



ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ КОМІТЕТІВ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ 2023

Комітет Верховної Ради України з питань
екологічної політики та природокористування

У межах програми
модельних комітетів

Підготовлено експертами
ГО «Інтерньюз-Україна»

ЗМІСТ

ВСТУП	3
--------------	----------

АУДИТ НАЯВНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ КАНАЛІВ

○ Facebook	5
○ YouTube	5
○ сайт	6

ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	7
--	----------

Роль соціальних мереж у публічній комунікації, зокрема державних установ, протягом останніх років постійно зростала. Щобільше, наявність, активність та актуальність повідомлень у соцмережах — це ознака прозорості та відповідальності державних інституцій.

Комунікація комітетів Верховної Ради України (ВРУ) у соціальних мережах є невід'ємною частиною забезпечення відкритості та поінформованості громадян щодо важливих рішень. Це допомагає зміцнювати довіру між владою та громадянами, а також залучати широку громадськість до розв'язання нагальних питань.

У період воєнного стану, коли потреба у швидкій інформації та мобілізації суспільства є особливо гострою, комунікація комітетів ВРУ у соцмережах набуває ще більшого значення.

З 2021 року Рух ЧЕСНО проводить [дослідження](#) та створює рейтинг прозорості комітетів Верховної Ради України. У 2023 році Комітет Верховної Ради України з питань екологічної політики та природокористування перебуває на середніх позиціях загального рейтингу та не відзначений ні в п'ятірці лідерів, ні в п'ятірці аутсайдерів.

Разом із тим, Комітет найбільше комунікує про свою діяльність через сайт. Однак, Комітет потрапив до рейтингу Комітетів, у яких сайти найменш відкриті та наповнені.



З урахуванням комунікаційних каналів, які Комітет використовує у своїй роботі станом на грудень 2023 року, експертами «Інтерньюз-Україна» було проведено:

- комунікаційний аудит сайту та YouTube-каналу Комітету;
- інтерв'ю з працівниками Комітету, відповідальним за комунікації.

У цьому документі представлені рекомендації, що були підготовлені на основі зібраної інформації та з огляду на актуальні тенденції розвитку онлайн-комунікації.

АУДИТ НАЯВНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ КАНАЛІВ

Комітет має такі канали комунікації:

- [Facebook-сторінка](#) – 459 підписників (станом на грудень 2023);
- [YouTube-канал](#) – 97 підписників та 11 327 переглядів (станом на грудень 2023);
- [сайт](#)



FACEBOOK-СТОРІНКА

- Комітет не оновлює Facebook-сторінку з липня 2020 року.
- Підхід до ведення комунікацій у соцмережі відчутно застарілий.
- Використовувалися невідповідні до контексту зображення.
- Тексти дописів зовсім не розкривали теми, а більше слугували заголовком.
- Усі дописи супроводжувалися посиланнями на сайт.
- Тематика дописів – про діяльність Комітету.
- Активно використовували хештег – #КомЕколог
- Не застосовували емоджі.
- Публікації відбувалися нерегулярно.



YOUTUBE-канал

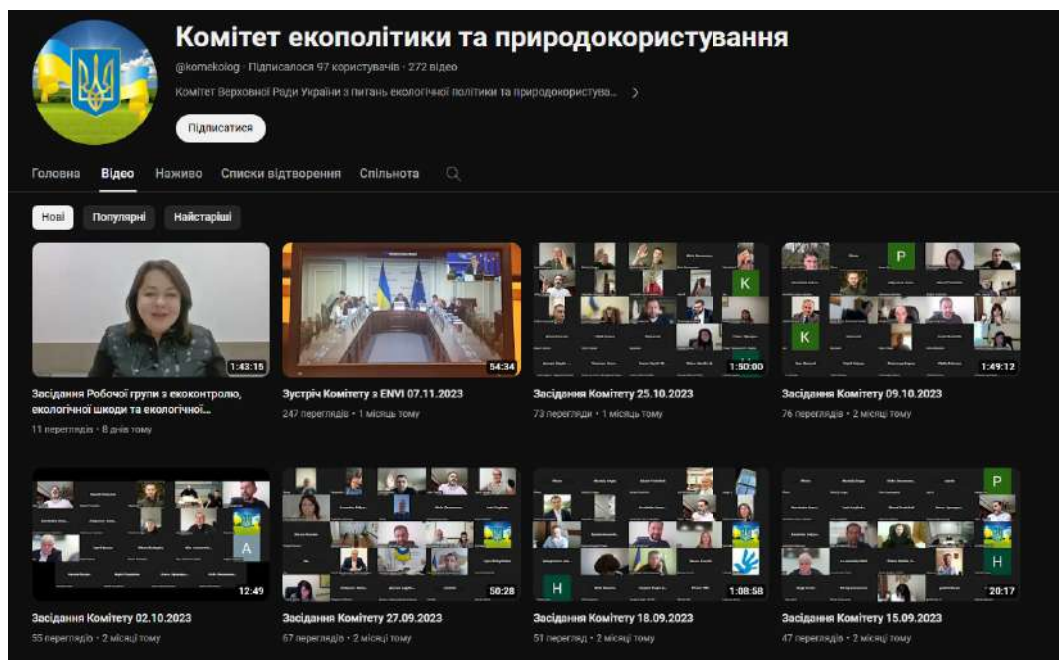
YouTube-канал Комітету:

- налічує 97 підписників (станом на грудень 2023),
- має сумарно 11 327 переглядів (станом на грудень 2023),
- всього опубліковано 272 відео з 2013 року.

Помітно, що Комітет не використовує увесь набір інтерактивних інструментів YouTube, як-от YouTube Shorts, Наживо, Списки відтворення, Спільноту, таймкоди, обкладинки для відео.

Активний постинг у YouTube Комітет відновив у 31 серпня 2023 року, тоді ж було опубліковано записи засідань за 2022 та 2023 рр..

Комітет публікує на каналі виключно записи засідань та робочих зустрічей.



САЙТ

- Станом на грудень 2023 р. сайт ще не перейшов на оновлену версію, яка вже почала з'являтися у тестовому режимі в деяких інших комітетах.
- «Новини» та «Повідомлення» – найбільш активні розділи на сайті.
- 90% контенту – про діяльність Комітету.
- Стиль викладу інформації – бюрократичною мовою, що надзвичайно ускладнює доступність текстів для пересічного громадянина.
- У висвітленні інформації переважає акцент на процесі, а не на результаті діяльності Комітету та його впливі на громадян безпосередньо.

Розділи, які працюють некоректно:

- Реєстрація народних депутатів на засіданнях Комітету.

Розділи, які не оновлюються з 2019 року або оновлюються вкрай рідко:

- Засідання Комітету;
- Особистий прийом Голови Комітету;
- Слухання;
- Архів статистики відвідування депутатами засідань Комітету;
- Анонси
- Звіти.

ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Залучити окремого спеціаліста для роботи з комунікаціями та медіа, який би не лише виконував технічні завдання з розміщення комунікаційного контенту на сторінках Комітету у соцмережах та сайті, а й адаптував контент, наданий спеціалістами Комітету, відповідно до вимог, алгоритмів та трендів соцмереж.

Розробити контент-план відповідно до комунікаційної стратегії ВРУ та законотворчих планів Комітету.

Запланувати підвищення кваліфікації працівників у сфері комунікацій у соцмережах для державних органів, а саме з копірайтингу, сторітелінгу, smm, дизайну тощо.

Проводити моніторинг кроспостингу інформації від Комітету на офіційних каналах Верховної Ради України. Інформацію про міжнародну співпрацю подавати англійською мовою для відповідних каналів ВРУ, зокрема англomовного X (Twitter)-акаунту.

За необхідності можна використовувати сервіси кроспостингу інформації з сайту у соціальні мережі ([Zapier](#), [Make \(Integromat\)](#), [Chatfuel](#) тощо) та між різними соцмережами ([SocialPilot](#), [Buffer](#), [Hootsuite](#) тощо).



FACEBOOK-СТОРІНКА

Повернутися до активного ведення Facebook-сторінки задля підвищення прозорості, відкритості та наповненості комунікації Комітету.

Адаптувати інформацію з сайту під формат та алгоритми соцмережі та запити громадян-користувачів, що сприятиме утвердженню розуміння Комітету як джерела єдиного правомірного та достовірного джерела інформації.

Рекомендуємо звернути увагу на формат інформаційних карток, який дещо «розвантажує» сам допис (частина тексту із допису переноситься на візуальний продукт) та стрічку новин сторінки Комітету, а також дозволяє вміщати цитати, фотографії та іншу інформацію. Facebook допускає публікувати до 10 карток в одному дописі.

6 листопада 2023 р.

Набрав чинності

Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо використання та обігу піротехнічних виробів»



ЗАКОН ЗАБОРОНЯЄ:

- використання феєрверків (піротехнічних виробів, призначених для розважальних заходів) класів F2, F3, F4;
- продаж та/або передачу будь-яким способом феєрверків класів F2, F3, F4, а також феєрверків класу F1, сособам, які не досягли 16-річного віку.



ЗАКОН ЗАБОРОНЯЄ:

- застосування будь-яких піротехнічних виробів щодо тварин, а також будь-яких феєрверків, зокрема салютів та петард, під час проведення спортивних, видовищних заходів, відео- та фотозйомок.



ЗАКОН НЕ ПОШИРЮЄТЬСЯ:

на використання піротехніки Збройними силами України, Національною поліцією та аварійно-рятувальними службами.

Здійснювати модерацію коментарів (розробити правила модерації за потреби), зокрема відповідати на коментарі та контролювати спам. Активна взаємодія з аудиторією, зокрема відповіді на коментарі, підвищують органічне охоплення дописів та спонукають алгоритми просувати ваш контент.

Частіше застосовувати відеоконтент для інформаційно-роз'яснювальної роботи щодо законів, переваг їхнього прийняття та наслідки для громадян. Уже понад 5 років частка відеоконтенту у соцмережах зростає. Близько 80% користувачів соцмереж віддають перевагу відеоформату. Важливо, щоб тривалість не перевищувала 60–90 секунд, адже для алгоритмів соцмереж важливою є глибина (тривалість) перегляду, яка пропорційно знижується зі збільшенням тривалості.



Онлайн-трансляція

Засідання 19.12.2023

Комітет Верховної Ради України з питань
екологічної політики та природокористування

Під форматом відео не обов'язково маєтись на увазі реальна зйомка, це також може бути анімований текст та колажування, яке можна втілити засобами [Canva](#) чи іншими додатками та програмами. Також важливо використовувати субтитри на відео для підвищення його доступності, адже багато людей переглядають відео без звуку.

Розробити та впроваджувати контент-план на тиждень / місяць / рік відповідно до законотворчих планів Комітету та комунікаційної стратегії ВРУ, а також дотримуватись уніфікованого брендового стилю.

Це допоможе бути впізнаваними в безперервному потоці інформації в соцмережах, де конкуренція за увагу користувачів ведеться не лише з профільними інституціями, а й з усіма іншими користувачами, брендами та організаціями. До того ж, це допоможе розподілити контент рівномірно, дотримуватись балансу рубрик, тематик та форматів.



11 грудня

МІЖНАРОДНИЙ ДЕНЬ ГІР

Комітет Верховної Ради України з питань
екологічної політики та природокористування



Факти про Міжнародний день гір:

- Його відзначають з 2003 року за ініціативою Генеральної Асамблеї ООН.
- Сьогодні проводять різноманітні заходи щодо сталого розвитку гірських регіонів.
- Гори займають близько ¼ поверхні планети.
- В гірських регіонах проживає понад 10% населення Землі. Гори є природним середовищем для багатьох видів рослин та тварин.



Гірські райони є надзвичайно вразливими через зміни клімату, неконтрольовану вирубку лісів, деградацію ґрунтів тощо.

Погіршення стану довкілля призводить до посухи, зсувів, обвалів, повеней, паводків та інших стихійних лих у горах.

Важливо привертати увагу світової спільноти до цих проблем задля покращення екологічної ситуації в гірських районах.

Напишіть в коментарях, що потрібно зробити, щоб вирішити проблеми гірських регіонів України?



YOUTUBE-канал

Активніше використовувати наявні інструменти YouTube:

- Додавати короткі підписи до відео та вказувати посилання на інші комунікаційні канали Комітету.
- Застосовувати інструмент таймкодів для покращення навігації у відеороликах тривалістю понад 20 хвилин.
- Робити нарізки з довгих відео (резюмування засідань, виступи членів комітету на подіях тощо) та публікувати їх у форматі коротких відеороликів (тривалістю до 1 хв) на Facebook-сторінці Комітету та в YouTube Shorts.
- Взаємодіяти з підписниками у розділі «Спільнота».
- Групувати відео у Списки відтворення.
- Планувати публікацію відео у форматі прем'єри чи в розділі Навивно.

САЙТ

- Перейти на оновлену версію сайту та синхронізувати її з сайтом ВРУ.
- Оновити інформацію в усіх розділах та виправити технічні несправності.
- Систематично наповнювати сайт актуальною інформацією.

- Покращувати доступність текстів для громадян (знизити використання бюрократичної мови, структурувати текст в буліти, роз'яснювати вплив закону на конкретного громадянина тощо).
- Формувати структуру новин за принципом 5W&1H – what, where, when, who, why and how (що, де, коли, хто, чому і як). Доповнювати новини цитатами членів Комітету.

Адаптувати структуру інформування про рішення Комітету.

Наприклад, інформаційне повідомлення будувати за таким принципом:

- предмет обговорення,
- зона відповідальності Комітету щодо конкретного питання,
- пропозиції від членів Комітету у форматі цитат,
- прийняті рішення,
- вплив на життя громадян.

Програма USAID «РАДА: НАСТУПНЕ ПОКОЛІННЯ»

internews.ua/rang
fb.com/usaidradaprogram
staffrang@internews.ua

вул. Шовковична, 5, офіс 1
Київ, 01021

Ця публікація стала можливою завдяки щедрій підтримці американського народу через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Зміст публікації не обов'язково відображає погляди USAID чи уряду Сполучених Штатів.

Розробка документа здійснена в межах Програми USAID «Рада: Наступне покоління», яка є п'ятирічною ініціативою (2021–2026), що впроваджується ГО «Інтерньюз-Україна».



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

 **ІНТЕРНЬЮЗ**
У К Р А І Н А

РАДА
НАСТУПНЕ ПОКОЛІННЯ