***Проект***

**КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ**

**ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ**

**на 2017-2021 роки**

Підготовлено у рамках виконання Плану дій Ініціативи “Відкритий парламент” на реалізацію Декларації відкритості парламенту

за сприяння проекту ЄС-ВРУ-ПРООН “Рада за Європу”

Березень 2017 року

ЗМІСТ

[Резюме 3](#_Toc477105536)

[I. Обґрунтування 5](#_Toc477105537)

[II. Опис ситуації 5](#_Toc477105538)

[III. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ 9](#_Toc477105539)

[Розділ 1. Загальні положення 9](#_Toc477105540)

[1. Визначення термінів 9](#_Toc477105541)

[2. Мета та завдання комунікаційної стратегії Верховної Ради України 9](#_Toc477105542)

[3. Місія Верховної Ради України 10](#_Toc477105543)

[4. Бачення 10](#_Toc477105544)

[Розділ 2. Канали комунікації 10](#_Toc477105545)

[Розділ 3. Цільові аудиторії 13](#_Toc477105546)

[Розділ 4. Меседжі комунікаційної стратегії Верховної Ради України 16](#_Toc477105547)

[Розділ 5. Очікувані результати 16](#_Toc477105548)

[IV. Комунікаційна спроможність парламенту 22](#_Toc477105549)

[4.1. Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу (SWOT-аналіз) 22](#_Toc477105550)

[4.2. Механізми посилення комунікаційної спроможності 24](#_Toc477105551)

[V. Принципи виконання стратегії 30](#_Toc477105552)

[VI. Моніторинг виконання стратегії 30](#_Toc477105553)

[VII. Подальші кроки 31](#_Toc477105554)

# Резюме

Комунікаційна стратегія спрямована на підвищення рівня довіри до Верховної Ради України та сприйняття її як ефективної інституції серед громадян України, організацій громадянського суспільства, засобів масової інформації та міжнародних аудиторій.

Стратегія передбачає вирішення шести основних завдань: 1) покращення іміджу парламенту шляхом запровадження системних комунікацій за допомогою єдиного комунікаційного центру всередині парламенту, запровадження кодексу етики та правил брендингу Верховної Ради України; 2) підвищення обізнаності громадян щодо парламентських процесів; 3) забезпечення активної участі громадськості в процесі прийняття рішень та налагодження зворотного зв’язку; 4) вдосконалення співпраці з парламентськими та незалежними медіа і журналістами, в тому числі міжнародними ЗМІ; 5) посилення присутності парламенту на міжнародному рівні; 6) оптимізація внутрішніх комунікацій та обміну інформацією всередині парламенту.

Підходи до реалізації стратегії потребуватимуть суттєвих структурних змін і перерозподілу комунікаційних потоків, перегляду процедур обміну інформацією всередині парламенту, застосування новітніх технологій та способів поширення інформації, осучаснення технічного оснащення, потужного багатоступеневого навчання та консультування для працівників комунікаційних напрямів, злагодженої співпраці підрозділів Апарату Верховної Ради України, послідовної роз’яснювальної роботи з парламентаріями щодо здійснення ними зовнішніх комунікацій від імені парламенту як інституції, а також відповідних змін до нормативної бази, що регулює діяльність Апарату Верховної Ради України.

Стратегія приділяє значну увагу сучасній і зрозумілій комунікації з громадянами, громадськими та експертними об’єднаннями, міжнародною спільнотою шляхом вчасного донесення важливої інформації власними комунікаційними каналами Верховної Ради України (парламентські ЗМІ, веб-портал, сторінки в соціальних мережах, відповіді на звернення) та за допомогою вторинних каналів (незалежних засобів масової інформації, сайтів та сторінок у соціальних мережах окремих лідерів). Важливою складовою комунікаційної стратегії є забезпечення зворотного зв’язку з громадянами, громадськими об’єднаннями, ЗМІ та міжнародними аудиторіями, а саме: підзвітність громадськості, створення можливості брати участь в законодавчих процесах та служити надійними вторинними каналами інформування про парламентські процеси.

Окремим компонентом у розрізі комунікації з громадськістю стануть заходи з розвитку суспільства активних та відповідальних громадян, зокрема просвітні заходи, кампанії та тренінги, спрямовані на ознайомлення з інструментами взаємодії з парламентом, а також заходи з контролю його роботи та формування політичної пам’яті, відповідальності виборців за обрану до парламенту політичну силу та законотворців.

Стратегічне оновлення внутрішніх комунікацій зміцнить вертикальні та горизонтальні комунікаційні процеси для забезпечення своєчасного та повноцінного доступу керівництва Верховної Ради, депутатського корпусу та всіх підрозділів Апарату Верховної Ради до актуальної і важливої інформації про діяльність парламенту, в тому числі про законодавчі процеси, аналітичний супровід, заходи та зустрічі, міжнародну діяльність, для забезпечення безперебійної роботи Верховної Ради й ефективної комунікації назовні. Проведення аудита комунікаційних процесів Верховної Ради відповідно до потреб внутрішніх та зовнішніх аудиторій дозволить оптимізувати комунікаційні потоки та функціональне навантаження персоналу.

Реалізація стратегії сприятиме більш злагодженій роботі комунікаційних підрозділів Апарату Верховної Ради, комітетів, парламентських фракцій та груп, служб Голови Верховної Ради України та його заступників заради повної прозорості та підзвітності всіх парламентських процесів. Ефективність оновлених комунікаційних процесів має оцінюватися за допомогою регулярних досліджень усіх цільових аудиторій, визначення їх інформаційних потреб та очікувань для подальшого покращення та визначення пріоритетів парламентських комунікацій. Виконання завдань стратегії вимагатиме тісної співпраці з міжнародними організаціями, що надають технічну допомогу Україні, зокрема Світовим банком, Програмою розвитку ООН в Україні, Європейським Союзом, USAID, Радою Європи та іншими.

Дотримання запропонованих стратегічних підходів збагатить присутність парламенту в інформаційному просторі, забезпечить стійкий зв’язок з громадськістю та засобами масової інформації, а також злагоджену комунікацію Верховної Ради України та інших державних установ на міжнародному рівні.

# I. Обґрунтування

Питання відкритості та підзвітності Верховної Ради України (ВР) набули особливої суспільної значущості у процесі реформування Української держави після Революції Гідності 2013-2014 років. Найбільшим стимулом та джерелом можливостей для розробки та проведення інформаційних кампаній ВР є надзвичайно високий рівень зацікавленості суспільства у політичних питаннях. Очікування на реформаційні зміни після років стагнації, динаміка політичного життя, а також широкий спектр покладених на українських парламентаріїв повноважень зумовлюють постійну увагу до діяльності Верховної Ради з боку української та міжнародної громадськості.

У липні 2015 року Голова ВР Володимир Гройсман та Президент Європейського парламенту Мартін Шульц підписали Меморандум про взаєморозуміння між Верховною Радою України та Європейським парламентом про спільні рамки парламентської підтримки та підвищення інституційної спроможності ВР. Одним з пріоритетів партнерства зазначено підвищення прозорості, передбачуваності, ефективності та відкритості процесу роботи Верховної Ради України.

У лютому 2016 року Місія Європейського парламенту з оцінки потреб під головуванням Президента Європейського парламенту Пета Кокса (2002-2004 рр.) розробила і презентувала Доповідь та Дорожню карту щодо підвищення інституційної спроможності Верховної Ради України (<http://dhrp.org.ua/uk/publikatsii1/1120-20160411-ua-publication>). Місія Пета Кокса наголосила на необхідності підвищувати *комунікаційну спроможність ВР* для забезпечення відкритості, прозорості парламенту та підзвітності громадянам.

Відповідним Розпорядженням Голови ВР було затверджено План дій з реалізації Декларації відкритості парламенту, склад Моніторингового комітету Ініціативи «Відкритий парламент» для виконання Плану та зобов’язано Апарат ВР забезпечити виконання Плану (<http://bit.ly/2itiuLc>;<http://bit.ly/2hFuLbc>). Згідно з Планом основними пріоритетами на шляху до всебічної прозорості парламентської діяльності стали: 1) доступ громадськості до інформації про парламентські процеси; 2) залучення компетентних груп громадськості до законотворчої діяльності; 3) безумовна підзвітність та прозорість діяльності парламенту України.

Запропонована п’ятирічна комунікаційна стратегія ВР доповнює План дій з реалізації відкритості парламенту і ставить за мету посилення інституційної спроможності ВР здійснювати сучасне, повне й неупереджене інформування про діяльність ВР у впровадженні демократичних перетворень та зміцнення позитивного іміджу парламенту.

Написанню комунікаційної стратегії ВР передували стратегічні сесії, організовані Ініціативою «Відкритий парламент» за участю працівників Апарату ВР, журналістів, народних депутатів України, міжнародних експертів, громадських об’єднань: Центру демократії та верховенства права (ЦЕДЕМ), Громадянської мережі «ОПОРА», Українського кризового медіа-центру (УКМЦ), Громадського руху «ЧЕСНО», Transparency International Україна та ін. Були проведені опитування громадської думки і фокус-групи за участю українських ГО, що співпрацюють з парламентом, а також журналістів, які висвітлюють його діяльність. Програма розвитку ООН в Україні (UNDP) забезпечила проведення громадських обговорень, зустрічей Моніторингового комітету, координацію з міжнародними експертами та опрацювання звіту.

# II. Опис ситуації

Наразі у ВР відсутня комунікаційна стратегія, що призводить до несистемного та неповного висвітлення діяльності парламенту і стоїть на заваді об’єктивному розумінню громадянами тих процесів, що відбуваються в єдиному законодавчому органі країни.

Парламент як державна інституція не завжди ефективно використовує наявні комунікаційні ресурси, потерпає від багатоступеневих комунікаційних процедур і законодавчих обмежень всередині парламенту і, як наслідок, втрачає можливість ефективних комунікацій зі своїми цільовими аудиторіями. Парламентські реформи малопомітні ззовні й не завжди відомі іншим структурним підрозділам ВР через недостатньо ефективну роботу внутрішніх каналів комунікації й неможливість подальшого інформування громадськості.

Кількість та різноманітність комунікаційних повідомлень парламенту є значними за обсягом, але не завжди повними, узгодженими, адаптованими до потреб аудиторій та своєчасними. Це стосується офіційних повідомлень для ЗМІ, наповнення веб-сайту, координації роботи комунікаційних підрозділів та міжнародних комунікацій парламенту.

Суттєвим недоліком у здійсненні парламентських комунікацій є відсутність єдиного комунікаційного підрозділу (департаменту), який очолив би всі комунікаційні процеси в парламенті й координував інформаційний обіг між усіма структурними підрозділами парламенту, в тому числі парламентськими ЗМІ.

Опитування ПРООН, проведене восени 2016 року дослідницькою компанією InMind Factum Group, показало, що 85% дорослих громадян отримують інформацію про діяльність ВР з телевізійних новин, 44% – з телевізійних ток-шоу, 23% – з новин Інтернет-медій та по 13% – із соціальних мереж та друкованих медіа (можна було надати кілька відповідей). Основними джерелами новин про діяльність парламенту є телевізійні новини (85%) та ток-шоу (44%), де ньюзмейкерами з висвітлення роботи ВР в українському медійному просторі є окремі «популярні» депутати від різних фракцій. При цьому, у спілкуванні зі ЗМІ парламентарії лише зрідка керуються інтересами парламенту як державної інституції. Як наслідок, повідомлення парламентаріїв для широкої громадськості призводять до політичних маніпуляцій й поглиблюють у громадян відчуття розгубленості та недовіри до парламентських процесів.

Частка респондентів, які використовують офіційні джерела ВР, є значною й становить 28%[[1]](#footnote-1) (канал «Рада» – 21%, сторінка ВР у Фейсбук – 6%, газета «Голос України» – 5%, веб-сайт ВР – 4%, Twitter – 3%). Але координації зі створення повідомлень між офіційними каналами комунікації парламенту не відбувається.

Неузгоджена комунікація спотворює імідж парламенту України як державної інституції серед українських громадян та на міжнародному рівні. Згідно з результатами того самого опитування ПРООН[[2]](#footnote-2) довіра населення до парламенту знаходиться на рівні 7% (73% – не довіряють), менше довіряють лише судам та політичним партіям – по 6%. При цьому, 71% опитаних вважає ВР «зовсім неефективною» та «скоріш неефективною», лише 3% вказали, що діяльність парламенту «скоріш ефективна». Й 49% вказали, що ВР знизила свою ефективність протягом останніх двох років, 40% не бачать жодних змін і лише 11% вважають, що Верховна Рада дещо покращила свою ефективність.

На думку респондентів, ВР виявила найбільшу ефективність у формуванні зовнішньої політики та призначенні Прем’єр-міністра разом із Кабінетом Міністрів (по 12% схвалюють діяльність ВР за цими напрямами), але найгірше представляла інтереси своїх виборців та дотримувалась незалежності від інших гілок влади – по 4% респондентів дали ствердну відповідь (див. таблицю 1).

***Таблиця 1. Ефективність виконання функцій ВР за регіонами***

*(Запитання* 16. Наскільки ефективно, на Ваш погляд, ВР виконує наступні функції?)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Загалом** | **Захід** | **Південь** | **Центр** | **Схід** |
| Формування зовнішньої політики України | 12% | 14% | 11% | 11% | 14% |
| Призначення Прем'єр-міністра та КМ | 12% | 11% | **15%▲** | 10% | 13% |
| Інформування суспільства про свою діяльність | 9% | 10% | 9% | 8% | 11% |
| Формування внутрішньої політики України | 9% | 10% | 9% | **7%▼** | 11% |
| Підготовка та прийняття законів | 9% | 10% | 11% | **6%▼** | 11% |
| Забезпечення відкритості законотворчого процесу | 8% | 8% | **5%▼** | 10% | 10% |
| Формування коаліції парламентських фракцій | 6% | 5% | **8%▲** | 5% | 7% |
| Підтримка традицій та розбудова парламенту | 6% | **3%▼** | 8% | 5% | **9%▲** |
| Контроль і нагляд за роботою Уряду | 6% | 5% | 7% | 5% | 7% |
| Слугування платформою для суспільного діалогу | 5% | 4% | 6% | 3% | 6% |
| Дотримання незалежності від інших гілок влади | 4% | 5% | 5% | 4% | 5% |
| Представництво інтересів виборців – народу України | 4% | 4% | 6% | 3% | 5% |

Характеризуючи діяльність ВР, респонденти частіше погоджуються з негативними твердженнями: корумпована (93%), конфліктна (90%) інституція, що керується власними інтересами (84%), для якої властива демагогія (83%) та зайва бюрократія (84%) і яка виглядає як закритий клуб (78%). ВР найменш властиві такі характеристики, як чесність (12%), ефективність (16%), прозорість (18%) та здатність вирішувати суспільні проблеми (21%).

Утім, громадяни висловлюють доволі високу зацікавленість роботою парламенту – на рівні 35%. Серед різних аспектів діяльності ВР найбільший інтерес респондентів привертає бюджет на утримання ВР (53%), прийняті закони (52%) та доходи депутатів (51%). Найменший інтерес респонденти висловлюють щодо переліку комітетів ВР (14%), доступу до архівної інформації (15%) та структури та правил роботи ВР (16%).

Майже половина опитаних не знає жодних можливих засобів для отримання інформації від ВР (46%), при цьому цей показник набагато вищий на сході країни – 54%. Лише 6% дорослих громадян мали досвід комунікації з ВР, більше – мешканці центральних та східних регіонів (8% та 10% відповідно).

Фокус-групи та глибинні інтерв’ю з представниками *експертного середовища* з числа організацій громадянського суспільства, бізнес-кіл, консультантів та працівників Апарату ВР та народних депутатів показали високу зацікавленість у підвищенні прозорості законотворчої діяльності.

Серед *позитивних* змін у роботі парламенту експерти називали, зокрема, такі:

1. Комплектування Апарату ВР висококваліфікованими кадрами (з акцентом на склад Головного-науково експертного управління, Головного юридичного управління та секретаріатів окремих комітетів).
2. Збільшення кількості та підвищення якості контенту в традиційних парламентських ЗМІ та у соціальних мережах – зросла якість аналітики, більше використовується наочних матеріалів (інфографік), з’явилося більше інформативних програм на телеканалі «Рада».
3. Загальна тенденція на відкритість з боку ВР. Незважаючи на велику кількість народних депутатів, діяльність яких не відповідає очікуванням громадян, позитивно сприймається зростання відкритої й конструктивної співпраці з новими народним депутатами для розв’язання нагальних проблем.

Попри ці позитивні зміни в інформуванні про діяльність ВР, сприйняття ВР як інституції залишається вкрай негативним в експертному середовищі. Основними факторами негативного сприйняття ВР називаються:

1. **Неефективність у здійсненні конституційних функцій:**

* Недостатня комунікація між структурними підрозділами самої ВР, що призводить до сприймання цього органу як розрізненого, занадто великого, внутрішньо неузгодженого, такого, що продукує бюрократію і перешкоди у вирішенні необхідних питань.

1. **Істотний брак системних реформ** у функціонуванні ВР і **повільний темп впровадження** вже започаткованих змін, починаючи з прозорості у висвітленні діяльності і закінчуючи прикладними аспектами її роботи, наприклад, відсутність електронного документообігу.
2. **Зміщений фокус підвищеної уваги українського інформаційного простору з** фахового обговорення парламентських процесів на другорядні аспекти, великий обсяг скандальної інформації, що нівелює раціональне сприйняття відповідних ініціатив звичайними громадянами, виокремлення ризиків і переваг.

Виявлені очікування експертного середовища та пересічних громадян щодо діяльності парламенту та висвітлення парламентських тем були враховані у даній комунікаційній стратегії парламенту, в тому числі при формулюванні меседжів (ключових повідомлень), визначенні каналів донесення інформації, посиленні спроможності до виконання та прогнозуванні очікуваних результатів.

# III. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ

Цей документ визначає організаційно-методологічні засади комунікаційної діяльності ВР, очікувані результати від її здійснення протягом 2017-2021 років та механізми посилення комунікаційної спроможності парламенту як державної інституції.

## Розділ 1. Загальні положення

## 1. Визначення термінів

канали комунікації – медійні та немедійні активи (засоби), в тому числі непідпорядковані парламенту, за допомогою яких і через які парламент здійснює комунікаційну діяльність;

комунікаційна діяльність ВР – комплекс процедур, засобів та заходів, що реалізуються парламентом, насамперед Апаратом, у частині організаційного, інформаційного, експертно-аналітичного і матеріально-технічного забезпечення діяльності ВР, її органів та народних депутатів України в рамках їх взаємодії із цільовими (зовнішніми) аудиторіями;

комунікаційна спроможність – комплекс ресурсів (людських, технічних, фінансових) та функцій Апарату ВР, які забезпечують здатність парламенту здійснювати комунікаційну діяльність;

меседжі (ключові повідомлення) – твердження щодо цінностей ВР, які мають слугувати орієнтиром для працівників Апарату та парламентаріїв у спілкуванні з цільовими аудиторіями;

цільові аудиторії – громадяни України, урядові організації, неурядові організації та інші групи впливу, міжнародні уряди та громадяни інших держав, вітчизняні та іноземні засоби масової інформації, органи виконавчої влади та місцевого самоврядування України, працівники Апарату парламенту та народні депутати України тощо.

## 2. Мета та завдання комунікаційної стратегії Верховної Ради України

**2.1. Мета комунікаційної стратегії** – налагодження системи скоординованого і дієвого використання комунікаційних можливостей ВР для підвищення рівня довіри громадськості до неї та сприйняття її як ефективного органу законодавчої влади.

**2.2. Завдання комунікаційної стратегії:**

1. Сприяти позитивному іміджу ВР через налагодження системних та скоординованих комунікацій, запровадження правил брендингу, розробку кодексу етики народного депутата.
2. Забезпечити обізнаність громадян про процеси у парламенті шляхом надання повного доступу до публічної інформації про законодавчу діяльність парламентаріїв, депутатських комісій, фракцій та груп, Голови, заступників Голови, Апарату та комітетів ВР.
3. Забезпечити участь громадськості у процесі прийняття рішень у ВР шляхом налагодження зворотного зв’язку, активного залучення до законотворчого процесу та розширення можливостей відвідувати парламент.
4. Забезпечити повне та об’єктивне висвітлення діяльності парламенту в медіа шляхом запровадження ефективних механізмів інформування ЗМІ та сприяння їм у зборі фактів та коментарів про діяльність депутатського корпусу, комітетів та парламенту в цілому.
5. Посилити спроможність парламенту України як послідовного, ініціативного та надійного учасника міжнародного діалогу.
6. Оптимізувати обмін інформацією між парламентаріями, керівництвом ВР та структурними підрозділами Апарату шляхом вдосконалення внутрішньої комунікації у ВР.

## 3. Місія Верховної Ради України

Згідно зі статтею 75 Конституції України (КУ) Верховна Рада України є єдиним органом законодавчої влади в Україні.

Згідно зі статтею 79 КУ, перед вступом на посаду народні депутати України складають перед народом України таку присягу: "Присягаю на вірність Україні. Зобов'язуюсь усіма своїми діями боронити суверенітет і незалежність України, дбати про благо Вітчизни і добробут Українського народу. Присягаю додержуватися Конституції України та законів України, виконувати свої обов'язки в інтересах усіх співвітчизників".

Отже, **місією парламенту** є збереження суверенітету та незалежності України й розвиток країни заради блага та добробуту Українського народу шляхом здійснення представницької, наглядової та законотворчої діяльності.

## 4. Бачення

Бачення відображає образ інституції, якого вона прагне досягти завдяки виконанню комунікаційної стратегії. За результатами обговорення за участю працівників Апарату, парламентаріїв та представників громадянського суспільства бачення ВР є таким:

*ВР – відкритий і близький для людей орган державної влади, який є виразником інтересів українського суспільства.*

*Парламент України – найвища представницька інституція, яка ухвалює найважливіші рішення за допомогою пошуку компромісів між різними політичними і соціальними групами.*

*ВР є динамічною та сучасною інституцією, рушієм змін та ініціатором упорядкування (правового врегулювання) суспільних відносин.*

## Розділ 2. Канали комунікації

До каналів комунікації входять первинні медійні та немедійні канали, які є у розпорядженні ВР, а також вторинні канали /агенти комунікації на політичному рівні.

**4.1. Первинні канали комунікації**

***4.1.1. Медійні канали ВР***

* телеканал «Рада» – створення та трансляція аудіовізуального контенту, забезпечення он-лайн трансляцій пленарних засідань парламенту, засідань комітетів, погоджувальних рад та парламентських слухань тощо;
* газета «Голос України» – оприлюднює закони та нормативно-правові акти України, висвітлює діяльність ВР, депутатських фракцій і груп, комітетів, тимчасових спеціальних комісій та тимчасових слідчих  комісій, народних депутатів України, органів місцевого самоврядування;
* веб-ресурси ВР – містять базову інформацію про структуру ВР та її Апарату, співробітників, способи зворотної комунікації з керівництвом ВР, парламентаріями, комітетами та фракціями, Апаратом ВР, прес-службою та іншими підрозділами. Надають оперативну інформацію про законопроекти і процес їх розгляду та ухвалення, надають можливість для коментування та приймають пропозиції від громадськості, а також звернення громадян та листи на адресу народних депутатів;
* сторінки в соціальних мережах – Голови ВР, Апарату ВР (прес-служби), комітетів та фракцій.

***4.1.2. Немедійні канали Верховної Ради України***

* прес-брифінги, прес-конференції та повідомлення для преси;
* розсилки;
* зустрічі з представниками українських та іноземних організацій, представниками громадськості;
* зустрічі з представниками міжнародної дипломатії;
* спільні заходи за участю громадськості, ЗМІ та/або представників міжнародних організацій;
* зустрічі з представниками виконавчої влади, органів місцевого самоврядування;
* зустрічі парламентаріїв з виборцями, прийом виборців, робота в округах;
* Екскурсії в приміщенні ВР;
* Інтранет.

**4.2. Вторинні канали комунікації (агенти комунікації)**

Агенти комунікації визначаються відповідно до їх ролі у донесенні інформації про діяльність парламенту на різних рівнях. ВР має розглянути варіанти співпраці з вказаними агентами й виробити правила комунікації з кожним з них.

***4.2.1. На публічному рівні***

* *українські ЗМІ* (національні та регіональні) та акредитовані журналісти, які одночасно є і цільовою аудиторією комунікаційної стратегії, і виконують функцію ретрансляторів повідомлень про діяльність ВР;
* *іноземні ЗМІ*, які є одночасно і аудиторією комунікаційної стратегії, і поширюють інформацію про діяльність ВР на широкі іншомовні аудиторії за кордонами України;
* *сайти та сторінки в соціальних мережах неурядового сектору*, аналітичних центрів та експертних груп.

***4.2.2. На політичному рівні***

* *парламентарії* – мають можливості здійснювати незалежну комунікацію шляхом проведення зустрічей з виборцями, участі в заходах, телевізійних та радіопрограмах, поширення описового та аудіовізуального контенту через власні сайти та сторінки в соціальних мережах. Незалежна комунікаційна діяльність народних депутатів України має бути включена до комунікаційної діяльності та кампаній ВР, в тому числі під час заходів у регіонах країни. При цьому, парламентарії та їх помічники можуть потребувати підтримки в плані підготовки комунікацій, в тому числі створення аудіовізуального контенту, стратегії комунікації з виборцями;
* *фракції ВР* – відіграють важливу роль в комунікації політично чутливих тем шляхом організації спеціальних слухань та інших заходів комунікації за технічної підтримки ВР. Для здійснення ефективної комунікації через фракції в кожній з них секретаріат має встановити відповідальних осіб для залучення представників фракцій до збалансованої комунікації ВР з політично суперечливих та чутливих питань. Залучення відповідальних представників фракцій до узгодженої комунікації ВР потребуватиме координаційної функції з боку Апарату у виробленні повідомлень, збалансованого представлення різних позицій та можливих наслідків певних рішень;
* *комітети ВР* – у робочі тижні комітети мають оприлюднювати плани, а також здійснювати он-лайн трансляції своїх засідань. Комунікаційна стратегія ВР спрямована на складання та оприлюднення єдиного плану заходів комітетів, забезпечення безперебійних он-лайн трансляцій роботи всіх комітетів. Комунікаційні служби ВР мають домовитись з відповідальними особами в комітетах про розподіл повноважень з інформування аудиторій про плани та рішення комітетів, правила складання офіційних повідомлень, що пов’язані між собою, розміщення інформації на сайті ВР і сайтах комітетів та узгодити списки розсилки.

Агенти комунікації не знаходяться в підпорядкуванні Голови ВР, Апарату ВР або парламентаріїв, але при цьому відіграють важливу роль у ретрансляції повідомлень ВР для досягнення більших аудиторій. Апарат ВР, зокрема комунікаційний департамент, вживатиме дій для розбудови партнерських відносин з агентами комунікації, оскільки від якості ретрансльованих повідомлень значною мірою залежить рівень обізнаності аудиторій поза медійними активами ВР.

## Розділ 3. Цільові аудиторії

Сегментація цільових аудиторій комунікаційної діяльності ВР дозволяє врахувати їхні потреби та обрати найбільш оптимальні канали комунікації парламенту з ними.

З огляду на визначені цілі та завдання комунікаційної стратегії коло цільових аудиторій є достатньо всеохоплюючим. Основними цільовими аудиторіями є: 1) широка громадськість; 2) неурядові організації та інші групи впливу; 3) міжнародні уряди та громадяни інших держав, 4) вітчизняні та іноземні засоби масової інформації; 5) органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування України; 6) працівники Апарату парламенту та народні депутати України. На рівні діяльності Апарату ВР планується здійснення двосторонньої комунікації з кожною цільовою аудиторією, як представлено в таблиці нижче.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Основні аудиторії | Сегментація | Потреби аудиторій в комунікації | Первинні канали комунікації | Вторинні канали / агенти комунікації |
| громадськість | виборці в Україні; | розуміння парламентських процесів та напряму, в якому рухається країна;  обізнаність про законодавчі ініціативи, що впливають на життя окремих груп;  усвідомлення, що парламентарії відстоюють інтереси та права своїх виборців;  здатність контролювати діяльність депутатів свого округу та інших;  отримання підтвердження у професійній і злагодженій роботи парламенту, впевненість в державі; | * телеканал «Рада» * газета «Голос України» * веб-сайт ВР * соціальні мережі – сторінки Голови ВР, депутатів, запити та звернення до депутатів * зустрічі з парламентаріями * відвідання парламенту/екскурсії | * незалежні ЗМІ України – телевізійні, друковані, он-лайн * соціальні мережі - сторінки лідерів думок, НУО, ЗМІ |
| неповнолітні громадяни; |
| українці за кордоном |
|  |
| громадські об’єднання та групи впливу | громадські об’єднання; | обізнаність та активна участь в розробці законодавчих ініціатив заради просування інтересів груп, якими опікуються;  можливість надати експертну підтримку в розробці законодавства та/або під час виконання представницьких функцій парламенту;  тлумачення парламентських процесів та складання прогнозів щодо впливу законодавчих ініціатив на функціонування власних цільових аудиторій; | * веб-сайт ВР * база законодавства ВР * розсилки ВР * аналітичні довідки * заходи, зустрічі за участю громадських організацій * відповіді на запити * особисті зустрічі, спілкування | * соціальні мережі - сторінки НУО, лідерів думок, парламентаріїв |
| експертні громадські об’єднання; |
| професійні та галузеві об’єднання |
|  |
| іноземні аудиторії | дипломатичні місії, присутні в Україні; | розуміння парламентських процесів та напряму, в якому розвивається країна;  поінформованість про своєчасне міжнародне отримання англомовних новин про рішення ВР для усвідомленого прийняття власних рішень щодо розбудови дипломатичних, економічних та інших стосунків з Україною; | * веб-сайт ВР – англомовний контент * розсилки ВР англійською мовою * зустрічі з керівництвом ВР * зустрічі з парламентаріями * спільні заходи, участь керівництва в міжнародних заходах * участь парламентаріїв у міжнародних заходах | * іноземні ЗМІ * новини іноземною мовою українських ЗМІ * прес-служби посольств та інших суб’єктів міжнародної політики * соціальні мережі – англомовні джерела лідерів думок * інформування з боку груп дружби, постійних делегацій ВР у парламентських асамблеях, міжнародних організаціях |
| Європейський парламент; |
| ключові гравці міжнародної політики, міжнародні донори; |
| парламенти інших країн світу; |
| уряди інших країн світу |
| засоби масової інформації | пул парламентських журналістів; | своєчасне отримання актуальної інформації про діяльність парламенту;  можливість прямих трансляцій та швидкого повідомлення новин про діяльність парламенту;  оперативний зворотний зв’язок від парламентаріїв, керівництва ВР та керівника Апарату ВР для отримання коментарів та/або роз’яснення новин | * прес-брифінги, прес-конференції * розсилки прес-служби ВР * он-лайн трансляції засідань парламенту, фракцій та парламентських груп * відвідання парламенту * сайт ВР * виступи парламентаріїв у ЗМІ | * соціальні мережі – сторінки керівників ВР, прес-служби Апарату ВР, окремих депутатів * незалежні ЗМІ |
| друковані, ТВ, радіо; |
| Інтернет-медіа; |
| іноземні ЗМІ; |
| незалежні журналісти, які висвітлюють роботу парламенту |
|  |
| органи влади | уряд; | своєчасне отримання новин про законодавчі ініціативи парламенту;  можливість впливати на законотворення та прийняття рішень; | * керівництво та Апарат ВР * парламентарії * парламентські медіа - телеканал «Рада», газета «Голос України» * спільні заходи за участю представників ВР, органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування * веб-сайт ВР | * виконавчі органи влади * прес-служба Президента України, Президент України * представники фракцій, парламентських груп * окремі депутати |
| органи місцевого самоврядування |
| керівництво, народні депутати України, органи ВР та працівники Апарату ВР | Голова ВР, Секретаріат Голови ВР; | обізнаність про діяльність керівництва та органів ВР;  своєчасне планування участі в заходах та інших видах комунікації, що стосуються сфери відповідальності підрозділів;  ефективний розподіл обов’язків та швидке опрацювання рішень, що стосуються сфери відповідальності підрозділів | * Інтранет – календар подій та заходів, пошта та розподіл доручень, рух документів, архів документів та аналітики, архів відео та фотоматеріалів, архів інформаційних повідомлень, контактна інформація тощо * наради між структурними підрозділами * доручення, накази * особисте спілкування / телефонні комунікації | * соціальні мережі * веб-сайт ВР |
| фракції, МФО та групи, ТСК; |
| депутатський корпус ВР; |
| Керівник Апарату ВР; | можливість залучати парламентаріїв, фракції, комітети та керівництво ВР до запланованої комунікації із зовнішніми аудиторіями;  обізнаність про рішення та плани керівництва парламенту та Апарату ВР для відповідного вчасного планування;  ефективний розподіл комунікаційних функцій всередині ВР |
| заступники Керівника Апарату ВР; |
| керівники управлінь; |
| співробітники Апарату ВР |

## 

## Розділ 4. Меседжі комунікаційної стратегії Верховної Ради України

Меседжі (ключові повідомлення) висловлюють основну думку, яку намагаються донести служби ВР та парламентарії у спілкуванні зі своїми аудиторіями.

Меседжі були розроблені в результаті обговорень комунікаційної стратегії ВР з громадськістю, ґрунтуються на місії ВР і відображають очікування аудиторій щодо ВР.

Подальша комунікаційна діяльність ВР має будуватись навколо цього переліку ключових повідомлень, які здатні покращити імідж ВР, сприяти позитивному ставленню громадян та зростанню рівня довіри до неї:

* ініціатор впорядкування суспільних відносин;
* поважна державна інституція, що діє виключно в рамках закону;
* професійна, послідовна, ефективна інституція, рушій змін у країні;
* ВР несе спільну відповідальність з виборцями за державну політику;
* відкрита, близька до людей, доступна інституція, що обстоює інтереси українського народу;
* надійний учасник міжнародного діалогу, що відстоює інтереси України;
* динамічне та сучасне середовище, де твориться історія Української держави.

## Розділ 5. Очікувані результати

Реалізувати цю Стратегію передбачається протягом 2017—2021 років.

**5.1. Загальні очікувані результати:**

1. Підвищено рівень довіри до ВР серед населення України.
2. Підвищено відсоток громадян, які вважають діяльність парламенту ефективною.
3. У ЗМІ переважають повідомлення, присвячені фаховому обговоренню діяльності парламенту та законодавчих процесів, а не вчинків окремих депутатів, скандальної інформації тощо.

**5.2. Очікувані результати за завданнями:**

**Завдання 1. Сприяти позитивному іміджу ВР через налагодження системних та скоординованих комунікацій, запровадження правил брендингу, розробку кодексу етики народного депутата.**

1.1. **Комунікаційні потоки у ВР оптимізовані** й координуються з єдиного комунікаційного департаменту. Процедури щодо обміну інформацією та створення кінцевих інформаційних продуктів для різних аудиторій є узгодженими.

1.2. **Узгоджено інформаційні політики** щодо здійснення парламентських комунікацій між усіма парламентськими каналамикомунікації – парламентськими медіа, веб-порталом ВР, веб-сайтом Голови та заступників Голови, сайтами комітетів, сторінками в соціальних мережах.

1.3. **Формат повідомлень для ЗМІ та громадян** у розсилках, новинах на сайті, в соціальних мережах, парламентських медіа є легким для сприйняття, зрозумілим та містить роз’яснення щодо важливих фактів, законів та діяльності парламенту з огляду на потреби аудиторій.

1.4. **Підвищено рівень політичної культури** народних депутатів завдяки прийнятому Кодексу етики народного депутата України.

1.5. **Запроваджено оновлений брендинг** ВР на всіх рівнях комунікацій, в тому числі в керівництві ВР, Апараті ВР, парламентських ЗМІ та всіх комунікаційних продуктах ВР.

1.6. Підвищено відсоток громадян, що вважають **ВР ефективною державною інституцією й довіряють їй**.

**Завдання 2. Забезпечити обізнаність громадян про процеси у парламенті шляхом надання повного доступу до публічної інформації про законодавчу діяльність парламентаріїв, депутатських комісій, фракцій та груп, Голови, заступників Голови, Апарату та комітетів ВР.**

**2.1. Публічне звітування керівництва ВР та політичних партій** – на веб-сторінці голови ВР оперативно публікуються поточні новини про діяльність Голови ВР (зустрічі, візити тощо); запроваджено єдиний формат публічних звітів керівництва ВР і народних депутатів, що відбуваються не рідше одного разу на рік; політичні партії оприлюднюють звіти про виконання власних передвиборних програм; звіти супроводжуються якісними фото та відеоматеріалами, інтерв’ю.

**2.2. Інформування про діяльність народних депутатів** – на веб-порталі ВР розміщена повна інформація про народних депутатів України (біографія, діяльність в комітетах, округах, законотворча діяльність, поїздки в регіони, міжнародна активність, діяльність у міжфракційних об'єднаннях, електронні декларації, діючі телефони та електронні адреси депутатів, анонси зустрічей з виборцями, звіти про співпрацю з органами місцевого самоврядування тощо); також міститься детальна інформація про помічників народних депутатів (контакти, декларація, сфера відповідальності).

**2.3. Комунікація народних депутатів з виборцями** – парламентарії здійснюють регулярну комунікацію з виборцями за допомогою прес-конференцій, зустрічей з громадськими об’єднаннями та групами впливу; здійснюють публічне звітування за допомогою розміщення звітів про результати діяльності народних депутатів на сайті ВР, власних сайтах, сайтах політичних партій, сторінках соціальних мереж, на відкритих зустрічах з виборцями, а також регулярних прес-брифінгах у новоствореному парламентському прес-центрі.

**2.4. Інформування про діяльність комітетів та комісій ВР** – унормовані за дизайном та структурою сайти комітетів ВР надають оперативну інформацію про засідання, розглянуті питання, плани та звіти, містять посилання на он-лайн трансляції та відео-архів засідань комітетів; веб-портал ВР містить прямі посилання на сайти всіх комітетів; повідомлення прес-служби та інформаційного управління Апарату узгоджені з повідомленнями комітетів, комітети мають людей, що відповідають за комунікацію з громадськістю та наповнення сайтів комітетів та сайту ВР; повідомлення для громадськості тлумачать прийняті рішення та розглянуті законопроекти, подають аналітичну інформацію про очікуваний вплив законодавчих ініціатив на життя громадян у легкому для сприйняття форматі через усі доступні канали комунікації у співпраці з прес-службою Апарату ВР.

**2.5. Висвітлення міжнародної діяльності депутатів та парламентських делегацій** – народні депутати та керівники ВР оприлюднюють звіти про результати закордонних поїздок та кількість зустрічей, використані бюджетні кошти, ініційовані завдяки міжнародним поїздкам документи та резолюції і результати їх реалізації; секретаріати комітетів ВР оприлюднюють на веб-сайті ВР звіти (пост-релізи) про поїздки парламентських делегацій за кордон.

**2.6. Інформування про діяльність Апарату ВР та секретаріатів** – сайт ВР містить органіграму парламенту та функції Апарату в доступній формі, інформацію про працівників секретаріатів, голів комітетів та діяльність Апарату (новини, програми тощо), повну контактну інформацію по всіх підрозділах ВР, про секретарів та помічників керівництва ВР та народних депутатів; сайт містить прямі посилання на сайти Голови ВР, заступників Голови ВР, комітетів, фракцій та парламентських груп, надає можливість перейти на сторінки в соціальних мережах.

**Завдання 3. Забезпечити участь громадськості у процесі прийняття рішень у ВР шляхом налагодження зворотного зв’язку, активного залучення до законотворчого процесу та розширення можливостей відвідувати парламент.**

**3.1. Взаємодія ВР з НУО та групами впливу** – Апарат ВР технічно та організаційно забезпечує комітетські слухання і зустрічі з представниками комітетів за ініціативи НУО; за потреби і узгодженням з керівництвом ВР організовує зустрічі та спілкування з НУО перед засіданнями погоджувальних рад, залучає НУО до організації заходів; комітети використовують актуальну базу експертних НУО для залучення експертів для розробки, аналітичного обґрунтування та доопрацювання законопроектів; органи місцевого самоврядування залучаються для обговорення законодавчих ініціатив та беруть участь у формуванні порядку денного парламенту.

**3.2. Доступ громадян та НУО до приміщень парламенту** для відвідування заходів – на веб-порталі ВРУ розміщена повна та актуальна інформація про події у ВР та можливість їх відвідування; впроваджено одноразову он-лайн перепустку на заходи у ВР (експертні обговорення, відкриті засідання комітетів, відкриття виставок, дні відкритих дверей, тематичні екскурсії); забезпечено можливості одночасного перебування у відповідній ложі балкона з урахуванням його технічних можливостей та санітарних норм осіб, які бажають відвідати відкриті пленарні засідання; запроваджено гарячу лінію з питань відкритості ВР.

**3.3. Ефективна комунікація громадян через громадські приймальні депутатів** - запроваджено стандарти комунікації для громадських приймалень; механізм систематизації (в єдиній формі) запитів, звернень тощо через громадські приймальні; громадські приймальні публікують висновки та звіти про роботу приймалень; зміст запитів і звернень відображено у формулюванні пріоритетів і порядку денному ВР; депутати через законодавчі ініціативи сприяють вирішенню проблем, викладених у зверненнях.

**3.4. Унормовано типи громадських консультацій** – Регламент ВР передбачає он-лайн та особисті консультації з громадськістю для розробки та обговорення законопроектів; визначено відповідальність комітетів за комунікацію з громадськістю й підтримку системних комунікацій.

3.5. **Веб-ресурси ВР є ефективними інструментами зворотного зв’язку** – із зручною та легко зрозумілою опцією, що надає можливість подати петицію, обговорити законопроекти, подати звернення та запит, а також можливість підписатись на новини ВР за переліком тем.

**Завдання 4. Забезпечити повне та об’єктивне висвітлення діяльності парламенту в медіа шляхом запровадження ефективних механізмів інформування ЗМІ та сприяння їм у зборі фактів та коментарів про діяльність депутатського корпусу, комітетів та парламенту в цілому.**

4.1. У приміщенні ВР **створено** **сучасний медіа центр**, що надає можливість журналістам здійснювати он-лайн трансляції, оперативно створювати й поширювати новини.

4.2. Створено систему **он-лайн реєстрації журналістів** на разові заходи ВР.

4.3. **Оптимізовано процедури обміну інформацією** між прес-службою та комітетами ВР, секретаріат кожного комітету має відповідального за комунікації зі ЗМІ, контактна інформація зазначена на сайтах комітетів.

4.4. Запроваджено **план семінарів та інформаційних заходів для представників ЗМІ**; запроваджені регулярні медіатури регіональних журналістів до ВР для підвищення рівня обізнаності представників ЗМІ про діяльність парламенту; прес-служба Апарату ВР має **план тематичних інформаційних кампаній** та плани медійної присутності за актуальними парламентськими темами щонайменше на три місяці.

4.5. Здійснюється **он-лайн трансляція засідань парламенту та парламентських комітетів**; підрозділи ВР забезпечено технічними засобами для оперативного та результативного он-лайн висвітлення подій, що відбуваються у ВР (мобільний або Wi-Fi зв’язок, планшети, сучасні фото та відеокамери); забезпечено можливість переглянути он-лайн трансляції засідань парламенту та комітетів з мобільних пристроїв; веб-портал ВР містить відеоархів засідань комітетів.

4.6. Прес-служба регулярно **розсилає анонси, тематичні інформаційні повідомлення, бюлетені та новини** за актуалізованим списком ЗМІ з розбивкою за цільовими аудиторіями, профілями видань та/або журналістів; розсилки не лише містять офіційні новини, а й надають **аналітичне** роз’яснення та інфографіки щодо актуальних тем, що розглядає/приймає парламент.

4.7. Веб-сайт ВР містить **актуальний англомовний контент** щодо діяльності парламенту, в тому числі контактну інформацію, структуру парламенту, англомовні субтитри до мультимедійного контенту на веб-сайті та у соціальних мережах ВР; розроблено і запроваджено правила ведення англомовних сторінок ВР у соціальних мережах; забезпечено переклад англійською ключових документів та аналітичних оглядів щодо діяльності парламенту; забезпечено умови для роботи іноземних журналістів у прес-центрі ВР (англомовні співробітники, необхідне обладнання, засоби зв’язку, наявність англомовних матеріалів).

4.8. Запроваджено практику проведення **прес-сніданків керівництва ВР з іноземними ЗМІ** в Україні та за кордоном.

4.9. **Парламентські ЗМІ** – оптимізація їх ресурсів; телеканал «Рада» забезпечено сучасними технічними засобами для створення аудіовізуального контенту та здійснення он-лайн трансляцій засідань; комунікації через парламентські ЗМІ узгоджені та ефективні.

**Завдання 5. Посилити спроможність парламенту України як послідовного, ініціативного та надійного учасника міжнародного діалогу.**

**5.1. Координація з операційних питань** – запроваджено щорічне планування міжнародної комунікації парламенту шляхом проведення стратегічної наради представників відповідних підрозділів Апарату ВР; міжвідомчий обмін інформацією щодо міжнародної діяльності парламенту – між керівництвом та комітетами ВР, Управлінням забезпечення міжпарламентських зв’язків Апарату ВР, Міністерством закордонних справ України, Офісом Віце-прем’єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції; в Апараті ВР створено відділ протоколу, що регулює міжнародну діяльність Голови ВР, заступників Голови ВР, підрозділів та парламенту в цілому.

**5.2. Комунікація з іноземними партнерами** – проводяться регулярні координаційні зустрічі дипкорпусу в Україні та керівництва ВР для обговорення пріоритетів співпраці; організовуються візити представників міжнародних аналітичних центрів до ВР; актуалізовано канали комунікації та налагоджено постійний обмін інформацією з ключовими іноземними аудиторіями: Європейський парламент, парламенти інших держав, присутні в Україні дипломатичні місії, аналітичні центри за кордоном, закордонні українці, міжнародні організації та донори; посилено участь комунікаційних підрозділів у здійсненні міжнародної комунікації та звітуванні про неї.

**5.3. Актуалізація контенту іноземними мовами на існуючих платформах комунікації парламенту** – веб-портал ВР приведено у відповідність до існуючих потреб міжнародних аудиторій; додано англомовні субтитри до мультимедійного контенту на веб-порталі та у соціальних мережах ВР; регулярно розробляються та поширюються англомовні матеріали про ВР та її діяльність (промо-бук про ВР іноземними мовами з інформацією про політичні фракції та групи, регулярний дайджест про пріоритети у діяльності парламенту та досягнення); запроваджено регулярні розсилки англійською мовою з найбільш актуальних питань роботи парламенту.

**Завдання 6. Оптимізувати обмін інформацією між парламентаріями, керівництвом ВР та структурними підрозділами Апарату шляхом удосконалення внутрішньої комунікації у ВР.**

**6.1. Створено єдиний комунікаційний департамент Апарату ВР** й оптимізовано комунікаційні потоки всередині ВР та назовні; переглянуто функціональні обов’язки та розподіл відповідальності між працівниками медіауправління, інформаційно-аналітичного управління, управління зв’язків з громадськістю, управління ресурсно-технічного забезпечення та відділу з питань звернень громадян Апарату ВР для виконання безперебійних та ефективних комунікацій ВР з визначеними цільовими аудиторіями; комунікації є проактивними й запланованими, частка ситуативних/термінових комунікацій не перевищує 30%.

**6.2. Зміцнено горизонтальні комунікації між працівниками Апарату й розбудовано командний стиль роботи Апарату ВР**; запроваджено Інтранет (електронну систему зберігання, опрацювання та обміну службовою інформацією) для одночасного користування керівним складом та рядовими працівниками; підрозділи ефективно планують та здійснюють горизонтальні комунікації всередині парламенту; впроваджено сервіс внутрішніх петицій від співробітників; всі співробітники Апарату поінформовані про місію, візію та цінності Апарату ВР та дотримуються їх; в Апараті ВР запроваджено практику регулярних корпоративних заходів за участю всіх співробітників.

**6.3. Налагоджено взаємодію суб’єктів законодавчих процесів у парламенті** – мережа Інтранет забезпечує прозорий супровід законодавчих ініціатив від моменту реєстрації, коментування, внесення змін до стадії прийняття в сесійній залі та впровадження в дію; секретаріати фракцій, парламентських груп, комітетів мають можливість вчасно забезпечити аналітичний супровід, коментувати та надавати пропозиції до зареєстрованих нормативно-правових актів; налагоджено ефективну горизонтальну комунікацію між керівництвом ВР та парламентськими групами та фракціями у вигляді регулярних зустрічей; доступ різних суб’єктів законодавчих процесів до мережі Інтранет врегульовано залежно від рівня відповідальності цих суб’єктів та потреб в інформації.

**6.4. Налагоджено комунікацію між Головою ВР, Керівником Апарату та керівниками управлінь (вертикальні комунікації)** – запроваджено електронну розсилку для керівників управлінь за результатами зустрічей Голови ВР та заступників Керівника Апарату з переліком прийнятих рішень; запроваджено щомісячні збори Керівника Апарату з керівниками управлінь для обговорення стану справ та планування; призначено відповідального за внутрішні комунікації у кожному управлінні, секретаріатах комітетів та секретаріатах керівництва ВР; переглянуто розподіл повноважень відповідно до оновленої організаційної структури Апарату ВР для запобігання дублюванню комунікаційних функцій.

**6.5. Налагоджено комунікацію між Головою ВР та співробітниками Апарату (вертикальні комунікації)** – запроваджено електронний лист-звернення Голови ВР або Керівника Апарату до працівників на початку кожного пленарного тижня; зустрічі Керівника Апарату з колективом Апарату ВР відбуваються не рідше ніж один раз на пленарну сесію; секретаріат Голови ВР спільно із співробітниками комунікаційного департаменту планують перелік пріоритетних тем для висвітлення під час пленарного тижня та після нього.

**6.6. Систематизовано горизонтальну комунікацію з прес-службами інших органів державної влади** – встановлено зв’язки з прес-службами Адміністрації Президента України, Кабінету Міністрів України та розроблено правила поширення інформації про діяльність ВР.

# IV. Комунікаційна спроможність парламенту

## 4.1. Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу (SWOT-аналіз)

Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів ставить за мету виявити сильні та слабкі сторони ВР як інституції, що здійснюватиме комунікаційну стратегію, а також спланувати можливості для покращення комунікаційної складової роботи парламенту. Після проведення SWOT-аналізу ВР має докласти зусиль до використання сильних сторін інституції (strengths) й посилення слабких сторін (weaknesses) для запобігання виникненню внутрішніх ризиків, що можуть призвести до невиконання стратегії. При аналізі можливостей (opportunities) інституція визначає зовнішні фактори, що здатні сприяти посиленню спроможності парламенту здійснювати системні ефективні комунікації. Особливу увагу варто приділити зовнішнім ризикам невиконання стратегії, що зазначені в розділі «загрози» (threats), й враховувати їх при плануванні комунікаційної діяльності.

|  |  |
| --- | --- |
| **СИЛЬНІ СТОРОНИ (STRENGTHS)** | **СЛАБКІ СТОРОНИ (WEAKNESSES)** |
| * упізнаваність інституції * наявні підрозділи та персонал в Апараті ВР, на яких покладено виконання функцій комунікації * наявність управління комп’ютеризованих систем та кваліфікованого персоналу, що відповідає за впровадження новітніх технологій * висока відвідуваність сайту ВР * напрацьовані зв’язки й можливість отримувати консультативну та фінансову допомогу з боку міжнародних організацій при здійсненні парламентських реформ * наявний кваліфікований персонал із створення відео, аудіо та друкованого контенту, прихід молодих кваліфікованих кадрів з бізнес-середовища до складу Апарату ВР * законодавче регулювання зовнішніх комунікацій ВР (постанова ВР про порядок висвітлення роботи ВР чергового скликання) * впровадження Інтранету в тестовому режимі * поява сторінок ВР у соціальних мережах * з’являються окремі звіти про діяльність народних депутатів * заплановано створення «відкритого простору» в приміщенні ВР * починаючи з 2016 року ВРУ здійснює закупівлі за допомогою електронної системи публічних закупівель ProZorro * розпочалось виконання Плану дій з реалізації Декларації відкритості парламенту від 5 лютого 2016 року * звернення громадян приймаються на веб-сайті ВР у пілотному режимі, а також в електронному вигляді шляхом надсилання на електронну адресу | * можливості комунікації з парламентом не просуваються активно й тому мало відомі громадянам * відсутні єдина концепція інформаційної політики та проактивний підхід до здійснення комунікацій, єдиний координаційний центр для здійснення комунікацій * відсутній єдиний бюджет на здійснення парламентських комунікацій * відсутні єдині стандарти роботи з відвідувачами, зверненнями тощо * велика кількість персоналу, що має посередні або низькі навички володіння новітніми засобами комунікації * нечіткий розподіл обов’язків у здійснення комунікацій, в тому числі й міжнародних, всередині ВР, функції можуть дублюватись або відсутні, погана координація між існуючими підрозділами ВР * сайт ВР містить обмежену кількість публічної інформації, має застарілий інтерфейс, недосконалу англомовну версію й складний пошук інформації; * пілотна система внутрішньої електронної комунікації Інтранет не містить всіх необхідних функцій * бракує «цифрової» стратегії щодо присутності ВР у Інтернеті та соціальних медіа * народні депутати у спілкуванні зі ЗМІ не користуються інтересами парламенту як інституції * відсутній кодекс етики народного депутата * відсутній єдиний брендинг у комунікаціях ВР   Як наслідок – стереотип, нав’язаний ВР( в т.ч. і народними депутатами), закритої складної системи, яка не є орієнтованою на інтереси громадян |
| **МОЖЛИВОСТІ (OPPORTUNITIES)** | **ЗАГРОЗИ (THREATS)** |
| * залучення громадськості та незалежних експертів до реформування комунікаційних служб ВР та впровадження нових систем та процедур комунікації * залучення консультативних та фінансових ресурсів міжнародних організацій для навчання, модернізації, впровадження нових процедур комунікації, здійснення перекладів й створення матеріалів тощо * використання синергії від взаємодії із службами інших відомств у здійсненні міжнародної комунікації * офіційне визнання керівництвом ВР курсу на підвищення прозорості та підзвітності парламенту * високий рівень уваги до діяльності парламенту з боку громадськості * зростаюча популярність сторінок ВР у соціальних мережах * використання незалежних досліджень та медіа моніторингів, у тому числі міжнародних, у процесі прийняття рішень * використання новітніх технологій для збільшення присутності ВР в інформаційному полі | * найнижчий рівень довіри серед владних інститутів, стереотипізація ВР як корумпованого та неефективного органу влади * суспільство не розуміється на повноваженнях Апарату ВР та розподілі відповідальності всередині ВР * політичний дефолт України, втрата легітимності, розбалансування основних повноважень гілок влади і зникнення парламенту як незалежної законодавчої інституції * неправдива та маніпулятивна інформація про діяльність ВР у ЗМІ України та за кордоном * відмова міжнародних інституцій підтримувати ВР та реформи в Україні |

## 4.2. Механізми посилення комунікаційної спроможності

Належне виконання цієї стратегії передбачає істотне посилення інституційної спроможності ВР у здійсненні комунікаційної діяльності, що охоплює такі компоненти.

### Створення єдиного комунікаційного департаменту

Зміна способів ведення внутрішніх та зовнішніх комунікацій ВР неможлива без комплексних змін у структурі Апарату, зокрема тих його підрозділів, що здійснюють комунікаційну діяльність. Аудит органіграми ВР з аналізом обов’язків та рівня відповідальності кожного з підрозділів з огляду на виконання комунікаційної стратегії має завершитися створенням єдиного **Комунікаційного департаменту**. До функцій Комунікаційного департаменту мають бути віднесені всі етапи системної комунікації ВР – планування, підготовка, реалізація, аналіз та звітування.

У такому департаменті рекомендовано створити чотири підрозділи (управління) за напрямами діяльності: 1) зв’язки із засобами масової інформації; 2) інформаційно-аналітичний; 3) зв’язки з громадськістю; 4) ресурсно-технічне забезпечення комунікацій.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1) зв’язки зі ЗМІ | 2) інформаційно-аналітичний | 3) зв’язки з громадськістю | 4) ресурсно-технічне забезпечення |
| створення прес-центру ВР  створення повідомлень для ЗМІ  створення аудіо-, візуальних матеріалів  взаємодія зі ЗМІ – акредитація, відповіді на запити, прес-конференції  телеканал «Рада»  газета «Голос України» | інформаційно-аналітична робота – наповнення змістом, тлумачення, пояснення, обґрунтування  створення інфографік  опитування аудиторій  медіа-аналітика  веб-аналітика | створення комунікаційних продуктів для різних аудиторій (брошур, буклетів тощо)  музей, виставки, екскурсії  інформаційно-просвітницькі кампанії для широкої громадськості  веб-портал ВР  соціальні мережі | переклади іноземними мовами  технічне обслуговування комунікацій – трансляції, аудіо-, відеозаписи, ПО, завантаження контенту в Інтранет та на сайт ВР |

**Реформування парламентських ЗМІ та підпорядкування їх комунікаційному департаменту ВР**

Парламентські ЗМІ – телеканал «Рада» та газета «Голос України» – мають увійти до складу Комунікаційного департаменту й бути використані як медійні канали для налагодження системних узгоджених комунікацій парламенту. Відповідна координація співпраці з парламентськими ЗМІ в рамках єдиного структурного підрозділу уможливить оптимізацію людських та матеріальних ресурсів у здійсненні системних медіакомунікацій парламенту як інституції. Об’єднання парламентських ЗМІ в єдиному комунікаційному департаменті сприятиме стратегічному підходу у реформуванні цих ЗМІ з огляду на комунікаційні потреби ВР, в тому числі технічне оснащення та модернізацію телеканалу «Рада».

**Сучасний прес-центр ВР**

ВР потребує оснащення сучасного прес-центру для здійснення регулярних і добре спланованих комунікацій народних депутатів з медіа та зовнішніми аудиторіями. Прес-центр може бути частиною Інформаційного центру ВР (див. нижче).

**Вивчення аудиторій та адаптація інформації до потреб аудиторій**

Ключовим елементом комунікації парламенту має стати регулярне вивчення цільових аудиторій – їх інформаційних потреб, пріоритетних каналів комунікації, рівень задоволення отриманою з боку парламенту інформацією.

Окрім того, з огляду на відмінності інформаційних потреб різних аудиторій парламентські комунікації мають більше приділяти уваги тлумаченню та адаптації інформаційних продуктів, в тому числі публікацій на веб-сайті ВР, до потреб різних цільових аудиторій.

Окрема функція з медіа-аналітики (автоматизовані медіа-моніторинги, вимірювання медіа-аудиторій тощо) має стати обов’язковою при плануванні, здійсненні та аналізі ефективності медійних комунікацій парламенту.

**Запровадження системних зв’язків з громадськістю**

Системне інформування громадян про діяльність парламенту як інституції сприятиме покращення іміджу ВР. Забезпечення доступу громадськості до будівлі ВР та проведення роз’яснювальної роботи серед громадян стосовно структури та діяльності парламенту, збільшення кількості екскурсій до будівлі ВР для всіх охочих, у тому числі іноземними мовами, та екскурсій з урахуванням потреб для особливих верств населення (діти і дорослі, люди з обмеженими можливостями), розроблення та розміщення на сайті ВР 3D-турів по ВР.

Водночас, важливим компонентом комунікації з громадськістю залишаються просвітницькі заходи (тренінги та тематичні кампанії), спрямовані на ознайомлення з інструментами взаємодії з парламентом, контроль за його роботою та формування почуття відповідальності виборців за обрану до парламенту політичну силу та законотворців.

Розробити та забезпечити регулярну роботу інфобусів для інформування громадян про парламентські процеси поза межами ВР, наприклад, для роботи в регіонах.

Створити постійно діючу експозицію українського парламентаризму із перспективою заснування філій тематичного музею.

Створити «відкритий простір» у кулуарах третього поверху будівлі ВР для проведення виставок, обговорень та інших тематичних заходів, пов’язаних з українським парламентом.

### Інформаційно-довідковий центр у приміщенні ВР

Інформаційно-довідковий центр – приміщення з вільним доступом для громадян, НУО та журналістів, що складатиметься із зали для проведення відкритих заходів, музею парламентаризму, забезпечуватиме прямі трансляції із зали засідань через настінні плазмові панелі, бездротовий Інтернет, надаватиме доступ до публічних ресурсів ВР та можливість скористатись оргтехнікою.

### Упорядкування вмісту веб-ресурсу ВР, сайтів комітетів та використання соціальних мереж

Аудит контенту веб-сайту ВР з огляду на наявність всієї затребуваної інформації про діяльність парламенту, зручність структури та оптимізацію пошуку дозволить покращити його зовнішній вигляд та функціональність.

Рекомендовано розділити сайт на: 1) портал з базою законодавства та законотворчої діяльності; 2) інформаційний сайт ВР, що міститиме контактну інформацію, відомості про структуру ВР, посилання на сайти комітетів ВР, сайт Голови ВР та його заступників, депутатів, звіти народних депутатів та керівництва ВР про діяльність, витрачені бюджетні кошти, розміщуватиме анонси та новини, здійснюватиме трансляції, служитиме для звернень та збирання зворотного зв’язку з цільовими аудиторіями тощо. Інформаційний сайт ВР має містити актуальні англомовні новини, анонси та титрований аудіовізуальний контент.

Стилізувати й уніфікувати дизайн та форму подання інформації на сайтах комітетів ВР.

Передбачити збереження відеоархівів трансляцій та адаптацію інформаційної частини сайту ВР, Голови та заступників Голови ВР, сайтів комітетів до мобільних пристроїв. Можливе створення мобільних додатків, у тому числі для бази законодавства та законотворчості.

### Проактивна та креативна комунікація

Забезпечити вчасне роз’яснення подій у парламенті, законопроектів, обґрунтування запланованих або прийнятих рішень з максимальним охопленням у парламентських ЗМІ, інших ЗМІ та соціальних мережах. Особливу увагу приділяти роз’ясненню законопроектів, які у разі прийняття впливають на спосіб життя значної частини населення України (соціальних законопроектів).

Телевізійні та он-лайн трансляції пленарних засідань, нарад у комітетах, прес-брифінгів та «круглих столів» з можливістю коментування та надсилання запитань учасникам. Створення рубрикованого архіву відеотрансляцій з можливістю переглядати його на сайті ВР та у соціальних мережах.

Розробити SMM-стратегію для просування комунікаційних продуктів ВР через соціальні мережі.

Адаптувати мову інформаційних повідомлень для різних аудиторій – запобігати бюрократичному стилю викладення фактів із використанням професійної лексики та незрозумілої термінології в повідомленнях, наводити приклади та роз’яснення рішення у простий і зрозумілий спосіб, використовувати інфографіку та інші засоби полегшення сприйняття повідомлень, якщо вони плануються для поширення на широкий загал. Зберігати професійну лексику та стиль для експертної аудиторії.

### Оптимізація інформаційних потоків

Аналіз та наступна оптимізація інформаційних потоків має запобігти дублюванню комунікаційних функцій різними підрозділами, прискорити рух інформації з метою вироблення оновлених процедур обміну та поширення інформації всередині ВР та назовні. Зокрема, Комунікаційний департамент має стати єдиним центром, що координує та забезпечує комунікаційні потоки для всіх структурних підрозділів ВР.

Комунікаційні процеси всіх підрозділів ВР та Апарату ВР, що включені для аналізу, охоплюють, але не обмежені наступним: планування парламентських комунікацій; анонсування та поінформування про заплановані заходи, події та інновації у ВР; аналітичний супровід та тлумачення; вибір та залучення всіх дотичних заінтересованих осіб; забезпечення аудіо-, відео та текстового звітування; формування та поширення інформаційних повідомлень і новин; обговорення, відповіді на запити, реагування на зворотний зв’язок; моніторинг ефективності комунікацій та звітування.

У законотворчій частині роботи парламенту внутрішня комунікація стосується ефективної взаємодії суб’єктів законотворчого процесу – секретаріатів фракцій, парламентських груп, комітетів та експертного управління – заради своєчасної підготовки експертних висновків і включає доступ до архіву аналітичної та експертної інформації, електронного документообігу (з відповідним закріпленням повноважень і доступом для зберігання та отримання інформації).

Регулярні міжвідомчі наради, презентації та звіти за напрямами діяльності парламенту сприятимуть кращій координації, виявленню проблем з комунікацією, порозумінню між підрозділами та оптимізації комунікаційних процесів.

### Електронна система внутрішньої комунікації ВР (Інтранет)

Електронна система внутрішньої комунікації має на меті своєчасне й повноцінне поінформування працівників Апарату ВР, в тому числі тих, які залучені до законотворчої діяльності та комунікацій, про плани та діяльність всіх структурних підрозділів, а також прискорення електронного документообігу та процесу прийняття рішень.

З огляду на реалізацію комунікаційної стратегії Інтранет служитиме також єдиною базою даних, в якій зберігатимуться інформаційно-аналітичні матеріали, фото та відеоархіви, тексти виступів та публікацій, плани та звіти підрозділів ВР, контактна інформація підрозділів ВР, структурних підрозділів виконавчих органів влади, партнерських організацій, в тому числі міжнародних, ключових ньюзмейкерів та їх служб, а також списки розсилок та інформація про інших представників цільових аудиторій.

Інтранет містить сучасну централізовану систему супроводу законопроектів на основі бази даних, що відображає законотворчий процес від реєстрації законопроекту до введення в дію, з доступом усіх суб’єктів законотворчої діяльності для моніторингу, коментування, внесення змін та звітування (аналогічна до БД НАЗК). Ця частина документообігу координується Головним організаційним управлінням Апарату.

Важливий компонент Інтранету – оновлюваний в режимі реального часу календарний план відкритих та закритих заходів, міжнародних поїздок та візитів до регіонів України всіма підрозділами та службами ВР, депутатами та керівництвом ВР. Відповідно до календарного плану Комунікаційний департамент плануватиме свою діяльність. Календарний план Інтранету забезпечує моментальне інформування всіх дотичних підрозділів ВР відразу після внесення змін і дозволяє підготувати та здійснити своєчасні та якісні комунікації.

Інтранет служитиме централізованим джерелом форм звітності, шаблонів документів та зберігатиме перелік усіх процедур та правил, необхідних для злагодженої роботи народних депутатів, комітетів, фракцій, керівництва та Апарату ВР.

Електронна система допуску до приміщень ВР впроваджується спільно з повною цифровізацією системи відеоспостережень у приміщеннях ВР й має бути під’єднана до системи Інтранет з доступом для уповноважених осіб.

Всі внутрішні комунікації підпорядковуються правилам цифрової безпеки, яку запроваджено на всіх щаблях цифрової комунікації – Інтранет, електронна пошта, доступ до адміністративного управління веб-сайтами, захист сайтів від кібератак тощо.

### Ресурсне забезпечення комунікаційної діяльності парламенту

**Технічне забезпечення комунікаційних відділів**

Здійснення ефективних комунікацій неможливе без наявності сучасних засобів створення аудіовізуальної продукції, комп’ютерної техніки, програмного забезпечення та бездротових засобів комунікації. Останнє особливо важливо за умови віддаленої роботи працівників під час пленарних засідань, співпраці із журналістами, здійснення зв’язків з громадськістю поза стінами парламенту тощо. Мобільність комунікаційних працівників завдяки технічному оснащенню підвищуватиме ефективність їх роботи.

Аудит комунікаційних процесів ВР має дати відповідь на потреби у технічному оснащенні та навчанні персоналу необхідним навичкам.

Парламентські медіа – телеканал «Рада», газета «Голос України» – мають розглядатись як невід’ємна частина Комунікаційного департаменту й брати безпосередню участь у реалізації комунікаційної стратегії ВР.

**Забезпечення людськими ресурсами**

Виконання комунікаційної стратегії парламенту вимагатиме суттєвих змін у списку комунікаційних функцій, що їх наразі виконують працівники Прес-служби, Інформаційного управління, співробітники парламентських медій та інших підрозділів, діяльність яких стосується комунікаційної діяльності ВР.

На етапі здійснення структурних змін і створення Комунікаційного департаменту має бути проведено аудит функціональних обов’язків та оцінку компетенцій наявного персоналу і складено план навчання та розвитку компетенцій. Відповідно до результатів аудита мають бути здійснені перерозподіл функціональних обов’язків, оптимізація кадрового складу та складений план навчання і підвищення кваліфікації працівників комунікаційних напрямів. Прес-секретарі Голови та заступників Голови ВР мають розглядатися як частина загального пулу комунікаційних співробітників.

Виконання комунікаційної стратегії може вимагати оптимізації чисельного складу персоналу й підбору нових кадрів з відповідними компетенціями, особливо у здійсненні комунікації з використанням інформаційних технологій або впровадженні кардинально нових комунікаційних завдань.

Комітети ВР потребують окремих працівників, які б одночасно знались на специфіці роботи комітетів і відповідали за комунікацію та взаємодію з іншими підрозділами, готували новини та інформацію для зовнішніх аудиторій. Можливе призначення по одному комунікаційному працівнику для роботи з групою комітетів за напрямами роботи – гуманітарним, економічним, безпековим тощо.

Виконання окремих комунікаційних функцій у рамках стратегії може здійснюватись із тимчасовим залученням третіх осіб на контрактній основі. Наприклад, підтримка комунікацій в соціальних мережах, послуги перекладу, наповнення веб-сайту, опитування цільових аудиторій, медіа-аналітика, створення брендбуку тощо.

До виконання всіх завдань комунікаційної стратегії можуть долучатись представники організацій громадянського суспільства та проекти міжнародної технічної допомоги. Апарат ВР має шукати можливості співпраці з проектами технічної допомоги, що фінансуються за рахунок іноземних держав, для залучення цільового грантового фінансування навчання персоналу, оптимізації внутрішнього документообігу та побудови системи Інтранет у цілому, модернізації веб-сайту, запровадження медіа-аналітики тощо.

**Відділ перекладачів**

Сучасні комунікації, особливо ті, що здійснюються на закордонні аудиторії, не можливі без своєчасних та якісних перекладів комунікаційних продуктів ВР – брошур, буклетів, виступів та заяв, аудіо та відео матеріалів, звітів про діяльність, підготовки закордонних візитів та звітування про міжнародну діяльність парламенту як інституції. Створення такого підрозділу покращить зовнішню комунікацію парламенту й підвищить обізнаність англомовної аудиторії у парламентських процесах в Україні.

### Розробка та повсюдне використання правил брендингу

Реалізація сучасної комунікаційної стратегії вимагає створення оновленого бренду ВР та використання його керівництвом ВР, усіма членами парламенту та працівниками Апарату. Бренд ВР має красномовно презентувати цінності та прагнення українських парламентаріїв до успішного демократичного управління державою.

Впровадження правил брендингу вимагатиме створення брендбуку і запровадження візуальних елементів бренду серед усіх підрозділів ВР. Правила брендингу мають стати обов’язковими для використання на всіх каналах комунікації ВР: веб-сайт ВР, сайти комітетів, бланки, візитки, розсилки, банери, роздаткові матеріали, заставки телеканалу “Рада”, оформлення газети “Голос України”, підписи і вказівники всередині будівлі ВР, сторінки ВР у соціальних мережах, бренд вол прес-центру ВР.

### Просвітницька та заохочувальна робота з депутатським корпусом

**Кодекс етики українського парламентарія**

Розробка та прийняття ***кодексу етики українського парламентарія*** є ключовим фактором, що впливатиме на дотримання принципів оновленого бренду ВР та покращення її іміджу в цілому. Народні депутати мають взяти участь в розробці кодексу й після прийняття в сесійній залі дотримуватись його положень заради підвищення рівня поваги та довіри до діяльності народних депутатів з боку громадськості.

**Комунікація від імені парламенту та публічне звітування**

Під час тренінгів, семінарів та особистого спілкування з народними депутатами проводитиметься роз’яснювальна робота щодо способів здійснення комунікації зі ЗМІ та громадськістю від імені парламенту як інституції.

Для народних депутатів має бути підготовлений пакет з інструкціями, шаблонами документів та рекомендаціями щодо здійснення комунікації та звітування, в тому числі щодо законотворчої діяльності, представницьких функцій, міжнародних поїздок. Інструментарій має бути у вільному доступі для депутатів та їх помічників у мережі Інтранет.

Окрема робота проводитиметься з депутатами та їх помічниками з навчання користуванням новітніми технологіями при здійсненні комунікацій, створення та публікації звітів про діяльність народного депутата – його законотворчості, представницьких функцій та міжнародної діяльності.

### Законодавче забезпечення виконання стратегії

Реалізація стратегії вимагатиме внесення змін та доповнень до чинного Регламенту ВР, деяких законів та підзаконних актів, що регулюють діяльність ВР, її підрозділів та персоналу.

Прикладами необхідних змін є нормативне закріплення структурних змін в Апараті ВР; застосування електронного документообігу із використанням електронного цифрового підпису; запровадження оновленої системи реєстрації та проходження документів як частини мережі Інтранет з використанням ЕЦП замість застарілої ЗакПро; затвердження способів донесення до відома депутатів висновків та законодавчої інформації в електронному вигляді й мінімізація паперового документообігу; дозвіл використовувати портативні комп’ютери для трансляції засідань в приміщеннях ВР; дозвіл на розміщення 3D-туру по ВР на сайті ВР; узгодження міжнародних комунікацій ВР з протоколами МЗС, АП та КМ тощо.

### 11. Фінансове забезпечення виконання стратегії

Виконання стратегії забезпечуватиметься за рахунок і в межах бюджетних призначень, передбачених на діяльність Апарату ВР. Задля виконання окремих заходів стратегії передбачається залучення фінансової та технічної підтримки донорських, міжнародних та національних організацій, фондів, неурядових організацій тощо. Обсяги фінансування стратегії підлягають уточненню щороку.

# V. Принципи виконання стратегії

Виконання стратегії ґрунтуватиметься на таких принципах:

* своєчасність та підзвітність;
* ефективність та прозорість у використанні фінансових, людських та інших ресурсів;
* широке залучення громадськості через проведення діалогу і спільне виконання завдань стратегії;
* координація з органами виконавчої влади, зокрема з прес-службами Президента України, Кабінету Міністрів України, Міністерством закордонних справ України, Офісом Віце-прем’єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції;
* широке залучення ЗМІ та активної громадськості до виконання завдань стратегії.

# VI. Моніторинг виконання стратегії

Моніторинг виконання стратегії полягатиме у збиранні даних як про здійснення видів діяльності, так і про досягнення очікуваних результатів, що зазначені в розділі «Очікувані результати». Перелік очікуваних результатів виглядає як перевірочний список і є легким для звітування. Для моніторингу за досягненням очікуваних результатів буде створений детальний План моніторингу та оцінки, в який також увійдуть показники зміни ставлення цільових аудиторій до комунікаційних процесів ВР відповідно до завдань цієї стратегії. План міститиме перелік індикаторів, цільові показники та методи збирання даних, що будуть описані як частина робочого плану з виконання комунікаційної стратегії.

Оцінка стану виконання стратегії проводитиметься один раз на рік відповідно до плану моніторингу та оцінки. Інформація про досягнення очікуваних результатів зводитиметься в один документ, що має бути одночасно доступним керівникам усіх підрозділів, які залучені до виконання стратегії.

Розробники пропонують використовувати комбінацію кількісних та якісних методів для моніторингу за виконанням завдань стратегії:

|  |  |
| --- | --- |
| **Кількісні** | **Якісні** |
| * соціологічне опитування громадян України * опитування народних депутатів наприкінці кожного року * опитування журналістів різних типів національних та регіональних ЗМІ * опитування ОГС * опитування міжнародних організацій * анонімне опитування керівників управлінь Апарату та їх заступників * анонімне опитування працівників Апарату, що мають доступ до Інтранет-сайту * опитування відвідувачів громадської приймальні ВР * медіа-моніторинг іноземних ЗМІ * аналіз веб-статистики сайту ВР | * збір та аналіз статистики відвідуваності сторінок у соцмережах * аналіз реєстру звернень ВР * збирання та зведення в єдиний реєстр списків учасників заходів ВР * аналіз статистики комітетів / Апарату ВР щодо прийнятих законів, змін до законів та підзаконних актів за участю громадськості * аналіз статистики підрозділів Апарату ВР, комітетів тощо щодо залучення міжнародних організацій до співпраці з парламентом * вивчення та аналіз звітів управлінь, що здійснюють переклад, щодо кількості матеріалів англійською мовою * вивчення звітів управління, що забезпечує випуск інформаційних матеріалів * аналіз статистики щодо відвідувачів ВР * аналіз статистики управління Апарату, що відповідає за роботу музею * аналіз звітів бюро перепусток ВР |

Моніторингова діяльність за виконанням стратегії покладається на Апарат ВР та його відповідні підрозділи. Громадські організації та міжнародні організації можуть долучатись до здійснення моніторингу за виконанням комунікаційної стратегії на запрошення Апарату ВР. Також відстеження окремих показників можливе за допомогою вторинних досліджень, що проводитимуться іншими організаціями, як то опитування громадян, журналістів, міжнародних організацій тощо.

Звіт про виконання стратегії, що ґрунтується на даних моніторингу, надається щороку Голові ВР, Керівнику Апарату ВР, проекту ПРООН «Відкритість та доброчесність публічного сектору» та може надсилатись на запит громадян, НУО та міжнародних організацій.

# VII. Подальші кроки

1. Обговорення, узгодження, затвердження стратегії.
2. Розробка Плану виконання стратегії та визначення бюджету.
3. Проведення кампанії із залучення коштів на реалізацію комунікаційної стратегії.
4. Виконання стратегії.
5. Моніторинг виконання стратегії та оцінка результатів.

1. *Вибірка складається з 2000 респондентів у віці 18 років та старше, метод - особисті формалізовані інтерв’ю, вибірка репрезентативна населенню України у даному віці, пропорційна за демографічними ознаками та місцем проживання, відповідає пропорційному розподілу населення України за областю та типом населеного пункту (місто/село).* [↑](#footnote-ref-1)
2. *Опитування InMind Factum Group на замовлення ПРООН, жовтень 2016 року.*  [↑](#footnote-ref-2)