

**Олена ХОХБА**

аспірант

*Науковий керівник:*

**Мирослав ТРЕЦОВ**

професор кафедри управління  
та адміністрування Дніпропетровського  
державного університету внутрішніх  
справ (м. Дніпро, Україна),  
доктор наук з державного управління

## **РЕПУТАЦІЙНІ РИЗИКИ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА АНТИКРИЗОВА КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ**

У своїй діяльності органи місцевого самоврядування стикаються не лише з фінансовими, корупційними ризиками, а й із репутаційними. При чому останні можуть спричиняти безпосередній негативний вплив на всі процеси розвитку територіальної громади. Тому упередження, протидія та мінімізація репутаційних ризиків повинна займати одне із ключових місць в управлінській діяльності керівників органів місцевого самоврядування.

Виділяють зокрема внутрішні та зовнішні репутаційні ризики.

До основних внутрішніх репутаційних ризиків органів місцевого самоврядування відносимо такі:

– ризики, пов’язані із використанням бюджетних коштів (факти нецільового використання коштів, незаконне привласнення коштів посадовими, закупівлі за завищеними цінами тощо);

– ризики, пов’язані із корупційними правопорушеннями керівництва та службовців органу місцевого самоврядування (хабарі, лобіювання, вимагання неправомірної додаткової плати з отримувачів публічних послуг, порушення законодавства тощо);

– ризики, пов’язані із недобросовісним виконанням керівництва та службовців органу місцевого самоврядування професійних обов’язків (неякісне та невчасне надання публічних послуг тощо);

– ризики, пов’язані із неефективною управлінською політикою керівництва;

– ризики, пов’язані із недостатністю або невчасністю фінансування видатків місцевого бюджету;

– ризики, пов’язані із порушенням прав членів територіальної громади.

До основних зовнішніх ризиків відносимо такі:

– ризики, пов’язані із упередженим (переважно негативним) ставленням суспільства до органів влади, бюджетних установ та організацій;

– ризики, пов’язані із невідповідністю наданих публічних послуг чи

результатів реалізації проєктів розвитку громади очікуванням населення (негативні відгуки, чутки тощо);

- ризики, пов'язані із інформаційними атаками політичних опонентів;
- ризики, пов'язані із надзвичайними ситуаціями (епідемії).

Отже, слабкими сторонами в комунікаційній діяльності органу місцевого самоврядування є такі:

- негативне ставлення суспільства до органів влади загалом;
- специфіка діяльності органів місцевого самоврядування (брак фінансування, невчасність фінансування, обмеженість менеджменту жорсткими законодавчими рамками, складність впровадження інновацій тощо);
- присутність політичного інтересу, наявність опозиції;
- низька оплата праці службовців органу місцевого самоврядування, бюджетних установ та організацій порівняно із закладами приватного сектору;
- високі ризики корупції в бюджетному секторі.

З метою упередження, протидії та мінімізації корупційних ризиків органи місцевого самоврядування повинні розробляти та впроваджувати відповідні антикризові комунікаційні стратегії (плани). Метою такої стратегії є упередження та мінімізація репутаційних втрат внаслідок виникнення репутаційного ризику. Антикризова стратегія (план) передбачає заходи, що реалізуються у рамках певних етапів.

Профілактичний етап – підтримка позитивного іміджу органу місцевого самоврядування, формування іміджу нетерпимості до будь-яких проявів неефективного управління (нецільового витрачання бюджетних коштів, корупції, надання неякісних публічних послуг тощо). Заходи передбачають постійне інформування як працівників органу місцевого самоврядування, так і зовнішніх стекхолдерів та бенефіціарів щодо системної роботи.

Моніторинг – поява невеликих негативних повідомлень у ЗМІ про роботу органу місцевого самоврядування. Заходи: постійний моніторинг висвітлення у ЗМІ тем, що стосуються діяльності органу місцевого самоврядування, та відповідних тенденції у висвітленні (версії, інтерпретації, чутки) з подальшим прогнозуванням розвитку ситуації.

Перехоплення ініціативи і задання напряму розвитку теми. Такі заходи, як формулювання та оприлюднення офіційної позиції керівництва органу місцевого самоврядування (політика «єдиного голосу»), дозволять мінімізувати небажані реакції на подію та рівень контролю інтерпретації ситуації з боку ЗМІ та боротьбу з чутками.

Кризовий етап – повідомлення у ЗМІ про фінансові, ресурсні, людські збитки внаслідок конкретного випадку. Заходи: активне розповсюдження ключових повідомлень по різних інформаційних каналах залежно від цільових груп; розробка медіазаготовок, присутність посадових осіб в інформаційному просторі з узгодженими коментарями.

Посткризовий етап – ЗМІ намагаються повертатись до теми, проблеми,

винних, відповідальних, збитків. Заходи: просування позиції органу місцевого самоврядування щодо ліквідації наслідків та упередження повторення.

Відновлення репутації – узагальнення результатів роботи щодо ліквідації наслідків негативного випадку, покриття збитків, а також профілактичних заходів з метою унеможливлення повторення подібних випадків.

**Анастасія АНДРУША**

студентка ННІ права  
та інноваційної освіти

*Науковий керівник:*

**Тамара ШУБЕНОК**

старший викладач кафедри  
соціально-гуманітарних дисциплін  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ  
(м. Дніпро, Україна)

## **КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ОСОБИСТІСТНОГО ЗРОСТАННЯ УЧНЯ**

Критичне мислення – це здатність ставити нові запитання, розвивати різні аргументи та приймати зважені рішення. Метою даної технології є забезпечення розвитку критичного мислення шляхом інтерактивної інтеграції учнів у навчальний процес. Критичне мислення сприяє взаємній повазі між партнерами, порозумінню та продуктивній взаємодії між людьми; полегшує розуміння різних «світоглядів»; дозволяє учням за допомогою своїх знань заповнити ситуації з високим ступенем невизначеності важливості, створити основу для нових видів людської діяльності.

Технологія містить кілька етапів:

I етап «Виклик» (актуалізація суб'єктивного досвіду).

II етап «Розуміння».

III рівень «Розгляд».

Перший етап – це виклик. Його присутність на кожному занятті є обов'язковою.

Цей етап дозволяє:

- актуалізувати та узагальнити знання учня з теми чи проблеми;
- викликати постійний інтерес до теми, мотивувати учнів до навчальної діяльності;
- сформулювати запитання, на які б хотілося отримати відповіді;
- спонукати учня до активної роботи в класі та вдома [3].

На етапі виклику оновлюються наявні знання з оголошеної теми, тобто ще до ознайомлення з текстом (текст стосується письмового тексту, виступу