до 19%.

Переважає більшість респондентів (94%) у 2010 році відзначає необхідність ознайомлення громадськості з програмною діяльністю ГО, в 2009 році цей показник становив 97%, в 2007 - 96% ГО (різниця значуща на рівні 1%). Кількість респондентів, що висловлюються на користь відкритості організацій у сфері фінансової діяльності становить 69% (73% у 2009 році).

Протягом 2002-2010 років спостерігається збільшення кількості організацій, що друкують річні звіти. Проте, у 2010 році цей показник є дещо нижчим ніж у 2009 році (50% і 58% відповідно).

Кількість представників третього сектору, обізнаних у чинному законодавстві, постійно змінюється: 53% у 2002 році, потім поступове збільшення до 64% у 2004 і нове зниження до 58% у 2005 році та 60% у 2006 році, 62% у 2009 році, 57% у 2010 році (різниця значуща на рівні 1%).

Найбільш поширеним джерелом інформації про зміни/оновлення існуючих законів і регуляторних актів серед ГО виявились Інтернет та зустрічі, семінари. Порівняно з 2009 роком, більша кількість ГО використовує Інтернет, як джерело інформації – 84% респондентів у 2010 році та 81% у 2009 році. Слід відзначити, що протягом дев'яти років роль Інтернету як джерела інформації для українських ГО постійно зростає. Одночасно для ГО дещо знизилась популярність інформаційних бюлетенів та конференцій.

Участь у коаліціях чи робочих групах була корисною для переважної більшості ГО. Це дозволило їм спланувати спільні акції з іншими організаціями, організації стали більш відомими, зросли можливості зустрічатись з лідерами інших ГО. 8% ГО все-таки зазначили, що участь у коаліціях чи робочих групах для них не виявилась корисною, цей відсоток залишився без змін порівняно із 2009 роком (8%), проте зменшився порівняно з 2006 роком - 14% (різниця значуща на рівні 1%). Тенденція, що простежується з 2002 року, говорить про зростання відсотку лідерів ГО, котрі є членами коаліцій. У 2002 році лише 35% лідерів ГО повідомили, що вони є членами коаліцій чи робочих груп.

У 2004 року цей показник становив 41%, 2005 року зріс до 63%, а в 2006 становить 59%, в 2009 році 65% , а в 2010 році 69% (різниця значуща на рівні 1%) [10].

2.4. Особливості PR у діяльності організацій третього сектору

Однією із найважливіших ознак процесів становлення громадянського суспільства в Україні є поступове зростання кількості ГО. На противагу установам державного та підприємницького секторів, громадські або благодійні організації та фонди ставлять собі за мету розв'язання великого спектру соціальних питань, серед яких можна виділити боротьбу із бідністю, допомогу соціально уразливим групам громадян, сприяння розвитку освіти і науки, сприяння урядовим органам і установам у виконанні ними окремих функцій, наприклад, розвитку охорони здоров'я, цільового соціального забезпечення, опікування проблемами дітей.

Разом із тим слід зазначити, що організації третього сектору відчують певні зміни у ставленні до себе суспільства. Громадські, й особливо благодійні організації та фонди стають дедалі менш «недоторканими». Оскільки такі організації користуються певними податковими пільгами, у громадськості виникає підозра у зловживаннях, використанні їх у чийсь корисливих інтересах. До них дедалі пильніше починають придивлятися державні структури, особливо правоохоронні та податкові органи.

З огляду на це ГО мають постійно інформувати громадськість про свою діяльність і звертатися до неї за підтримкою. А це означає, що їхня діяльність міцно пов'язана із ПР.

Завдання зусиль ГО у сфері ПР полягає у тому, щоб через різні канали масової та міжособистісної комунікації доводити до свідомості населення проблеми і питання, які щоденно постають перед ними, переконувати людей, чому вони конче потрібні суспільству та як працюють.

Особливе значення мають питання прозорості в роботі організацій «третього сектору», звітування про цілеспрямоване використання своїх фондів, посилене задоволення нагальних потреб людей, а не тих, які вважають за потрібне задовольняти керівників (апарат) цих організацій. Отже, питання репутації, завоювання довіри до себе, підзвітність перед громадськістю з точки зору ПР стають першочерговими.

Одна із ключових цілей ПР-зусиль організацій третього сектору, особливо благодійних полягає в тому, щоб від початку чітко позиціонувати себе та свою роль у суспільстві, збільшувати свій соціально-корисний потенціал, щоденною працею, справами доводити громадськості свою соціальну значущість та необхідність, звітувати про повсякденну діяльність, виборювати довіру з боку суспільства. Звідси меті їхніх ПР: діяти в інтересах людей; поширювати інформацію про мету і завдання організації; розповідати про поточну діяльність та розвиток і завдяки цьому змінювати свій публіцитний капітал і репутацію.

Особливість загальних зусиль ПР-фахівців організацій третього сектору полягає у виконанні таких завдань:

1. формулювати ключові заяви про політику таких організацій, доводити, що вони діють винятково в інтересах людей;
2. не так рекламувати ГО та їхні послуги, як зосереджувати увагу на інтерпретації їхньої діяльності, інформувати громадськістю про роль і місце організацій у розвитку суспільства і задоволенні загальних потреб людей;
3. зв'язки з громадськістю мають стати епіцентром інноваційного розвитку ГО, формування і піднесення їхньої репутації як творчих, сумлінних, соціально від повільних і корисних організацій, що опікуються проблемами людей.

Утім існує відмінність у ПР-зусиллях та умовах їх реалізації організаціями третього сектору.

По-перше, унікальність діяльності організацій третього сектору полягає радше в тому, що вони надають допомогу людям там і тоді, де і коли інші інститути суспільства не можуть або не бажають цього робити. Тобто найголовніша відмінність зумовлена метою ПР-діяльності.

По-друге, ГО використовують ПР щоб допомагати людям, тоді як, скажімо, підприємницькі організації завжди мають дбати про прибутки, тобто використовувати ПР-технології заради власних комерційних інтересів.

Можна навіть сказати більше: якщо організації підприємницького сектору вбачають в ПР інструмент «обробки» клієнтів, акціонерів, урядових установ задля збільшення своїх прибутків, то організацій третього сектору вбачають у ПР засіб привернення уваги громадян, клієнти і донорів до певних суспільних проблем і необхідності термінового розв'язання їх.

По-третє, відмінність у ПР-діяльності ГО замовлена також їхніми матеріальними можливостями та ресурсами, тому ГО мають у штатах своїх працівників куди менше ПР-фахівців, ніж бізнес.

Роль паблік рілейшинз у кожному конкретному випадку залежить від таких чинників, як тип організації, усвідомлення значення функції ПР вищим керівництвом, здібностей та особистих якостей керівників ПР-підрозділів. Усе це зумовлює міру залучення ПР-фахівців до прийняття ключових рішень організації.

Досвід переконує, що великі ГО частіше включають ПР-спеціалістів до складу «керівної команди», ніж невеликі організації. Цьому є пояснення. Великі корпорації функціонують, як правило, у високо конкурентному середовищі. Отже, вони часто опиняються у центрі уваги преси, а тому до загальних політичних питань, громадської думки, підтримки своєї репутації.

Звідси виникає постійна потреба регулярного проведення прес-конференцій, налагодження формальних відносин із пресою, написання промов і виступів для вищого керівництва, спостереження за ситуацією, консультування питань, потенційно здатних вплинути на функціонування корпорації.

На відміну від великих, малі ГО діють на незначній території. Набір їхніх послуг – здебільшого стандартний і обмежений. Вони перебувають під слабким громадським тиском, а преса не надто цікавиться ними. Отже, в невеликих організацій потреба в ПР-функції здається незначною і зводиться головним чином до таких простих операцій як випуск прес-релізів, прес-бюлетенів і проведення масштабних ПР-акцій. Тому залучати ПР-фахівців

до вироблення стратегічних рішень керівники багатьох ГО не квапляться, ба й просто не бачать у цьому особливої потреби.

Наголосимо, що саме в невеликих організаціях найчастіше створюються функції інституту ПР, зводячи їх до рутинних акцій маркетингового й рекламного характеру.

Це означає, що потенціал ПР як науки репутаційного менеджменту тут практично не використовується, що власне і проілюструють результати нашого емпіричного дослідження, представленого в третьому розділі роботи. Ця тенденція зумовлена тим, що ГО дуже часто очолюють не професіональні менеджери, а соціальні працівники, вчителі, представники інших професій. Такі люди часто недооцінюють значення ПР, або навіть соромляться використовувати його інструментарій. Вони нерідко взагалі вважають зайвим витратити кошти на щось інше крім безпосередньої допомоги цільовим групам громадян. Витрати на рекламу, постійні маркетингові дослідження, ПР-заходи для них часто-густо означають марнотратство. Як наслідок, зв'язки з громадськістю тут мають несистемний характер, планування здійснюється без глибокого вивчення реальних потреб конкретних груп людей [28, 45-48].

Висновки до II розділу

1. Новітня історія становлення громадських організацій в Україні почалась у кінці 80-х – поч. 90-х рр. ХХ ст., коли почались з'являтися різні за своїм призначенням ГО: культурні, екологічні, історичні, мовні.
2. Зміна ідеологічної парадигми, що відбулась після здобуття Україною статусу незалежної держави, дала змогу українцям на практиці утвердити своє право на об'єднання для захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших соціальних інтересів, а прийняття Конституції України та низки Законів («Про об'єднання громадян», «Про молодіжні та дитячі організації», «Про благодійництво і благодійні організації») легітимізувало і одночасно створило правове поле для діяльності ГО.
3. Важливим фактором для появи більшої кількості ГО було прийняття Закону України «Про об'єднання громадян» (від 16 червня 1992 р.), завдяки якому, неурядові організації отримали право вільно обирати напрямки своєї діяльності, користуватись майном, визначати свою внутрішню політику тощо.
4. Протягом 1992-2013 рр. кількість зареєстрованих Міністерством юстиції ГО зросло більш ніж у 55 разів і на 1 березня 2013 року згідно з Державною службою статистики в Україні налічується 74 728 громадських організацій.
5. Сучасний стан розвитку третього сектору свідчить, що за останні 5-7 років він став значно «дорослішим». Якщо на початку 90-х років НУО існували самі по собі, самотужки вирішуючи проблеми різних прошарків та верств населення: дітей, інвалідів, малозабезпечених, то зараз на порядок денний стають питання об'єднання третього сектору та налагодження співпраці з владою та бізнесом.
6. Класифікація ГО потребує багатьох ознак і критеріїв. Різні форми цих організацій віддзеркалюють різний статус соціальних груп, спільнот і

рухів та їх соціальних інтересів. Для нашого суспільства термін «громадські організації» є найбільш вживаним і традиційним.

7. ГО мають постійно інформувати громадськість про свою діяльність і звертатися до неї за підтримкою. А це означає, що їхня діяльність міцно пов'язана із ПР.
8. Питання репутації, завоювання довіри до себе, підзвітність перед громадськістю з точки зору ПР є першочерговими для ГО.
9. Досвід переконує, що великі ГО частіше включають ПР-спеціалістів до складу «керівної команди», ніж невеликі організації.
10. В невеликих організаціях найчастіше створюються функції інституту ПР, зводячи їх до рутинних акцій маркетингового й рекламного характеру.

РОЗДІЛ ІІІ.

ДОСЛІДЖЕННЯ «КОМУНІКАЦІЯ В УКРАЇНСЬКИХ ГО ЯК ЕЛЕМЕНТ ЇЇ ЖИТТЄЗДАТНОГО РОЗВИТКУ»

3.1. Засади проведення дослідження: методологія, учасники дослідження

Дане соціологічне дослідження було проведене за методом експертного анкетного опитування в період між 1 квітня та 1 травня 2013 року. За типом дослідницьких завдань - це глибинне опитування, що спрямовано на одержання пошукової інформації та виявлення найбільш суттєвих та важливих аспектів досліджуваної проблеми. Інструментом дослідження є анкета.

Вибраний метод на емпіричному рівні дозволяє поліаспектно описати проблему, визначити систему стратегічних і тактичних кроків з її вирішення, розробити програму організаційних рішень та заходів по створенню даної предметної області з метою усунення проблем. Знання та досвід експертів дають змогу підвищити надійність, достовірність, обґрунтованість інформації, висновків та практичних рекомендацій [6].

Мета цього емпіричного дослідження полягало у дослідженні системи соціальних комунікацій громадських організацій України.

Завдання:

- 1) здійснити соціологічний аналіз соціальних практик комунікації ГО з основними групами стейкхолдерів
- 2) на основі отриманих результатів з'ясувати, яке місце займають зв'язки з громадськістю у функціональній структурі ГО
- 3) з'ясувати ставлення працівників ГО до зв'язків з громадськістю
- 4) визначити рівень заінтересованості ГО у послугах піарівського змісту
- 5) визначити особливості використання різних компонентів ПР-технологій у діяльності ГО
- 6) визначити стан та моделі функціонування ПР в залучених до дослідження ГО

7) виявити чи пояснюють різні моделі комунікацій ГО рівень їх відкритості і прозорості

Об'єкт: українські громадські організації

Предмет дослідження: соціальні комунікації як напрямок діяльності громадських організацій

Використаний для дослідження опитувальник представлений у додатках до цієї роботи. Анкета складається з 31 питання та семи блоків:

1. вступний блок,
2. співпраця з іншими ГО,
3. співпраця з бізнесом,
4. співпраця з донорськими організаціями,
5. співпраця з громадськістю,
6. співпраця із ЗМІ,
7. особисті данні респондентів.

Станом на 1 березень 2013 року було зареєстровано 74 728 громадських організацій згідно з Державною службою статистики України. Проте, потрібно взяти до уваги той факт, що активно діючими в Україні є на сьогодні всього 4-5 тисяч ГО. Цю невтішну тенденцію можна пояснити тим фактом, що велика кількість ГО припиняють активну діяльність без формальних дій для припинення реєстрації як юридичні особи.

Отже, якщо генеральну сукупність дослідження складає 4-5 тисяч ГО, то вибірка в цьому дослідженні складає 33 ГО. Після перевірки якості заповнених анкет, до обробки було допущено 31 анкета.

Основні етапи дослідження:

1. ретельна розробка анкети
2. опробування анкети
3. усунення недоліків анкети та удосконалення у відповідності до завдань та мети дослідження
4. проведення он-лайн та телефонного анкетування
5. введення даних

6. аналіз даних та підготовка звіту.

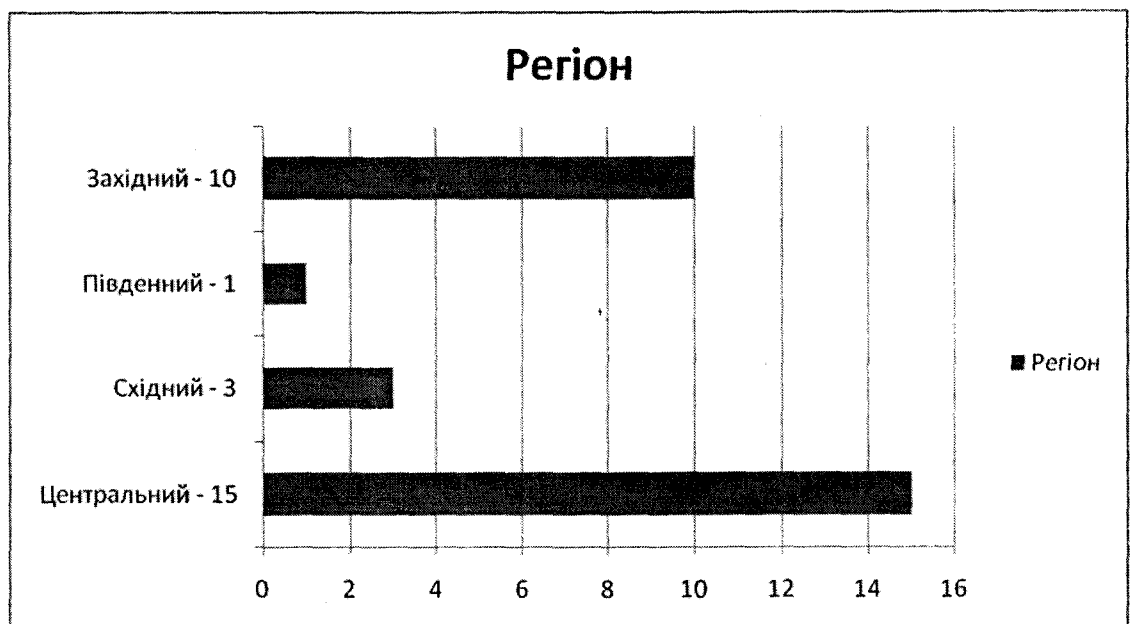
З метою дослідження регіональних тенденцій ГО були об'єднані у чотири групи, що представляють чотири умовні регіони: Західний, Центральний, Південний, Східний. До Західного регіону увійшли ГО з таких областей, як Волинська, Рівненська, Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Закарпатська, Чернівецька, Хмельницька. Східний регіон складається з НУО Харківської, Донецької, Дніпропетровської, Запорізької, Луганської областей. Центральний регіон представлений організаціями Житомирської, Черкаської, Кіровоградської, Вінницької, Чернігівської, Сумської, Полтавської та Київської областей та міста Києва. До Південного регіону були віднесені ГО Херсонської, Миколаївської, Одеської областей та Автономної Республіки Крим.

Як видно з графіку № 9, найбільше кількість респондентів – 15 - географічно розташовуються в Центральному регіоні (м. Київ); 10 респондентів знаходяться в Західному регіоні (м. Луцьк, м. Львів), найменша кількість опитаних ГО належать до Південного і Східного регіонів. Географічну приналежність ще двох організацій, що взяли участь у дослідженні, не вдалось ідентифікувати.

Найбільшу активність проявили ГО таких міст як Київ та Луцьк.

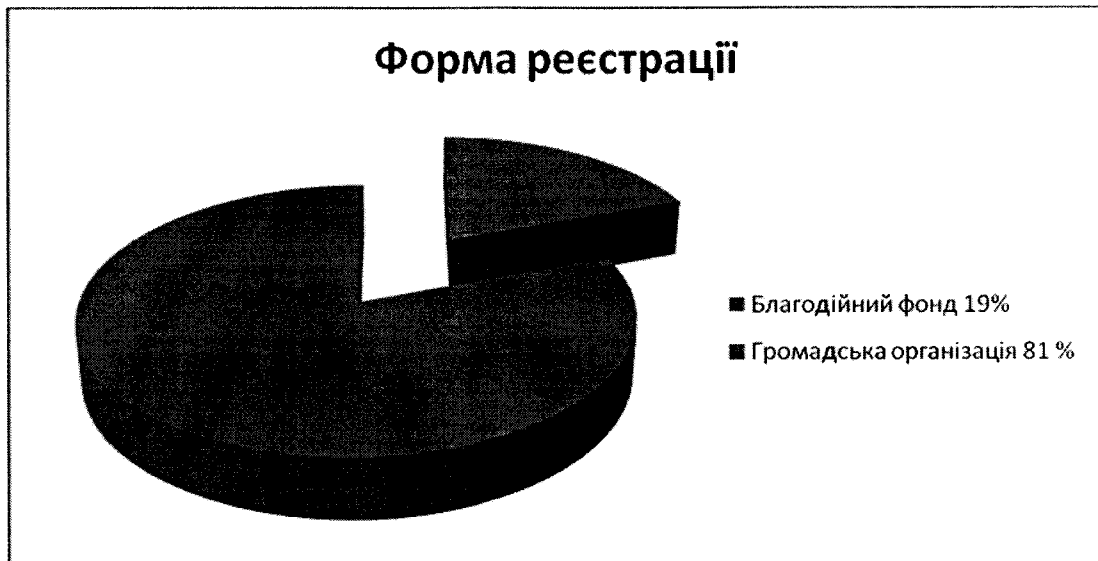
Графік 9.

Розподіл ГО за регіонами



Згідно з даними дослідження переважна більшість опитаних НУО (81% або 25 організацій) зареєстровані як громадські організації, і відповідно меншість або 11% зареєстрована як благодійні фонди.

Графік 10.
Форма реєстрації ГО



Згідно з графіком №11 найбільша кількість ГО, що взяли участь в опитуванні, були зареєстровані між 2005 та 2013 роками, найменша кількість – у 1990 році і це є Національна скаутська організація України «Пласт».

Графік 11.
Дата реєстрації ГО



На нашу думку, такий розподіл опитаних ГО за датою реєстрації є емпіричним підтвердженням тези про те, що українські ГО часто створюються для реалізації певного проекту на гроші грантодавця і після завершення дії грану фактично припиняють своє існування, не докладаючи при цьому формальних дій для припинення реєстрації як юридичні особи. Також причини саме такого співвідношення у кількості зареєстрованих в різні періоди ГО потрібно шукати у зовнішніх чинниках. Це законодавче регулювання діяльності ГО, кількість грантів наданих українських ГО в той або інший період, загальні тенденції розвитку громадянського суспільства тощо.

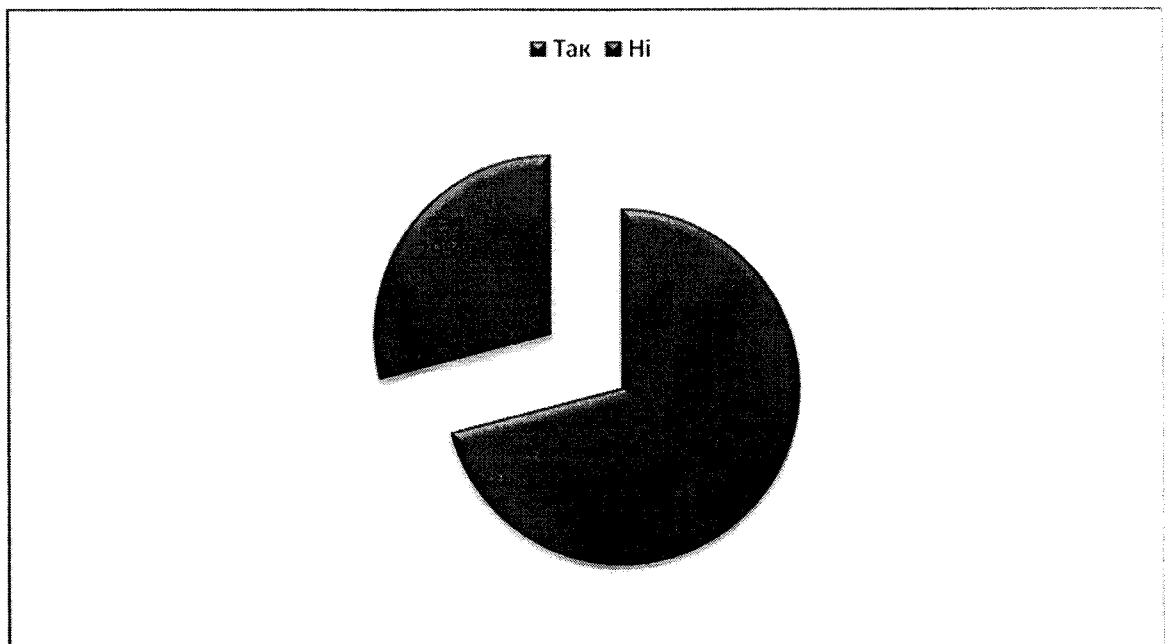
3.2. Результати дослідження

3.2.1. Зв'язки з громадськістю в функціональній структурі організації

На перше питання анкети - чи передбачено в структурі Вашої організації відділ (особа) із зв'язків з громадськістю - 71% опитаних експертів відповіли схвально; 29% респондентів зазначили, що не мають у структурі своєї ГО такого відділу чи особи.

Графік 12.

Відділ (особа) із зв'язків з громадськістю в функціональній структурі організації



При цьому обов'язки із зв'язків з громадськістю в українських ГО виконує переважно директор організації, про це вказало 33% респондентів. 25% опитаних зазначили, що такі обов'язки виконує штатний ПР фахівець. 14% ГО – мають ПР відділ у своїй структурі, в 11% ГО ці функції виконують активісти-волонтери і 17% вибрали варіант відповіді інше, де переважно у графі уточнення були вказані прес-секретарі як основні комунікатори організацій.

Графік 13.

Особа/відділ, що виконує обов'язки із зв'язків з громадськістю в організації



Отже, як бачимо, в українській так само як і в західній практиці найбільш поширеною є модель у відповідності до якої ключові ПР-функції в організації виконує її перший керівник – 33%. Модель делегування ПР-функцій окремим активістам також є достатньо поширеною (17%). Однак, визначальним для нас є той факт, що чверть опитаних ГО мають штатного ПР фахівця у своєму складі, а 14% - навіть окремі відділи з ПР. Це, безперечно, позитивна тенденція, що свідчить про те, що керівництво ГО починає розуміти необхідність ПР діяльності для оптимізації роботи своїх організацій. Отже, ми можемо говорити про те, що ПР поступово займає помітне місце у функціональній структурі українських ГО, він перестає мати характер тимчасових фрагментарних практик і набуває рис цивілізованих ПР.

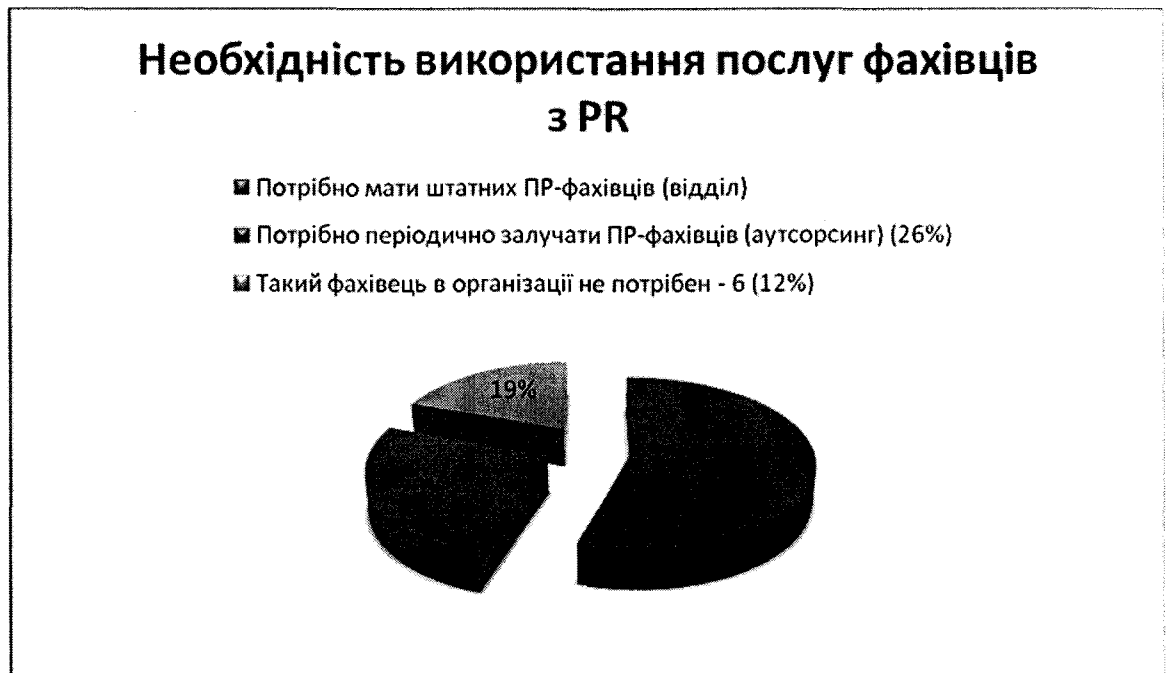
3.2.2. Рівень заінтересованості ГО у послугах піарівського змісту

На питання чи потрібно, на Вашу думку громадським організаціям користуватись послугами фахівців з ПР? 55 % респондентів відповіли, що потрібно мати штатних ПР-фахівців (відділ), 26 % - вважає, що потрібно

періодично залучати ПР-фахівців, 19 % опитаних вважають, що таких фахівців в організації не потрібен.

Графік 14.

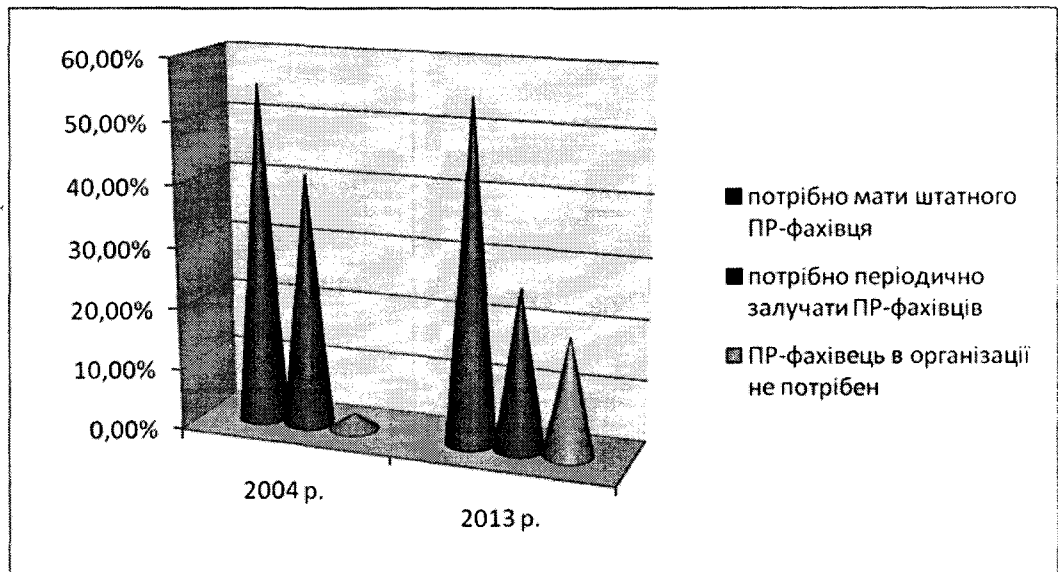
Необхідність використання послуг фахівців з PR



Порівнявши отримані результати із дослідженням Д.Коника «Формування зв'язків з громадськістю в неурядових організаціях України: соціологічний аналіз» [6], у якому респондентам пропонувалось дати відповідь на аналогічне питання, можна прийти до висновку, що протягом дев'яти років збільшилась кількість тих ГО, які вважають, що ПР-фахівець в організації не потрібен. Якщо в 2004 році таких респондентів було 2,4%, то на квітень 2013 року їх кількість становила 19 % від загальної кількості опитаних. У той же час залишилось на такому ж рівні кількість експертів, які вважають, що потрібно мати штатного ПР-фахівця (2004 - 55,6%; 2013 – 55%), та зменшилась кількість тих, хто вважає, що ПР-фахівця потрібно залучати періодично. Ці данні свідчать, що серед працівників третього сектору таки не сформувалась стійка установка щодо того що таке зв'язки з громадкістю.

Графік 15.

Необхідність використання послуг фахівців з PR: 2004 vs. 2013



3.2.3. Ставлення представників ГО до зв'язків з громадськістю

На відкрите питання для чого потрібно залучати PR-фахівця/відділ? Більшість респондентів відповіло, що це потрібно для інформування громадськості (деякі респонденти назвали стекхолдерів) про напрями роботи і діяльність організації. Таким чином, респонденти схильні розглядати PR як дієвий механізм інформування.

Згідно з історичними моделями розвитку PR Джеймса Груніга, інформування – це історичний етап становлення професійних зв'язків з громадськістю у США кінця XIX – початку XX ст., коли спеціалізовані служби паблік рілейшинз прагнули поширювати серед населення якомога правдивішу і точнішу інформацію. Отже, можна констатувати, що бачення PR українськими працівниками третього сектору є застарілим та таким, що не відображає актуальні потреби ГО [8].

У переважної більшості респондентів відсутнє бачення PR як інструменту розбудови репутаційної складової, що покликаний збільшити довіру громадськості до організації та нарощувати її пабліцитний капітал. Бракує українським ГО і системного, комплексного сприйняття інституту PR як механізму, що здатен вирішувати декілька задач одночасно.

Проте незначний відсоток респондентів таки вказав розбудову репутаційної складової як основоположну складову ПР-діяльності. Також незначна кількість респондентів вказали, що ПР потрібен для залучення ресурсів та споживачів послуг, оптимізації роботи організації та системної роботи.

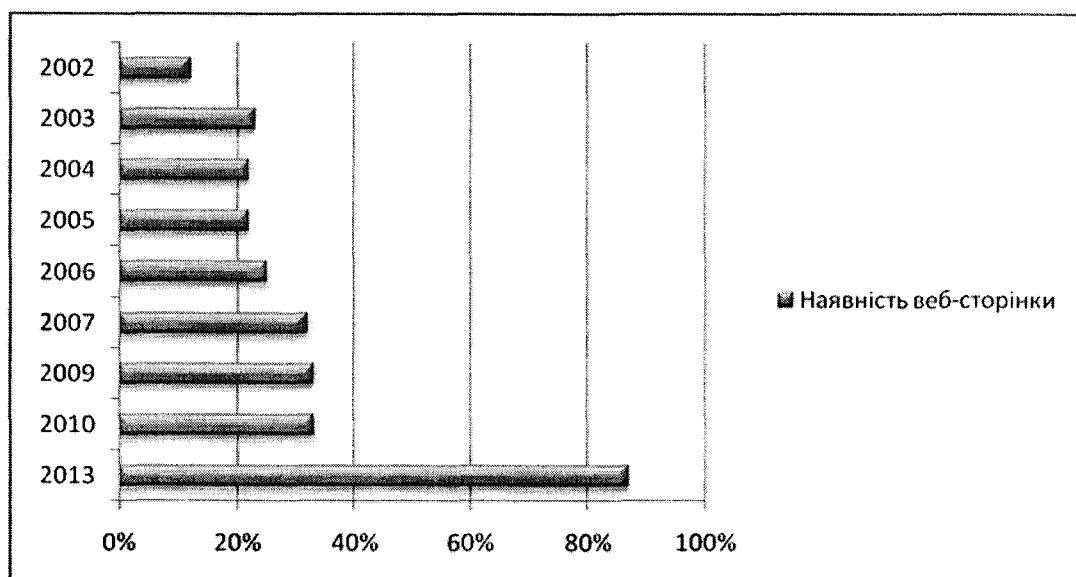
Цікаво, що згідно з думкою класиків PR - Катліпом, Сентером та Блумом - мета PR діяльності ГО полягає в тому, щоб:

- Збільшувати популярності місії організації
- Випрацьовувати каналів комунікації з тими групами громадськості, кому слугує дана організація
- Створювати і підтримувати сприятливий клімат для залучення інвестицій
- Сприяти створенню і підтримці суспільно-політичного клімату, який сприяє реалізації місії даної організації
- Інформувати і стимулювати головні рушійні сили даної організації (працівників, волонтерів, опікунську раду) до безперервної та продуктивної діяльності, спрямованої на підтримку місії організації, її глобальних цілей і завдань [3,563].

3.2.4. Інтернет в роботі ГО

Тепер розглянемо питання наявності/відсутності власної веб-сторінки у залучених до дослідження ГО. Згідно з графіком № 16, 87% ГО мають власну веб-сторінку, і відповідно – 13% її не мають. Порівнявши отримані результати із даними, які були отримані протягом 2002-2010 років Творчим центром ТЦК у межах проекту «Об'єднуємося заради реформ (UNITER)» ми спостерігаємо таку тенденцію:

Графік 16.
Наявність веб-сторінки в ГО

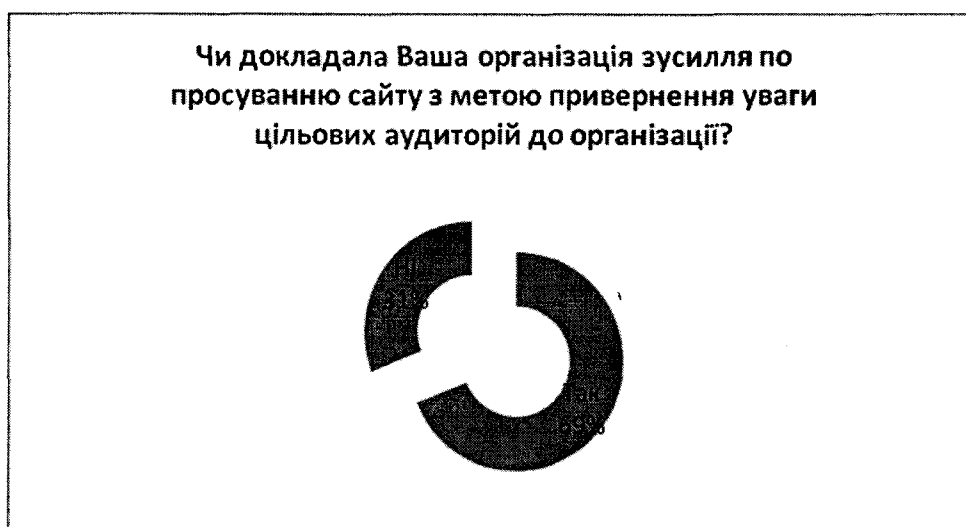


Отже, ми бачимо, що протягом останніх трьох років кількість ГО, які мають власний сайт, збільшилась майже в 2,5 рази (у 2010 р. – 33%; у 2013 – 87%). Цю тенденцію можна пояснити тим, що українські ГО почали сприймати веб-сайт як відносно дешевий і ефективний канал комунікації, який, до речі, прекрасно виконує функцію інформування громадськості про діяльність організації.

У той же час зусилля по просуванню власного веб-ресурсу з метою привернення уваги цільових аудиторій до організації здійснює або здійснювало 69% опитаних ГО, не здійснювало такої роботи 31% відповідно.

Графік 17.

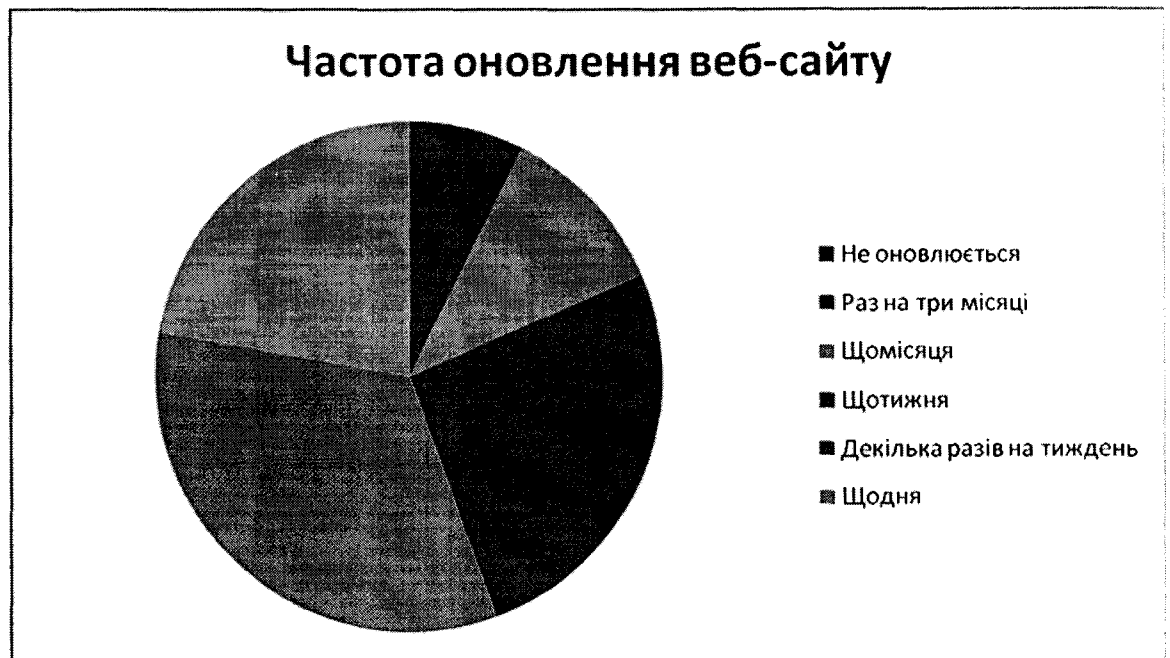
Зусилля по просуванню сайту



Однак, ми розуміємо, що у сьогоденньому Інтернет-просторі недостатньо просто створити і підтримувати власний веб-ресурс, потрібно боротися за увагу ЦА, адже об'єм інформації, яка щодня надходить до Інтернету, є дуже великим. Для цього українські ГО мають систематично оновлювати контент своїх веб-сайтів. Як показали результати нашого дослідження, більшість ГО таки проводять постійно роботу з оновлення контенту своїх веб-ресурсів: 33% ГО вказало, що вони оновлюються власний веб-ресурс декілька разів на тиждень; 26% - раз на тиждень, трохи менше, а саме 22% оновлюють сайт щодня, щомісяця це роблять 11% опитаних, та найменше, раз на три місяці, оновлює сайт 7% опитаних ГО. Що цікаво, варіант відповіді - не оновлюється - не обрав жоден із опитаних респондентів.

Графік 18.

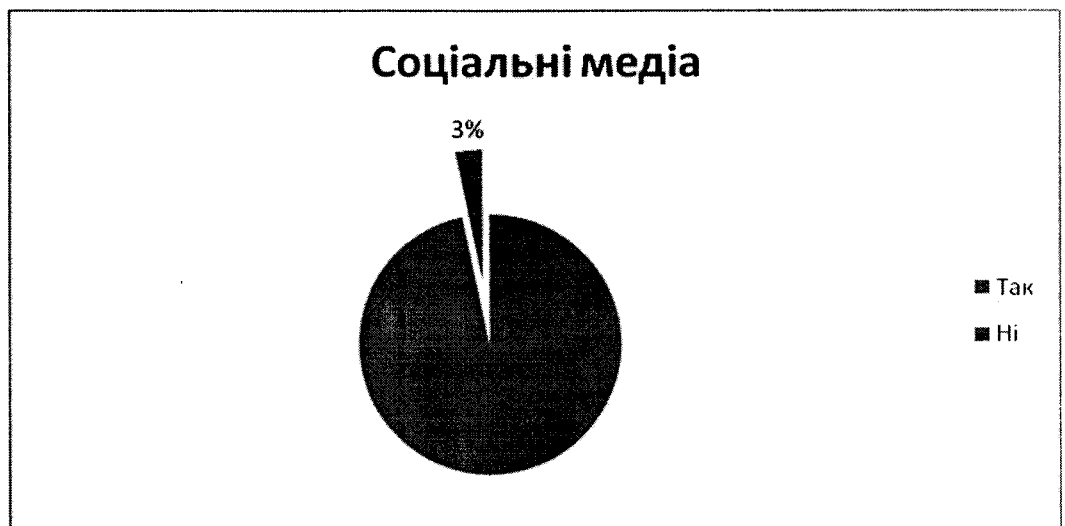
Частота оновлення веб-сайту опитаних ГО



Тепер розглянемо аспект соціальних комунікацій в діяльності ГО: 97% респондентів вказали, що вони використовують соціальні медіа для комунікації і тільки 3% опитаних ігнорує цю можливість. Це, безперечно, позитивна тенденція, яка свідчить про те, що українські ГО готові, по-перше, бути «поруч» із споживачами своїх послуг, а по-друге, оперативно реагувати на запити і потреби громадськості.

Графік 19.

Використання соціальних медій для комунікації

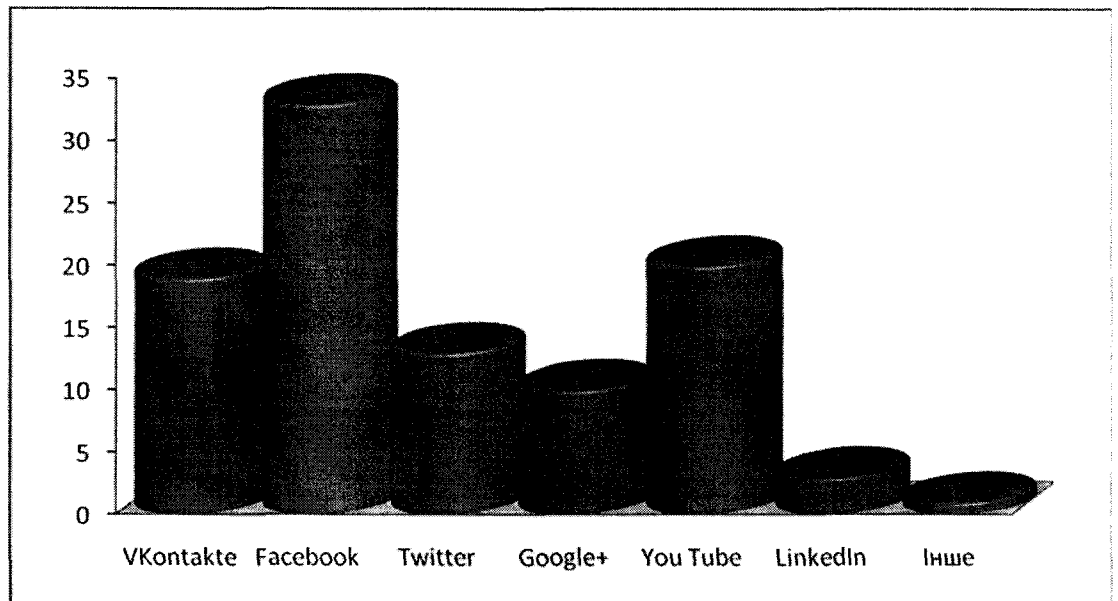


Найпопулярнішою соціальною мережею, яку використовують українські ГО для комунікацій, є Facebook. Її зазначило 33% опитаних, друге місце розділили YouTube (20%) та VKontakte (19%). 13% респондентів комунікують за допомогою Twitter, 10% - Google+ , менше всього ГО використовують бізнес-мережу LinkedIn – 3%.

Така тенденція загалом є прогнозованою. Серед перелічених мереж не було таких, що раніше не фігурували в українських рейтингах популярності соціальних медій. Згідно з «Світовою картою соціальних мереж», найбільш популярна мережа в світі – це Facebook [30]. В США, що цікаво, це також найбільш відвідуваний сайт [29]. В Україні Facebook займає друге місце по популярності, після VKontakte, проте, саме Facebook об'єднує більш освічених, світоглядно і соціально зрілих громадян. Тому не дивно, що саме цю мережу вибирають як пріоритетну українські ГО.

Графік 20.

Використання соціальних мереж



Важливо, що окрім веб-сайту та соціальних мереж українські ГО також активно використовують такі демократичні Інтернет канали комунікації як блоги та електронні видання. Про це вказало 29 опитаних респондентів.

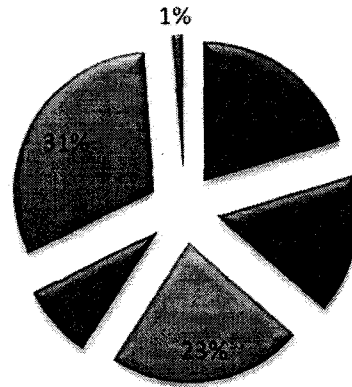
Таким чином, можна констатувати, що ПР-зусилля ГО з поширення інформації про свою діяльність набувають все більшого спрямування в площину «нових медій», а такі традиційні канали комунікації як радіо, телебачення та журнали стають другорядними. Це і не дивно, зважаючи на той факт, що кількість Інтернет користувачів серед аудиторії у віці 12-65 років у містах з населенням понад 50 тис. чол. зросла в порівнянні з 2011 роком з 46,6% до 54,4%. Українці також стали проводити більше часу в Інтернеті, а 31,6% опитаних не уявляють свого життя без Інтернету.

Графік 21.

Канали, які використовують ГО для комунікації

Канали, через які поширюють інформацію ГО

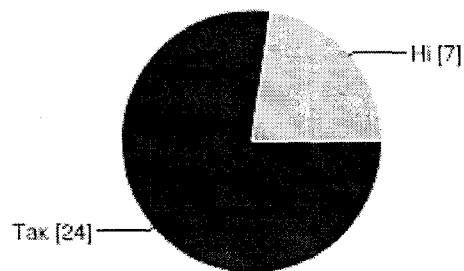
■ Газети ■ Радіо ■ Телебачення ■ Журнали ■ Соціальна мережі, блоги ■ У жодних



3.2.5. Соціальна реклама, відеоматеріали, плакати

Тепер розглянемо ГО з огляду на те, на скільки активно вони продукують смисли через соціальну рекламу, відеоматеріали та плакати:

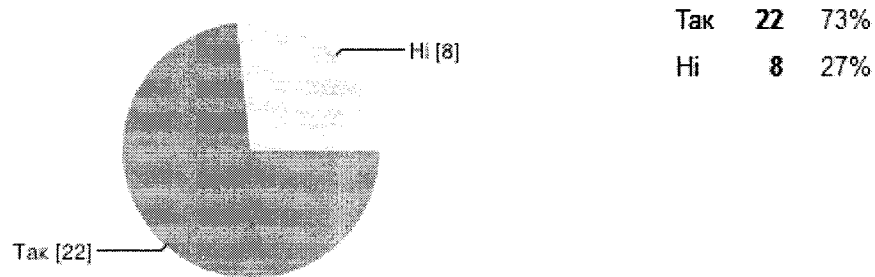
10. Чи Ваша організація брала участь у створенні відеороликів і відеокліпів?



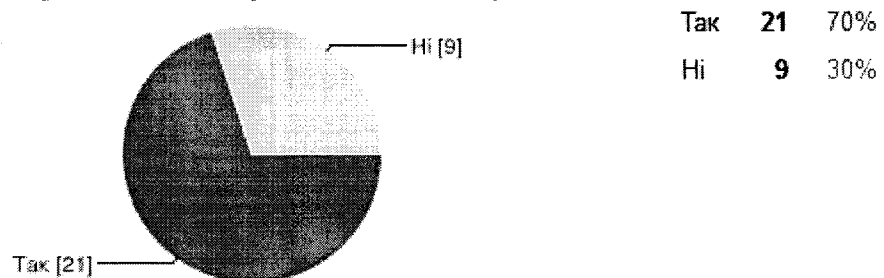
Так 24 77%

Ні 7 23%

11. Чи Ваша організація брала участь у створенні рисованих чи фотоплакатів?



12. Чи долучалась Ваша організація до створення соціальної реклами?



Згідно з трьома представленими графіками, понад 70% українських ГО вдаються до створення фото, відео, рисованих матеріалів та соціальної реклами. Цікаво, що результати дослідження показали достатньо високу включеність ГО у створення соціальної реклами, яка, на нашу думку, є вкрай необхідною сьогодні в Україні, де наявна велика кількістю соціальних проблем і одночасно реалізується вкрай мало масових кампаній, націлених на їх усунення.

На практиці ж активність третього сектору в напрямку створення соціальної реклами є нижчою. Таке протиріччя пов'язано з неоднозначністю розуміння ГО того, що є соціальна реклама. ГО часто схильні розглядати повідомлення про себе у ЗМІ як прояв соціальної реклами.

3.2.6. Співпраця з державними структурами

Важливим напрямком в роботі громадських організацій є співпраця з державними структурами. Від якості налагоджених контактів між цими двома сторонами прямо залежить спроможності ГО представляти та захищати інтереси своїх клієнтів і впливати на формування демократичного громадянського суспільства.

Для багатьох ГО продуктивна співпраця з місцевою владою є гарною можливістю отримати фінансування з державних джерел для надання соціальних послуг, зацікавити представників державних структур в успіхах організації та, як наслідок, залучити їх до спільної діяльності. З іншого боку, політика органів державної влади має бути лояльною до діяльності ГО: від вирішення питань їх реєстрації, активного використання всіх консультаційних механізмів до залучення ГО до виконання соціальних завдань [10, 23].

На жаль, в нашому дослідженні ми не передбачили блоку – співпраця ГО з державними структурами. Тому окреслимо цей аспект, спираючись на результати щорічного опитування Творчого центру ТЦК.

Згідно з цим опитуванням, українські ГО регулярно контактують з владними структурами і в більшості випадків обидві сторони зацікавлені у співпраці. Дані свідчать, що ініціатором контактів виступають обидві сторони. Та, на жаль, часто рівень співпраці є невисоким. Так, протягом 2010 року лише 17% опитаних ГО виконали більш ніж три проекти спільно з державними структурами, а 26% респондентів взагалі не практикувала виконання спільних проектів у цей період. Отже, можна підсумувати, що співпраця на рівні проектів між ГО та державними структурами досі має епізодичний характер і не стала розповсюдженою практикою.

Цікаво, що у 2010 році ГО почали більш ефективно інформувати владу про свою діяльність на національному та місцевому рівнях. Про це свідчить суттєве зменшення у порівнянні із попередніми роками кількості ГО, які вказували на недостатню поінформованість з боку владних структур про діяльність ГО на місцевому та регіональному рівнях. Позитивною тенденцією є

зменшилася у 2010 році кількості організацій, які вказували на небажання з боку владних структур співпрацювати з ГО на національному та місцевому рівнях. У 2010 році у порівнянні із 2009 роком збільшилася кількість ГО, які вказали на недостатній професіоналізм ГО, як причину недостатньої співпраці між ГО та владою. Також зросла кількість опитаних, які обрали нерозуміння корисності такої співпраці з боку владних структур на національному та регіональному рівнях [10, 52].

3.2.7. Співпраця з бізнесом

Згідно з графіком № 22, 79% опитаних ГО співпрацює з бізнес-структурами.

Графік 22.
Співпраця з бізнес-структурами



Серед основних чинників, які заохочують ГО до співпраці з бізнесом, більшість респондентів виокремили чинник залучення фінансування в грошовій формі та партнерство у певній діяльності.

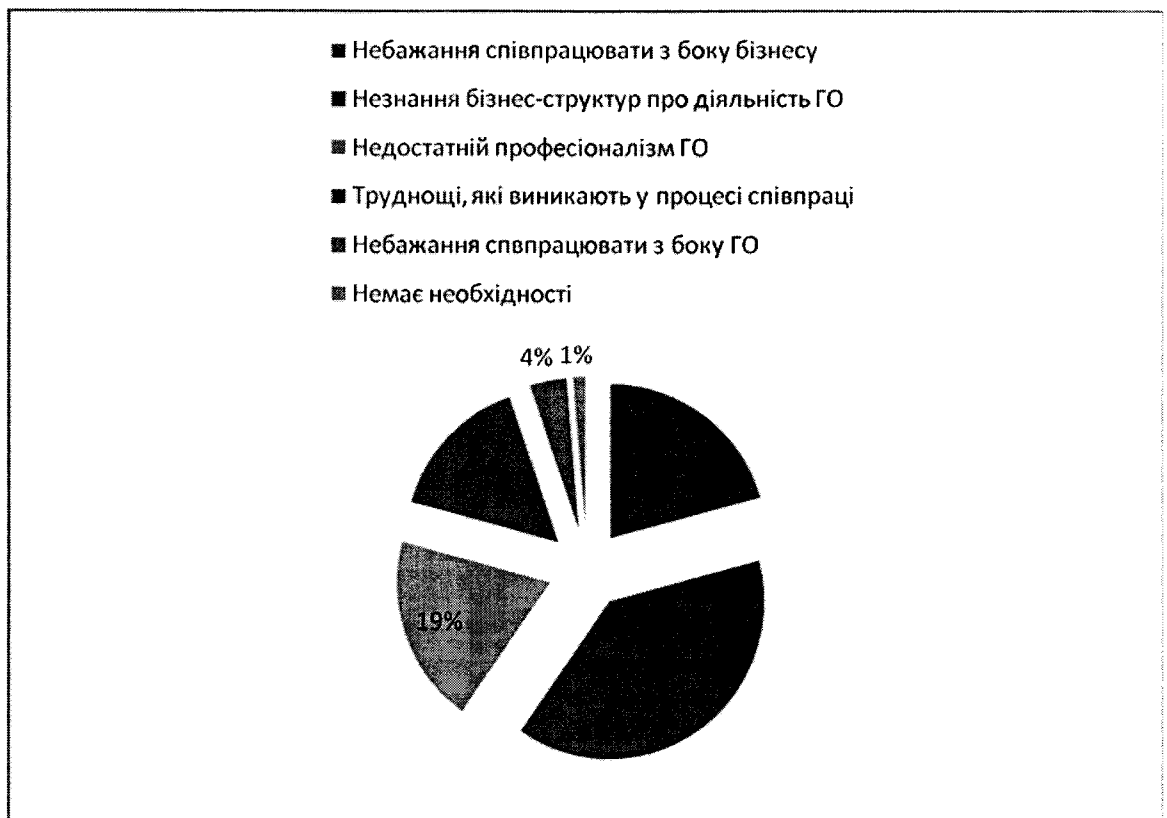
90% опитаних ГО, вважають, що така співпраця є успішною. З-поміж причин, що заважають співпраці ГО із бізнес-структурами, найбільш вагомою, на думку респондентів, є незнання бізнес-структур про діяльність ГО, також

респонденти назвали такі причини як небажання співпрацювати з боку бізнесу та недостатній професіоналізм НУО.

Отже, результати показали, що в Україні бракує майданчиків, які б слугували об'єднуючою ланкою між третім сектором та бізнесом. Зрозуміло, що певні кроки для вирішення цієї ситуації робляться. Наприклад, слід згадати практику проведення КСВ-сніданків, яку нещодавно започаткував Центр розвитку «Корпоративної-соціальної відповідальності». Згідно із сценарієм цього заходу третій сектор та представники бізнесу збираються за одним столом, щоб обговорити актуальні питання, обмінялись досвідом та нагальодити контакти.

Графік 23.

Чинник, що заважають успішній співпраці бізнесу з ГО



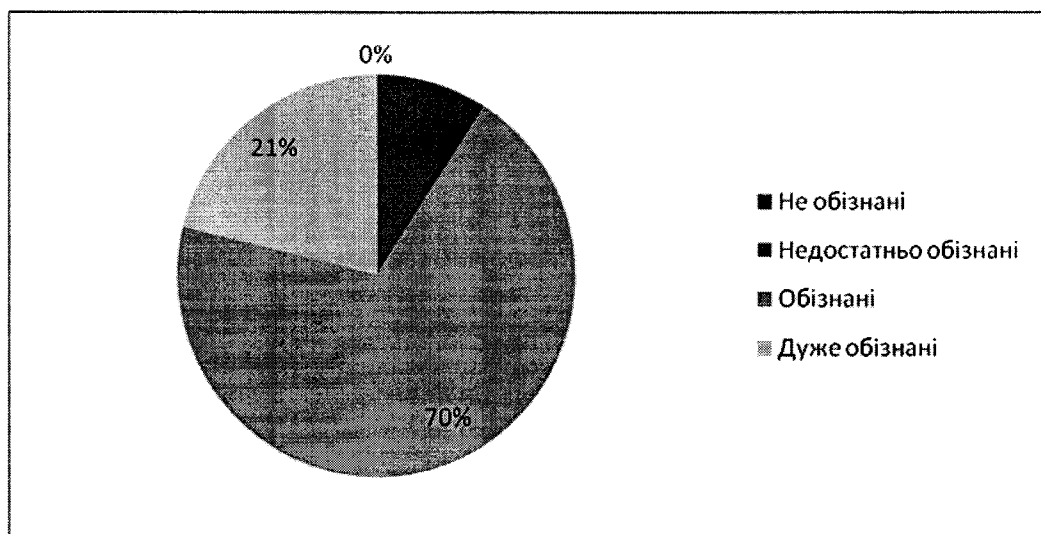
3.2.8. Співпраця з іншими ГО

Про свою співпрацю з іншими ГО заявило 97% респондентів. Дуже обізнаними про діяльність інших ГО, які вирішують аналогічні питання вважають себе 21% респондентів, варіант – обізнані – обрало 70%, недостатньо

обізнані - 9%, жодний респондент не вибрав варіант не обізнані. Таким чином, ми можемо припустити, що між різними організаціями третього сектору існують налагоджені комунікаційні канали. З-поміж віртуальних інформаційних ресурсів для третього сектору слід виділити «Гурт», «Громадський простір», «Третій сектор», «Український форум благодійників». На цих веб-сайтах працівники ГО можуть дізнатись про актуальні новини пов'язані з діяльністю третього сектору, отримати інформацію про гранти, освітні можливості, конференції. Що цікаво, на цих веб-ресурсах ГО також можуть розмістити повідомлення про пошук партнерів для реалізації проектів чи вирішення спільного завдань. Часто працівники третього сектору отримують можливість поспілкуватись на різноманітних конференціях, круглих столах, майстер-класах та спеціальних проектах, що ставлять собі за мету розвиток співпраці між ГО.

Графік 14.

Обізнаність з діяльністю ГО, які вирішують аналогічні питання



Про успішність співпраці з іншими ГО вказало 90% респондентів і тільки 10% вважають, що така співпраця не є успішною. Серед чинників, що стоять на заваді активній співпраці ГО більшість респондентів зазначило недостатній професіоналізм ГО (21 респондент) та амбіційність лідерів і

конфліктність між ними (18 респондентів). Отже, ми бачимо, що проблема комунікації в середині третього сектору незначна, але, на жаль, наявна.

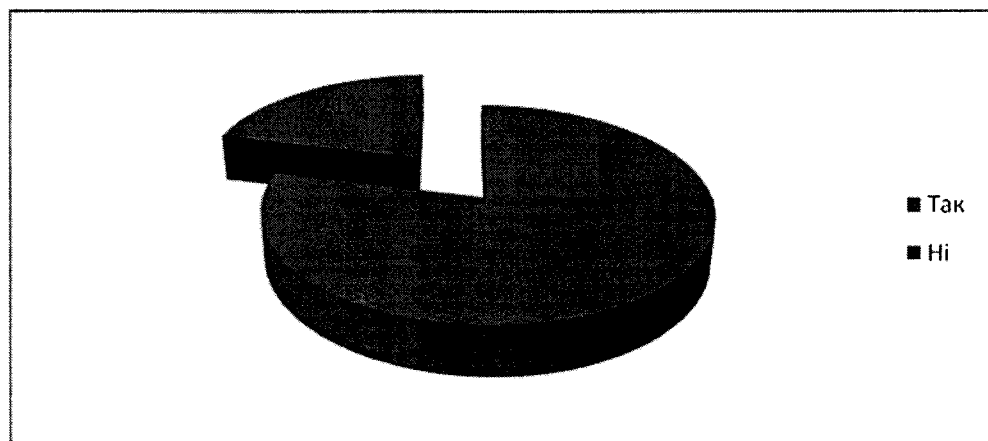
Цікаво, що переважна частина опитаних ГО вважає, що співпраця всередині третього сектору дозволяє розширити діяльність і збільшити результативність (29 респондентів) та підвищити якість надання послуг шляхом залучення додаткового досвіду (26 респондентів).

3.2.9. Співпраця з донорськими організаціями і громадськістю

Про співпрацю з донорськими організаціями заявило 79% опитаних ГО.

Графік 25.

Співпраця з донорськими організаціями



Окремої уваги заслуговує аспект комунікації ГО з громадськістю. У цьому дослідженні ми намагались з'ясувати як часто представники третього сектору зустрічаються із своїми бенефіціарами (клієнтами). Згідно із отриманим результатами ми бачимо, що переважна більшість 27% зустрічається із громадськістю щодня, 21% робить це раз на тиждень, 18% раз на місяць. На жаль, сьогодні потрібно констатувати, що 12% ГО таки контактують із громадськістю нерегулярно. Ми вважаємо, що це пов'язано із специфікою діяльності деяких громадських організацій. Наприклад, ГО, які займаються науково-аналітичною діяльністю не мають потреби у регулярних

контактах із громадськістю, бо вони не надають прями послуги як це, наприклад, роблять благодійні фонди.

Цікаво, що про випуск річних звітів вказала половина організацій. Це є дуже добрим показником, який свідчить, що протягом останніх років все більше ГО розуміють необхідність і, як наслідок, вдаються до написання і публікації річних звітів. Адже річний звіт дозволяє ГО не тільки поширити інформація, а й бути підзвітними громадськості і «прозорими» у своїй діяльності.

3.2.10. Співпраця ГО зі ЗМІ

Останній розділ нашого дослідження буде присвячений співпраці громадських організацій зі ЗМІ.

Згідно з отриманими результатами лише 47% опитаних ГО співпрацюють із ЗМІ регулярно, половина ГО вказала про епізодичну співпрацю, а 3% взагалі не вдаються до такої співпраці.

Графік 26.

Характер співпраці із ЗМІ



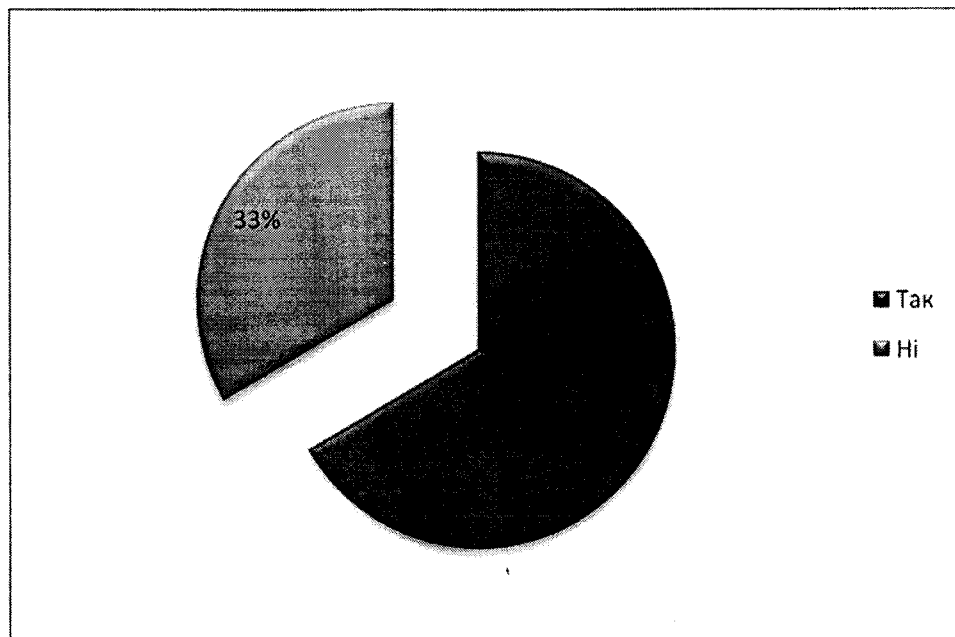
Ми вважаємо, що рівень співпраці із пресою в українських ГО є незадовільним, тому що саме преса є тим інструментом, що формує громадську думку в суспільстві. Постійні позитивні згадування про громадську організацію

можуть тільки збільшити увагу до неї ЦА, сприяти просуванню послуг організації та збільшити довіри з боку громадськості. Однак досягти необхідного ступеня публічності неможливо без постійних контактів із журналістами, виданнями, телебаченням. Громадські організації мають бути добре обізнаними із законами функціонування ЗМІ, розбиратись в актуальних суспільних темах, щоб «потрапляти» в інформаційні потоки. Вони мають постійно готувати інформаційні матеріали для журналістів, організовувати прес-конференції, брифінги, прес-тури. Всі ці заходи потребують певного рівня професіоналізму, знань, навичок і вмінь у співробітників, яка виконують функції зв'язків з громадськістю в організації. Тут недостатньо просто розраховувати на допомогу волонтерів, які часто мають досить туманні уявлення про PR та роботу з пресою.

Відповідно до нашого опитування, 67% ГО проводять конференції, зустрічі і прес-тури для ЗМІ, помітно більший відсоток організацій - 91% - готує інформаційні матеріали, а моніторинг ЗМІ здійснює 82% опитаних ГО.

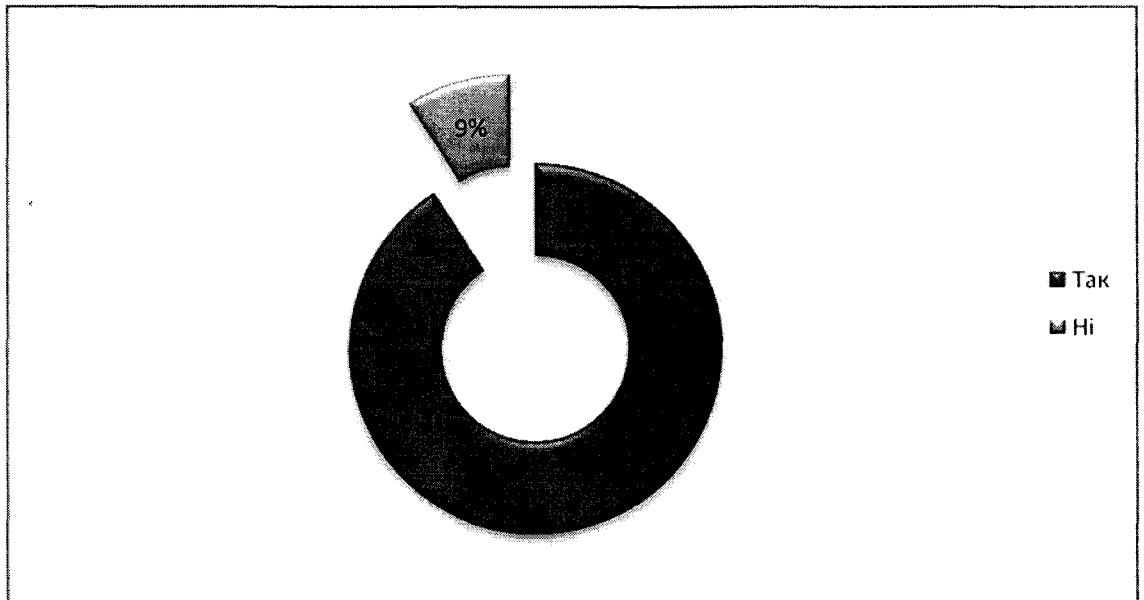
Графік 27.

Організація прес-конференцій, зустрічей, прес-турів для ЗМІ



Графік 28.

Підготовка матеріалів для ЗМІ: прес-релізи, статті.



Графік 29.
Проведення моніторингу ЗМІ



Отже, опитавши ГО по семи заявленим блокам, ми отримати чітку картину системи соціальних комунікацій третього сектору. Кожний розділ дослідження супроводжувався аналітичними доповненнями та невеличкими висновками, коментарями та зауваженнями. В цілому на першу половину 2013 року можна констатувати, що ГО вдаються до роботи за напрямком зв'язків з громадськістю, хоча, як показали деякі пункти нашого дослідження, іноді зусилля, які вони докладають є незадовільними.

Висновки до III розділу

1. Українські ГО часто створюються для реалізації певного проекту на гроші грантодавця і після завершення дії грану фактично припиняють своє існування, не докладаючи при цьому формальних дій для припинення реєстрації як юридичні особи.
2. В українській так само як і в західній практиці найбільш поширеною є модель у відповідності до якої ключові PR-функції в організації виконує її перший керівник.
3. PR поступово займає помітне місце у функціональній структурі українських ГО, він перестає мати характер тимчасових фрагментарних практик і набуває рис цивілізованих PR.
4. Бачення PR українськими працівниками третього сектору є застарілим та таким, що не відображає актуальні потреби ГО. У переважній більшості респондентів відсутнє бачення PR як інструменту розбудови репутаційної складової, що покликаний збільшити довіру громадськості до організації та нарощувати її публіцитний капітал. Бракує українським ГО і системного, комплексного сприйняття інституту PR як механізму, що здатен вирішувати декілька задач одночасно.
5. Протягом останніх трьох років кількість ГО, які мають власний сайт, збільшилась майже в 2,5 рази (у 2010 р. – 33%; у 2013 – 87%). Цю тенденцію можна пояснити тим, що українські ГО почали сприймати веб-сайт як відносно дешевий і ефективний канал комунікації.
6. 97% респондентів вказали, що вони використовують соціальні медіа для комунікації. Отже, українські ГО готові, по-перше, бути «поруч» із споживачами своїх послуг, а по-друге, оперативно реагувати на запити і потреби громадськості.
7. Найпопулярнішою соціальною мережею, яку використовують українські ГО для комунікацій, є Facebook.

8. Окрім веб-сайту та соціальних мереж українські ГО також активно використовують такі демократичні Інтернет канали комунікації як блоги та електронні видання.
9. ПР-зусилля ГО з поширення інформації про свою діяльність набувають все більшого спрямування в площину «нових медій», а такі традиційні канали комунікації як радіо, телебачення та журнали стають другорядними.
10. Українські ГО регулярно контактують з владними структурами і в більшості випадків обидві сторони зацікавлені у співпраці. Проте, співпраця на рівні проектів між ГО та державними структурами досі має епізодичний характер і не стала розповсюдженою практикою.
11. В Україні бракує майданчиків, які б слугували об'єднуючою ланкою між третім сектором та бізнесом.
12. Протягом останніх років все більше ГО розуміють необхідність і, як наслідок, вдаються до написання і публікації річних звітів. Адже річний звіт дозволяє ГО не тільки поширити інформацію, а й бути підзвітними громадськості і «прозорими» у своїй діяльності.
13. Рівень співпраці із пресою в українських ГО є незадовільним: лише 47% опитаних ГО співпрацюють із ЗМІ регулярно, половина ГО вказала про епізодичну співпрацю, а 3% взагалі не вдаються до такої співпраці.
14. В цілому на першу половину 2013 року можна констатувати, що ГО вдаються до роботи за напрямком зв'язків з громадськістю, хоча, як показали деякі пункти нашого дослідження, іноді зусилля, які вони докладають є незадовільними.

ВИСНОВКИ

“A conclusion is simply the place where you got tired of thinking”

Dan Chaon

Отже, становлення громадянського суспільства в Україні мало стихійний характер і було реакцією на «дефіцит соціальних структур» в умовах демократизації. Громадянське суспільство сьогодні в Україні – це динамічна структура, тому воно є цікавим об’єктом для наукових рефлексій та пояснення актуальних суспільних процесів та явищ.

В основі громадянського суспільства в країнах Східної Європи лежать не матеріальні цінності, як на Заході, а дещо інше, як-от: солідарність між членами суспільства, вільне і творче розкриття здібностей кожного індивіда як умови матеріального і культурного розвитку всіх. Тому Україна має добрі шанси, щоб наповнити націотворення етосом громадянського суспільства, шляхом обговорення моральної відповідальності національної спадщини.

Ми вважаємо, що взаємозв’язок громадянського суспільства і ГО можна визначити терміном «інституціолізоване громадянське суспільство». Саме ГО відіграють у цьому конгломераті роль об’єднуючої ланки різноманітних форм асоціативного життя та забезпечують громадянське суспільство певною інфраструктурою, яка є автономною щодо держави.

У результаті опрацювання низки джерел ми прийшли до висновку, що протягом останніх 5-7 років третій сектор в Україні став значно «дорослішим». Якщо на початку 90-х років ГО існували самі по собі, самотужки вирішуючи проблеми різних прошарків та верств населення: дітей, інвалідів, малозабезпечених, то зараз на порядок денний виходить питання об’єднання третього сектору та налагодження співпраці з владою, бізнесом, засобами масової інформації, клієнтами, донорами тощо.

За загальною оцінкою зарубіжних експертів, громадянське суспільство України характеризується як перехідне та неконсолідоване, тобто таке, що не досягло рівня країн розвиненої демократії та зберігає ризик повернення до менш розвиненого стану. Посилаючись на найновіші дослідження

громадянського суспільства, які були проведені міжнародною ГО «Дім свободи» та Агентством США з Міжнародного розвитку, з-поміж основних характеристик сучасного стану розвитку громадянського суспільства в Україні можна виділити:

- 1) зростання кількості офіційно зареєстрованих об'єднань громадян із часткою постійно діючих ГО 8-9% від їх загальної кількості;
- 2) найбільш успішний процес розвитку громадянського суспільства у порівнянні з іншими пострадянськими країнами, окрім країн Балтії
- 3) формування українських ГО не стихійно, а під впливом Західних демократій, які надають фінансування на реалізацію проектів та вирішення актуальних питань;
- 4) наднизький рівень соціального капіталу: кількість громадян, які не довіряють громадським організаціям, протягом тривалого часу стабільно перевищує кількість тих, хто їм довіряє, проте, останніми роками спостерігається зростання довіри до третього сектору;
- 5) позитивні зміни у розбудові благодійності як елементу громадянського суспільства: прийняття нового закону про благодійну діяльність
- б) зростання волонтерської активності;

Апелюючи до практичної частини нашої роботи ми прийшли до висновків, що в українській так само як і в західній практиці найбільш поширеною є модель у відповідності до якої ключові ПР-функції в ГО виконує її перший керівник – 33%. Модель делегування ПР-функцій окремим активістам також є достатньо поширеною (17%). Однак, визначальним для нас є той факт, що чверть опитаних ГО мають штатного ПР фахівця у своєму складі, а 14% - навіть окремі відділи з ПР. Це, безперечно, позитивна тенденція, що свідчить про те, що керівництво ГО починає розуміти необхідність ПР діяльності для оптимізації роботи своїх організацій. Отже, ми можемо говорити про те, що ПР поступово займає помітне місце у функціональній структурі українських ГО, він перестає мати характер тимчасових несистемних практик і набуває цивілізованих рис.

З іншого боку протягом дев'яти років збільшилась кількість тих ГО, які вважають, що ПР-фахівець в організації не потрібен. Якщо в 2004 році таких респондентів було 2,4%, то на квітень 2013 року їх кількість становила 19 % від загальної кількості опитаних. У той же час залишилось на такому ж рівні кількість експертів, які вважають, що потрібно мати штатного ПР-фахівця (2004 - 55,6%; 2013 – 55%), та зменшилась кількість тих, хто вважає, що ПР-фахівця потрібно залучати періодично. Ці данні свідчать, що серед працівників третього сектору таки не сформувалась стійка установка щодо того, що таке зв'язки з громадкістю.

Більшість респондентів вважають, що ПР-відділ/фахівець потрібен в організації для інформування громадськості про напрями її роботи і поточну діяльність. У переважної більшості респондентів відсутнє бачення ПР як інструменту розбудови репутаційної складової, що покликаний збільшити довіру громадськості до організації та нарощувати її публіцитний капітал. Це означає, що потенціал ПР як науки репутаційного менеджменту в організаціях третього сектору практично не використовується. Ця тенденція зумовлена тим, що ГО дуже часто очолюють не професіональні менеджери, а соціальні працівники, вчителі, представники інших професій. Бракує українським ГО і системного, комплексного сприйняття інституту ПР як механізму, що здатен вирішувати декілька задач одночасно. Отже, можна констатувати, що бачення ПР українськими працівниками третього сектору є застарілим та таким, що не відображає актуальні потреби ГО.

Згідно з результатами експертного опитування протягом останніх трьох років кількість ГО, які мають власний сайт, збільшилась майже в 2,5 рази (у 2010 р. – 33%; у 2013 – 87%). Цю тенденцію можна пояснити тим, що українські ГО почали сприймати веб-сайт як відносно дешевий і ефективний канал комунікації, який, до речі, прекрасно виконує функцію інформування громадськості про діяльність організації. 97% респондентів вказали, що вони використовують соціальні медіа для комунікації. Це, безперечно, позитивна тенденція, яка свідчить про те, що українські ГО готові, по-перше, бути

«поруч» із споживачами своїх послуг, а по-друге, оперативно реагувати на запити і потреби громадськості.

Найпопулярнішою соціальною мережею, яку використовують українські ГО для комунікацій, є Facebook. Її зазначило 33% опитаних, друге місце розділили YouTube (20%) та VKontakte (19%). 13% респондентів комунікують за допомогою Twitter, 10% - Google+ , менше всього ГО використовують бізнес-мережу LinkedIn – 3%.

Важливо, що окрім веб-сайту та соціальних мереж українські ГО також активно використовують такі демократичні Інтернет канали комунікації як блоги та електронні видання. Про це вказало 29 опитаних респондентів.

Таким чином, можна констатувати, що ПР-зусилля ГО з поширення інформації про свою діяльність набувають все більшого спрямування в площину «нових медій», а такі традиційні канали комунікації як радіо, телебачення та журнали стають другорядними.

Понад 70% українських ГО вдаються до створення фото, відео, рисованих матеріалів та соціальної реклами. Цікаво, що результати дослідження показали достатньо високу включеність ГО у створення соціальної реклами, яка, на нашу думку, є вкрай необхідною сьогодні в Україні.

Протягом останніх років ГО почали більш ефективно інформувати владу про свою діяльність на національному та місцевому рівнях. Проте, співпраця на рівні проектів між ГО та державними структурами, на жаль, досі має епізодичний характер і не стала розповсюдженою практикою.

79% опитаних ГО співпрацює з бізнес-структурами. Серед основних чинників, які заохочують ГО до співпраці з бізнесом, більшість респондентів виокремили чинник залучення фінансування в грошовій формі та партнерство у певній діяльності. 90% опитаних ГО, вважають, що така співпраця є успішною. З-поміж причин, що заважають співпраці ГО із бізнес-структурами, найбільш вагомою, на думку респондентів, є незнання бізнес-структур про діяльність ГО, також респонденти назвали такі причини як небажання співпрацювати з боку бізнесу та недостатній професіоналізм ГО. Отже, результати показали, що в

Україні бракує майданчиків, які б слугували об'єднуючою ланкою між третім сектором та бізнесом.

Про свою співпрацю з іншими ГО заявило 97% респондентів. Цікаво, що про випуск річних звітів вказала половина організацій. Це є дуже добрим показником, який свідчить, що протягом останніх років все більше ГО розуміють необхідність і, як наслідок, вдаються до написання і публікації річних звітів. Адже річний звіт дозволяє ГО не тільки поширити інформацію, а й бути підзвітними громадськості і «прозорими» у своїй діяльності.

Згідно з отриманими результатами лише 47% опитаних ГО співпрацюють із ЗМІ регулярно, половина ГО вказала про епізодичну співпрацю, а 3% взагалі не вдаються до такої співпраці. Ми вважаємо, що рівень співпраці із пресою в українських ГО є незадовільним, тому що саме преса є тим інструментом, що формує громадську думку в суспільстві. Постійні позитивні згадування про громадську організацію можуть тільки збільшити увагу до неї ЦА, сприяти просуванню послуг організації та збільшити довіри з боку громадськості. Однак досягти необхідного ступеня публічності неможливо без постійних контактів із журналістами, виданнями, телебаченням. Громадські організації мають бути добре обізнаними із законами функціонування ЗМІ, розбиратись в актуальних суспільних темах, щоб «потрапляти» в інформаційні потоки. Вони мають постійно готувати інформаційні матеріали для журналістів, організовувати прес-конференції, брифінги, прес-тури. Всі ці заходи потребують певного рівня професіоналізму, знань, навичок і вмінь у співробітників, яка виконують функції зв'язків з громадськістю в організації. Тут недостатньо просто розраховувати на допомогу волонтерів, які часто мають досить туманні уявлення про PR та роботу з пресою.

Таким чином, ставлення до зв'язків з громадськістю в ГО мають насамперед змінити перші керівники ГО. Вони мають:

- 1) делегувати повноваження із PR фахівцям, а не спеціалістам дотичних спеціальностей і напрямків роботи;

- 2) постійно радитись з компетентними ПР-професіоналами;
- 3) розуміти логіку і дотримуватись загальних засад управління ПР-процесом організації (дослідження і аналіз, визначення цілей політики, розробка програми, дія і комунікація, зворотній зв'язок, оцінка і корекція програми, дослідження і аналіз);
- 4) під час ухвалення рішень завжди зважати на їх наслідки для ГО;
- 5) підтримувати безперервний двосторонній зв'язок (комунікацію) з внутрішньою і зовнішньою громадськістю;
- 6) ретельно координувати практичні дії зі своїми усними заявами;
- 7) чітко визначати мету діяльності відносно зв'язків з громадськістю;
- 8) використовувати досвід колег у своїх ПР-діяльності.

Якщо в організації вже створений відділ ПР або працює штатний ПР-фахівець, то він має:

1. захищати організацію, інтерпретувати її позиції, функцію, мету, завдання та програми;
2. всіляко розширювати зв'язки з громадськістю, зміцнювати репутацію організації та її сприйняття партнерами, ЗМІ, державними установами та іншими групами стейкхолдерів;
3. реалізовувати сучасні ефективні програми з питань публіситі та комунікації з місцевими громадами;
4. постійно інформувати ЦА про проблеми своєї сфери;
5. домагатись кращого розуміння своєї ролі в житті суспільства та внеску у вирішення конкретних суспільних проблем;
6. пояснювати цінність і користь членства в своїй організації потенційним клієнтам;
7. консультувати керівництво з найважливіших питань публічної політики організації, її впливу на розвиток сфери своєї діяльності;
8. інтегрувати всі комунікаційні функції своєї організації;
9. допомагати формуванню сприятливої громадської думки про роль ГО в опікуванні проблемами людей.

Список використаної літератури:

1. World Giving Index 2012: A Global View of Giving Trends, - Dec.2012 Charities Aid Foundation
2. Індекс сталості НУО України, 2011 Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) та ТЦК // 15 вид., черв. 2012 р. – 10 с.
3. Катліп, Скотт, М., Сентер, Аллен, Х., Блум, Глен, М. Паблік рилейшинз. Теорія и практика, 8-е изд.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.:Издательский дом «Вильямс», 2001. – 624 с.: ил. – Парал. тит. англ.
4. Кисельов С.О. Кундеревиц О.В. Традиційне та інноваційне в уявленнях про громадянське суспільство в Україні // Наукові записки: Політичні науки, Т.57. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – с. 5-9.
5. Китчен Ф. Паблік рилейшинз: принципи и практика: Учеб. пособие для вузов /Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерємина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 454 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 5-238-00603-9 (русск.)
6. Коник Д.Л. Формування зв'язків із громадськістю в неурядових організаціях України: соціологічний аналіз [Текст] : дис..канд. соціол. наук: 22.00.04 / Коник Дмитро Леонідович ; НАН України, Інститут соціології. - К., 2006. - 213 арк.: рис., табл. - арк. 205-213
7. Коник Д.Л. Формування зв'язків з громадськістю в неурядових організаціях України: соціологічний аналіз: Автореф. дис. канд.. соціол. наук: 22.00.04 / Д.Л. Коник; НАН України. Ін-т соціології. – К., 2007. -16 с. – укр.
8. Королько В.Г. Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: Підр. для студентів вищих навчальних закладів / 3-те вид., доповн. і переробл. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.

9. Кулиш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій. Практичні поради на щодень. – Київ: Український освітній центр реформ, „Вінрок Інтернешнл”, 2003
10. Любов Паливода, Софія Голота Стан та динаміка розвитку неурядових організацій України 2002-2010 роки: Звіт за даними дослідження Любов Паливода, Софія Голота. – Київ: ТОВ «Видавничий Дім «КуПол», 2010. – 118 с.
11. Молодь громадські організації – громадянське суспільство. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Київ, 27-28 вересня 2001 р. – 100 с.
12. Нанівська В. Розвиток недержавних організацій в Україні. – К.: «Міжнародний центр перспективних досліджень», 2001. – 16 с.
13. Пасько І.Т., Пасько Я.І. Громадянське суспільство і національна ідея. (Україна на тлі європейських процесів. Компаративні нариси). — Донецьк: ЦГО НАН України, УКЦентр, 1999. - 184 с.
14. Патеї-Братасюк М., Довгунь Т. Громадянське суспільство: сутність, генеза ідеї, особливості становлення в Умовах сучасної України. – Тернопіль, 1999. – 254 с.
15. Показники розвитку громадянського суспільства в Україні / О. Ю. Вінніков, А. О. Красно сільська, М. В. Лациба ; Укр. незалеж. центр політ. дослідж. — К. : [Агентство “Україна”], 2012. — 80 с.
16. Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні: доповідь. - К.: «Національний інститут стратегічних досліджень», 2012. – 56 с.
17. Протести, перемоги і репресії в Україні: результати моніторингу 2012 р. / За ред. В. Іщенка. – К.: Центр дослідження суспільства, 2013. – 88 с.
18. Real civil societies: dilemmas of 'institutionalization, London; Sage Publications, 1998. Thousand Oaks, California edited by Jeffrey C. Alexander -Introduction
19. Seligman, A. The idea of civil society/1992, N.Y. The Free Press – Introduction, 1. The Modern Idea of Civil Society

20. Соціальне партнерство – майбутнє третього сектора: нарис моделей соціального партнерства в Україні. – К.: Творчий центр Каунтерпарт, 2000. – 176 с.
21. Соціальний капітал сьогодні: стан розвитку ОГС. – К.: «Український незалежний центр політичних досліджень», 2011. – 13с.
22. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектору: методичний посібник / За ред. В.Г.Королька. – К.: 2003. – 216 с. – с. 45 – 48.
23. Тищенко В.Г. Функції НУО в умовах суспільних трансформацій в Україні (друга половина 1990-х – початок 2000-х років)//«Гілея: науковий вісник»: Збірник наукових праць. - К., 2011. Випуск 50 (8).
24. Тищенко, Ю. А. Громадянське суспільство в Україні та "політика ідентичності" / Ю. Тищенко, С. Горобчишина ; Укр. незалеж. центр політ. дослідж. – К. : [Агентство "Україна"], 2010. – 76 с. – Авт. зазнач. на звороті тит. - ISBN 978–966–2157–31–4
25. Українська політична нація: Генеза, стан, перспективи / В.С. Крисаченко, М.Т. Степіко, О.С. Власюк та ін.; В.С. Крисаченко. – К.: НІСД, 2003. – с. 421.
26. Український незалежний центр політичних досліджень. Паспорт громадянського суспільства України: базова оцінка розвитку громадянського суспільства, 2012 р. – 20 с.
27. 2010 NGO Sustainability Index for Central and Eastern Europe and Eurasia. – 14th Edition – November 2011
28. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектору: методичний посібник / За ред. В.Г.Королька. – К.: 2003. – 216 с.

Електронні джерела:

29. State of the Media: The Social Media Report 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nielsen.com/us/en/reports/2012/state-of-the-media-the-social-media-report-2012.html>. - Назва з титул. екрану.
30. World Map of Social Networks [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>. - Назва з титул. екрану.
31. В Україні зростає кількість судових заборон мирних зібрань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/71246>
32. Кількість суб'єктів ЄДРПОУ за організаційно-правовими формами господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. - Назва з титул. екрану.
33. Благодійність: тепер за новим законом: інтерв'ю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24893962.html>
34. Nations in Transit — Ukraine (2011) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.freedomhouse.org/sites/default/files/inline_images/NIT-2011-Ukraine.pdf.
35. Фукуяма Ф. Примат культури [Електронний ресурс] : - Режим доступу: <http://www.azh.com.ua/lib/prymat-kultury>
36. Указ Президента України № 212/2012 Про Стратегію державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні та першочергові заходи щодо її реалізації [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/14621.html>. – Назва з титул. екрану.
37. Закон України «Про об'єднання громадян» [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2460-12>. - Назва з титул. екрану.
38. Закон України «Про громадські об'єднання» [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>. - Назва з титул. екрану.

39. Закон “Про благодійництво та благодійні організації” [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/531/97-%D0%B2%D1%80>. - Назва з титул. екрану.
40. Закон «Про благодійну діяльність і благодійні організації» [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5073-17>. - Назва з титул. екрану.
41. Закон “Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності” [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1045-14>. - Назва з титул. екрану.
42. Закон “Про молодіжні та дитячі громадські організації” [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/281-14>
43. Закон “Про органи самоорганізації населення” [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2625-14>. - Назва з титул. екрану.
44. Закон “Про політичні партії в Україні” [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2365-14>. - Назва з титул. екрану.
45. Закон України «Про волонтерську діяльність» [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3236-17>. - Назва з титул. екрану.
46. Закону України «Про охорону навколишнього середовища» [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>. - Назва з титул. екрану.
47. «Основи законодавства України про охорону здоров'я» [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>. - Назва з титул. екрану.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Анкета, використана для опитування ГО України

Шановні колеги,

Кафедра зв'язків з громадськістю Національного університету «Києво-Могиллянська академія»

Просить Вас взяти участь у анкетному опитуванні.

Попередньо дякуємо за співпрацю!

1. Чи передбачено в структурі Вашої організації відділ (особа) із зв'язків з громадськістю (потрібно підкреслити)? Так Ні
2. Конкретизуйте хто виконує обов'язки із зв'язків з громадськістю в вашій організації (оберіть актуальний варіант відповіді):

Директор організації	
Штатний PR-фахівець (часткова зайнятість)	
Відділ зв'язків громадськістю	
Активіст	
Інше, конкретизуйте:	

3. Чи потрібно, на Вашу думку, неурядовим організаціям користуватись послугами фахівців з PR (оберіть актуальний варіант відповіді):

Потрібно мати штатних PR-фахівців (відділ)	
Потрібно періодично залучати PR-фахівців (аутсорсинг)	
Такий фахівець в організації не потрібен	

4. Для чого це потрібно організації?

5. Чи має Ваша організація власну веб-сторінку (потрібно підкреслити):

Так Ні

6. Якщо так, як часто вона оновлюється? *Оберіть актуальну позицію.*

Не оновлюється	
----------------	--

Раз на три місяці	
Щомісяця	
Щотижня	
Декілька разів на тиждень	
Щодня	

7. Чи докладала Ваша організація зусилля по просуванню сайту з метою привернення уваги цільових аудиторій до організації? Так Ні
8. Чи використовує Ваша організація соціальні медіа для комунікації? Так Ні
9. Які саме соціальні мережі Ви використовуєте в роботі? (оберіть всі актуальний варіант відповідей):

Vkontakte	
Facebook	
Twitter	
Google+	
YouTube	
LinkedIn	
Інше:	

10. Чи Ваша організація брала участь у створенні відеороликів і відеокліпів?

Так Ні

11. Чи Ваша організація брала участь у створенні рисованих чи фотоплакатів?

Так Ні

12. Чи долучалась Ваша організація до створення соціальної реклами? Так Ні

Блок II. Співпраця з іншими ГО

13. Чи співпрацює Ваша організація з іншими громадськими організаціями? Так Ні

14. Якщо так, які види співпраці існують між Вашою організацією та іншими ГО (можна обрати всі актуальні варіанти відповідей):

Обмін інформацією	
Спільна діяльність	
Консультації	
Партнерські проекти	
Надання послуг	
Зустрічі	

15. Чи обізнані Ви з діяльністю ГО, які вирішуються такі самі питання як і Ваша організація?

Не обізнані	
Недостатньо обізнані	
Обізнані	
Дуже обізнані	

16. Чи вважаєте Ви, що така співпраця є успішною?

Так

Ні

17. Які чинники, на вашу думку, заважають успішній співпраці ГО?

Амбіційність лідерів і конфліктність між ними	
Недостатній професіоналізм НУО	
Конкуренція за фонди і ресурси	
Нестача інформації про діяльність та місії інших ГО	
Труднощі, які виникають у процесі співпраці	
Немає необхідності у такій співпраці	

18. На Вашу думку, співпраця між ГО дозволяє (можна обрати всі актуальні варіанти відповідей):

Підвищити якість наданих послуг шляхом залучення додаткового досвіду	
--	--

Розширити діяльність і збільшити результативність	
Зекономити ресурси	
Не є такою, що сприяє оптимізації роботи організації	

Блок III. Співпраця з бізнесом

19. Чи співпрацює Ваша організація з бізнес-структурами?

Так Ні

20. Якщо так, то які чинники заохочують Вас до співпраці з бізнесом (можна обрати всі актуальні варіанти відповідей):

Залучити фінансування в грошовій формі	
Залучити допомогу в не грошовій формі	
Партнерство у певній діяльності	
Залучити досвід для оптимізації роботи (покращити програми/послуги)	

21. Чи вважаєте Ви, що така співпраця є успішною?

Так

Ні

22. Які чинники, на Вашу думку, заважають успішній співпраці бізнесу з ГО?

Небажання співпрацювати з боку бізнесу	
Незнання бізнес-структур про діяльність ГО	
Недостатній професіоналізм ГО	
Труднощі, які виникають у процесі співпраці	
Небажання співпрацювати з боку ГО	
Немає необхідності	

Блок IV. Співпраця з донорськими організаціями

23. Чи співпрацює Ваша організація з донорськими організаціями?

Так Ні

24. Яких Ви залучаєте донорів?

<i>Міжнародні фонди</i>	
<i>Українські фонди</i>	
<i>Благодійні фонди</i>	
<i>Державне фінансування</i>	

Блок V. Співпраця з громадськістю

25. Як часто Вам доводиться зустрічатись з громадськістю як представник ГО?

Нерегулярно	
Раз на квартал	
Раз на місяць	
Раз на тиждень	
Декілька разів на тиждень	
Щодня	

26. Якими способами ви поширюєте інформацію про Вашу організацію та її діяльність (можна обрати всі актуальні варіанти відповідей):

Подаємо інформація в пресу	
Поширюємо буклети, листівки про організацію	
Проводимо презентації	
Через сторінку організації в соціальних медіа	
Через власну веб-сторінку	
Видаємо власний бюлетень	
Видаємо річні звіти	

Блок VI. Співпраця зі ЗМІ

27. Як ви можете означити характер Вашої співпраці зі ЗМІ?

Регулярний Епізодичний Не співпрацюємо

28. Зазначте види ЗМІ через які найчастіше поширюється інформація про Вашу організацію та її діяльність?

Газети	
Радіо	
Телебачення	
Журнали	
Соціальні мережі, блоги	
У жодних	

29. Чи проводить Ваша організація конференції, зустрічі, прес-тури для ЗМІ?

Так

Ні

30. Чи готує Ваша організація матеріали для ЗМІ: прес-релізи, статті тощо?

Так

Ні

31. Чи проводите Ваша організація моніторинг ЗМІ?

Так

Ні

Блок VII. Особисті данні

✓ П.І.П. _____

✓ Назва організації, в якій Ви працюєте _____

✓ Ваша посада _____

✓ Ваша стаття _____

**Ми дуже вдячні за те,
що Ви погодились заповнити дану анкету!**

Додаток Б.
Список респондентів

№	П.І.Б.	Назва організації	Посада
1	Кицюк Максим Васильович	ВМГО "Фундація регіональних ініціатив"	голова ВМГО
2	Грицак Любомир Богданович	ВГО "Інститут Політичної Освіти"	керівник проектів
3	Самойленко Ірина Миколаївна	Волинське регіональне відділення Асоціації міст України	виконавчий директор
4	Томчук Олександр Вікторович	ВГО «Фронт змін»	координатор
5	Ніцполь Світозар Ігорович	ВМГО «Молодий Рух»	заступник голови
6	Перевізник Віталій Васильович	Громадський інститут аналітики	голова
7	Томенчук Ростислав	Український інститут міжнародної політики	засновник
8	Семеняченко Ігор Валентинович	Громадська організація "Фонд Розвитку Громади Міста Кременчука"	голова правління
9	Колесник Дмитро Сергійович	Національна скаутська організація України «Пласт»	виконавчий директор
10	Бахтиєв Руслан Абдулхаєвич	Всеукраїнський благодійний фонд «Зоряна Мрія»	куратор
11	Надія Чорна	Міжнародний благодійний фонд «Карітас України»	менеджер з комунікацій
12	Герасимчук Федір Миколайович	ПБО "Надія і житло для дітей" в Україні	менеджер з адміністративної діяльності

13	Ярослав Ярославовий	Благодійний фонд «Свічадо»	засновник
14	Ліза Рай	"Ла Страда-Україна"	директорка департаменту комунікацій
15	Гнатюк Валерій Йосипович	Волинське відділення Українського фонду культури	голова правління
16	Куліш Андрій Анатолійович	Волинський благодійний фонд "Співдружність- Волинь"	консультант
17	Пономаренко Лідія Вікторівна	Асоціація аналітичних громадських організацій «Соціально-економічні стратегії та партнерства» (Асоціація СЕСП)	керівник відділу зв'язків з громадськістю
18	Дем Юлія Володимирівна	Молодь Демократичного альянсу	член правління
19	Чорна Марина Дмитрівна	Акція спокути заради миру	заступник голови
20	Гоцик Юлія Андріївна	Європейська Бізнес Асоціація	керівник департаменту комунікацій
21	Силюк Вадим Андрійович	Волинське молодіжне громадське об'єднання	заступник голови
22	Елла Ламах	Директор програм Центру «Розвиток демократій»	директор
23	Філіппов Євгеній Олегович	Freedom Corps	голова правління
24	Антощук Юрій Володимирович	Херсонський обласний благодійний фонд «Об'єднання»	виконавчий директор

25	Максим Лациба	Український незалежний центр політичних досліджень	керівник програми розвитку громадянського суспільства
26	Грисюк Віктор Миколайович	Волинська громадська організація «Фонд місцевого розвитку»	експерт, керівник проектів
27	Дутчак Оксана	Центр дослідження суспільства	заступниця керівника відділу вивчення соціальних протестів
28	Алла Прунь	Інформаційно-аналітичний центр «Громадський Простір»	виконавчий директор
29	Писаренко Антон Миколайович	Ліга політологів-міжнародників «ДИПКОРПУС»	директор політичного департаменту
30	Баковський Олег Богданович	ВОГО "Луцький джазовий клуб"	президент
31	Жданова Ірина	НГО "Фонд "Відкрита політика"	директор