

Список використаних джерел

1. Роль фідбеку (відгуків про роботу учня) в академічній успішності учня – британське дослідження. *Нова українська школа*. URL: <https://nus.org.ua/2023/02/22/rol-fidbeku-vidgukiv-pro-robotu-uchnya-v-akademichnij-uspishnosti-uchnya-brytanske-doslidzhennya/> (дата звернення: 09.11.2025).
2. Рівень вебдоступності державних сайтів в Україні поступово зростає четвертий рік поспіль. *UNDP*. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/riven-vebdostupnosti-derzhavnykh-saytiv-v-ukrayini-postupovo-zrostaye-chetvertyy-rik-pospil> (дата звернення: 10.11.2025).
3. Чернушенко А. Усе, що ви хотіли знати про Similarweb: гайд по основним функціям сервісу. *Webpromo*. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/use-sho-vi-hotili-znati-pro-similarweb-gajd-po-osnovnim-funkciyam-servisuv/> (дата звернення: 09.11.2025).
4. Як користуватися сервісом SimilarWeb. *Cityhost*. URL: <https://cityhost.ua/uk/blog/obzor-servisa-similarweb.html> (дата звернення: 10.11.2025).
5. Раскопа Н., Трішкін В. Похибка у 50 %. Дослідили, наскільки точні дані віддає Similarweb, Ahrefs та Semrush. *PROMODO*. URL: <https://www.promodo.ua/blog/pohibka-u-50-doslidili-naskilki-tochni-dani-viddae-similarweb-ahrefs-ta-semrush> (дата звернення: 11.11.2025).



УДК 332.143:316.77(477.81)

Швая Сергій Федорович

*(наук. керівник – канд. пед. наук, доцент Черніговець Т. І.)
Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне*

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ВАРАСЬКОГО РАЙОНУ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Анотація. У дослідженні висвітлено інформаційно-комунікаційну діяльність Зарічненської селищної ради – головного офісу однойменної територіальної громади Вараського р-ну Рівненської обл. Розкрито поняття «територіальна громада» та правові засади її функціонування. Висвітлено сутність інформації, комунікації та інформаційно-комунікаційної діяльності Зарічненської селищної ради, її суб'єкти, форми, тематичний моніторинг і роль у забезпеченні управлінського процесу в територіальній громаді.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційна діяльність, органи місцевого самоврядування, Зарічненська селищна рада, територіальна громада.

Одним із пріоритетних напрямів діяльності органів місцевого самоврядування (територіальних громад) на сучасному етапі воєнного стану є інформаційно-комунікаційна, як фактор діалогу з громадянами та організаціями громадянського суспільства на місцях. Наше дослідження ґрунтується на матеріалі діяльності Зарічненської територіальної громади Вараського р-ну, адміністративним центром якої є Зарічненська селищна рада (Голова селищної ради – Б. В. Квачук), що функціонує на основі Законів «Про місцеве самоврядування в Україні» (1997) та «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» (1997).

Територіальна громада була сформована на основі колишнього Зарічненського району і характеризується як спільнота жителів населених пунктів (сіл,

селищ), об'єднана загальними інтересами власного життєзабезпечення, самостійного, в межах законів, вирішення питань місцевого значення як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування [2]. В цьому контексті слушною є думка Н. Васиньової, яка підкреслює, що основою життєдіяльності громади є діалог між органами місцевого самоврядування та громадськістю. Він підвищує довіру до влади, забезпечує створення передумов для вдосконалення управління на місцевому рівні, забезпечує активізацію та залучення різних верств населення до самоврядування в громаді [3, с. 124].

Актуальність сказаного вище в нинішніх умовах воєнного часу підтверджується науковими дослідженнями проблематики інформаційно-комунікаційної діяльності органів місцевого самоврядування, які провели вітчизняні автори: Н. Васиньова, С. Барабаш, В. Заблоцький, А. Гуцол, В. Мазур, О. Михайловська, О. Соснін.

Розглянемо сутність понять «інформація», «комунікація» та «інформаційно-комунікаційна діяльність». Інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому соціальному середовищі. Інформація становить основу інформаційної діяльності, що є базою управління в державній сфері. Комунікація в системі управління визначається як рух інформації, інструмент діалогу між учасниками управлінського процесу – зазначає В. Мазур [5]. Інформаційно-комунікаційна діяльність у контексті нашого дослідження визначена нами як процес поширення суб'єктом (селищною радою) необхідної інформації у територіальній громаді з метою організації комунікаційного процесу відповідно до цілей комунікації.

Суб'єктами комунікації у нашому дослідженні виступають Зарічненська селищна рада та 11 старостинських округів, які входять у її структуру. Вони забезпечують конституційне право громадян на інформацію, тому головне завдання органів влади на місцях – надання публічних (громадських, муніципальних, соціальних, адміністративних, управлінських, документно-інформаційних) послуг населенню з метою задоволення його потреб в інформації у різноманітних сферах життєдіяльності. Особливу увагу звернено на задоволення інформаційних потреб внутрішньо-переміщених осіб, які проживають у громаді (питання житла, соціального забезпечення, працевлаштування, охорони здоров'я, навчання дітей шкільного віку тощо).

У сфері інформаційно-комунікаційної діяльності Зарічненської селищної ради функціонують дві інформаційно-комунікативні системи:

а) внутрішня (комунікації, що забезпечують взаємодію суб'єктів різних рівнів управління, підрозділів, посадовців шляхом налагодження комунікаційних каналів у процесі професійних контактів, обміну документацією, функціонування електронних засобів зв'язку тощо);

б) зовнішня (комунікації місцевих органів самоврядування з державними, у підпорядкуванні яких чи на території яких вони знаходяться: наприклад, для Зарічненської селищної ради такими є районна державна адміністрація та районна рада), а також різні групи громадськості. Поняття громадськості тери-

торіальних громад включає певні соціальні групи населення та окремих громадян, які є отримувачами різноманітних інформаційно-комунікаційних послуг – зазначає О. Михайловська [6].

У межах інформаційно-комунікаційної діяльності Зарічненської селищної ради і старостинських округів територіальної громади за здійсненим тематичним моніторингом визначено провідні сфери: воєнна, економічна, соціальна, гуманітарна, земельні питання, екологія тощо.

Співпраця громадськості з селищною радою активно реалізується у спільних проєктах, робочих групах, бюджеті участі, громадській раді, громадських ініціативах, пропозиціях щодо внесення змін до проєктів рішень, ініціюванні питань для розгляду органами місцевого самоврядування, консультаціях з громадськістю. Це свідчить про активне використання в селищній раді технологій інформаційно-комунікаційного менеджменту. На думку О. Сосніна, «парадигма інформаційно-комунікативного менеджменту, визначає інформацію як базовий компонент інформаційно-комунікаційної системи будь-якої організації, що розвивається за рахунок активного застосування інформаційно-комунікативних технологій і систем» [7, с. 159].

Провідними формами інформаційно-комунікаційної діяльності Зарічненської селищної ради і старостинських округів є такі:

а) ділові наради, зустрічі, загальні збори жителів, сесії селищної ради, публічні консультації, пресконференції, громадські слухання, «круглі столи», інтерв'ю з керівником селищної ради та старостинських округів, особистий прийом громадян головою та спеціалістами селищної ради;

б) ведення сайту селищної ради, наповнення рубрик актуальною інформацією; розміщення нормативно-правових документів, планів роботи, звітів, проєктів, матеріалів сесій на сайті у відкритому для громадськості доступі;

в) підготовка інформаційних бюлетенів, пресрелізів, фото-відеоматеріалів, експрес-інформації, презентацій; забезпечення публікацій у місцевій пресі; розміщення WEB-сторінок у мережі Інтернет, у соціальних мережах та організація в них комунікацій з громадськістю.

Отже, інформаційно-комунікаційна діяльність є провідним напрямом функціонування Зарічненської селищної ради, від якого залежить вирішення життєзабезпечення та інформаційних потреб громадян територіальної громади. У такий спосіб вона виконує важливу місію – реалізацію державної та регіональної політики на місцях у сучасних умовах воєнного стану шляхом активного інформаційно-комунікаційного діалогу з громадськістю.

Список використаних джерел

1. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
3. Васиньова Н. С. Налагодження діалогової комунікації в органах місцевого самоврядування. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2022. Т. 33(72), № 5. С. 121–125.
4. Зарічненська територіальна громада. URL: <https://zartg.gov.ua>

5. Мазур В. Г. Комунікації як механізм взаємодії органів державної влади та громадськості на регіональному рівні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2011. № 8.
6. Михайловська О. В. Деякі аспекти комунікативної взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 1(5). С. 56–63.
7. Соснін О. В. Проблеми розвитку інформаційно-комунікаційної діяльності людини в сучасному світі. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*: зб. наук. праць. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. Т. 12. С. 154–170, 159.



УДК: 659.44:378]:004]-047.44

Штрикуль Катерина Русланівна
 (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент *Чередник Л. А.*)
 Національний університет «Полтавська політехніка
 імені Юрія Кондратюка», м. Полтава

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ DIGITAL-РЕКЛАМИ У PR-КОМУНІКАЦІЯХ ЗВО: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Анотація. Досліджено особливості використання інструментів digital-реклами у PR-комунікаціях закладів вищої освіти. Проведено порівняльний аналіз Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтавського державного аграрного університету та Полтавського державного медичного університету. Визначено переваги комплексного підходу та окреслено напрями вдосконалення PR-стратегій інших ЗВО.

Ключові слова: digital-реклама, PR-комунікації, заклади вищої освіти, брендинг, соціальні мережі.

У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства заклади вищої освіти активно використовують інструменти digital-реклами як складник PR-комунікацій. Це зумовлено зростанням конкуренції на ринку освітніх послуг, необхідністю формування позитивного іміджу та ефективного залучення абітурієнтів через цифрові канали.

Digital-реклама в PR-комунікаціях ЗВО охоплює соціальні мережі, офіційні вебсайти, контекстну та таргетовану рекламу, відеоконтент, email-маркетинг. Її особливістю є поєднання інформаційної та іміджевої функцій, що дає змогу не лише інформувати, а й формувати бренд університету [2].

Для порівняльного аналізу було обрано три заклади вищої освіти міста Полтави: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтавський державний аграрний університет та Полтавський державний медичний університет.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» демонструє найбільш системний та ефективний підхід до використання digital-інструментів у PR-комунікаціях. Комунікаційна стратегія університету базується на активній присутності у соціальних мережах, зокрема Instagram, TikTok і Facebook, регулярному створенні якісного відеоконтенту, використанні таргетованої реклами для залучення абітурієнтів, а також просуванні міжнарод-