

# **РЕКОМЕНДАЦІЇ тимчасової комісії Народної Ради Боярки з питань діяльності комунального підприємства “Інформаційне агентство “Боярка-інформ”**

Тимчасова комісія Народної Ради з питань діяльності КП “Інформаційне агентство “Боярка-інформ” була затверджена у складі 5 осіб, а саме:

## **Членкиня Народної ради:**

Ганна Тимченко – контактна особа від НРБ, спеціаліст-рекламіст

## **Залучені експерти:**

- Анна Фломбойм – соціальний педагог, учасниця численних соціальних і видавничих проєктів;
- Євгенія Непиталюк – журналіст, ст.викладач КНУТКиТ ім.Карпенка-Карого;
- Ліліт Абраамян – журналіст ДТРК «Культура»;
- Юлія Апостолова – менеджер з реклами.
- Марія Кириленко – керівник інформаційно-аналітичної служби ЦСПР, публіцист.

До діяльності комісії на консультативному рівні (у тому числі під час ділової гри) були також залучені наступні **громадські діячі та фахівці:**

- Ангеліна Лахтадир – директор Києво-Святошинського центру соціально-психологічної реабілітації населення;

- Ольга Ковчан – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою ЦСПР;
- Тетяна Чіркова – соціолог;
- Вікторія Лахтадир – спеціаліст-рекламіст;
- Михайло Чернічкін – фотограф;

**Боярські активісти** Галина Зуєва, Олександр Степаненко, Олександр Грабовенко; Людмила Петраускене.

**Члени Народної ради Боярки** В'ячеслав Сенчук (координатор НРБ), Світлана Камінська (секретар НРБ), Сергій Карєв, Дмитро Жигінас.

Активно співпрацювали з комісією **працівники КП «Боярка-інформ»:**

- Ганна Коваленко – директор КП «Боярка-інформ».
- Тетяна Володай – головний редактор газети «Боярка-інформ».
- Радислав Кокодзей – журналіст «Боярка-інформ»
- Олександр Підручний – фотограф «Боярка-інформ»

Комісія діяла з 15 березня по 10 червня 2014 року. За цей період члени комісії здійснили наступні заходи:

- Взяли участь у 6-ти засіданнях, враховуючи установчі збори, спільне засідання з виконкомом Народної ради Боярки, на котрому відбулося затвердження комісії, робочі зустрічі та заключне засідання із затвердженням підсумкових документів діяльності комісії.
- Відпрацьовували документи, готували заходи, обговорювали організаційні питання в режимі он-лайн в закритій робочій групі «Оновлена “Боярка-інформ”» в соціальній мережі Фейсбук.
- Висвітлювали свою діяльність у газеті «Боярка-інформ», на сайті ЦСПР, на порталі Народної ради Боярки <http://nrp.org.ua/> та у соціальній мережі Фейсбук, зокрема у групах «Боярське земляцтво» та «Народна рада Боярка».

- Провели соціологічне дослідження «Міська газета» – у співпраці з ГО «Центр розвитку громад» та НРБ (аналітичну записку див. у додатках).
- Провели ділову гру «Міська газета» – у співпраці з Києво-Святошинським центром соціально-психологічної реабілітації населення.
- Розробили дані рекомендації.

У результаті своєї діяльності комісія виробила рекомендації КП «Боярка-інформ» (в частині, що стосується однойменної газети), котрі і виклала в даному документі.

Загальний аналіз діяльності місцевої газети та вивчення результатів соціологічного дослідження показав, що місто Боярка беззаперечно потребує збереження та покращення місцевої газети.

Газета «Боярка-інформ» цілком прийнятна, витримана в стандартах, визначених для міської газети, має непоганий дизайн та грамотну верстку. Чудовою її вважає 9 % опитаних боярчан, а звичайною (такою, як в інших містах) – 42%. Разом із тим, існуючі фінансові проблеми та недостатньо високий рівень популярності газети (лише 11% постійних читачів) свідчить про те, що потрібна системна робота з метою подолання деяких недоліків, підвищення попиту на газету та її фінансового розвитку. Значна частина читачів (35 %) вважає, що газета потребує кардинального оновлення.

Вивчення основних проблем у діяльності міської газети «Боярка-інформ» показало, що здебільшого вони пов'язані з тим, що існують:

## 1. Проблеми у фінансуванні

- Недофінансування з міського бюджету
- Борги, які залишилися після попереднього керівництва
- Борги окремих осіб за використання рекламних площ
- Недостатньо прозора рекламна діяльність КП «Б-інформ» через усталену практику взаємовідносин з Боярською

міською радою

2. Замалий штат працівників.
3. Не передбачено гонорари залученим дописувачам.
4. Відсутність стратегічного плану розвитку газети.
5. Недоліки у змістовній частині:
  - Задовгі статті з великою кількістю «води».
  - Занадто компліментарний та запопадливий стиль стосовно міського голови та інших посадовців (немає значення через цензуру чи самоцензуру).
  - Дещо стандартні, шаблонні, схожі одна на одну статті.
  - Відсутність постійних дописувачів достатньо високого рівня (соціологів, політологів, знаних публіцистів, журналістів, що співпрацюють із солідними виданнями).
  - Уникання «гострих» резонансних тем, що привертати б увагу боярчан та підвищували популярність газети.

З метою подолання цих та інших недоліків комісія розробила наступні рекомендації.

## **РЕКОМЕНДАЦІЇ**

### **з підвищення популярності міської газети «Боярка-інформ»**

#### **1. ЗАГАЛЬНИЙ ВИГЛЯД, СТИЛЬ, ДИЗАЙН**

**1.1.** Надати газеті більш сучасного зовнішнього вигляду, узгодженого з оновленим підходом до змісту газети:

- Дизайн має бути більш сучасним і лаконічним.
- Збільшити кількість інфографіки.
- Слідкувати за збалансованістю верстки.
- Розробити новий макет верстки згідно з оновленою концепцією контенту.

**1.2.** Звернути увагу на загальну стилістику газети, зокрема:

- Знати міру як у кількості згадувань, так і в тональності при згадках про місцевих посадовців; обмежити кількість фото міського голови та ін. на один номер газети. Бажано не більше одного-двох на випуск.
- Приділяти однакову увагу у статтях з соціально-політичної тематики як посадовцям, так і представникам громади.
- Цитувати в статтях не лише посадовців, але й пересічних громадян.
- Зберігати баланс позитивних та критичних матеріалів.
- Практикувати різножанрові публікації, розраховані на різну цільову аудиторію (від розважальних – до інтелектуальних).
- Залучати нових авторів, які б урізноманітнили газету своїм авторським стилем.
- Практикувати короткі повідомлення про події, адресуючи читачів до розширеного формату статей на сайті Б-інформ.

## 2. РЕДАКЦІЙНА ПОЛІТИКА

Що стосується редакційної політики, то основною рекомендацією є виробити такий підхід, за якого міська газета «Боярка-інформ» відобразатиме **весь спектр думок місцевої громади**.

Спілкування членів комісії з окремими представниками депутатського корпусу, виконкому Боярської міської ради, перших осіб міста свідчить, що серед представників місцевого самоврядування існує наступна думка: оскільки місцева газета є органом БМР, то має відображати виключно позицію міського голови та депутатського корпусу. А якщо громадськість хоче чути альтернативну думку, то нехай самотужки випускає альтернативну газету.

Кардинально протилежна думка активістів: газета фінансується з міського бюджету, що формується з податків боярчан, і не є приватною власністю групи осіб, навіть обраних громадою. Тож має відображати не тільки провладну точку зору, але й думку громадських об'єднань, окремих боярчан, а також опозиції в

міській раді (якщо вона є). Ця точка зору повною мірою співпадає з думкою членів комісії та результатами опитування широкого загалу боярчан: 62% опитаних зазначили, що можливість бачити в газеті альтернативні думки – це основна вимога до газети, а 22% – що це для них важливо. Таким чином, аж для 84% опитаних відображення у газеті альтернативних думок є достатньо значимим. Лише 10% громадян це байдуже, а 6% уникли відповіді на дане питання.

На глибоке переконання комісії, представлення у місцевій газеті альтернативної думки не має бути завданням і проблемою самої громади. Підхід: «Якщо ви хочете опонувати владі, то самі й пишіть, а ми подивимось, чи надрукуємо» не є конструктивним. Об'єктивність і представлення різного спектру думок, наявність критичних та полемічних матеріалів має бути елементом редакційної політики і завданням редакційних працівників нарівні з висвітленням позиції влади.

Водночас зазначимо, що лише за системної активної участі місцевих активістів, їх готовності до конструктивної співпраці з журналістами можливе стабільне забезпечення редакційної політики в частині об'єктивності, актуальності та свободи слова.

### **3. КОНТЕНТ (рубрикація, тематика матеріалів)**

**3.1.** Пам'ятати про весь спектр напрямків діяльності місцевих ЗМІ. Згадаємо лише деякі завдання, котрі визначають змістовну частину.

#### ***(1) Джерело інформації:***

- Дзеркало життя: новини міста, звіти про заходи, висвітлення подій
- Корисна інформація: об'яви, програми культурних подій міста тощо.

#### ***( 2) Комунікатор в системі «влада – громада»:***

– Зі сторони влади:

- Офіційні документи
- Докладне висвітлення важливих рішень – з аргументацією, тлумаченням, історією вирішення проблеми тощо
- Висвітлення позиції місцевої влади в контексті дискусійних загальнонаціональних питань.
- Відповіді на звернення громадян.

– Зі сторони громади:

- Публічні звернення, «відкриті листи» до влади, пропозиції та подяки – можливість задекларувати своє ставлення до подій, оцінити діяльність влади
- Коментування подій, у тому числі загальнонаціонального масштабу – можливість висловити свою думку
- Майданчик для публічних дискусій, обговорення рішень, що готуються, висунення громадських ініціатив

**(3) Інструмент розбудови громадянського суспільства:**

- Регулярні матеріали про окремих представників “третього сектора” на рівні персоналій та громадських організацій у Боярці: проблеми, поява нових організацій, візитівки організацій
- Висвітлення діяльності “третього сектора”, себто громадських та благодійних організацій
- Висунення і підтримка громадських ініціатив

**(4) Консолідація громади:**

- Пошук та оприлюднення тем та ідей, що об’єднують громаду
- Інформаційна підтримка загальноміських заходів, акцій, починань.
- Формування і закріплення у свідомості громади місцевих традицій
- Висвітлення історії рідного краю, біографій видатних особистостей, місцевих легенд та позитивних міфологем

**(5) Захист прав та законних інтересів членів громади:**

- Правовий лікнеп
- Юридичні консультації
- Викривальні матеріали щодо порушень законодавства, непрозорих схем, фактів корупції

**(6) Виховна та просвітницька роль:**

- Публікації на теми моралі, етики, етикету
- Психологічна просвіта
- Статті на теми культури

**(7) Інструмент зниження соціальної напруги та покращення життя громади:**

- Висвітлення недоліків у діяльності державних установ (міськрада, паспортний стіл, установи, що мають стосунок до оформлення субсидії тощо) з подальшим супроводом – чи усунуті недоліки в діяльності цих організацій та установ.
- Вивчення закладів сфери обслуговування, магазинів тощо (наприклад, огляд усіх аптек міста, з аналізом цінової політики, зручності розташування, наявності пандусів, якості обслуговування).
- Огляд банків міста також із аналізом якості обслуговування: час роботи, чи працює вихідними днями, довжина черг, чи може працююча людина користуватися послугами відділень банків у Боярці.
- Огляд цінової політики в Боярці. Зокрема, існує думка, що Боярка – одне з найдорожчих міст України: заробітні плати боярські, а ціни на продукти харчування – вищі київських. Також потребує вивчення твердження про наявність у Боярці «мафії», котра монополює «тримає ціни» та перешкоджає входженню на ринок Боярки великих торгових мереж... тощо

**(8) Релаксуюча та розважальна роль:**

- Позитивні, життєстверджуючі, веселі матеріали (анекдоти, роздуми на концептуальні теми, соціальна психологія,



притчі, тощо)

- Вправи «для мозку» (кросворди, ребуси, задачі, іq-тести тощо)
- Позитивні приклади з життя міста, його мешканців та спільнот, дітей, школярів, трудових колективів, пенсіонерів, тощо.

**3.2.** Приділяти чільну увагу (до остаточного їх з'ясування) «гарячим» та резонансним новинам – таким, що:

- Вже є предметом обговорення, чуток, панічних настроїв тощо.
- Можуть стати такими, якщо вчасно не дати достовірну інформацію.
- Посилюють загальну соціальну напругу.
- З'явилися на сайті чи в соціальних мережах, але тим не менш залишилися недоступні для значної аудиторії через відсутність Інтернету чи невміння ним користуватись.

Нижче подано проект розділів міської газети, котрий певною мірою служить усім вказаним функціям газети. Тут і надалі курсивом – додаткова інформація за темою (Це не рекомендації комісії, а напрацювання громадськості).

### **Напрацювання експертної групи за напрямком «Контент»**

1. Офіційно: рішення, документи, заяви, звіти тощо.
2. Новини міста: інформація про актуальні події міста та району.
3. Висвітлення проблем та особливостей міста: статистика, довідкова інформація, аналітика про роботу міської інфраструктури, чиновників, установ, організацій тощо; журналістські розслідування.
4. Ти – громадянин: соціально-політичний лікнеп, консультації фахівців (юрист, психолог, архітектор, землевпорядник, громадський активіст).

5. Гуманітарна сторінка: освіта, культура, спорт, історія, персоналії тощо.
6. Дозвілля: хобі, афіша, місця розваги, пізнавальні статті.
7. Дім-родина: поради, господарство, виховання, сімейні стосунки, здоровий спосіб життя, рецепти.
8. Оголошення, об'яви, анонси.
9. Калейдоскоп: гороскоп, кросворди та інше.

### **Рейтинг тем публікацій**

**за результатами опитування**

**(можна було відмітити 10 варіантів):**

- Новини міста – 91 %
- Політичне життя міста – 60 %
- Культурні події – 57 %
- Соціальна тематика – 55 %
- Юридичні поради – 52 %
- Оголошення – 51 %
- Офіційні документи – 50 %
- Пізнавальні статті – 45 %
- Здоровий спосіб життя – 37 %
- Корисні поради – 32 %
- Спорт – 31 %
- Кримінал – 25 %
- Садівництво – 24 %
- Психологія, сімейні стосунки – 21 %
- Кросворди – 13 %
- Рецепти – 22 %
- Гороскопи – 12%
- Вірші – 11 %
- Анекдоти – 10 %
- Прозові твори з продовженням – 6 %

**Банк ідей за напрямком «Контент»:**

- Практикувати полеміку з актуальних та «гарячих» тем – пропонувати викласти свої позиції опонентам
- Напрацювати коло тих, хто даватиме свої короткі коментарі з актуальних тем – і не тільки з приводу боярських новин
- Започаткувати рубрику: «Про Боярку з Фейсбуку». Для цього обирати найбільш яскраві вислови з групи «Боярське земляцтво», «Народна Рада Боярки». Як тільки люди знатимуть, що їх можуть процитувати в газеті, кількість цікавих висловлювань збільшиться.
- Надавати переваги коротким цікавим краєзнавчим заміткам: фото + невеличка розповідь – і так у кожному номері. Пропонувати боярчанам, щоб вони розказували щось цікаве з історії своїх сімей (зокрема, пропонували, щоб про свою сім'ю розповіла поетеса Леся Коваленко).
- Рецепти (готові підкидати на волонтерських засадах).
- Садівництво, городництво.
- Позитивні міфологеми від боярчан, краєзнавчі матеріали.
- Коротенькі інтерв'ю з простими боярчанами з позитивним настроєм (це може бути, приміром, проста продавчиня)
- Зворушливі фотографії боярчан
- «Підслухані розмови»: хто як провів вихідні, хто як ставиться до певних подій.
- Питання економіки і політики (не занадто довгі статті боярських політологів та інших фахівців достатньо високого рівня).
- Юридичні консультації з питань широкого зацікавлення (гуртожитки, житлові будинки, квартали, громадський транспорт, обслуговування, міські служби, тарифи, пільги, пенсії тощо)
- Запровадити рубрику (робоча назва «Знай наших!») для значимих особистостей Боярки: відомих публіцистів, правників, журналістів, фотографів, що працюють у серйозних виданнях або мають серйозний експертний статус. Стандартне оформлення: фото автора, відомості про нього з регаліями, перелік солідних видань, в яких друкується тощо із зазначенням, наскільки тісно його

життя пов'язане з Бояркою. І невелика публікація цього автора.

- На першій сторінці давати лише заголовки та анонси статей.
- Об'єднати навколо газети видатних боярських фотографів.
- Запровадити рубрику «Доля наших випускників» – кожної осені розповідати, куди вступили найкращі випускники Боярки.
- Запровадити молодіжний фотоконкурс «Прикольне літо» – щоосені молодь надсилатиме найсмішніші фото з відпочинку.

#### **4. РЕКЛАМА ТА ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ**

Рекламна діяльність КП «Боярка-інформ» огорнута найбільшою кількістю пліток та підозр, тягне за собою «хвіст» негативу ще від попереднього керівництва. Зокрема, існують підозри, що не всі рекламні площі враховані, право на рекламу надається за корупційними схемами, борги за рекламу «вибачаються» також через корупційні зв'язки. Оскільки від того, в якій мірі є успішною рекламна діяльність КП «Б-І», залежить періодичність газети, матеріальне забезпечення редакції і добробут персоналу, то було розглянуто і це питання. Рекомендації наступні:

**4.1.** Впорядкувати рекламну діяльність КП «Боярка-інформ», зробити її максимально прозорою та публічною.

**4.2.** Розробити фінансову стратегію виходу газети на самоокупність.

**4.3.** Відшукувати нові можливості щодо а) нових зовнішніх рекламних площ б) збільшення кількості рекламних матеріалів (бажано місцевих) у самій газеті.

Окремо наголошуємо, що соціологічне дослідження показало готовність боярчан купувати газету (56 %) та передплачувати її (29%), тобто 85% готові у різній формі фінансово її підтримувати. Це цілком відповідає гіпотезі, що фінансово

неспроможних, але зацікавлених у газеті десь 15-20% боярчан – саме такий відсоток можна буде розповсюджувати безкоштовно. Разом із тим, варто звернути увагу на те, що респонденти відповіли, що готові платити за місцеву газету, яка відповідатиме їх вимогам (див. результати соціологічного дослідження) і що ціну більшість опитаних готова платити не занадто високу – біля 2 грн.

### **Напрацювання експертної групи за напрямком «Реклама і фінансова стратегія»**

1. Встановлення зворотного зв'язку з читачами через скриньки, фейсбук та електронну пошту.
2. Зацікавленість читачів топовою інформацією шляхом анонсування.
3. Розробка систем знижок для рекламодавців.
4. Комерційна реклама на сайті Боярка-інформ.
5. Призначення плати за продаж газети – 2 грн. (20% безкоштовно, 80% – платно).
6. Привернення уваги до місць розповсюдження газети.
7. Збільшення кількості місць розповсюдження газети.
8. Медіа-партнерство.
9. Самореклама на бігбордах.
10. Виготовлення власних об'єктів зовнішньої реклами.
11. Розробка стратегічного плану розвитку газети.

### **Банк ідей за напрямком «Реклама і фінансова стратегія»:**

- Запровадити платне розповсюдження газети по магазинах під слоганом «Газета на здачу».
- На зупинках зробити дошки, де розміщуватиметься перша сторінка з анонсами статей і ще одна з рекламними оголошеннями.
- Звести практику безкоштовного розповсюдження газет до мінімуму – лише серед малозабезпечених за відпрацьованою схемою.

## **5. СПІВПРАЦЯ З ГРОМАДОЮ**

Співпраця з громадою – це дієвий механізм водночас і розвитку газети, і підвищення її популярності. Можливість боярчан брати участь у формуванні контенту газети, суспільна заклопотаність тим, щоб газета жила і розвивалась, сприятиме відчуттю, що газета «своя». Ініціатором співпраці з громадою має бути редакція газети. Щоб ця співпраця налагодилася, на наш погляд, необхідно:

- 1) Мати тверду установку, що «Боярка-інформ» – це газета для боярської громади, а читачі – це співавтори, партнери і друзі.
- 2) Постійно формувати з числа членів громади групу підтримки.
- 3) Залучати до співпраці лідерів думки, що мають вплив у громаді: кожен допис чи, приміром, коментар людини, що користується повагою у громаді, автоматично піднімає і рівень довіри до газети.
- 4) Передбачити гонорари для дописувачів.
- 5) Самим бути суб'єктами громадського життя, лідерами думки у громаді, громадськими діячами.

#### **Напрацювання експертної групи за напрямком «Співпраця з громадою»**

1. Залучення волонтерів: вчені, молодь, фотографи, представники ГО, волонтери-новинарі, розповсюджувачі, помічники-підписчики
2. Мережа журналістів-позаштатників
3. Широкомасштабна підписна кампанія
4. Громадський контроль:
  - Ефективна робота редколегії
  - Висвітлення гострих тем
  - Ревізія установчих документів
  - Громадський сайт як альтернативне джерело інформації

## 5. Фінансування громадою:

- Одноразові проекти
- Премії в конкурсах

## 6. Залучення підприємців

- Підписка малозабезпечених
- Реклама

## 7. Постійнодіюча група підтримки

Комісія відмовилася від вивчення установчих документів КП «Боярка-інформ» та вироблення рекомендацій із набуття більшої юридичної незалежності колективу від Боярської міської ради. Це питання має бути предметом розгляду окремої комісії, у склад котрої увійшли б фахівці із зазначеного питання та юристи.

Насамкінець комісія вважає за потрібне відмітити конструктивну позицію керівництва та співробітників КП «Боярка-інформ» та однойменної міської газети, їх активну участь у напрацюванні рекомендацій, відкритість до співпраці та готовність до позитивних змін. Варто відмітити, що вже на етапі обговорення газета стала цікавішою, покращилася робота сайту, з'явилися боярські теленовини. Переконані, що за умови тісної співпраці з громадою та створення постійнодіючої групи підтримки місцева газета «Боярка-інформ» швидко вийде на новий рівень розвитку, набуде стабільної популярності, збільшить кількість передплатників та постійних читачів.

Рекомендації підписали

### Члени комісії:

- Ганна Тимченко
- Анна Фломбойм
- Євгенія Непиталюк
- Ліліт Абраамян
- Юлія Апостолова

- Марія Кириленко

**Координатор НРБ:**

В'ячеслав Сенчук

---

## **Соціологічне дослідження “Дозвілля школярів”**

Упродовж січня 2014 року спеціалістами Києво-Святошинського ЦСПР було проведено опитування серед учнів 5-9 класів на тему «Дозвілля школярів». У рамках дослідження було опитано 150 респондентів з числа дітей та підлітків, що навчаються у боярських ЗОШ № 1 та № 2 з метою виявлення їхніх уподобань та побажань стосовно позашкільного дозвілля. Ключовими завданнями дослідження було визначити найбільш відвідувані гуртки у місті чи на базі шкіли, а також з'ясувати, яких гуртків не вистачає школярам.

В опитуванні взяли участь 74 учні Боярської ЗОШ №2 та 76 учнів Боярської ЗОШ №1, серед них 138 жителів історичної частини міста та 12 жителів Нової Боярки. За статевою ознакою в опитуванні взяли участь 72 хлопці та 78 дівчат.

**Респондентам було запропоновано відповісти на наступні питання:**

- Який гурток/клуб/секцію/творче об'єднання ви відвідуєте та де саме?
- Який ще гурток /секцію/клуб за інтересами варто було б створити у Боярці?
- Що ви хотіли б навчитися виготовляти власноруч?

**Результати дослідження показали, що:**



1. Діти здебільшого відвідують ті гуртки, що знаходяться на базі школи, де вони навчаються.
2. Крім шкільних гуртків, на теренах Боярки діти відвідують наступні заклади: дитячий центр раннього розвитку «Лада-ладушка»; Центр творчості «Оберіг»; Дитячу школу мистецтв; міський Будинок культури.
3. Основними позашкільними заняттями, які активно відвідують опитані, є наступні: хореографія, вокал, образотворче та прикладне мистецтво, шкільний краєзнавчий гурток, додаткові заняття з математики та іноземних мов (переважно англійської). Хлопці відвідують секції тенісу, баскетболу, різні види єдиноборств, гурток комп'ютерної графіки.
4. Діти, котрі відвідують секції тенісу, баскетболу, волейболу, хореографії, вокалу, образотворчого мистецтва та ін., зазначили необхідність створення аналогічних секцій та гуртків через недостатній, на їх погляд, рівень вже існуючих.
5. Не менше половини респондентів зазначили, що варто було б створити ті гуртки та секції, які вже працюють у місті, що свідчить про недостатню поінформованість населення про позашкільні заклади та гуртки або ж про готовність відвідувати лише ті гуртки/секції/клуби, що працюють на базі тих шкіл, котрі діти відвідують. (Матеріальний аспект питання не вивчався)
6. Школярі хотіли б вміти власноруч виготовляти одяг та аксесуари, роботів, якісні фото, аплікації, іграшки (для сиріт), столярні вироби, меблі, тенісні столи та ракетки, мило, цукерки, свічки. Їх цікавлять елементи декору, прикраси, вироби з глини, дерева, бісеру, солоного тіста, лози. Діти мріють навчитися малювати картини, портрети та графічні малюнки, писати вірші, готувати різні наїдки та торти, ремонтувати механізми, майструвати шпаківні, вишивати, застосовувати різні футбольні трюки; випалювати по дереву; опанувати технічне моделювання; розробляти комп'ютерні програми та електронні пристрої.

7. Серед закладів, які варто створити у місті, діти вказали спорткомплекс, басейн, тренажерний зал, фітнес-центр, баскетбольний майданчик, футбольне поле вільного користування. Okремо було висловлено побажання про створення повноцінних футбольного, баскетбольного та волейбольного клубів.
8. На погляд школярів, варто було б створити:
- **Гуртки:** кулінарний, флористики, української вишивки, моделювання та дизайну одягу; радіоелектроніки та механіки; ліплення з глини, соленого тіста та пластиліну; програмування та веб-дизайну, театральний.
  - **Секції:** спортивної стрільби; плавання; скейтбордінгу; більярду; хокею на траві; акробатики.
  - **Клуби:** комп'ютерний; художньої фотографії та обробки фото; моделювання техніки; розвитку кругозору та тренування мозку; любителів кросвордів; музичний; допомоги та опіки над тваринами; любителів історії, традицій, обрядів та культури України; клуб любителів зброї; івент-організаторської діяльності; любителів англійської мови.

*Тетяна ЧІРКОВА, соціолог*

---

## **Результати опитування жителів міста Боярка «Зробимо наше місто чистим»**

Дослідження було проведено за проектом «Еко-марафон: формування екологічної свідомості у жителів Боярки» (за Програмою підтримки громадських ініціатив-2013).

**Загалом було опрацьовано 388 результативних анкет + 13 зіпсованих.**

**Були отримані наступні дані:**

**1. На Вашу думку, засміченість у Боярці:**

- А) Просто жахлива – 73% (283)**
- Б) Можна терпіти – 25,5% (99)**
- В) Мені байдуже – 1% (4)**
- Г) Вважаю, що чисто – 0,5% (2)**

**2. Чи Ви знаєте, куди врешті-решт потрапляє вивезене сміття:**

- А) На офіційне сміттєзвалище – 39,6% (154)**
- Б) На стихійні сміттєзвалища – 10,3 % (40)**
- В) На сміттєпереробний завод – 3,9% (15)**
- Г) Не знаю – 46,1% (179)**

**3. Як Ви вирішуєте проблему сміття зараз (можна вказати кілька варіантів):**

- А) Утилізую (спалюю, закопую, компостую) на власній присадибній ділянці – 19% (74)**
- Б) Вивожу на офіційне сміттєзвалище – 13,4% (52)**
- В) Викидаю на стихійне сміттєзвалище – 1,5% (6)**
- Г) Вивожу в ліс – 0%(0)**
- Д) Викидаю абикуди – 0,5% (2)**
- Е) Замовляю бак – 4,4% (17)**
- Ж) За договором виставляю у сміттєвих мішках – 37,8% (147)**

**3) Викидаю до баків біля багатоповерхівки – 43,8% (170)**

**4. Чи укладено Вами договір на вивіз сміття:**

**А) Ні, бо сплачую через квартплату – 25% (97)**

**Б) Так, укладено – 61,5%(239)**

**В) Ще ні, але маю намір – 9% (35)**

**Г) Ні і не збираюсь – 4,4% (17)**

**5. Плата за вивіз сміття зараз:**

**А) Доступна – 59,8% (232)**

**Б) Завелика – 18,2% (71)**

**В) Можу платити більше, аби було чисто – 11% (43)**

**Г) Не знаю розмір плати – 11%(43)**

**6. Для очистки міста від сміття Ви готові вже зараз (можна вказати кілька варіантів):**

**А) Продовжувати утилізувати самостійно – 14,2% (55)**

**Б) Укласти договір на вивіз сміття – 36% (140)**

**В) Сортувати сміття – 42,5% (165)**

**Г) Складати хоча б пластикові пляшки в окремі контейнери – 36% (140)**

**Д) Придбати сміттєвий бак –34,7% (135)**

**7. Чи готові Ви сортувати сміття (наприклад, пластик, скло, папір та ін.):**

**А) Однозначно – ні – 17% (66)**

**Б) Так, залюбки – 64,7%(251)**

**В)** Спочатку я маю в усьому розібратися – **18,2%** (71)

**8. Що влада міста має зробити для вирішення цієї проблеми (можна вказати кілька варіантів):**

**А)** Охопити переважну кількість жителів Боярки договорами на вивіз сміття – **34,2%** (133)

**Б)** Запровадити ефективну систему вивозу сміття – **62,3%** (242)

**В)** Обладнати достатню кількість майданчиків для сміттєвих баків – **41,2%** (160)

**Г)** Забезпечити широке інформування – **15,2%** (59)

**Д)** Побудувати у Боярці сміттєпереробний завод – **17%** (66)

**9. Ваш вік:**

**А)** 18 – 25 років – **11,9%** (46)

**Б)** 26 – 45 років – **36,9%**(143)

**В)** 46 – 60 років – **28,3%** (110)

**Г)** Більше 60 років – **22,9%** (89)

**10. Освіта:**

**А)** Середня – **15,2%** (59)

**Б)** Середня спеціальна – **29,1%** (113)

**В)** Незакінчена вища – **10,3 %** (40)

**Г)** Вища – **45,6%**(177)

**11. Рід занять:**

**А)** Учень, студент – **7,2%** (28)

**Б)** Працюючий – **55,9%**(217)

- В) Безробітний – **6,2%**(24)  
Г) Пенсіонер – **31,2%** (121)

**12. Ваша стать:**

- А) Чоловік – **35,6%** (138)  
Б) Жінка – **64,4%**(250)

**13. Ви житель:**

- А) Історичної частини міста –**47,4%** (184)  
Б) Нової Боярки –**52,6%** (204)

**14. Ви живете:**

- А) У багатоповерхівці –**44%** (171)  
Б) У приватному будинку –**56%** (217)

**Додаткова інформація:**

– **6,4%** (25) опитаних, що проживають у приватному будинку викидають сміття до баків багатоповерхівок;

– Серед жителів приватного сектору, яких всього опитано 217 або **56%** від загальної кількості опитаних, **77,4%** (168) уклали договір на вивіз сміття.

– Готові сортувати сміття: **62 %** опитаних (134 з 217) серед жителів приватних будинків та **67%** (115 з 171 опитаного) серед жителів багатоповерхівок.

– Плата на вивіз сміття завелика для **30%** опитаних пенсіонерів (36 з 121 опитаного), для **12%** працюючих (27 з 217 опитаних)

В опитуванні взяли участь 12% осіб віком від 18 до 25 років, 37% осіб віком 26-45 років, 28% – віком 46-60 років і 23% осіб старших за 60 років.

За рівнем освіти респонденти розподілились у такому відсотковому співвідношенні: середню освіту мають 15% опитаних, середню спеціальну – 29% респондентів, незакінчена вища освіта у 10% опитаних, вищу освіту мають 46% респондентів.

В опитуванні взяли участь 36% чоловіків та 64% жінок. За місцем проживання відсотки складають 47% жителів історичної частини міста та 53% – жителі нової Боярки. Відповідно кількість респондентів, які проживають у приватних будинках, склала 56%, а жителів багатопверхівок – 44% опитаних.

За родом занять респонденти розподілились таким чином: учні, студенти – 7,2% , працюючі – 55,9%, безробітні – 6,2%, пенсіонери – 31,2%.

### **1. На Вашу думку, засміченість у Боярці:**

**2. Чи Ви знаєте, куди врешті-решт потрапляє вивезене сміття:**

### **3. Як Ви вирішуєте проблему сміття зараз:**

**4. Чи укладено Вами договір на вивіз сміття:**

**5. Плата за вивіз сміття зараз:**



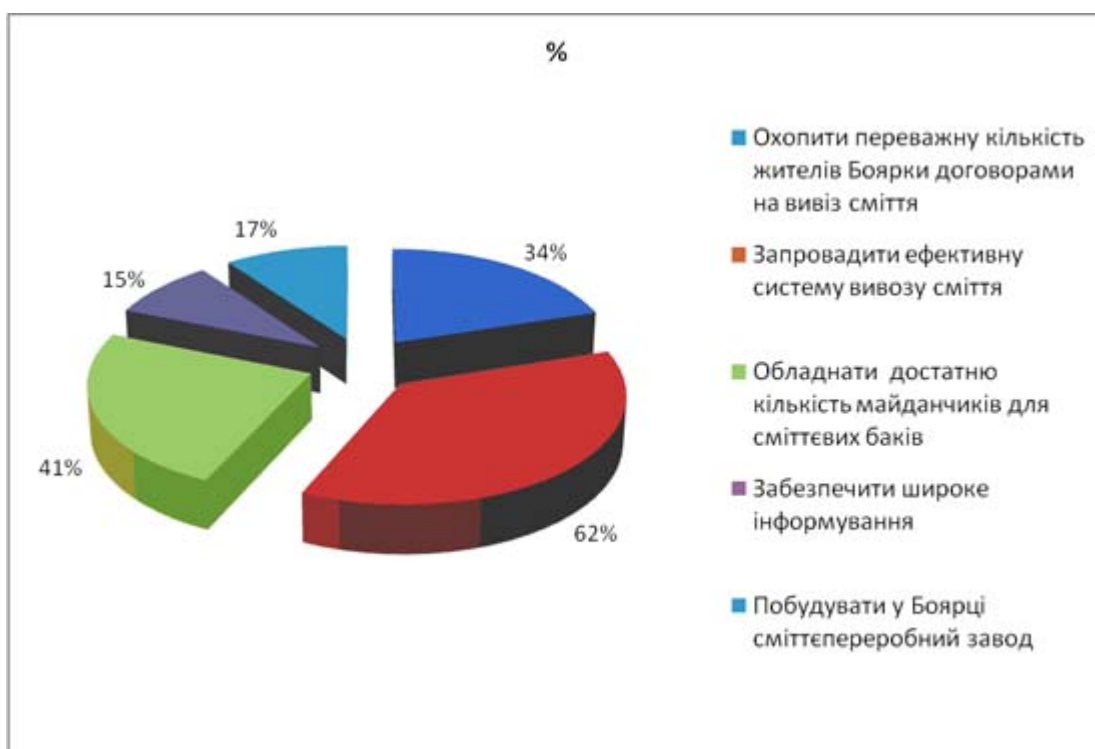
**6. Для очистки міста від сміття Ви готові вже зараз:**



**7. Чи готові Ви сортувати сміття (наприклад, пластик, скло, папір та ін.):**



**8. Що влада міста має зробити для вирішення цієї проблеми:**





---

# **Короткий звіт за соціологічним дослідженням на тему: «Створимо разом безбар'єрне середовище життя для людей із обмеженими функціональними можливостями»**

У лютому – березні 2013 року Центром громадської активності КЗ «Боярський будинок культури» з метою моніторингу стану дотримання прав людей з інвалідністю, було проведено анкетне опитування на тему «Створимо разом безбар'єрне середовище життя для людей із обмеженими функціональними можливостями».

У рамках соціологічного дослідження було опитано 22 респонденти, серед яких були особи різної статі та віку, що мають інвалідність та проживають у Боярці. Переважну більшість вибіркової сукупності склали особи з інвалідністю, отриманою у зв'язку із порушеннями функцій опорно-рухового апарату (ОРА). Тож основний акцент було зроблено на рівень створення безбар'єрного середовища для людей із обмеженими фізичними можливостями – так званих «інвалідів-колясочників» або «візочників». За результатами проведеного дослідження було отримано наступні дані.

Опитаним було запропоновано оцінити рівень організації

безбар'єрного середовища, забезпечення вільного доступу до об'єктів громадського призначення, закладів культури і мистецтва, рівного доступу до освіти у місті Боярка за десятибальною шкалою. За результатами опитування, середній показник склав **1,85**, що свідчить про практичну відсутність рівного доступу до інфраструктури міста для людей із обмеженими фізичними можливостями.

При цьому у відкритих запитаннях опитані зазначали безпосередньо місця, які насамперед слід обладнати згідно діючих стандартів спеціальними пристосуваннями (пандусами, ліфтами, ескалаторами, поручнями). Загалом це виглядало як перелік майже всіх установ та закладів міста. Були згадані аптеки, магазини, громадські установи, школи, банки, кав'ярні та навіть заклади охорони здоров'я – всі ці заклади потребують облаштування пандусами, бо навіть якщо вони і є, то не відповідають стандартам, а відповідно користуватися ними не можливо.

Особливо болючим питанням для людей із обмеженими функціональними можливостями є доступ до центральної районної лікарні у місті Боярка – під'їзд до неї не облаштований для інвалідів взагалі, пандуси практично не придатні для користування, а ліфт та вхідні двері взагалі не пристосовані для в'їзду інвалідного візочка.

Також вкрай необхідним є облаштування пандусами відділень банків "Аваль" (вул. Білогородська, 44) та «ПриватБанк» (вул. Хрещатик, 4-А), насамперед – доступу до банкоматів.

Викликає обурення інвалідів також та ситуація, що дорожнє покриття до [Територіального центру соціального обслуговування одиноких громадян та інвалідів Києво-Святошинського району](#) та до громадської організації «Боярський міський фізкультурно-спортивний клуб інвалідів "Ікар"» (вул. Дежньова, 62) повністю відсутнє, існує лише ґрунтова дорога, подолання якої для інваліда-візочника перетворюється на смугу перешкод.

У відкритих питаннях респонденти висловили такі загальноміські тенденції: в місті не проводиться робота щодо облаштування допоміжними засобами об'єктів транспортної інфраструктури, транспортні засоби не обладнані механічними висувними пандусами чи прийомними пристроями для осіб з обмеженими фізичними можливостями; на території міста немає жодної громадської вбиральні, якою б могли користуватися люди на інвалідних візках; практично відсутній доступ інвалідів-візочників до цілої низки закладів міста. Були згадані поштові відділення, ощадні каси, школи (ЗОШ та музична), будинок культури, міська адміністрація, кав'ярні, магазини, аптеки та навіть деякі ринки. Якість дорожнього покриття та відсутність з'їздів із тротуарів практично унеможливають будь-яке пересування містом Боярка людям із обмеженими функціональними можливостями.

100% опитаних висловили думку, що необхідно створити у нашому місті соціальне таксі, обладнане згідно стандартів саме для людей з інвалідністю (особливо для інвалідів з порушеннями ОРА). При цьому 20% опитаних висловили свою готовність оплачувати такі послуги на договірних чи пільгових умовах і лише 5% вважає, що таке таксі має бути виключно безкоштовним. Було висловлено ряд конкретних пропозицій щодо реалізації цієї ідеї. Приміром, при міському територіальному центрі може бути створена служба перевезення осіб з обмеженими фізичними можливостями. Подібна служба могла б мати два-три мікроавтобуси, що облаштовані спеціальними підйомниками для перевезення інвалідних візків. Могла б бути організована цілодобова лінія виклику соціального таксі. Пропонується вивчити досвід інших міст України по організації подібної служби.

Соціологічним дослідженням було також вивчено ставлення суспільства до людей із особливими потребами. Підтвердженням досить високого рівня дискримінації людей з обмеженими функціональними можливостями є те, що на питання: «Як на Вашу думку, чи існує в Україні дискримінація по відношенню до людей

з інвалідністю?» – 59% опитаних дали стверджувальну відповідь; «скоріше так» – вважають 18% респондентів, важким це питання виявилось для 23% опитаних, але жоден не казав, що дискримінація відсутня.

Опитаним було запропоновано низку запитань, відповіді на які відображають їх погляд на рівень виконання державою прав, наданих Конвенцією про права інвалідів, Конституцією України та Законом України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні».

Згідно отриманих даних, 68% опитаних є безробітними, а на питання: як Ви вважаєте, чи впливає статус “інвалід” на відносини з оточуючим середовищем? – відповіді респондентів розподілились у співвідношенні 50% до 45% відповідно «так» і «ні». Така картина свідчить про досить низький рівень толерантності і терпимості у суспільстві до категорії населення із фізичними обмеженнями здоров'я. Також про високий рівень упередженого ставлення до даної категорії населення свідчить той факт, що на питання «Чи можете Ви погодитись із думкою, що в Україні до людей з інвалідністю ставляться, як до “соціальної проблеми”, яку можна вирішити забезпечивши вказану категорію громадян соціальним захистом?» погодились із даним твердженням 64% опитаних, в свою чергу 32% не погодились із цим твердженням. На думку респондентів, до питань, які стосуються людей з інвалідністю і потребують першочергового вирішення, належать: соціальний захист (82%), реабілітація (77%), доступність архітектурної та транспортної інфраструктури (41%), самостійний спосіб життя та інтеграція у суспільство (23%), охорона праці (18%).

Найчастіше опитані звертаються по допомогу до міської ради, пенсійного фонду, соціальних служб, поліклініки, «совбезу» – управління праці та соціального захисту населення. При цьому 64% опитаних під час звернень до даних організацій відчують труднощі та переживають низку проблем у співпраці з ними і лише 36% – не стикаються із проблемами.

73% опитаних зазначають, що потрапляли у ситуації, пов'язані з порушенням прав людини, яка має інвалідність, і лише 27% не знайомі з подібними ситуаціями. Респондентам було також запропоновано питання: «Як Ви вважаєте, чи потрібно в Україні приймати більше законів про інвалідів чи достатньо існуючих із забезпеченням їх практичної реалізації?». 59% опитаних вважають, що законів недостатньо і вони не охоплюють усіх сфер життя людини з інвалідністю; 41% – «необхідно лише забезпечити практичну реалізацію вже існуючих законів», що, на наш погляд, свідчить про недосконале законодавство, відсутність контролю за його виконанням, та відсутність відповідальності за порушення чинного законодавства.

Оскільки інваліди-візочники вкрай рідко виїжджають (або не виїжджають зовсім) за межі міста, їх відповіді, на жаль, свідчать про певні проблеми та ставлення до інвалідів не стільки в Україні загалом, скільки в громаді міста Боярка.

Зазвичай для подолання упередженого ставлення суспільства до певних верств населення застосовується відповідна просвітницька робота, але чи достатня вона в Україні і відповідно в нашому місті? На питання «Чи вважаєте Ви, що в Україні проводиться достатня просвітницька робота щодо якнайкращої інтеграції в суспільство людей з інвалідністю?» відповіді розподілились таким чином: «Так, така робота проводиться постійно» – стверджують 32% респондентів; «так, робота проводиться частково» – вважають 40%; «ні, така робота відсутня взагалі» – 14%; «важко відповісти» – 14%. В свою чергу 22% опитаних зазначили, що значну діяльність у цьому напрямку на рівні міста виконує Боярський міський фізкультурно-спортивний клуб інвалідів “Ікар”. Також 27% опитаних зазначають, що найчастіше звертаються по допомогу, з питань фізичної реабілітації або за іншої необхідності до клубу інвалідів “Ікар”.

Таким чином, можна зробити висновок, що проблема створення безбар'єрного середовища у місті Боярка є надзвичайно актуальною. При цьому важливо зруйнувати як фізичні бар'єри

для безперешкодного пересування людей із особливими потребами, так і морально-психологічні стереотипізовані бар'єри міжособистісного спілкування. Рівні можливості для всієї громади – ось пріоритет розвитку справжнього європейського міста, що буде демократичне майбутнє і може бути прикладом для наслідування іншими містами нашої держави.

### **Додаткова інформація за темою:**

## **Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні»**

**Стаття 2:** «Дискримінація за ознакою інвалідності забороняється».

**Стаття 26:** «Органи державної влади і управління, підприємства (об'єднання), установи і організації (незалежно від форм власності і господарювання) зобов'язані створювати умови для безперешкодного доступу інвалідів до жилих, громадських і виробничих будинків, споруд громадського транспорту, для вільного пересування в населених пунктах».

**Стаття 27:** «Планування і забудова населених пунктів, формування мікрорайонів, проектування, будівництво і реконструкція об'єктів фізичного оточення без пристосування для використання інвалідами не допускаються. Зазначена діяльність здійснюється з урахуванням думки громадських організацій інвалідів. У разі якщо діючі об'єкти неможливо повністю пристосувати для потреб інвалідів, за погодженням з громадськими організаціями інвалідів здійснюється їх розумне пристосування з урахуванням універсального дизайну. Фінансування зазначених заходів здійснюється за рахунок власників (балансоутримувачів) об'єктів або орендарів згідно із договором оренди».

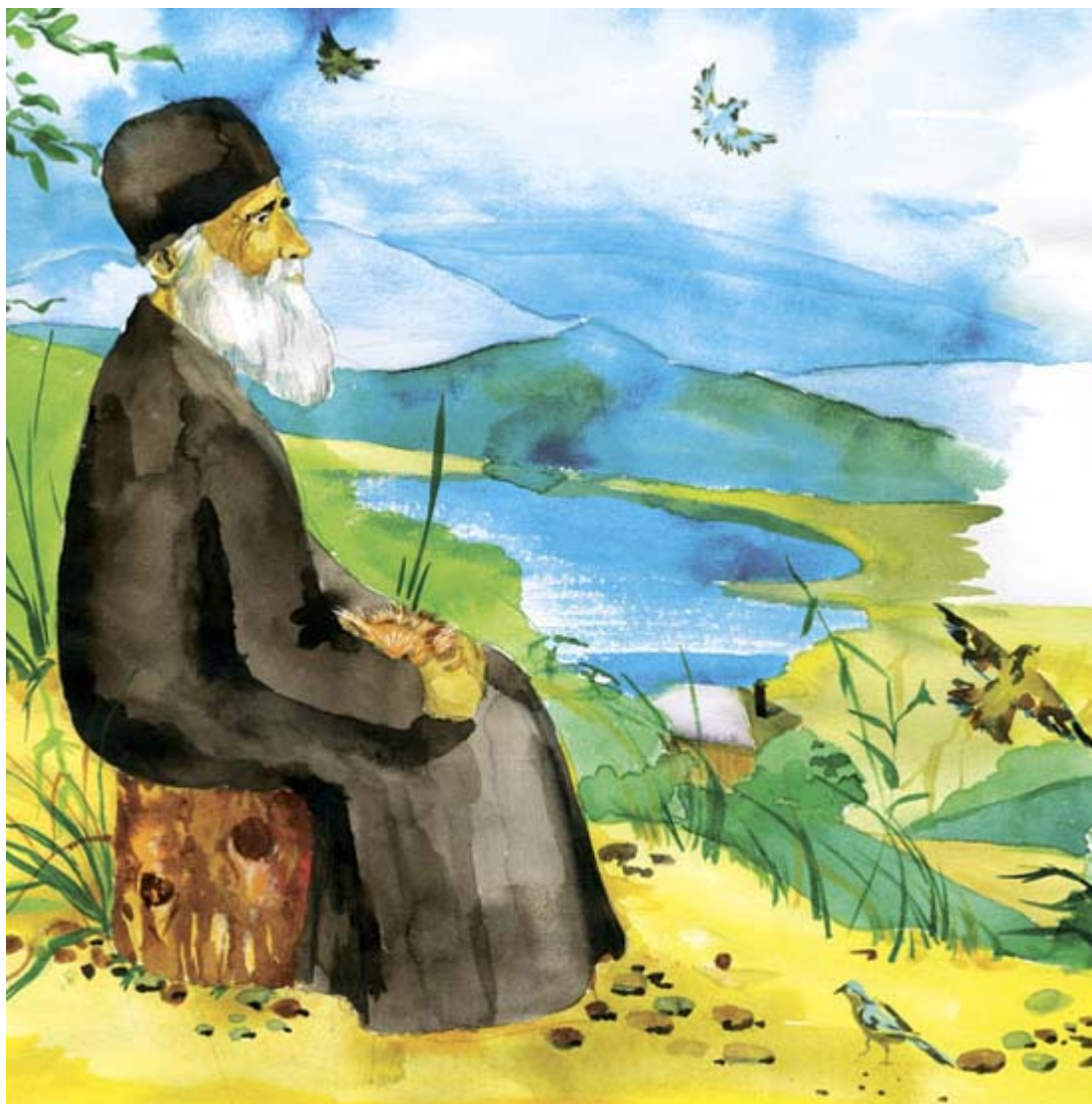
**Стаття 34:** «Місцеві органи виконавчої влади зобов'язані забезпечувати інвалідам необхідні умови для вільного доступу і користування культурно-видовищними закладами і спортивними спорудами, для занять фізкультурою і спортом, а також

забезпечувати надання спеціального спортивного інвентаря».

**Стаття 38-1:** «Транспортне обслуговування інвалідів здійснюється на пільгових умовах. Пільгове перевезення інвалідів здійснюють усі підприємства транспорту незалежно від форми власності та підпорядкування відповідно до Закону України “Про транспорт”. Звуження змісту та обсягу права осіб з інвалідністю на пільговий проїзд транспортом не допускається».

---

## **Казки та притчі як один із методів роботи в наративі**



Розповідання

історій – це важливий механізм осмислення навколишнього світу.

Казки та притчі є одним із видів тексту. Історії, казки і притчі були тим засобом народної психотерапії, який лікував душевні рани задовго до виникнення психотерапії як науки.

Вони можуть бути складені ведучим або їх можна отримати із будь-яких джерел інформації.

Традиційні казки відображають чи ілюструють типові ситуації, які можуть трапитися з кожним, таким чином вони готують людину до можливих складнощів чи проблем і водночас забезпечують засобами, які допоможуть вирішити подібні ситуації.

Слухачі та читачі, сприймаючи зміст історій, включають



отриманий досвід у свій внутрішній світ.

Мета казки – спрямувати процес розвитку особистості шляхом вивільнення її внутрішнього духовного потенціалу.

У казці закладена ідея зміни, яка пов'язується із розвитком і актуалізацією особистісного потенціалу людини, котра сприймає й усвідомлює зміст.

Це призводить до реінтеграції особистісного Я на основі нового досвіду і готовності до сприйняття нового досвіду.

Що ж таке притча? Притча – це коротка, алегорична та образна розповідь, яка використовується для викладу повчальних істин. Притча, на відміну від байки, як правило не містить чіткої настанови чи моралі. Читач може її сформулювати для себе самостійно.

Основою будь-якої притчі є метафора. Досвід людини, пов'язаний з пізнанням власного внутрішнього світу, складає основу для широкого розмаїття можливих метафор.

Метафоричний сенс притчі часто засвоюється тільки на підсвідомому рівні і задає необхідну програму змін в поведінці, сприяє переструктуруванню цінностей, поглядів і позицій.

Отже, розповідання притч відноситься до наративної психології. Обговорення змальованих у розповіді подій безпосередньо не торкається внутрішніх проблем і переживань особистості, притча надає можливість почути і прийняти те, що підходить людині, те, що вона готова прийняти як частину свого внутрішнього світу, частину свого життя. Притча дає людині потенціал: кожен може побудувати своє життя інакше. Іншими словами, вона дає можливість реконструювати своє життя й створити історію життя, яку людина готова прийняти.