

**ВЛАДА-ГРОМАДА: ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАЦІЇ
В УМОВАХ ВІЙНИ**

Аналітичне дослідження стану інформування громадян органами влади і місцевого самоврядування Миколаївської області у період активних бойових дій

Миколаїв 2023

Керівник авторського колективу: Тетяна Зелінська – аналітик Учбово-методичного центру захисту прав людини НРТС, директорка Вознесенської асоціації розвитку місцевої демократії

Авторський колектив:

Вячеслав Головченко - головний редактор Інтернет-видання «Губернський тиждень», завідувач кафедри інформаційних технологій Миколаївського коледжу преси і телебачення, засновник і член Правління Миколаївського прес-клубу

Вадим Мельников – юрист Учбово-методичного центру захисту прав людини НРТС, юрист Директор аналітично-правозахисного об'єднання «Викривач»

Олексій Сидорчук - директор ГО «Еко-Березань»

Андрій Тюренов - Керівник творчої групи «Українське Радіо Миколаїв 92FM» ПАТ «Суспільне» НСТУ «Миколаївська регіональна дирекція»

ВЛАДА-ГРОМАДА: ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

Аналітичне дослідження стану інформування громадян органами влади і місцевого самоврядування Миколаївської області у період активних бойових дій / під заг. ред. Бориса Кудара – Миколаїв: Учбово-методичний центр захисту прав людини НРТС, 2023 – 48 с.: іл, табл.

Для громадських активістів, журналістів, юристів, правозахисників, а також для уповноважених осіб, визначених відповідальними за комунікацію з громадами під час активних бойових дій.

Книга може бути цікавою широкому колу читачів, які бажають долучитись до моніторингової діяльності в сфері інформаційної політики.

Цей дослідження підготовлено в рамках проєкту Учбово-методичного центру захисту прав людини НРТС «Кампанія громадянської дії із забезпечення безпеки цивільного населення Миколаївської області», що реалізується ініціативною групою НРТС і зовнішніх експертів в рамках програми НРТС «Пильнуй гідність» за підтримки незалежного соціально-екологічного руху NESEHNUTÍ (Брно, Чеська республіка) в рамках «Програми трансформаційного співробітництва» Міністерства закордонних справ Чеської республіки. Погляди учасників заходу не обов'язково збігаються з офіційною позицією уряду Чеської республіки

Брошура розповсюджується безкоштовно



NESEHNUTÍ TRANSITION
NEzávislé Sociálně Ekologické HNUTÍ
Ministry of Foreign Affairs of the Czech Republic

Зміст

| | |
|--|----|
| Вступ (про проєкт і методологію дослідження)..... | 3 |
| 1. Розділ 1 Результати опитування в громадах..... | 5 |
| 2. Розділ 2 Аналіз Інтернет-ресурсів місцевої влади..... | 7 |
| 2.1. Аналіз веб-сайту Миколаївської ОДА/ОВА | |
| 2.2. Аналіз веб-сайту Миколаївської міської ради | |
| 2.3. Аналіз веб-сайтів громад Вознесенського району | |
| 2.4. Аналіз веб-сайтів громад Миколаївського району | |
| 3. Розділ 3 Інтерв'ю з лідерами думок..... | 28 |
| 3.1. Опитування журналістів | |
| 3.2. Опитування лідерів волонтерських груп | |
| 4. Висновки і пропозиції..... | 31 |
| Додатки..... | 35 |
| 4.1. Інтерв'ю з миколаївськими журналістами | |
| 4.2. Інтерв'ю лідерів волонтерських груп | |

Вступ

Ідея громадської кампанії, спрямованої на підвищення інформаційної безпеки населення під час війни, виникла під час першого засідання Прес-центру Громадської префектури у жовтні 2022 року. Це засідання було виїзним. На той момент Миколаїв все ще знаходився під щоденними інтенсивними ракетно-артилерійськими обстрілами. Тому ми провели його у Полтаві. І навіть там, у тилу, нам довелося орендувати для цього бомбосховища одного з Полтавських готелів. Умови проведення цієї першої сесії планування громадянської кампанії ускладнювалися ще й тим, що на той час якраз почалися блекауті – масштабні відключення електрики, зв'язку та Інтернету. Тим не менш, учасники ініціативної групи проєкту протягом трьох днів обговорили всі проблеми та загрози, пов'язані з війною, і вирішили зосередитись на нейтралізації інформаційної загрози.

Це рішення далось нам непросто. Автор ідеї проєкту, так би мовити, «хрещений батько» громадської кампанії «За безпеку» Вячеслав Головченко пам'ятає, наскільки складно було вибрати з багатьох проблем таку, яка з одного боку була б дуже нагальною, а з іншого боку перебувала у сфері нашого впливу. Справа у тому, що у вересні 2022 року ми вже глибоко вивчили питання безпеки мешканців Миколаєва. На той момент ми вже провели два соціологічні опитування та аналітичне дослідження на цю тему. Ми вже виділили чотири основні типи загроз цивільному населенню – військова, гуманітарна, інформаційна та ментальна. Коли ми обирали вектор зусиль для нашої громадянської кампанії, то відразу ж відкинули воєнну сферу, бо це – прерогатива військових.

Вплинути на ментальне здоров'я людей ми також не наважилися. По-перше, для цього потрібні дуже хороші фахівці-психологи, а всі такі фахівці евакуювалися і відмовлялися приїхати до прифронтового міста через постійні обстріли. А, по-друге, зміною свідомості та світогляду людей, особливо під час війни займаються держави та воюючі сторони. Вони роблять це за допомогою своїх спецслужб та афілійованих до ідеологічних та культових установ.

Найскладніше було вибрати з двох сфер, що залишилися – гуманітарної та інформаційної. Після довгих дискусій ми все ж таки вирішили зосередитися на інформаційній. По-перше, хоча ми й допомагали людям з перших днів війни, у нас все ще мало досвіду реалізації гуманітарних проєктів. Все ж таки ми – громадська організація, а не благодійний

фонд. А по-друге, інформаційна сфера нам дуже близька. З моменту свого заснування наша організація реалізує проекти у сфері захисту населення від негативного інформаційного впливу. У 2012-14 роках це були два великі проекти з просування прав людини на території Миколаєва і області, а у 2015 – великий проект з підготовки фахівців з контрпропаганди у кібер-просторі. Пізніше були ще проекти – вже більш вузькоспеціалізовані: щодо захисту пенсіонерів, як найбільш уразливої до пропаганди категорії населення; із захисту населення від дезінформації політиків у період останніх президентських та парламентських виборів в Україні; з викриття зловживань та дезінформації, що поширювались під час пандемії. Тобто, ця тема нам близька, у нас є досвід, навички та команда спеціалістів у цій сфері.

В рамках проекту ми провели соціологічне опитування у п'яти територіальних громадах Миколаївської області, поглиблені інтерв'ю з лідерами волонтерських груп та найбільш впливовими журналістами, низку консультацій із нашими закордонними колегами та фахівцями з інших регіонів України. На основі зібраної інформації ми розробили рекомендації органам влади та місцевого самоврядування. Ми презентували свою роботу на громадських радах, які надалі передадуть наші пропозиції особам, які ухвалюють рішення на локальному та регіональному рівні.

Автори дослідження висловлюють щирю вдячність нашим волонтерам, які, інколи навіть, ризикуючи життям, допомагали в проведенні соціального опитування та інших польових заходів проекту. Це Людмила Анісім, Артем Дибчук, Ірина Дам'ян, Олег Зорька, Микола Кудря, сім'я Тимошенків – Оксана, Валерій і Роман, Микола Шилкін.

У своєму дослідженні ми висуваємо гіпотезу про те, що брехня та відсутність інформації в умовах повномасштабної війни вбиває більше людей, ніж ворожі обстріли. Коли життєво важлива інформація прихована пропагандою, «туманом війни» та воєнною цензурою, людина не може прийняти правильне та своєчасне рішення. Неправильне рішення може коштувати життя. Як правило, пропаганда нав'язує нам єдиний і не завжди правильний варіант дій. За півроку ми опитали понад 500 людей, які мешкають під щоденними обстрілами в умовах гуманітарної катастрофи та дефіциту інформації. Виявилось, що для багатьох з них невизначеність страшніша за раптову смерть. Що робити владі, щоб усунути цю невизначеність, уберегти цивільних людей від неправильно прийнятих рішень і при цьому не завдати шкоди обороноздатності? У цьому дослідженні ми разом з вами шукатимемо відповідь на це складне питання.

Методологія дослідження

В проекті «Аналітичне дослідження стану інформування громадян органами влади і місцевого самоврядування Миколаївської області у період активних бойових дій» була використана методологія проведення соціального аудиту, яка була розроблена ГО «Лабораторія законодавчих ініціатив» (м. Київ). Ця методологія вперше була використана в Миколаївській області в жовтні-листопаді 2021 року при проведенні соціального аудиту якості позашкільної освіти у м. Вознесенську ГО «Вознесенська асоціація розвитку місцевої демократії»

Що таке соціальний аудит ?

Соціальний аудит – засіб забезпечення підзвітності влади через вивчення думки кінцевих отримувачів послуги чи публічної політики.

Соціальний аудит викриває неефективні практики та призводить до покращення якості врядування та надання послуг.

Для представників влади (постачальників послуги), соціальний аудит є хорошою можливістю дізнатись думку отримувачів послуги, їх бажання, оцінку послуги.

Результати проведення соціального аудиту є досить важливими як для громади, так і влади.

Представники громади дають оцінку роботі органів влади – наскільки якісно надавалася послуга з інформування і чи виконувалися в повній мірі зобов'язання влади відповідно до чинного законодавства.

А представники влади отримують інформацію про те, що думають громадяни даного населеного пункту про якість інформування, чим незадоволені. І чи дійсно місцева влада працює в інтересах людей. І за результатами соціального аудиту влада має прийняти конкретні, узгоджені з громадою рішення щодо покращення ситуації з даного питання.

Як висновок:

- Соціальний аудит – це інноваційний спосіб залучення громадян до управління громадою;
- Соціальний аудит може запропонувати неочікувані шляхи вирішення проблеми;
- Соціальний аудит збільшує ймовірність залучення додаткових ресурсів – грантів.

2. Стейкхолдери соціального аудиту.

| | Групи стейкхолдерів | Кількість | Позитивне відношення до проекту соціального аудиту | Може бути негативне відношення |
|----|--|------------------------------|--|--------------------------------|
| 1. | Жителі Миколаївської, Березанської та Вознесенської громад віком від 50 років. | По 100 осіб в кожній громаді | + | |
| 2. | Внутрішньо переміщені особи в цих громадах | По 20 осіб в кожній громаді | + | |
| 3. | Волонтери | По 5 осіб | + | |
| 4. | Громадські організації | По 3 ГО в кожній громаді | | |
| 5. | Представники ЗМІ, журналісти, блогери | До 5 осіб | + | |
| 6. | Депутати місцевих рад | До 10 осіб | + | + |

3. Анкети для проведення соціального аудиту були розроблені для жителів громад міста Миколаєва, **Миколаївського** та Вознесенського районів Миколаївської області. Підсумки соціального аудиту проводилися в Google-form (додається).

Розділ 1 Результати опитування в громадах

У період з 15 листопада 2022 року по 19 січня 2023 року ініціативна група громадських активістів провела моніторинг забезпечення достовірною та актуальною інформацією жителів м. Миколаєва, Березанської, Вознесенської та Миколаївської громад. Опитування проведено з метою з'ясувати, наскільки якісно і своєчасно місцева влада надає людям інформацію, необхідну для забезпечення безпеки та виживання населення під час воєнного стану.

Аналіз анкет станом на 25.01.2023 року

1. Проведено у Миколаївському, Вознесенському районах та м. Миколаєві
2. Всього анкет 220 , в тому числі :
 - Березанський (Миколаївський) р-н - 100
 - Вознесенський р-н- 27
 - м. Миколаїв – 93
3. **Результати анкетування загальні по трьох районах.**
 - 1) Отримували інформацію від місцевої влади – **62,3%**,
Не отримували – 33,2%
 - 2) Найбільше цікавила інформація про режим роботи комунальних лікарень, міського транспорту та комунальних підприємств - **45,5%**,
про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги – 38,6%,
про наявність бомбосховищ та місць укриття – 37,7%.
 - 3) Найбільше отримували інформацію шляхом «сарафанного радіо» (сусіди, родичі, на ринку) – **49,1%** , на офіційній сторінці місцевої влади у соціальних мережах - 44,1%, на офіційному сайті – 26,8%.
 - 4) На час опитування найбільше потребували інформації про забезпечення електроенергією, водою та опалення – **84,5%**, про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги – 37,7%.
 - 5) **89,5%** громадян цікавили питання надання медичних послуг в громадах, а саме :
 - Про наявність ліків в комунальних лікарнях та аптеках - 54,1%
 - Про графік роботи сімейних лікарів – 47,3%
 - Про «гарячі лінії» Міністерства охорони здоров'я, Пенсійного фонду та Міністерства соціального захисту – 9,5%
 - 6) **82,7%** громадян отримувати гуманітарну допомогу за сприяння місцевої влади:
З них 63,6 % знали про видачу допомоги шляхом «сарафанного радіо», 21,7% - зі сторінки влади в соціальних мережах, 14,5 %- з офіційного сайту
 - 7) 75,5% громадян вважають, що місцевій владі необхідно покращити процес інформування громадян у воєнний час для виживання та безпеки
 - 8) Ще громадяни слухають радіо – 70,9%, читають місцеву пресу – 21,8%, отримують інформацію від волонтерів – 17,3 %. Отримували інформацію від депутатів місцевих рад – 1,8%
 - 9) В опитуванні прийняли участь 50,5% - пенсіонерів, 11,4% внутрішньо переміщених осіб, 12,7% непрацюючих жителів громад, 24,5% - працюючих.

Висновки соціального аудиту щодо організації інформування місцевими органами влади жителів громад в період військових дій:

1. Офіційні сайти **Миколаївської**, Вознесенської районних громад практично не надавали актуальної та корисної інформації жителям своїх громад. Тільки 26,8% жителів користувалася ними. Найбільш поширеним засобом інформації було «сарафанне радіо» та офіційні сторінки місцевої влади в соціальних мережах.

2. Найбільш затребуваною для жителів громад була інформація:
- про графіки роботи лікарень, міського транспорту та комунальних підприємств;
 - про забезпечення громадян електроенергією та водою;
 - про наявність ліків в комунальних лікарнях та аптеках;
 - про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги.

Як свідчать результати соціального аудиту – цю інформацію громадяни отримували на 25%.

3. 75,5% опитаних жителів вважають, що органам місцевої влади необхідно переглянути та суттєво покращити організацію інформування громадян про нагальні питання, які турбують жителів громад у воєнний час.

Пропозиції робочої групи проекту:

1. В кожній громаді розглянути можливість визначення офіційної особи на рівні заступника голови чи секретаря ради, який буде нести персональну відповідальність за організацію інформаційної роботи з населенням під час воєнного часу та у мирний період. Закріпити це положення у відповідній посадовій інструкції.
2. Визначити перелік необхідної інформації та терміни її оприлюднення.
3. Щотижня аналізувати наявність корисної та актуальної інформації на офіційних сайтах та офіційних сторінках в соціальних мережах.
4. Запровадити комунікаційні заходи з населенням щодо вивчення його потреб в інформації на місцевому рівні.

Цікаві приклади щодо організації інформування населення під час військових дій в Миколаївській області:

1. З перших днів війни у місті Вознесенську була створена Вайбер-група жителів Вознесенська «Координаційний центр», адміністратором якого стала начальник відділу культури та спорту міської ради Наталія Логінович. Тут розміщалося інформація вкрай необхідна жителям: про повітряні тривоги, про вибухи, про роботу міського транспорту та лікарні, про видачу гуманітарної допомоги, про допомогу внутрішньо переміщеним особам тощо. 72 % вказали, що це джерело інформації було самим оперативним та корисним. Також заслуговує на увагу створення Вайбер –групи «Журнал дій» жителів Новогригорівка та Раково, які входять до меж Вознесенської громади. Майже 90% опитаних жителів цих сіл вказали це джерело інформації, де отримували актуальну інформацію.

2. На сайті Южноукраїнської міської ради була запроваджена рубрика «Наявність продуктів харчування в торгівельних закладах, що було дуже актуально, особливо в перші місяці війни.

Розділ 2 Аналіз Інтернет-ресурсів місцевої влади

Для проведення аналізу наявності актуальної та корисної інформації для жителів громад в умовах військових дій було розроблено дві Методології. Одна – для аналізу веб-сайтів Миколаївської обласної військової адміністрації та Миколаївської міської ради з дванадцяти критеріїв та бальною системою по кожному. (Розробник – Вадим Мельников). Друга – для аналізу веб-сайтів місцевих органів влади у **Миколаївському** та Вознесенському районах (Розробник – Тетяна Зелінська).

2.1. Аналіз веб-сайту Миколаївської ОДА/ОВА

АНАЛІЗ ВЕБСАЙТУ (ВЕБСАЙТІВ) МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ (МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ) НА ПРЕДМЕТ ВІДПОВІДНІСТЬ ПОТРЕБАМ МИКОЛАЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Критерій № 1: Навігація по сайту.

Критерій включає в себе інтуїтивну зрозумілість для користувача інтерфейсу, пристосованість до перегляду з мобільного телефону (mobile-friendly), пристосованість до завантаження елементів для перегляду із «повільним» Інтернетом.

Максимальна кількість балів – 10.

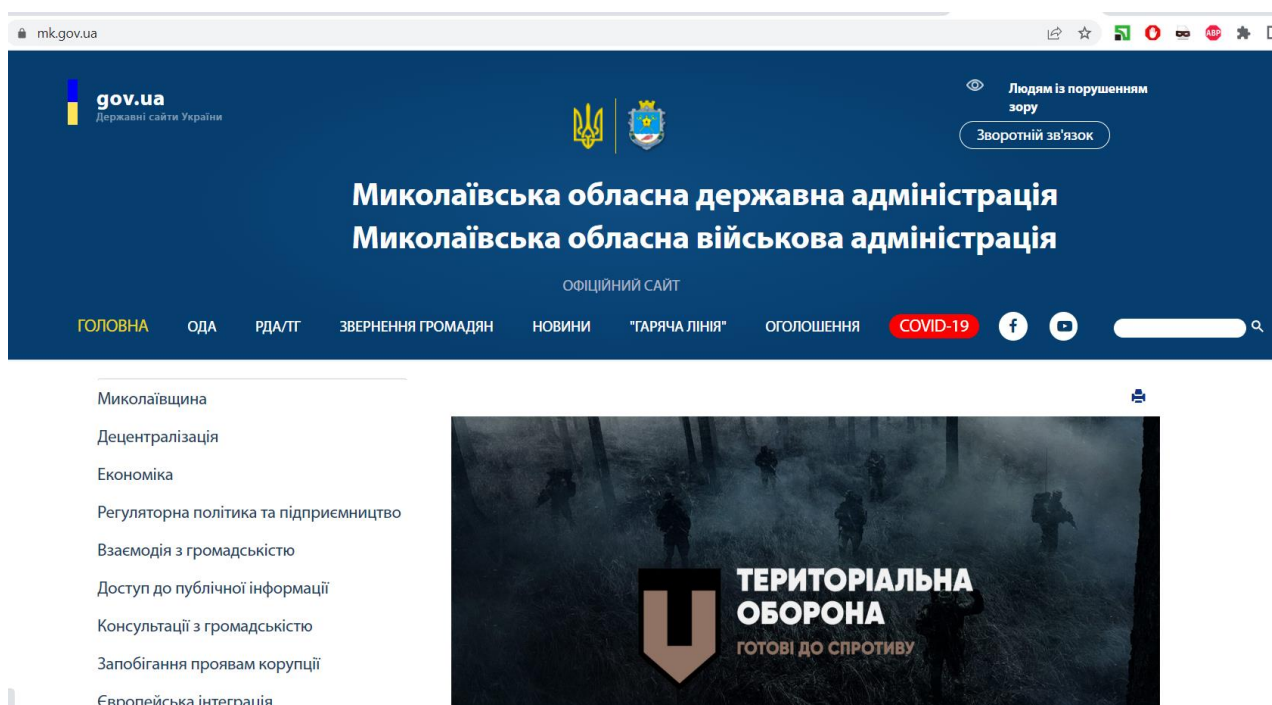
Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 8 балів.

Вебсайт часто не працює, ймовірно у ті моменти, коли відсутнє електропостачання на сервері, попри рекомендації розміщувати державні інформаційні ресурси на хмарних ресурсах та/або в центрах обробки даних, що розташовані за межами України, викладену у постанові Кабінеті Міністрів України від 12 березня 2022 р. № 263.

Крім того не працює пошук по вебсайту; логіка розміщення деяких блоків інформації є незрозумілою.

Найкраще видимим є виділений червоним розділ COVID-19

<https://www.mk.gov.ua/ua/1585906431/>, хоча актуальність цього інфекційного захворювання, попри його серйозність, є значно меншою ніж загроза російської збройної агресії та супутні проблеми.



Критерій № 2: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація для населення в умовах воєнного стану.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 7 балів.

Наявний блок «Нагальні гуманітарні та соціальні питання в умовах воєнного стану»

<https://www.mk.gov.ua/ua/1668665738/>, але він стосується житлово-комунальних питань, та не містить інформацію щодо цивільного захисту населення (дана інформація є, але «захована» у розділі «Режим підвищеної готовності» https://www.mk.gov.ua/ua/pidv_got/, що не є очевидним), «пунктів незламності», пунктів розливу очищеної води тощо.

Критерій № 3: Наявність окремого блоку, де узагальнена корисна інформація для ВПО.

Максимальна кількість балів – 8.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 7 балів.

Наявний блок «Інформація для ВПО» <https://www.mk.gov.ua/ua/1668769865/>, який містить значний об'єм інформації, проте у ньому відсутній перелік адрес куди звертатись для отримання відповідних послуг, а також інформація про порядок реєстрації.

Критерій № 4: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про пункти розливу питної води.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 0 балів.

Інформація відсутня.

Критерій № 5: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про пункти незламності/пункти обігріву.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 0 балів.

Інформація відсутня.

Критерій № 6: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про видачі гуманітарної допомоги.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 0 балів.

Інформація відсутня.

Критерій № 7: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про бомбосховища.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 5 балів.

Наявна інформація «Адреси розташування захисних споруд Миколаївської області» https://www.mk.gov.ua/ua/pidv_got/adresi/, яка «захована» у розділі «Режим підвищеної готовності».

Відсутня мапа.

Критерій № 8: Регулярність оновлення інформації.

Максимальна кількість балів – 8.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 8 балів.

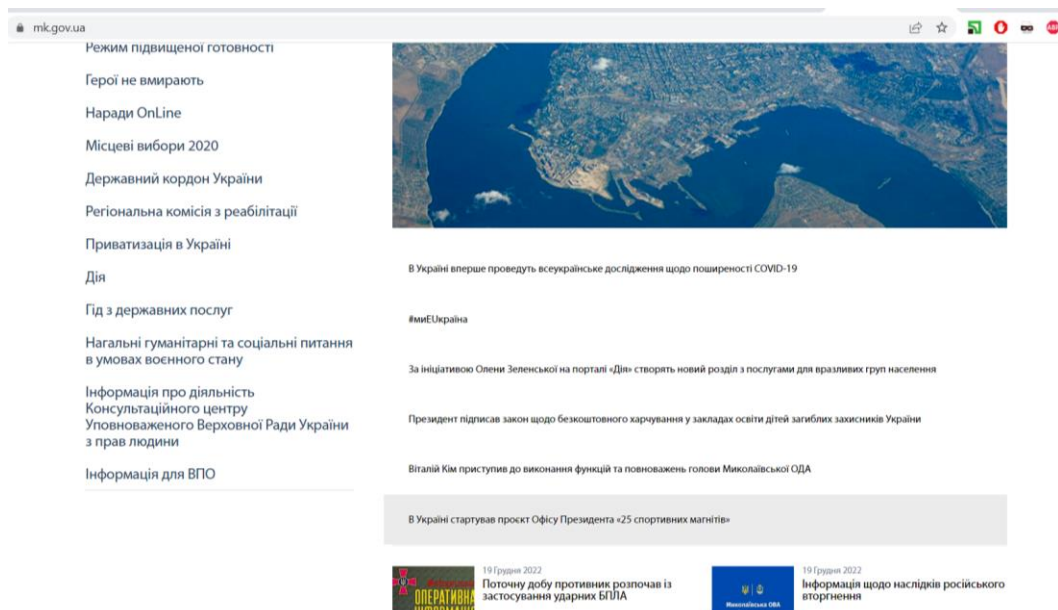
Критерій № 9: Корисність інформації. Релевантність інформації, яку користувач бачить першою.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 8 балів.

На головній сторінці розміщено багатообіцяючий розділ «ОГОЛОШЕННЯ» <https://www.mk.gov.ua/ua/1660827076/>, в якому міститься одне-єдине повідомлення про плановану діяльність, яка підлягає оцінці впливу на довкілля.

Крім того перша новина, яку можна побачити на головній сторінці при перегляді з ПК «В Україні вперше проведуть всеукраїнське дослідження щодо поширеності COVID-19», датована 07 Червня 2021 <https://www.mk.gov.ua/ua/news/?id=95792>. Інші новини (в т.ч. «Новини районів»), які можна побачити найпершими, такої само сумнівної актуальності.



mk.gov.ua

НОВИНИ РАЙОНІВ

- 12 Листопада 2020, Веселинівський район
З 14 по 30 листопада в країні запроваджуються карантин "вихідного дня".
- 18 Листопада 2019, Новобузький район
Команда дівчат Новобузької МДЮСШ зайняли почесне III місце в обласних змаганнях на Кубок футболу серед дівчат
- 23 Жовтня 2019, Сланецький район
Юні сланецькі футболісти посіли перше місце на Кубку «Золотий Колосок-2019»
- 23 Жовтня 2019, Новобузький район
Учні Новобузької ЗОШ № 4 I – II ступенів стали учасниками професіографічної екскурсії до товариства з обмеженою відповідальністю "Софія - Граніт"
- 13 Вересня 2019, Новобузький район
У Новому Бузі відзначили День фізкультури і спорту
- 13 Вересня 2019, Миколаївський район
Засідання районного штабу з підготовки до опалювального сезону 2019/2020 року та сталого його проходження
- 11 Вересня 2019, Вознесенський район
Комісія з питань техногенно-екологічної безпеки і надзвичайних ситуацій при Вознесенській райдержадміністрації
- 10 Вересня 2019, Арбузинський район
Нарада з питань організації осіннього призову
- 16 Липня 2019, Миколаївський район
Презентація професійного навчання
- 21 Березня 2019, Первомайський район
Відбулася нарада за результатами моніторингу та оцінки соціально-економічного розвитку району за січень 2019 року

Критерій № 10: Наявність та зручність зворотного зв'язку.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 6 балів.

Наявний розділ «Зворотній зв'язок» <https://www.mk.gov.ua/ua/feedback/>, але там наявна приписка «Зауваження та пропозиції щодо роботи сайту», тому не зрозуміло, чи можна туди звертатись лише із питань адміністрування вебсайту, чи з будь-яких питань, що відносяться до компетенції Миколаївської ОДА (ОВА).

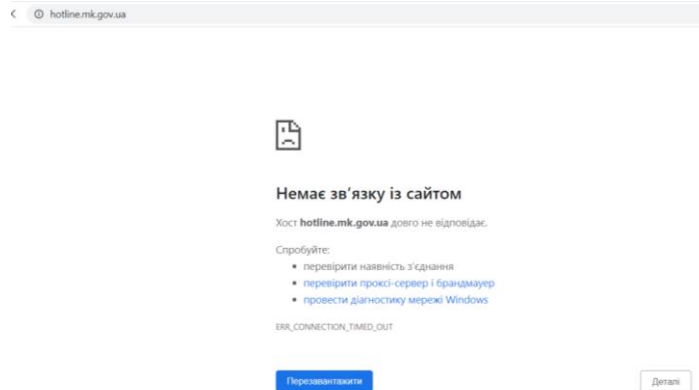
Внизу головної сторінки закріплені контакти:

54001, м. Миколаїв, вул. Адміральська, 22 – дана будівля 29.03.2022 була знищена ракетним ударом (примітка автора дослідження)

тел. – не зазначено (примітка автора дослідження)

E-mail: cancelar@mk.gov.ua

Є розділ "ГАРЯЧА ЛІНІЯ", але вебсайт <https://hotline.mk.gov.ua/>, на момент проведення дослідження не функціонує



Критерій № 11: Наявність вебсайтів у відокремлених підрозділів, які безпосередньо взаємодіють із людьми.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської ОДА (ОВА) оцінено у 8 балів.

Наявні вебсайти районних державних адміністрацій:

<https://bashtanka.mk.gov.ua/ua/home/>

<https://voznensensk.mk.gov.ua/ua/home/>

<https://mykolayiv.mk.gov.ua/ua/home/>

<https://pervomaysk.mk.gov.ua/ua/1374476501/authority/>

Департамент соціального захисту населення Миколаївської ОДА:

вебсайт <http://dszn.mk.gov.ua/> на момент проведення дослідження не функціонує, наявна сторінка на Фейсбукці <https://www.facebook.com/sotszahist/>, але посилання на неї з вебсайту Миколаївської ОДА відсутнє

Управління охорони здоров'я Миколаївської ОДА має власний вебсайт <http://oblzdrav.mk.gov.ua/>, але посилання на нього з вебсайту Миколаївської ОДА відсутнє

Критерій № 12: присутність у соціальних мережах, можливість користувачів коментувати та оцінювати повідомлення, наявність ботів у популярних месенджерах.

Максимальна кількість балів – 10.

Присутність Миколаївської міської ради у соціальних мережах оцінено у 9 балів.

Наявна сторінка на Фейсбукці <https://www.facebook.com/mykoda/>, є канал на Ютубі <https://www.youtube.com/channel/UCcxLeZrU3lh1b3xyB73axsA> та канал в Телеграмі <https://t.me/mykolaivskaODA>, яка активно насичується головою ОДА (єдина рекомендація – дублювати у текстовому вигляді відеозвернення, адже якщо Інтернет низькошвидкісний вони дуже довго завантажуються; крім того посилання на Телеграм-канал відсутнє на вебсайті Миколаївської ОДА, хоча сам канал є верифікованим <https://mva.gov.ua/ua/news/ofis-prezidenta-opriyudniv-perelik-telegram-kanaliv>).

Чатботи у месенджерах відсутні.

ВИСНОВКИ:

Миколаївська ОДА (ОВА) отримала 66 балів зі 100 можливих.

Рекомендовано розмістити наявний інформаційний ресурс на хмарних ресурсах та/або в центрах обробки даних, що розташовані за межами України; зробити розділ «Нагальні гуманітарні та соціальні питання в умовах воєнного стану» добре видимим одразу ж після переходу на вебсайт, додати до цього розділу інформацію щодо розміщення «пунктів незламності», пунктів розливу очищеної води, захисних споруд Миколаївської області тощо;

змінити новини, які видаються першими для перегляду з ПК, бо вони всі застарілі та неактуальні.

2.2. Аналіз веб-сайту Миколаївської міської ради

АНАЛІЗ ВЕБСАЙТУ (ВЕБСАЙТІВ) МИКОЛАЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ НА ПРЕДМЕТ ВІДПОВІДНІСТЬ ПОТРЕБАМ МИКОЛАЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

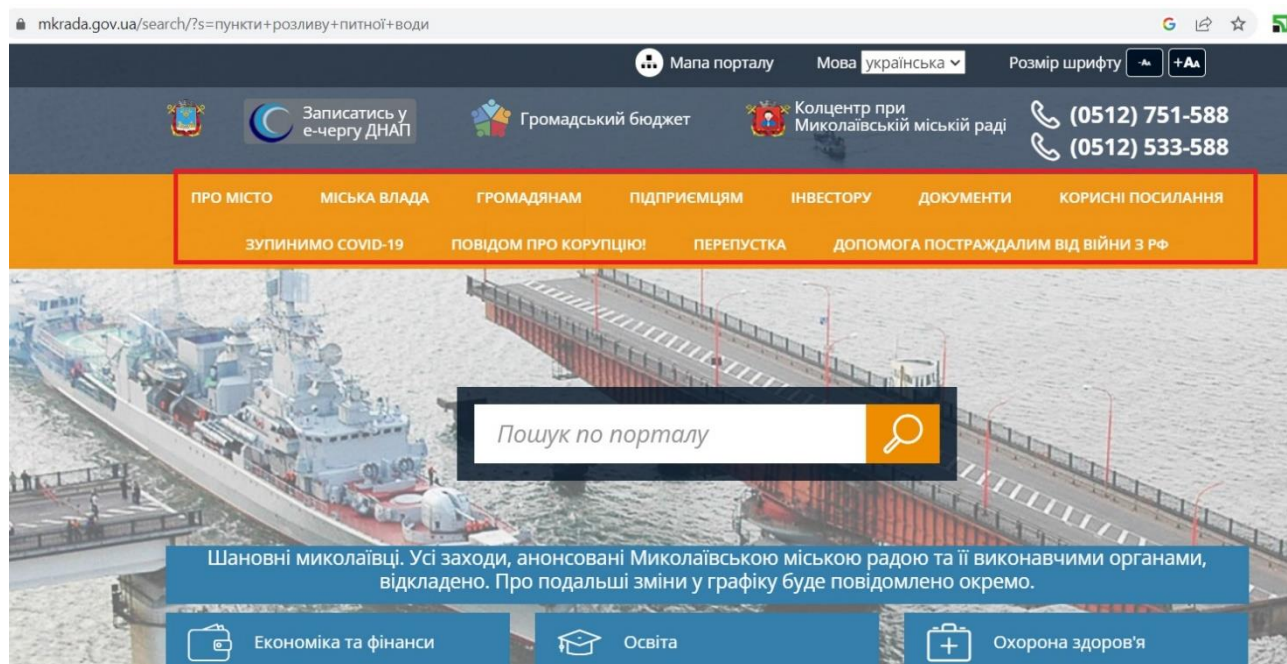
Критерій № 1: Навігація по сайту.

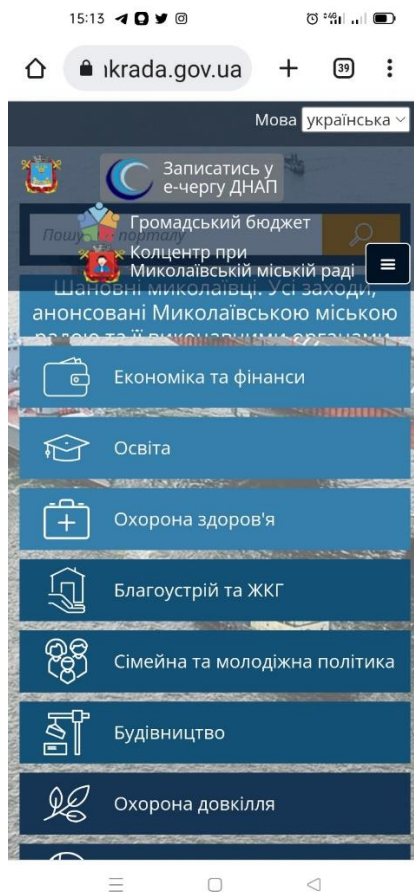
Критерій включає в себе інтуїтивну зрозумілість для користувача інтерфейсу, пристосованість до перегляду з мобільного телефону (mobile-friendly), пристосованість до завантаження елементів для перегляду із «повільним» Інтернетом.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 6 балів.

Значна кількість корисної інформації недоступна під час перегляду з мобільного телефону.





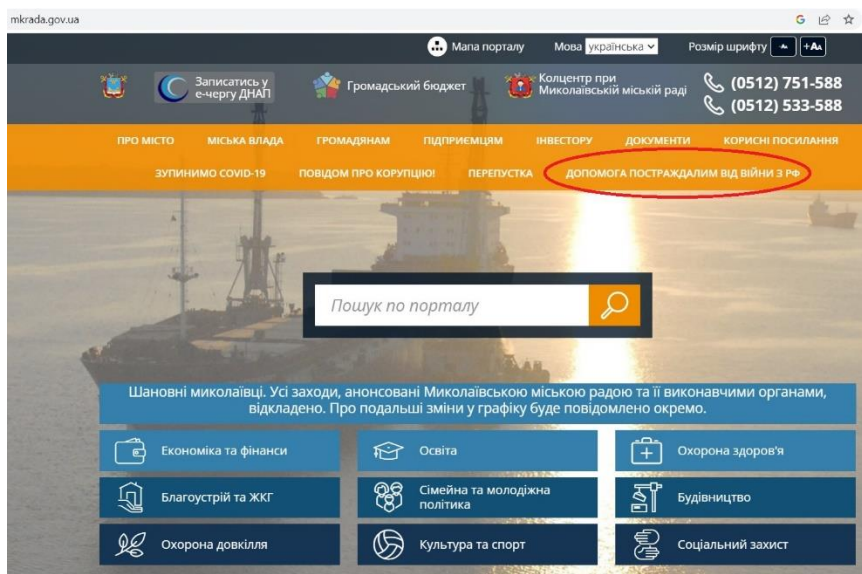
Крім того не працює пошук по порталі; критерії, по яким виділялись окремі блоки інформації не є інтуїтивно зрозумілими користувачеві.

Критерій № 2: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація для населення в умовах воєнного стану.

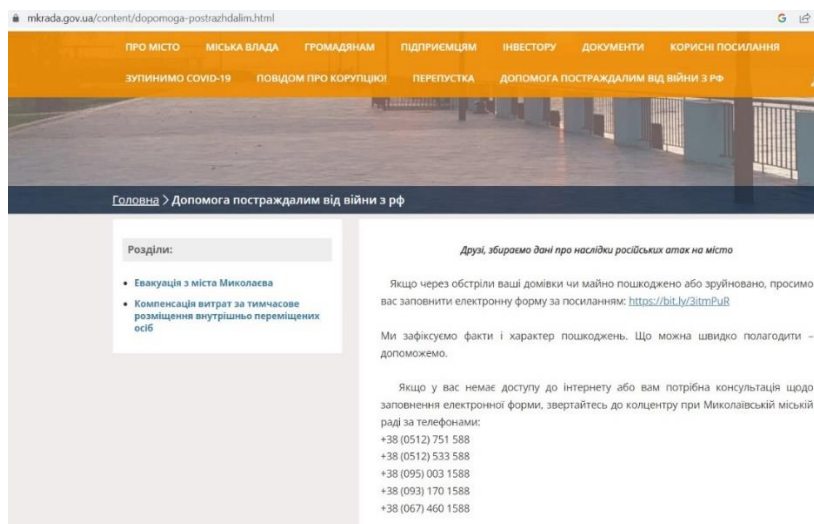
Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 6 балів.

У версії для перегляду з ПК наявний блок «Допомога постраждалим від війни з рф», але на мобільному телефоні він не відображається.



Наявна інформація досить неповна, оскільки не включає в себе питання медичної допомоги (в т.ч., поради щодо надання невідкладної медичної допомоги), психологічної допомоги, а також не містить інформацію щодо цивільного захисту населення, як таку, що може бути корисною превентивно, а не лише після того, як хтось вже постраждав.



Критерій № 3: Наявність окремого блоку, де узагальнена корисна інформація для ВПО.

Максимальна кількість балів – 8.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 1 бал.

Наявна лише інформація «Компенсація витрат за тимчасове розміщення внутрішньо переміщених осіб».

Також на сайті якщо докласти багато зусиль можна знайти посилання <http://vpo.gov.ua/>, але сайт, принаймні на момент дослідження не працював.

Критерій № 4: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про пункти розливу питної води.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 5 балів.

Наявна інформація «Нагадуємо адреси пунктів видачі очищеної води» <https://mkrada.gov.ua/news/17721.html>, однак вона є «захованою» у новинах Головна/Публікації/ Новини 2 Грудня 2022, 13:12.

Критерій № 5: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про пункти незламності/пункти обігріву.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 5 балів.

Наявна інформація «Адреси Пунктів Незламності, які працюють під час блекауту у Миколаєві» <https://mkrada.gov.ua/news/17685.html>, однак вона є «захованою» у новинах Головна/Публікації/ Новини 28 Листопада 2022, 10:11.

Відсутня мапа.

Наявний також «Перелік пунктів обігріву в м.Миколаєві» на вебсайті Управління з питань надзвичайних ситуацій та цивільного захисту населення Миколаївської міської ради <https://uprns.mkrada.gov.ua/?p=1612>.

Критерій № 6: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про пункти видачі гуманітарної допомоги.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 4 бали.

Наявна інформація «Гуманітарна допомога: контакти» <https://mkrada.gov.ua/news/16858.html>, однак вона є «захованою» у новинах Головна / Публікації / Новини 6 Липня 2022, 14:07.

Відсутня мапа.

Критерій № 7: Наявність окремого блоку, де узагальнена інформація про бомбосховища.

Максимальна кількість балів – 6.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 6 балів.

Наявна інформація «ПЕРЕЛІК захисних споруд цивільного захисту (сховищ), які можливо використовувати для укриття населення на випадок виникнення надзвичайних ситуацій на території м. Миколаєв» за адресою Головна / Про місто / Карта міста / Бомбосховища <https://mkrada.gov.ua/content/bomboshovishche.html>.

Також є цілий розділ «Інформація про укриття населення Миколаєва та порядок оповіщення при виникненні надзвичайних ситуацій» <https://mkrada.gov.ua/content/informaciya-pro-ukrittya.html>, але він знаходиться у кінці блоку «Актуально», а цей розділ при перегляді з ПК взагалі не відображається, і можна побачити лише (більш розгорнута інформація про блок «Актуально» буде наведена далі).

Наявна «Публічна інтерактивна карта розташування бомбосховищ та укриттів у місті Миколаєві»

https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1xuV2H-mKlh7ley8Yj6V0P_ZWqxGYPaM&ll=46.93870947134384%2C31.990896449999973&z=11

Критерій № 8: Регулярність оновлення інформації.

Максимальна кількість балів – 8.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 8 балів.

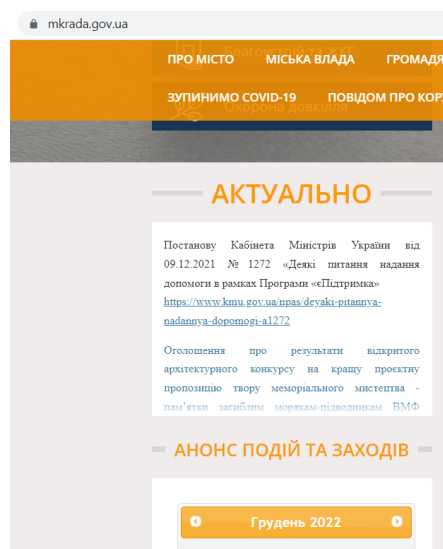
Критерій № 9: Корисність інформації. Релевантність інформації, яку користувач бачить першою.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 7 балів.

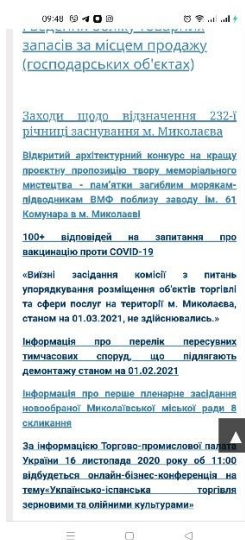
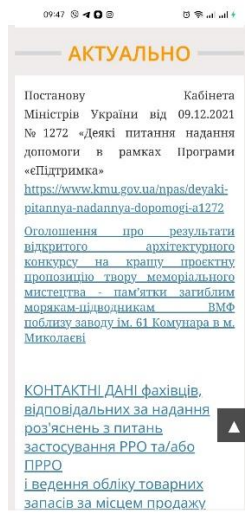
На головній сторінці багато зовсім неактуальної та нецікавої в умовах воєнного стану середньостатистичному мешканцю Миколаєва інформації.

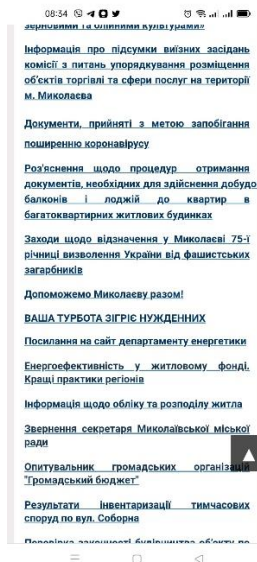
У розділ «Актуально» неможливо перейти за окремим посиланням, і під час перегляду з ПК, можна побачити лише перші дві теми, які хтось за незрозумілими критеріями визначив як актуальні:

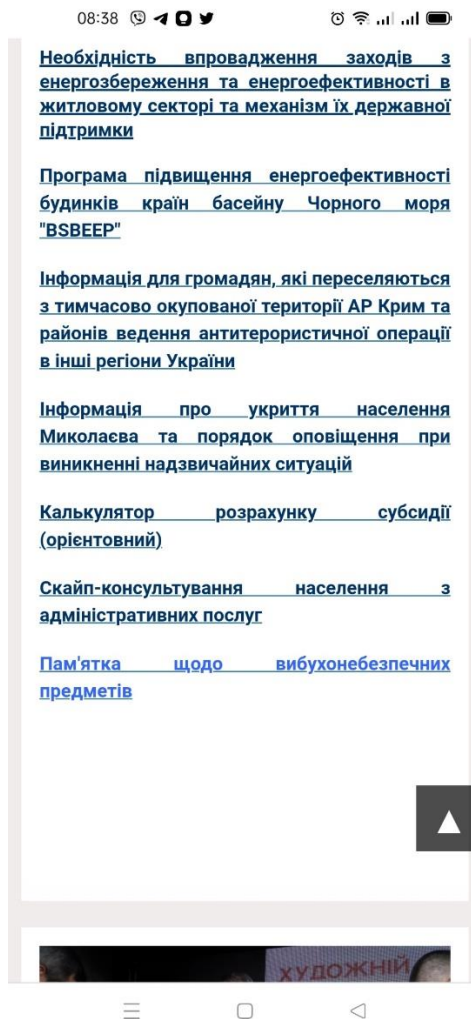


При цьому тема «Оголошення про результати відкритого архітектурного конкурсу на кращу проектну пропозицію твору меморіального мистецтва - пам'ятки загиблим морякам-підводникам ВМФ поблизу заводу ім. 61 Комунара в м. Миколаєві» **датована ще 17 Грудня 2021, 08:12** <https://mkrada.gov.ua/news/15730.html>

Під час перегляду з мобільного телефону можна побачити більше інформації, але для того, щоб побачити ту інформацію, яка може бути цікава містянам саме в умовах воєнного стану, треба мати терпіння проскролити до самого кінця:







Критерій № 10: Наявність та зручність зворотного зв'язку.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 10 балів.

Наявний розділ «Залишити звернення» <https://mkrada.gov.ua/content/feedback.html>

Крім того є окремий вебсайт колцентру <https://callcenter.mkrada.gov.ua/>

Критерій № 11: Наявність вебсайтів у відокремлених підрозділів, які безпосередньо взаємодіють із людьми.

Максимальна кількість балів – 10.

Сайт Миколаївської міської ради оцінено у 9 балів.

Наявні вебсайти адміністрацій районів

<https://admzr.mkrada.gov.ua/>

<https://inguldistr.mkrada.gov.ua/>

<https://corabeldistr.mkrada.gov.ua/>

<https://admindcen.mkrada.gov.ua/>

Департаменту праці та соціального захисту населення Миколаївської міської ради <http://sotsdepart.mk.ua/>

Управління охорони здоров'я Миколаївської міської ради <https://uoz.mkrada.gov.ua/>

У Департаменту з надання адміністративних послуг Миколаївської міської ради окремий вебсайт відсутній.

У Управління у справах ветеранів війни, внутрішньо переміщених осіб вебсайт відсутній, наявний лише Телеграм-канал <https://t.me/UPRAVvvvrommr>

Критерій № 12: присутність у соціальних мережах, можливість користувачів коментувати та оцінювати повідомлення, наявність ботів у популярних месенджерах.

Максимальна кількість балів – 10.

Присутність Миколаївської міської ради у соціальних мережах оцінено у 8 балів.

Наявні сторінки на Фейсбуці <https://www.facebook.com/mkradagov> та в Інстаграмі [mykolaiv.rada?utm_medium=copy link](https://www.instagram.com/mykolaiv.rada?utm_medium=copy_link), є група в Телеграмі t.me/mykolaivrada

Нещодавно створено чат-бот Mykolaiv Help, який має допомагати мешканцям та гостям міста знайти корисну інформацію щодо гуманітарної допомоги, усунути аварійну ситуацію чи вирішити іншу проблему. Але на момент дослідження чат-боти у Telegram (https://t.me/help_mk_ua_bot) або та Viber (<https://tinyurl.com/mkuabot>) не функціонують належним чином.

ВИСНОВКИ:

Миколаївська міська рада отримала 75 балів зі 100 можливих.

Рекомендовано покращити навігацію вебсайту; усунути випадки, коли якась інформація є недоступною для перегляду з мобільного телефону чи ПК; виокремити блок із інформацією, що може бути корисною в умовах воєнного стану, де узагальнити усю наявну інформацію; покращити насичення блоку інформації «Актуально»; виправити недоліки в роботі чат-ботів.

2.3. Аналіз інформаційних повідомлень на офіційних сайтах громад Вознесенського району за період з 01 серпня по 31 жовтня 2022 року

1. Хто проводив?

Аналіз сайтів проведено громадською організацією «Вознесенська асоціація розвитку місцевої демократії».

2. Сайти яких громад були досліджені:

Було досліджено 5 сайтів двох міських та трьох селищних громад Вознесенського району.

3. Яка інформація досліджувалася?

При проведенні аналізу головна увага приділялася наявності на сайтах громад наступної корисної інформації для громадян в умовах воєнного стану:

- про наявність бомбосховищ та місць укриття;
- про режим роботи комунальних лікарень, міського транспорту та комунальних підприємств;
- про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги;
- про наявність місць обігріву громадян, у яких відсутнє тепlopостачання;
- куди і яким чином звернутися у зв'язку з руйнуванням житла;
- про забезпечення водою, електроенергією та опаленням;
- про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги;
- про адреси та телефони місцевих штабів для прийому переселенців.

4. Алгоритм дослідження інформації:

1) **не враховувалися** як корисні для громадян інформації Генерального штабу України та загальні інформації про події в Україні (цієї інформації вистачає на республіканських офіційних сайтах);

2) також **не враховувалися** вітання влади з професійними святами, інформація про кількість народжених дітей, про заходи в бібліотеках до свят.

3) **враховувались** тільки інформації, які стосувалися життєзабезпечення громад та виживання і безпеки громадян у воєнний час;

3) з них визначалися кількість корисних та актуальних повідомлень саме для громадян.

Наприклад – оновлений розклад автобусів, графік прийому сімейних лікарів та роботи лікарень, місце і дата видачі гуманітарної допомоги, робота комунальних підприємств щодо забезпечення водою, відключення електроенергії, робота з переселенцями тощо.

5. Яким чином порівнювалися міські та селищні громади?

Для порівняльного аналізу були використані наступні показники:

- 1) відсоток корисних для громадян інформаційних повідомлень від загальної кількості;
 - 2) середня кількість інформаційних повідомлень в день всього за 92 дні;
 - 3) середня кількість корисних інформаційних повідомлень в день всього за 92 дні.
6. Попередні висновки аналізу інформаційних повідомлень офіційних сайтів 5-ти громад Вознесенського району.

Таблиця 1.

| № | Назва громади | К-сть інф.повідомлень | Із них корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|--|-----------------------|------------------------------|------|--------------------------------------|
| 1 | Братська селищна рада | 39 | 9 | 23,1 | 0,42 / 0,1 |
| 2 | Веселинівська селищна рада | 40 | 28 | 66,7 | 0,43 / 0,3 |
| 3 | Вознесенська міська рада | 65 | 42 | 64,6 | 0,71 / 0,46 |
| 4 | Доманівська селищна рада (офіційна сторінка на Фейсбук) | 37 | 30 | 81,1 | 0,4 / 0,33 |
| 5 | Южноукраїнська міська рада | 1064 | 811 | 76 | 11,6 / 8,8 |

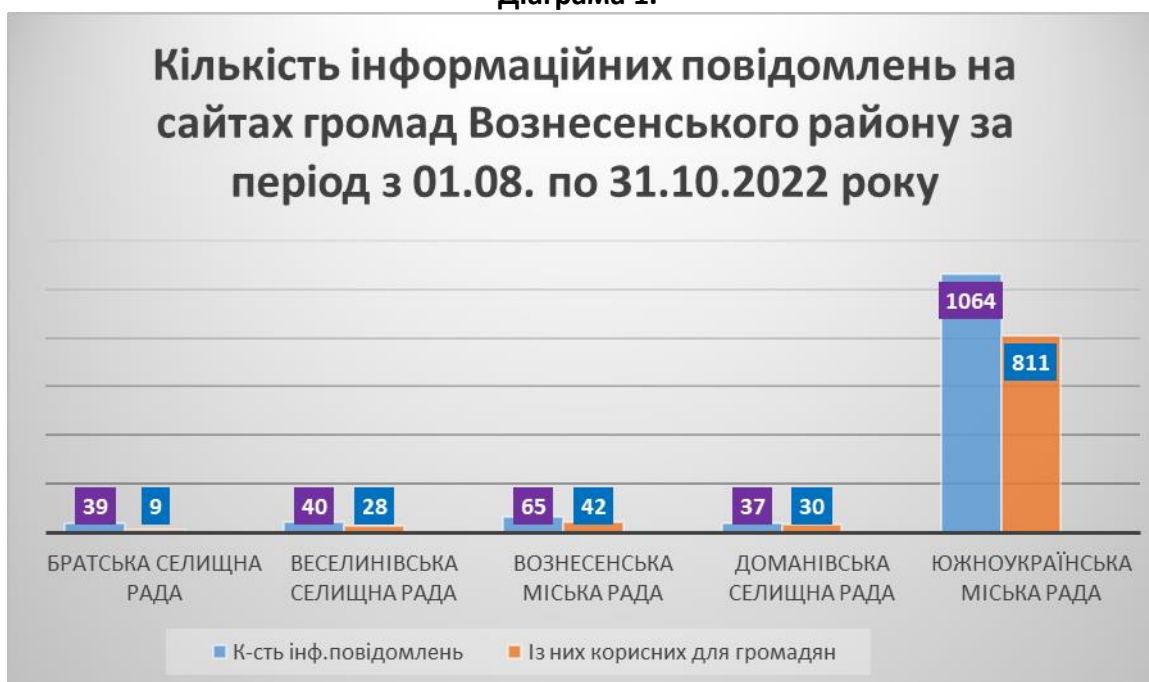
- Найбільша кількість інформаційних повідомлень зафіксована на сайті **Южноукраїнської міської ради**. Вся інформація відповідає вимогам дослідження. Є цікаві приклади: - щоденно розміщується інформація про наявність різних видів продуктів харчування в торговельних закладах міста; є інформація про надання безкоштовних ліків, отримання субсидій, робота для переселенців.

- **Найменша кількість - на офіційній сторінці громади у Фейсбук. Чому аналізували сторінку в соціальній мережі?**

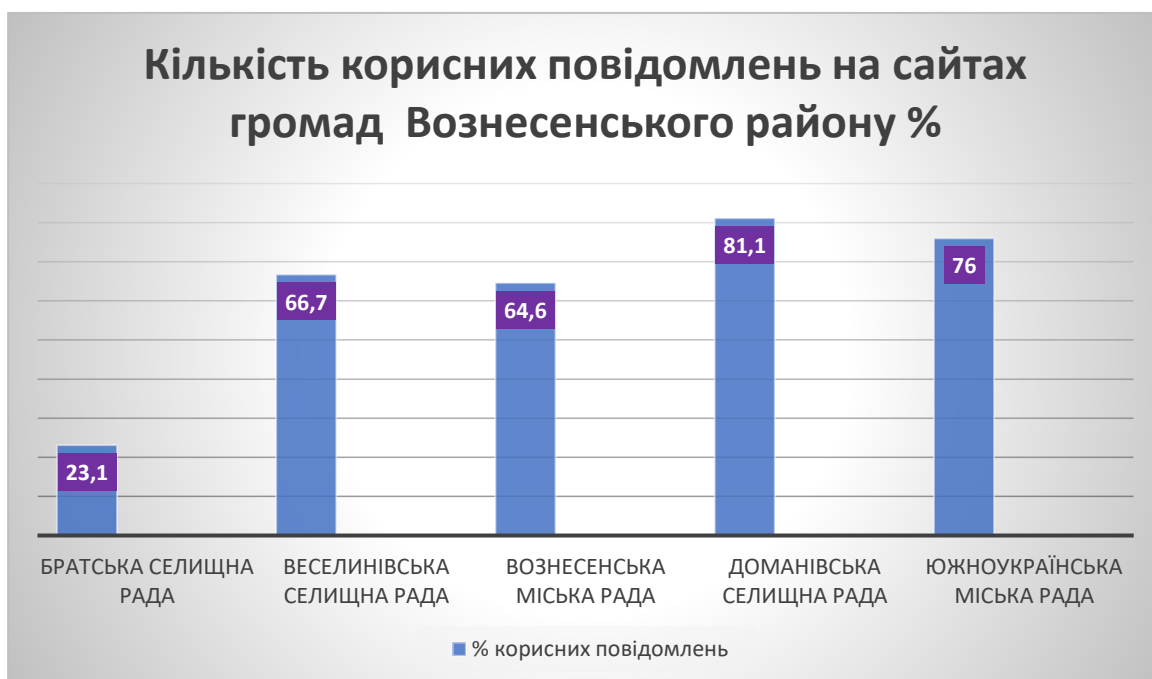
На офіційному сайті Доманівської громади <https://domanivska-gromada.gov.ua/> відсутній розділ «Новини», відсутній архів новин. Є інформаційні повідомлення в розділі «Про громаду». І там відкриваються новини тільки за останні 7 днів. !?

Сторінка на Фейсбук оновлюється нерегулярно, з терміном від 3-х до 12 днів.

Графічне представлення даних таблиці 1.
Діаграма 1.



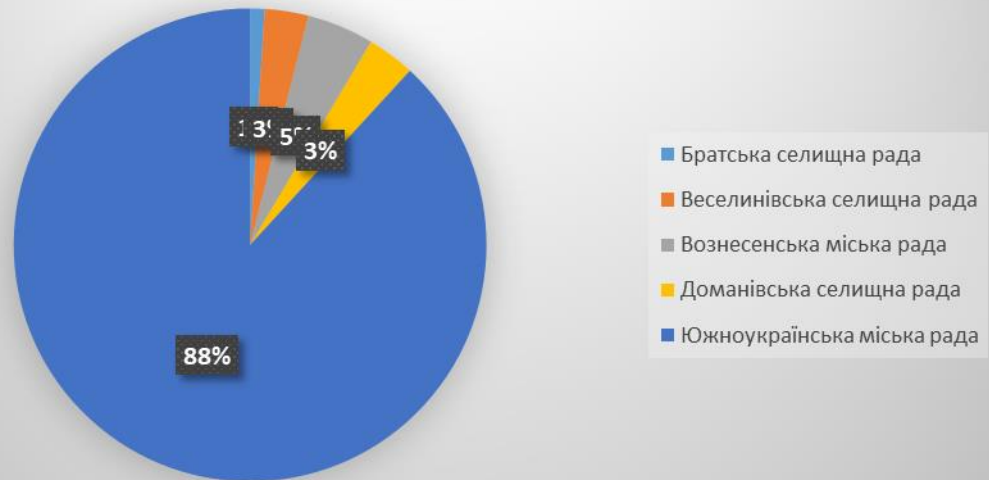
Діаграма 2



- Внаслідок незначної кількості інформаційних повідомлень в Доманівській громаді отримали найвищий процент корисної інформації.
- Найменше корисної інформації розміщується на сайті Братської селищної ради. Тільки кожне п'яте повідомлення стосується потреб громадян у воєнний час.

Діаграма 3а

Інформаційна діяльність 5-ти громад на офіційних сайтах для потреб громадян



| | |
|----------------------------|------|
| Братська селищна рада | 0,98 |
| Веселинівська селищна рада | 3 |
| Вознесенська міська рада | 4,57 |
| Доманівська селищна рада | 3,26 |
| Южноукраїнська міська рада | 88,1 |

Діаграма 4.

Скільки в середньому розміщено інформаційних повідомлень на сайтах громад В ДЕНЬ



- **Інформація для роздумів для голів громад - регулярність та ефективність роботи сайтів громад.**
- Якщо проаналізувати середню кількість інформаційних повідомлень на сайтах Братської, Веселинівської, Вознесенської та Доманівської громад – то можна зробити висновок, що адміністратори сайтів даремно отримують заробітну плату.
- В Братську розміщують **3 корисних повідомлення на місяць**,

- У Веселиновому - **9** на місяць,
- У Доманівці -**10** на місяць,
- У Вознесенську - 14 на місяць.

- **В той час як у Южноукраїнську розміщують по 17-32 повідомлення в день!**

Є дві причини: або відсутні працівники за штатом, або немає кому контролювати роботу цих працівників.

7. Чи проводився аналіз офіційних сторінок місцевих влад цих громад в соціальних мережах?

У визначених громадах створені офіційні сторінки в соціальних мережах Фейсбук та Телеграм. Як правило, інформація на них розміщується частіше, але на окремих сторінках можна побачити інформацію тільки за останні 7 днів.

Додаток 1.

Щомісячні результати аналізу сайтів

1. Братська селищна рада

| № | Назва громади | К-сть інф.повідомлень | Із них корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-----------------------|------------------------------|-------------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 8 | 1 | 12,5 | 0,26 / 0,03 |
| 2 | Вересень | 18 | 3 | 37,5 | 0,27 / 0,1 |
| 3 | Жовтень | 13 | 5 | 38,5 | 0,42 / 0,16 |
| 4 | Всього | 39 | 9 | 23,1 | 0,42 / 0,097 |

2. Веселинівська селищна рада

| № | Назва громади | К-сть інф.повідомлень | Із них корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-----------------------|------------------------------|-------------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 13 | 12 | 92,3 | 0,42 / 0,39 |
| 2 | Вересень | 11 | 6 | 54,5 | 0,37 / 0,2 |
| 3 | Жовтень | 16 | 10 | 62,5 | 0,52 / 0,33 |
| 4 | Всього | 40 | 28 | 66,7 | 0,43 / 0,3 |

3. Вознесенська міська рада

| № | Назва громади | К-сть інф.повідомлень | Із них корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-----------------------|------------------------------|-------------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 25 | 16 | 64 | 0,8 / 0,53 |
| 2 | Вересень | 27 | 17 | 63 | 0,9 / 0,57 |
| 3 | Жовтень | 13 | 9 | 69,2 | 0,42 / 0,29 |
| 4 | Всього | 65 | 42 | 64,6 | 0,71 / 0,46 |

4. Доманівська селищна рада (офіційна сторінка у Фейсбук)

| № | Назва громади | К-сть інф.повідомлень | Із них корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-----------------------|------------------------------|---|--------------------------------------|
|---|---------------|-----------------------|------------------------------|---|--------------------------------------|

| | | | | | |
|---|---------------|-----------|-----------|-------------|-------------------|
| 1 | Серпень | 11 | 9 | 81,8 | 0,35 / 0,3 |
| 2 | Вересень | 9 | 8 | 88,9 | 0,3 / 0,27 |
| 3 | Жовтень | 17 | 13 | 76,5 | 0,55 / 0,42 |
| 4 | Всього | 37 | 30 | 81,1 | 0,4 / 0,33 |

5. Южноукраїнська міська рада

| № | Назва громади | К-сть інф.повідомлень | Із них корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-----------------------|------------------------------|-----------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 301 | 247 | 82 | 9,7 / 8,0 |
| 2 | Вересень | 389 | 284 | 80 | 13 / 9,5 |
| 3 | Жовтень | 374 | 280 | 75 | 12 / 9 |
| 4 | Всього | 1064 | 811 | 76 | 11,6 / 8,8 |

Висновки по сайтам Вознесенського району:

1. Актуальна та корисна інформація - це головна зброя місцевої влади для захисту та виживання громадян в даний час, якою не повністю користуються органи місцевої влади в зазначених громадах.
2. В окремих громадах голови рад не контролюють питання регулярності та актуальності надання корисної інформації для жителів на офіційних сайтах. Інформація надається не завжди вчасно та відповідає вимогам жителів щодо потрібної інформації саме під час бойових дій та воєнного стану.)
3. Офіційні сайти не виконують основну роль інформаційних джерел для громадян. На першому місці «сарафане радіо», на – другому сторінки влади у соціальних мережах
4. Голови громад не володіють інформацією про те, скільки відвідувачів заходять на офіційні сайти та яку інформацію продивляються.
5. В окремих громадах є проблеми з якісним складом адміністраторів сайтів та кадровим забезпеченням взагалі.
6. Не у всіх громадах розроблені та затверджені положення про офіційний сайт та посадові інструкції адміністраторів сайту.
7. Не визначений перелік необхідної інформації для жителів, яка обов'язково має надаватися під час воєнного стану.

Як позитивний приклад необхідно відзначити відео-звернення міського голови Вознесенської громади Євгена Величка до жителів громади на офіційному сайті та сторінці міської ради у Фейсбук, в яких він оперативно інформував громаду в перші тижні війни про стан справ в громаді, про перебіг бойових дій, про наслідки прильотів ворожих снарядів, про прийняті міри та заходи безпеки для громадян.

Пропозиції по сайтам Вознесенського району:

1. Зробити аналіз відвідування сайтів жителями громади, визначити пріоритетні напрямки інформації, яку частіше всього шукають громадяни (аналогічно по сторінках в соціальних мережах)
2. Внести зміни до існуючих Положень про офіційні сайти місцевих рад, (де немає – розробити та затвердити).
3. Затвердити перелік та регулярність оприлюднення необхідної інформації для життєзабезпечення громадян.
4. Уточнити наявність кадрового забезпечення адміністраторами сайтів чи посадових осіб, які наповнюють інформацією.

5. Внести в обов'язки одного із заступників голови – контроль за своєчасним донесенням необхідної громадянам інформації через сайт та сторінки в соціальних мережах та персональну відповідальність.

2.4. Аналіз інформаційних повідомлень на офіційних сайтах 5 громад Миколаївського району

1. Хто проводив?

Аналіз сайтів проведено громадською організацією «ЕКО (Екологія, Культура, Освіта) Березань».

2. Сайти яких громад були досліджені:

Було досліджено 5 сайтів: 1 міської, 2 селищних та 2 сільських громад Миколаївського району.

3. Яка інформація досліджувалася?

При проведенні аналізу головна увага приділялася наявності на сайтах громад наступної корисної інформації для громадян в умовах воєнного стану:

- про наявність бомбосховищ та місць укриття;
- про режим роботи комунальних лікарень, міського транспорту та комунальних підприємств;
- про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги;
- про наявність місць обігріву громадян, у яких відсутнє теплопостачання;
- куди і яким чином звернутися у зв'язку з руйнуванням житла;
- про забезпечення водою, електроенергією та опаленням;
- про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги;
- про адреси та телефони місцевих штабів для прийому переселенців.

4. Алгоритм дослідження інформації:

1) **не враховувалися** як корисні для громадян інформації Генерального штабу України та загальні інформації про події в Україні (цієї інформації вистачає на республіканських офіційних сайтах);

2) також **не враховувалися** вітання влади з професійними святами, інформація про кількість народжених дітей, про заходи в бібліотеках до свят.

3) **враховувались** тільки інформації, які стосувалися життєзабезпечення громад та виживання і безпеки громадян у воєнний час;

3) **з них визначалися кількість корисних та актуальних повідомлень саме для громадян.**

Наприклад – оновлений розклад автобусів, графік прийому сімейних лікарів та роботи лікарень, місце і дата видачі гуманітарної допомоги, робота комунальних підприємств щодо забезпечення водою, відключення електроенергії, робота з переселенцями тощо.

5. Яким чином порівнювалися міські та селищні громади?

Для порівняльного аналізу були використані наступні показники:

- 4) відсоток корисних для громадян інформаційних повідомлень від загальної кількості;
- 5) середня кількість інформаційних повідомлень в день всього за 92 дні;

б) середня кількість корисних інформаційних повідомлень в день всього за 92 дні.

6. Аналіз інформаційних повідомлень офіційних сайтів 5-ти громад Миколаївського району.

Таблиця 1.

| № | Назва громади | Кількість інформаційних повідомлень | У т. ч. корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|--|-------------------------------------|-------------------------------|----|--------------------------------------|
| 1 | Очаківська міська рада | 19 | 10 | 52 | 0,20 / 0,10 |
| 2 | Березанська селищна рада | 231 | 59 | 25 | 2,51 / 0,64 |
| 3 | Ольшанська селищна рада (офіційна сторінка на Фейсбук) | 8 | 2 | 25 | 0,08 / 0,02 |
| 4 | Веснянська сільська рада (офіційна сторінка на Фейсбук) | 2 079 | 27 | 1 | 22,59 / 0,29 |
| 5 | Коблівська сільська рада | 7 | 1 | 14 | 0,07 / 0,01 |

Найбільша кількість інформаційних повідомлень зафіксована на сторінці у фейсбук Веснянської сільської ради та на сайті Березанської селищної ради. Правда, переважна більшість інформації щодо стосується Веснянської громади має примітивний та споживацький інтерес, це в основному місцева реклама, оголошення та вітання. Сторінка дуже сильно засмічена і у ній важко віднайти потрібну корисну інформацію, а офіційний сайт запрацював лише з січня 2023 року так само як і офіційний сайт Ольшанської селищної ради.

Найменша кількість - на офіційному сайті Коблівської сільської ради та сторінці у Фейсбук Ольшанської селищної ради.

Якщо проаналізувати середню кількість інформаційних повідомлень на сайтах Очаківської, Коблівської громад – то можна зробити висновок, що адміністратори сайтів не перевантажені, нормально виглядає сайт Березанської громади і дуже засмічена сторінка у Фейсбук у Веснянській громаді, яка більше нагадує «дошку оголошень».

В Ольшанському розміщують лише 2 корисних повідомлення на місяць, у Коблевому лише 1 на місяць,

Щомісячні результати аналізу сайтів (чи офіційна сторінка у Фейсбук)

1. Очаківська міська рада

<http://ochakiv-rada.gov.ua/>

| № | Назва громади | Кількість інформаційних повідомлень | У т. ч. корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-------------------------------------|-------------------------------|-----------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 5 | 2 | 40 | 0,16 / 0,06 |
| 2 | Вересень | 8 | 4 | 50 | 0,26 / 0,13 |
| 3 | Жовтень | 6 | 4 | 60 | 0,19 / 0,12 |
| | Всього | 19 | 10 | 52 | 0,20 / 0,10 |

2.Березанська селищна рада

<https://berezanska-gromada.gov.ua/>

| № | Назва громади | Кількість інформаційних повідомлень | У т. ч. корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-------------------------------------|-------------------------------|-----------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 72 | 18 | 25 | 2,30 / 0,58 |
| 2 | Вересень | 64 | 20 | 31 | 2,10 / 0,60 |
| 3 | Жовтень | 95 | 21 | 22 | 3,00 / 0,60 |
| | Всього | 231 | 59 | 25 | 2,51 / 0,64 |

3.Ольшанська селищна рада (офіційна сторінка у Фейсбук)

<https://olshanske-rada.gov.ua> (активний лише з січня 2023 року)https://www.facebook.com/olshanskaotg/?locale=uk_UA

| № | Назва громади | Кількість інформаційних повідомлень | У т. ч. корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-------------------------------------|-------------------------------|-----------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 4 | 2 | 50 | 0,12 / 0,06 |
| 2 | Вересень | 2 | 0 | 0 | 0,06/ 0,00 |
| 3 | Жовтень | 2 | 0 | 0 | 0,06 / 0,00 |
| | Всього | 8 | 2 | 25 | 0,08 / 0,02 |

4. Веснянська сільська рада (офіційна сторінка у Фейсбук)

<https://vesnyanska-gromada.gov.ua/>(активний лише з січня 2023 року)https://www.facebook.com/groups/vesnyanska.otg/?locale=uk_UA

| № | Назва громади | Кількість інформаційних повідомлень | У т. ч. корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-------------------------------------|-------------------------------|----------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 632 | 7 | 1 | 20,38 / 0,22 |
| 2 | Вересень | 754 | 11 | 1 | 25,10 / 0,36 |
| 3 | Жовтень | 693 | 9 | 1 | 22,35 / 0,29 |
| | Всього | 2 079 | 27 | 1 | 22,59 / 0,29 |

5.Коблівська сільська рада
<https://koblivska-gromada.gov.ua/>

| № | Назва громади | Кількість інформаційних повідомлень | У т. ч. корисних для громадян | % | Середня кількість повідомлень в день |
|---|---------------|-------------------------------------|-------------------------------|-----------|--------------------------------------|
| 1 | Серпень | 6 | 1 | 16 | 0,19 / 0,03 |
| 2 | Вересень | 1 | 0 | 0 | 0,03 / 0,00 |
| 3 | Жовтень | 0 | 0 | 0 | 0,00 / 0,00 |
| | Всього | 7 | 1 | 14 | 0,07 / 0,01 |

Висновки по сайтам (чи офіційним сторінкам у Фейсбук) Миколаївського району:

- Відсутність контролю за регулярністю та актуальністю корисної інформації для жителів на офіційних сайтах.
- Інформаційні сайти не є головним джерелом інформації для громадян, у т. ч. ВПО.
- Низька якість наповнення (контенту).
- Не регулярність наповнення, відсутність інформаційної політики.
- Відсутній перелік необхідної інформації для жителів, яка обов'язково має надаватися під час воєнного стану.

Пропозиції по сайтам (чи офіційним сторінкам у Фейсбук) Миколаївського району:

- Оновлення відповідальних та професійних кадрів – адміністраторів сайтів чи посадових осіб, які наповнюють актуальну інформацію.
- Осучаснення та спрощення самих веб-сайтів громад.
- Популяризація сайтів, збільшення відвідувачів, інтерактив (гуглформи, електроні петиції) та зворотній зв'язок.
- Оновити перелік та регулярність оприлюднення необхідної інформації для населення.
- Закріпити відповідальну особу (секретаря ради) за своєчасним донесенням необхідної громадянам інформації через сайт та сторінки в соціальних мережах та персональну відповідальність цієї посадової особи.

Розділ 3. Інтерв'ю з лідерами думок

3.1. Опитування журналістів

В ході проекту головний редактор Інтернет-видання «Губернський тиждень» Вячеслав Головченко надав власний коментар щодо стану інформування громадян на основі проведеного ним опитування п'яти найбільш впливових миколаївських журналістів.

Це – Андрій Тюренков, радіожурналіст, радіоведучий, коментатор, головний редактор радіо. Національна суспільна телерадіокомпанія України, Миколаїв; Олена Фучило (Ткаченко) – журналістка ТРК МАРТ, Миколаїв; Наталія Клименко – кореспондентка Первомайської газети «Гард.Сіті»; Альона Дворцова - головна редакторка Інтернет-виданні «НікВесті»; Олена Івашко, регіональна кореспондентка в Миколаївській області Національної газети «Урядовий кур'єр».

Всі журналісти відповідали на одні і теж питання щодо отримання важливої та своєчасної інформації від обласної військової адміністрації та місцевих органів влади в умовах воєнного стану, щодо умов роботи журналістів при відсутності світла та інтернету, щодо можливостей використовувати інформації «сарафанного радіо» в роботі журналістів та щодо реальної оцінки співпраці місцевих органів влади з журналістами та що треба негайно змінювати у цих відносинах. Повні тексти інтерв'ю надаються в додатках.

Окрім інформації, викладеної в інтерв'ю, Вячеслав Головченко додав власний коментар того, що лишилося «поза кадром»:

1. Телеграм-канал голови Миколаївської військової адміністрації Кіма серед каналів представників української влади має за офіційною статистикою №2 відразу за “Зеленським офіційно” - понад 600 тис. підписників. Тобто, завдяки увазі суспільства, та постійним посиланням в медіа регіону та країни на цей канал комунікації вдалось досягти широкої відомості як інформації про події у Миколаєві, так й особисто пана Кіма. Тепер на часі - монетизація каналу. Водночас офіційний сайт ОДА не має й 10 тис користувачів щомісяця.

2. Більшість поширюваних повідомлень від ОДА та міськради - компіляція загальнодержавних повідомлень Генштабу ЗСУ та Страткому.

3. Місцеві журналісти багато разів зустрічали ціли фрагменти своїх матеріалів серед офіційних повідомлень влади без посилань на авторство.

4. Під приводом “секретності” заховуються не тільки візити міжнародних політиків та аудиторів, але й дуже корисна інформація.

5. Між комунікаторами влади й журналістами не вибудовується тісних відносин. Підозри й упередженість відчують на собі майже всі.

6. Письмової інформації у вигляді бюлетенів з поясненнями стосовно тих чи інших питань ніхто не бачив.

7. До західних журналістів вже сформувався більш приязні відносини.

8. Регулярних брифінгів чи інших прес заходів ні голова військової адміністрації, ні міський голова не проводили під час дослідження.

9. Анонси подій теж вкрай не регулярно поширюються. Журналісти мають з власних “джерел” дізнаватись про події.

10. Матеріали від влади в місті не вирізняється якістю й оригінальністю, тому не дивно, що значна кількість мешканців міста віддає перевагу анонімним ТГ-каналам, які швидше й у свій спосіб подають інформацію.

11. Деякі прес-служби комунальних підприємств Миколаївської міськради працюють, зокрема - Електротрансу, Водоканалу. І не завжди координують свою інформацію з міськрадою.

12. Робота депутатів рад майже не висвітлюється.

15. Долучитись до спільного навчання комунікаційників та журналістів щодо висвітлення бойових зіткнень. Не вистачає чіткого розуміння зон відповідальності: військової адміністрації, комендатури та прес-служби командування (регіонального). Поки все навчання для журналістів, а також екіпіровка захисними засобами та альтернативним живленням забезпечували українські та міжнародні журналістські громадські організації та фонди. Окремий біль - відео. Тепер, коли в краї повно мін, будь яке знімання на територіях, які було вивільнено від окупанта - вкрай небезпечно виїжджати. Знімати з дрона тепер взагалі неможливо, бо СБУ не дозволяє ніяким коптерам знаходитись в повітрі, а для інформування про втрати майна від агресії, знімання вкрай важливе. Розумно створити спеціальний проєкт підготовки регіональної відеокартинки для використання в світових та національних медіа.

Висновки:

1. Опитані журналісти, також як і жителі громад, не отримували від органів місцевої влади необхідну інформацію для своєї роботи щодо інформування населення.

2. Між представниками влади та журналістами немає відповідних комунікаційних відносин. Влада боїться спілкуватися з журналістами, щоб не «впливло» щось назовні, що влада намагається приховати.

«Небажання спілкуватися із журналістами –це по суті відмова у спілкування з громадянами, які уповноважили владу на здійснення своїх повноважень. Відкритість, чесність, робота на громаду. Якщо влада це зрозуміє, то проблем не буде. Сьогодні ж часто-густо представники влади ховаються за спинами своїх прес-служб» (Андрій Тюрєнков)

«Владі потрібно просто навчитися комунікувати з журналістами та зрозуміти, що при нормально налагоджених стосунках ЗМІ лише в допомогу. Адже і влада, і журналісти мають спільне завдання – працювати для громади, доносити не односторонню інформацію, а всебічну з аналізом та експертною думкою. Від цього тільки виграла б сама влада та і не було б ніяких непорозумінь. Хто, як не ви знаєте, коли інформація відсутня, завжди породжуються чутки». (Наталія Кліменко)

«Комунікації місцевої влади з масмедіа не вистачає відвертості. Місцева влада пропонує свій продукт, ЗМІ вимушені його «з'їсти», бо інші джерела інформації відсутні; бо немає можливості взяти «живий» коментар у протилежної сторони; бо - радійте від того, що є. Вся ця ситуація точно не сприяє розвитку українських ЗМІ. Вони потребують досвіду більш освічених європейських колег.» (Олена Івашко)

3. В умовах відсутності світла та інтернету влада навіть не пробувала використовувати «старі» методи, такі як розклеювання оголошень в людних місцях, роботу гучномовців на автотранспорті, подворові обходи (Андрій Тюрєнков)

Рекомендації:

1. В Миколаївській області необхідно розробити відповідну інформаційну стратегію, оперативний план заходів по її втіленню, починаючи з обласної військової адміністрації і закінчуючи кожною громадою.

«Місто має так організувати свій інформаційний простір, щоб кожен відчував себе захищеним і має право на повноцінне життя в ньому. Формальні медіа лише частково формують сьогодні інформаційний простір у місті. Обмеження на інформування - надбання воєнного стану.» (Вячеслав Головченко)

«Потрібна стратегія змін міської інформаційної політики, а згодом - операційний план впровадження. Завдання ніхто нікому не ставить – громадські активісти відчувають, що це їхня робота. У тому числі важливо приділити увагу поширенню міської інформації у зовнішнє середовище, його швидше за все необхідно розширювати користуючись використанням міжнародних мов спілкування». (Вячеслав Головченко)

2. Головам громад ввести в практику регулярні відео-звернення до жителів з роз'ясненням ситуації в громадах та у вирішенні місцевих проблем.

3. В кожній громаді визначити відповідального працівника, бажано секретаря ради чи заступника голови, який би постійно спілкувався з журналістами. Було б доцільно готувати оперативні інформаційні листки для журналістів з оцінкою останніх подій в громаді, анонсів майбутніх заходів.

3.2. Опитування лідерів волонтерських груп (Еко-Березань)

В ході проекту було опитано 5 громадських активістів з Березанської та Коблівської громад Миколаївської області, із них 2 – внутрішньо переміщені особи. Це - Олексій Сидорчук, голова ГО «ЕКО Березань», депутат Березанської селищної ради, смт Березанка; Олександр Шаповалов, Директор Волонтерського Центру «БЕРЕЗАНЬ», с. Дмитрівка

(Березанська громада); Каріна Гурська, ВПО, с. Рибаківка (Коблівська громада); Альона Коз, ВПО, с. Андріївка (Березанська громада); Ірина Дам'ян, місцева жителька, с. Михайлівка (Березанська громада).

Опитані волонтери та активісти відмічають відсутність актуальної та корисної інформації для жителів громад під час воєнного стану, особливо по селах. Сайт Березанської селищної ради більше працює на піар місцевої влади, чим на інформування населення з ціллю їх соціального захисту та безпеки. Звітність та публічність місцевої влади відсутня. Інформація про надання гуманітарної допомоги на офіційному сайті відсутня.

Місцева газета виходить нерегулярно. Жителі отримують інформацію шляхом «сарафанного радіо» та шляхом спілкування в соціальних мережах. Окремі старости недостатньо виконують свої обов'язки, відсутні телефони гарячих ліній з владою. Хоча багато старостів організували свої групи Вайбер, через які доносять важливу та актуальну інформацію для громадян.

Робота з внутрішньо переміщеними особами обмежується наданням гуманітарної допомоги, про яку не завжди всі знають. Про працевлаштування та психологічну допомогу з боку місцевої влади мови немає. Немає інформації про права ВПО, їх адаптацію та можливості в громаді.

Висновки:

1. Місцеві органи влади Березанської та Коблівської громад не надають актуальну та корисну інформацію жителям громад, необхідну їм для соціального захисту та безпеки у воєнний час.

2. Сайт Березанської селищної ради не виконує роль джерела важливої та своєчасної інформації для жителів громади. Місцева газета виходить нерегулярно.

3. Місцеві органи влади не приділяють належної уваги внутрішньо переміщеним особам. Не надають допомогу у працевлаштування, адаптації в громаді, дотриманню їх прав та можливостей в громадах.

Рекомендації:

1. Органам місцевої влади Березанської та Коблівської громад розробити заходи щодо оновлення сайту, створенні відповідних розділів з актуальною та корисною інформацією саме для громадян, забезпечити його регулярне оновлення. Сприяти регулярному випуску місцевої газети.

2. Органам місцевої влади розглянути можливості вивчення проблем внутрішньо переміщених осіб шляхом опитування, зустрічей представників ВПО з головами рад, зустрічей з волонтерами. По їх результатах розробити відповідну програму чи план дій для адаптації внутрішньо переміщених осіб в своїх громадах.

Загальні висновки

за результатами Аналітичного дослідження стану інформування громадян органами влади і місцевого самоврядування Миколаївської області у період активних бойових дій

За час проведення Аналітичного дослідження шляхом проведення опитування/анкетування громадян, проведення аналізу розміщення актуальної та корисної інформації для жителів громад Вознесенського, Миколаївського районів та м.Миколаєва, глибинного інтерв'ю з журналістами та громадськими активістами, волонтерами цих громад було встановлено, що:

1. Найбільш затребуваною для жителів громад була інформація:

- про графіки роботи лікарень, міського транспорту та комунальних підприємств;
- про забезпечення громадян електроенергією та водою;

- про наявність ліків в комунальних лікарнях та аптеках;
- про надання соціальних послуг та гуманітарної допомоги.

Як свідчать результати соціального аудиту – цю інформацію від органів місцевої влади в цілому по Вознесенському, Миколаївському районам та м. Миколаєву громадяни отримували на 25%.

2. 75,5% опитаних жителів вважають, що органам місцевої влади необхідно переглянути та суттєво покращити організацію інформування громадян про нагальні питання, які турбують жителів громад у воєнний час.

3. Основним джерелом інформації в перші тижні бойових дій став керівник Миколаївської військової адміністрації Віталій Кім, який своїми відео інформував населення області про останні події під час бойових дій.

Аналогічний приклад можна привести і по відео-зверненнях міського голови Вознесенської громади Євгена Величка. Такий формат спілкування з населенням сприяв недопущенню паніки серед населення, розуміння ситуації та прийняття відповідних заходів щодо забезпечення особистої безпеки громадян.

Також значну роль відіграли і інформації в соціальній мережі Вайбер, які були створені у Вознесенській громаді – «Координаційний центр» та у Березанській та Вознесенській громаді старостами сіл.

4. Офіційні ж сайти Миколаївської обласної військової адміністрації, Миколаївської міської громади, та 9-ти із 10 сайтів (крім Южноукраїнської міської ради), діяльність інформаційного наповнення їх актуальною та корисною інформацією для жителів громад під час воєнного стану не виконували свою роль, як джерела інформації.

- На сайті Миколаївської обласної військової адміністрації – не працює пошук по сайту, незрозуміла логіка розміщення блоків інформації. Найкраще видимий розділ COVID-19, хоча його актуальність під великим питанням під час російської збройної агресії.

У блоці «Інформація для ВПО» відсутній перелік адрес, куди необхідно звернутися для отримання відповідних послуг та інформація про порядок реєстрації, хоча саме це є найголовніше питання для жителів інших міст, які прибули в Миколаїв.

На сайті наявний блок «Нагальні гуманітарні та соціальні питання в умовах воєнного стану», але він стосується житлово-комунальних питань, та не містить інформацію щодо цивільного захисту населення, адрес «пунктів незламності», пунктів розливу очищеної води тощо.

- На сайті Миколаївської міської ради не працює пошук по сайту. Значна кількість інформації не пристосована для перегляду з мобільного телефону.

Більшість корисної інформації «захована» у новинах, а не у відповідних розділах, як **то** пункти розливу води чи контакти гуманітарної допомоги, що є надзвичайно актуальним під час воєнного стану в Миколаєві.

Нещодавно створено чат-бот Мykolaiv Help, який має допомагати мешканцям та гостям міста знайти корисну інформацію щодо гуманітарної допомоги, усунути аварійну ситуацію чи вирішити іншу проблему. Але на момент дослідження чат-боти у Telegram або та Viber не функціонують належним чином.

- На сайті Коблівської громади було розміщено тільки одне (!) інформаційне повідомлення корисне для населення із всіх 7-ми за 3 місяці;

- Сайт Ольшанської селищної ради взагалі не працював до січня 2023 року, а на офіційній сторінці ради у Фейсбук було розміщено лише 2 (!) інформаційних повідомлення.

- На офіційній сторінці Веснянської сільської ради було розміщено аж 2079 (!!)

інформаційних повідомлень, але тільки один відсоток складала корисна інформація для населення. Все інше – вітання, оголошення, **реклама** та інше інформаційний непотріб під час війни.

- Не кращий стан і з сайтами місцевих органів влади Вознесенського району:

На сайті Братської селищної ради було розміщено всього 9 інформаційних повідомлень (це 1 повідомлення в 10 днів), на сайті Веселинівської селищної ради – 28 повідомлень (1 повідомлення в 3 дні)

А всі адміністратори сайтів та відповідальні за інформування населення регулярно отримували заробітну плату, тільки за що?

4. За результатами глибинних інтерв'ю з журналістами встановлено, що журналісти, також як і жителі громад, не отримували від органів місцевої влади необхідну інформацію для своєї роботи щодо інформування населення.

Між представниками влади та журналістами немає відповідних комунікаційних відносин. Влада боїться спілкуватися з журналістами, щоб не «впливло» щось назовні, що влада намагається приховати.

В умовах відсутності світла та інтернету влада навіть не пробувала використовувати «старі» інформаційні методи, такі як розклеювання оголошень в людних місцях, роботу гучномовців на автотранспорті, подворові обходи.

5. Результати спілкування з громадськими активістами в Березанській та Коблівській громадах свідчать про відсутність актуальної та корисної інформації для жителів громад під час воєнного стану, особливо по селам. Сайт Березанської селищної ради більше працює на піар місцевої влади, чим на інформування населення з ціллю їх соціального захисту та безпеки. Звітність та публічність місцевої влади відсутня. Інформація про надання гуманітарної допомоги на офіційному сайті відсутня.

Місцева газета виходить нерегулярно. Жителі отримують інформацію шляхом «сарафанного радіо» та шляхом спілкування в соціальних мережах. Окремі старости недостатньо виконують свої обов'язки, відсутні телефони гарячих ліній з владою. Хоча багато старостів організували свої групи Вайбер, через які доносять важливу та актуальну інформацію для громадян.

Робота з внутрішньо переміщеними особами обмежується наданням гуманітарної допомоги, про яку не завжди всі знають. Про працевлаштування та психологічну допомогу з боку місцевої влади мови немає. Немає інформації про права ВПО, їх адаптацію та можливості в громаді.

Загальні рекомендації

за результатами Аналітичного дослідження стану інформування громадян органами влади і місцевого самоврядування Миколаївської області у період активних бойових дій

1. В Миколаївській області необхідно розробити відповідну інформаційну стратегію щодо інформування населення, оперативний план заходів по її втіленню, починаючи з обласної військової адміністрації і закінчуючи кожною громадою.

2. Головам громад ввести в практику регулярні відео-звернення до жителів з роз'ясненням ситуації в громадах та у вирішенні місцевих проблем.

3. В кожній громаді визначити відповідального працівника, бажано секретаря ради чи заступника голови, який би постійно спілкувався з журналістами, внести відповідні змін до посадових інструкцій та передбачити особисту відповідальність

4. Було б також доцільно в кожній громаді готувати оперативні інформаційні листки для журналістів з оцінкою останніх подій в громаді, анонсів майбутніх заходів.

5. На обласному рівні визначити перелік необхідної інформації для населення у воєнний час та терміни її оприлюднення. Довести цей перелік до всіх громад Миколаївської області для виконання.

6. Щотижня аналізувати наявність корисної та актуальної інформації на офіційних сайтах та офіційних сторінках в соціальних мережах.

7. Запровадити комунікаційні заходи з населенням щодо вивчення його потреб в інформації на місцевому рівні.(приклад опитувальника потреб населення Южноукраїнської міської ради)

8. Миколаївській ОВА розмістити наявний інформаційний ресурс на хмарних ресурсах та/або в центрах обробки даних, що розташовані за межами України; зробити розділ «Нагальні гуманітарні та соціальні питання в умовах воєнного стану» добре видимим одразу ж після переходу на вебсайт, додати до цього розділу інформацію щодо розміщення «пунктів незламності», пунктів розливу очищеної води, захисних споруд Миколаївської області тощо; змінити новини, які видаються першими для перегляду з ПК, бо вони всі застарілі та неактуальні.

9. Миколаївській міській раді покращити навігацію веб-сайту; усунути випадки, коли якась інформація є недоступною для перегляду з мобільного телефону чи ПК; виокремити блок із інформацією, що може бути корисною в умовах воєнного стану, де узагальнити усю наявну інформацію; покращити насичення блоку інформації «Актуально»; виправити недоліки в роботі чат-ботів.

10. Головам громад Миколаївської області:

- зробити аналіз відвідування сайтів жителями громади, визначити пріоритетні напрямки інформації, яку частіше всього шукають громадяни (аналогічно по сторінках в соціальних мережах)
- внести зміни до існуючих Положень про офіційні сайти місцевих рад, (де немає – розробити та затвердити).
- переглянути якісний склад кадрового забезпечення адміністраторами сайтів чи посадових осіб, які наповнюють сайти інформацією;
- провести оновлення сайтів , їх мобільні версії

11. Органам місцевої влади в усіх громадах розглянути можливості вивчення проблем внутрішньо переміщених осіб шляхом опитування, зустрічей представників ВПО з головами рад, зустрічей з волонтерами. По їх результатах розробити відповідну програму чи план дій для адаптації внутрішньо переміщених осіб в своїх громадах.

12. Органам місцевої влади Березанської та Коблівської громад розробити заходи щодо оновлення сайту, створенні відповідних розділів з актуальною та корисною інформацією саме для громадян, забезпечити його регулярне оновлення. Сприяти регулярному випуску місцевої газети.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про правовий режим воєнного стану» (ст.8, п.11)
2. Указ Президента України № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні»
3. Постанова Кабінету Міністрів від 12 березня 2022 р. № 263 «Деякі питання забезпечення функціонування інформаційно- комунікаційних систем, електронних комунікаційних систем, публічних електронних реєстрів в умовах воєнного стану». <https://www.kmu.gov.ua/npas/devaki-pitannya-zabezpechennya-funkcionuvannya-informacijno-komunikacijnih-sistem-elektronnih-komunikacijnih-sistem-publichnih-elektronnih-reyestriv-v-umovah-voyennogo-stanu-263>
4. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>

5. Офіційний Телеграм-канал голови Миколаївської обласної військової адміністрації <https://t.me/mykolaivskaODA>
6. Закон України «Про захист прав споживачів» (щодо прав споживачів на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію державною (українською) мовою про продукцію (товар, роботу чи послугу), її кількість, якість, асортимент, її виробника (виконавця, продавця), якщо така інформація розміщена в мережі Інтернет на веб-сайтах. <https://dlf.ua/ua/aktualni-vimogi-do-veb-sajtiv-v-ukrayini-pravovi-aspekti/>
7. Закон України «Про інформацію»
8. Закон України «Про доступ до публічної інформації» (ст.5)
9. Закон України «Про медіа»

Додатки:

Додаток 1

Інтерв'ю Андрія Тюрєнкова. Андрій - радіожурналіст, радіоведучий, коментатор, головний редактор радіо. Національна суспільна телерадіокомпанія України, Миколаїв.

1. Яку максимально корисну інформацію ви почули від військової адміністрації області? Міста?

Я вважаю, що під час війни будь-яка інформація щодо діяльності та прийнятих владою рішень є якщо не корисною, то важливою. Треба розуміти, що в кожному слові, в кожному натяку будь-кого з представників влади може бути «зашифрований» сенс, зрозумілий тільки мешканцям регіону. Не забуваємо і про цензуру та самоцензуру під час дії військового стану. Саме тому багато людей на початку повномасштабного вторгнення віддавали перевагу новинам і зверненням посадових осіб міста та області у телеграм-каналах.

Так, можна назвати ці звернення корисними, адже вони заспокоювали людей, стримували від прийняття гарячкових рішень, а інколи мобілізували на певні дії (згадаймо звернення голови ОВА Кіма щодо покришок на перехрестях). Звичайно, в перші дні війни інформація була дещо хаотичною, доводилося співставляти факти з різних джерел. Це норма для журналіста, але може бути проблемою для непідготовленої людини.

Щодо отримання корисної інформації: укриття, пункти видачі води та гуманітарки, можливість евакуації і тому подібне. Інформація про це, інколи із запізненням, розміщувалася на офіційних владних ресурсах. Проблема в тому, що не всі громадяни мали до них доступ (зміна місця проживання, відсутність електрики та інтернету, постійні обстріли, руйнування житла). **Тому владі варто було б задіяти старі перевірені методи: оголошення на дошках в будинках, подворові обходи, машини з гучномовцями. Ресурс для цього був адже сотні чиновників міськвиконкому та райадміністрацій практично не працювали за профілем.** Загалом вважаю, що міська і обласна влади впоралися з першим інформаційним викликом, явних провалів відзначити не можу.

2. Вона була письмова чи усна?

Різна. До роботи брав всю інформацію. Находив декілька джерел. Перевіряв.

3. Коли немає електроживлення, чи інтернету, як миколаївські журналісти отримують інформацію?

Без сучасних засобів важко. Тут на допомогу приходила «Дія». Там є додаток Українське радіо та ТБ. Це коли був інтернет. Виручав стаціонарний телефон (війно показала, що ми зарано від нього відмовилися). Старий радіоприймач на батарейках здорово виручав. Крім того безпосереднє спілкування з колегами-журналістами.

4. Були факти протиріччя в інформації місцевого та національного владного представника?

Якщо вважати міського голову та начальника ОВА представниками різних гілок влади, то були. Пригадується постійне заочне «протистояння» Сенкевича та Кіма у питаннях евакуації та повернення до Миколаєва.

5. Що треба змінити в роботі місцевих органів влади з журналістами?

Головне-постійне безпосереднє спілкування. Дуже непогано сприймалися прямі ефіри міського голови в соцмережках та на ТК «Март». Люди могли поставити запитання і одразу отримати відповідь. Місцеві медіа в адаптованому вигляді розповсюджували інформацію на своїх ресурсах. Така практика має бути постійною. **Влада має давати повну інформацію про важливі аспекти своєї діяльності та прийняті рішення** (те що не заборонено у цей час). Сьогодні маємо ситуацію, коли інформація подається переважно у вигідному (позитивному) світлі. Коли трапляється «просочування» небажаної інформації, починається кампанія відбілювань і виправдовувань (випадок із можливою закупівлею генераторів за завищеними цінами).

6. Скільки від "сарафанного радіо" ви дізнавались в порівнянні з сторінками місцевої влади? Не орієнтуюсь на "сарафанне радіо" взагалі. Неодноразово стикався з розповсюдженням фейків навіть колегами по журналістському цеху, що вже казати про бабусь на лавках. Тож тільки перевірена інформація із офіційних джерел.

7. Зустрічалась Вам інформація, стосовно прав людини, яка б "виходила" від місцевої влади? Право на доступ до інформації, як відомо, є конституційним правом людини. Тож все про що ми говорили раніше і є відповіддю на це запитання.

Завдання небайдужого журналіста якраз і полягає в тому аби вплинути на владу, якщо вона не бажає з якихось причин цю інформацію надати.

8. Що на ваш погляд впливає на комунікації місцевої влади з місцевими журналістами?

Місцева влада має зрозуміти, що переважна більшість журналістів (це не стосується «фейкометів» на зарплаті) представляють інтереси своїх читачів, глядачів, слухачів. Тож небажання спілкуватися із журналістами – це по суті відмова у спілкування з громадянами, які уповноважили владу на здійснення своїх повноважень. Відкритість, чесність, робота на громаду. Якщо влада це зрозуміє, то проблем не буде. Сьогодні ж часто-густо представники влади ховаються за спинами своїх пресслужб.

Додаток 2

Інтерв'ю Олени Фучило (Ткаченко) – журналістки ТРК МАРТ, Миколаїв

1. Яку максимально корисну інформацію ви почули від військової адміністрації області? Міста?

Корисної інформації від Миколаївської військової адміністрації за час війни було чимало. На початку війни - це, скажімо так, заспокійливі гасла. Адже ворог розповсюджував чимало фейків про можливі напади, наступи з різних сторін, облогу міста. Військова адміністрація реагувала на це миттєво, тому в області не спостерігалось паніки і ворогу не вдалося виконати найголовніше - дестабілізувати ситуацію.

До корисної інформації від ОДА можна віднести і постійне інформування про ситуацію в області.

У Миколаєві від місцевої влади найкорисніша інформація, найчастіше, - це адреси. Адреси пунктів роздачі води, адже питання води у місті найболючіше, Пунктів Незламності, додаткова інформація, де можна зарядити телефон, коли немає світла, де сховатися від ворожих обстрілів, де зігрітися.

2. Вона була письмова чи усна?

Від обласної адміністрації найчастіше отримуємо інформацію в усній формі - або власноруч зняті відео, або ж записи ефірів на телебаченні. Від міської влади, якщо говорити саме про адреси та інформаційні повідомлення, здебільшого, письмова інформація.

3. Коли немає електроживлення, чи інтернету, як миколаївські журналісти отримують інформацію?

Без світла, але з інтернетом, практично нічого не змінюється. Але коли немає інтернету, отримати якусь інформацію тяжко. Коли знаходжусь в області, то шукаю високі точки (якась гора, дах будинку,) для того, щоб "зловити" зв'язок і отримати інформацію, або відправити якийсь матеріал. У місті відсутність інтернету рідкість і звичайно, коли ти без зв'язку мова не йде про отримання інформації. Проте існує радіо на батарейках, яке не залишає тебе без інформації навіть тоді, коли немає світла та зв'язку.

4. Були факти протиріччя в інформації місцевого та національного владного представника?

Такі факти бувають часто, але зараз війна, і проаналізувавши, ти розумієш, що краще про те чи інше не говорити, або подати в іншому контексті. Часто, коли ти розумієш, що щось відбувається не так, як про це говорить представник влади, починаєш найперше думати - якщо сказати інакше, чи допоможе ця інформація ворогу. Я, наприклад, записую собі питання, які сьогодні не на часі, але після нашої перемоги, обов'язково задам представникам влади.

5. Що треба змінити в роботі місцевих органів влади з журналістами?

Найголовніше - почати цінити регіональні ЗМІ. Інколи в пріоритеті у місцевої влади національні та іноземні журналісти. Хоча, найбільше дотримуються, скажімо так, правил, саме регіональні засоби масової інформації.

6. Скільки від "сарафанного радіо" ви дізнавались в порівнянні з сторінками місцевої влади?

Таке буває не часто, але інколи офіційний документи, наприклад, як це було із закриттям міста, я отримала від "сарафанного радіо" і звичайно подумала, що то фейк. Проте то була правда. Було ще декілька таких випадків. Але всеодно цю інформацію ми не розголошували, поки представники влади не підтвердять. Скажімо так, інформація від "сарафанного радіо" допомагає бути на поготові, що скоро з'явиться офіційна інформація.

7. Зустрічалась вам інформація, стосовно прав людини, яка б "виходила" від місцевої влади?

Так. Знову ж таки, зараз війна і ворог часто нехтує правами людей. Чого тільки коштує примусове вивезення людей зі Снігурівки та Кінбурнської коси. Місцева влада час від часу нагадує про права дітей та дорослих, говорить, куди потрібно звертатися, якщо ти став жертвою насилля, терору, якщо опинився на тимчасово окупованих територіях, якщо тебе вивезли до країни-агресорки.

8. Що на ваш погляд впливає на комунікації місцевої влади з місцевими журналістами?

Наразі у кожного представника влади є свій прес-секретар, і договір про запис коментаря чи інтерв'ю, отримання якоїсь уточнюючої інформації, безпосередньо залежить від цієї людини. Тому, по-перше, контакти з цими людьми впливають на комунікацію з владою. По-друге - це не перекручування фактів у матеріалах, не намагання витягнути з коментаря щось скандальне, щось для "жовтої преси". Адже журналіст повинен із розмови з представником влади винести корисну інформацію для суспільства, а не хто і кого якимось обізвав. Звичайно, попередні матеріали журналіста можуть впливати на подальшу комунікацію з представниками влади.

Додаток 3

Інтерв'ю Наталії Клименко – кореспондентки Первомайської газети Гард.Сіті

13. Яку максимально корисну інформацію ви почули від військової адміністрації області? Міста?

Обласна адміністрація від початку повномасштабного вторгнення стала інформаційним рупором нашого регіону, а її голова головним інформатором. Це наш позитивчик, який вселяв надію та віру. Якби не Віталій Кім, то ми б, напевне, зовсім розкисли. Ми чекали з нетерпінням на його виходи в ефір. Раділи, коли були успіхи та засмучувалися, коли були

невдачі. Як на мене, практично усі інформація, яка надходила з області була важливою та суттєвою. Наша розгубленість, непоінформованість на місці компенсувалася виступами губернатора. Це, як ковток свіжого повітря, якого нам усім так не вистачало. Коли виходив Кім в ефір, від серця відлягало і поселялася впевненість. Чого не скажеш про місцеве керівництво. Правда, на самому початку ми спробували комунікувати з головою районної адміністрації і навіть кілька разів вдалося здійснити запис. Щодо міста, то перші десять днів зовсім не було ніякої інформації. Згадую, коли в день початку війни, в місті проходила сесія міської ради. Я все чекала, коли хтось заяву зробить, чи інформацію населенню надасть, як себе вести, що робити? Та марно, всі мовчали. Вирішували якісь поточні питання, а про головне – МОВЧАЛИ! А коли пішли чутки Первомайськом відносно того, що міський голова начебто покинув місто, довелося «штурмом» брати виконком. Тоді мене зустріли з автоматами і пригрозили, мовляв, дофотографуєшся. Втім, інтерв'ю вдалося взяти і заспокоїти громаду. Загалом, роль рупора довелося в перші дні взяти в свої руки. Інформацію добували самотужки. Це були дні переосмислення всього, в тому числі й важливості нашої професії. Нам довіряли і чекали на наші повідомлення. Сотні есемесок, сотні дзвінків. Усі хотіли знати, що робити далі? Тож, вибору не було. Треба було підтримувати людей. І я вважаю, що ми з честю справилися з цим завданням. А паралельно ще й волонтерили. Дієвість зашкалювала! Згодом, коли вже трішки звиклися з ситуацією, почалися короткі виступи з місцевої ради.

14. Вона була письмова чи усна?

Вона була ніяка. Це скоріше були намагання журналістів налагодити комунікаційний процес. Та сталося, як сталося. Недовіра, холод та непорозуміння. А ще у місті є величезна практика «навушництва», це з розряду, хто перший приніс інформацію, той і правий. Знаєте, я занадто дорожу своєю журналістською честю та іміджем, аби гратися в такі ігри.

15. Коли немає електроживлення, чи інтернету, як миколаївські журналісти отримують інформацію?

Кажуть, вовка ноги годують. Так і у нас, ноги в руки- і вперед по місту шукати інформацію. А її на вулицях достатньо! А ще це коло друзів, знайомих, рідних. Бігали до пунктів Незламності, там заживлювалися і працювали: виходили в ефір соцмереж, здійснювали мовлення, інформували. Але це таке щастя, коли тобі вдається надати важливу інформацію людям!

16. Були факти розбіжність в інформації місцевого та національного владного представника?

Можливо зрідка й були, але несуттєві. Влада переважно користується інформацією, яка надходить зверху. Якось було не до цього. Чесно, не відслідковувала. Занадто багато інформації своєї, як кажуть, на місці. Встигай тільки.

17. Що треба змінити в роботі місцевих органів влади з журналістами?

Владі потрібно просто навчитися комунікувати з журналістами та зрозуміти, що при нормально налагоджених стосунках ЗМІ лише в допомогу. Адже і влада, і журналісти мають спільне завдання – працювати для громади, доносити не односторонню інформацію, а всебічну з аналізом та експертною думкою. Від цього тільки виграла б сама влада та і не було б ніяких непорозумінь. Хто, як не ви знаєте, коли інформація відсутня, завжди породжуються чутки. Особисто я неодноразово пропонувала підставити журналістське плече у наданні інформації, але, на жаль, чи на щастя, почутою не була. Дуже люблю вислів: «Влада і ЗМІ мають бути дружніми ворогами». Ось тоді буде справжня робота, конструктивна, інформативна, об'єктивна і неупереджена. Мають бути партнерсько-довірливі стосунки.

18. Скільки від "сарафанного радіо" ви дізнавались в порівнянні зі сторінками місцевої влади?

Підрахувати важко. Та і, власне, я би не називала би це сарафаним радіо. Тепер це інтернет, де можна видобути будь-яку інформацію. А далі все залежить від журналіста, від його

майстерності та умінні подати інформацію. А те, що в час війни немає неважливої інформації - це незаперечний факт.

19. Зустрічалась вам інформація, стосовно прав людини, яка б "виходила" від місцевої влади?

Смішне питання. Це питання більше стосується громадських організацій. Саме на їхні плечі лягла роль правозахисників. Особисто я маю за плечима школу параюристи, або громадської радниці. Багатьом вдавалося допомагати, підказувати куди звернутися по допомогу.

Особливо в перші місяці це було актуальним для внутрішньо-переміщених осіб.

20. Що на ваш погляд впливає на комунікації місцевої влади з місцевими журналістами? Недовіра чи боязнь того, що журналісти щось можуть розказати таке, що не сподобається владі. Бо ж далеко не все влада хоче розповідати. Все відбувається у владних коридорах тихо, без оприлюднення. Навіть такий факт, як приїзд аудиторів у місто, не став приводом для запрошення журналістів. На сесії ми йдемо самі. Про комунальні справи говоримо самі, питання декомунізації піднімаємо самотужки. А дуже хочеться нормальних стосунків із владою. І щоб влада врешті – решт зрозуміла, що журналіст – це носій інформації. І він має бути об'єктивним і неупередженим і має подавати різні точки зору. І якщо журналіст дає репортаж із сесії, як в останньому випадку по черговій сесії, де призначали депутати зарплату міському голові, то там обов'язково баланс думок і журналіст несе відповідальність за кожне сказане слово. Тому, для тих, хто і досі не зрозумів, хочу сказати, що журналістика – це в першу чергу про відповідальність. За багато років служінню журналістиці особисто я навчилася не тільки відповідальності та чесності, а й принциповості та вірності своїм позиціям. Тому завжди готова до конструктивного діалогу і до відкритості. Служила, служу і служитиму народу України, своїй громаді, а ось прислужувати якось некрасиво. Правда?

Додаток 4

Інтерв'ю Альони Дворцової - головної редакторки Інтернет-виданні «НікВесті»:

1. Яку максимально корисну інформацію ви почули від військової адміністрації області? Міста?

Військова адміністрація вже в перший день повномасштабного вторгнення створила телеграм канал, де голова ОВА Віталій Кім щоденно доповідав про ситуацію в місті. Так само було і з міськрадою, яка намагалась максимально швидко інформувати про все, що змінюється місті. Дуже добре, що міськрада, що і ОВА оперативно публікують інформацію щодо прильотів, не даючи взяти гору чуткам.

2. Вона була письмова чи усна?

Більшість інформації отримую в письмовому вигляді. Проте, інколи телефоную посадовцям, аби взяти необхідний мені коментар.

3. Коли немає електроживлення, чи інтернету, як миколаївські журналісти отримують інформацію?

Є пункти незламності та хаб для журналістів, де є інтернет, тому все одно більшість інформації вдається отримати. Крім того, можна завжди зателефонувати пресс службі, аби отримати нагальний коментар. Наразі, журналісти видання, де я редактор знаходяться в різних містах, тому у когось світло точно буде.

4. Були факти протиріччя в інформації місцевого та національного владного представника? Не помічала фактів протиріччя.

5. Що треба змінити в роботі місцевих органів влади з журналістами?

У цілому комунікація не потребує змін, проте завжди можна покращити. До прикладу, деякі механізми роботи можна пришвидшити, аби отримати той самий коментар швидше.

6. Скільки від "сарафанного радіо" ви дізнавались в порівнянні з сторінками місцевої влади?

Сарафанне радіо - неофіційна інформація, яку треба все одно перевіряти. Це додаткове джерело, яке інколи дає змогу краще зрозуміти ситуацію.

7. Зустрічалась вам інформація, стосовно прав людини, яка б "виходила" від місцевої влади? На сторінці ОВА регулярно публікуються матеріали від регіонального омбудсмена з прав людини. Це, насправді, дуже добре, адже не завжди встигаєш моніторити всі сторінки.

8. Що на ваш погляд впливає на комунікації місцевої влади з місцевими журналістами? Є певні суб'єктивні обставини. Впливають і особисті зв'язки, і наскільки довго знають журналіста, як такого.

Додаток 5

Інтерв'ю Олени Івашко, регіональної кореспондентки в Миколаївській області Національної газети «Урядовий кур'єр»

Олена Івашко, власний кореспондент газети «Голос України» в Миколаївській області
Максимально корисну інформацію, яка мені потрібна для роботи в щоденному виданні, чую і бачу лише в останні місяці. Перші дні та місяці роботи в умовах повномасштабного вторгнення агресора були жахом. Нічого, крім веселих відео Кіма та суворого Сенкевича не було взагалі. Таке враження, що хлопці вирішили відтворити вічну історію про гарного та поганого поліцейського. Ті краплі інформації, які вони надавали, не змогли тоді заповнити порожню склянку.

Вся інформація була виключно із соцмереж. Тож, коли я вчергове на початку війни опинялася у підвалі, де бабульки, що не сидять в соцмережах, завжди задавали запитання - а ви чули, а ти чула, а нас все одне захоплять, а що сказав Кім, це війна чи не війна. Тодя я просто казала – ЦИТЬ! Більш того розробила своєрідні Правила життя у підвалі.

<http://www.golos.com.ua/article/356980>

Інформативна ситуація змінилася на краще. Але мене вже не так сильно цікавить, де вдарили сьогодні, як так, як мене це цікавило у березні-квітня минулого року. Досі не зрозуміло, чому розповідати про влучання зараз безпечніше, ніж казати про це саме рік тому. Якщо всі все знають, що приховувати?

Втім тоді додалося всім миколаївцям, м'яко кажучи, хвилювань.

Я з квітня переїхала на дачу. Таке собі укриття. Втім трохи краще, ніж 4 поверх чотириповерхівки. І щодня через річку дивилася, як обстрілюють місто. Жах. Телефоную всім, хто в місті. Мама на З Слобідський. Норм? Норм. Сестра на Соборній. Ти як? Норм. Подруга на Нікольській. Відповідь - живі. Я й сьогодні, згадуючи ті моменти, дуже хвилююся.

Рік тому я «хвилювалася», я волала, - скажіть, в який район прилетіло. Інколи казали, що то - «воєнна тайна». Не слід приховувати від людей тайн. Тих, що можна не приховувати. Тих, які дозволяє воєнний стан. Чим більше приховувань, тим більше запитань. А запитань до діючої влади було і буде багато.

Комунікації місцевої влади з масмедіа не вистачає відвертості. Місцева влада пропонує свій продукт, ЗМІ вимушені його «з'їсти», бо інші джерела інформації відсутні; бо немає можливості взяти «живий» коментар у протилежної сторони; бо - радійте від того, що є. Вся ця ситуація точно не сприяє розвитку українських ЗМІ. Вони потребують досвіду більш освічених європейських колег.

Додаток 6

Стаття Вячеслава Головченка

Інформаційний простір міста вимагає модернізації

Коли людина живе у місті, а навколо нього інформаційне море. Він і генератор інформації, і реципієнт, а дехто ще з цієї інформації харчується. Інформаційний простір поєднує населення

міста, спрямовує його діяльність, створює міську єдність та загальну ментальність. Жодні лиха, природні катаклізми не можуть знищити місто, якщо у нього є історія, традиції, сформовані та зміцнені внутрішні та зовнішні зв'язки. Але що відбувається в місті коли війна на його околицях?

Місто має так організувати свій інформаційний простір, щоб кожен відчував себе захищеним і має право на повноцінне життя в ньому. Формальні медіа лише частково формують сьогодні інформаційний простір у місті. Обмеження на інформування - надбання воєнного стану. Не можна координати та зайву інформацію розміщувати у вільному доступі. Багато городян з високими комунікативними здібностями поїхали. Саме вони, а не миттєві симпатки формують бренд-інформаційну субстанцію, за якою впізнають місця, міста. Вчора їх ще називали "пліткарями", а сьогодні вони - блогери. Частина з них - соціально активні, це миколаївці побачили по різного роду волонтерських компаніях перших місяців війни.

Багато змін відбулося у житті мешканців прифронтового міста, навчилися обережно працювати з інформацією, кожен на своєму місці. На побутовому рівні це найчастіше відчувають жителі міст, які мають будь-які питання до влади, а міські чиновники не особливо поспішають інформувати та просвічувати городян: як жити далі? Аби як виходить інформувати про гуманітарну допомогу й пункти розподілення питної води. Трохи краще про фармацію, бо там зазвичай купують.

Тепер справа за малим – навчитися адвокатувати перед воєнною адміністрацією, що частково заміщає місцеве самоврядування, просунуті думки небайдужих громадян. Як зробити щось краще не як завжди косити суху траву, а також заповнювати радіатори опалення, а ефективніше гроші використовувати. **Спільнота фахівців інформаційної сфери має намір розгорнути у Миколаєві широку кампанію щодо вдосконалення доступу громадян до інформації. Бо це ключ до підвищення ефективності спротиву, а не тотальне приховування скільки й де тушонки завезли в місто за гуманітарною допомогою.**

Потрібна стратегія змін міської інформаційної політики, а згодом - операційний план впровадження. Завдання ніхто нікому не ставить – громадські активісти відчувають, що це їхня робота. У тому числі важливо приділити увагу поширенню міської інформації у зовнішнє середовище, його швидше за все необхідно розширювати користуючись використанням міжнародних мов спілкування, а також більш чіткого позиціонування на глобальні гуманітарні цінності. І тут роботи вистачить усім: школярам, студентам, середньому класу. Важливо вміти організовувати міжсекторну роботу. Навіть серед тих, хто переїхав до Одеси чи навіть за кордон. Для інформації кордонів немає... Поки ми бачимо лише відео мера чи голови адміністрації, зрідка - інтерв'ю заступників. Купа кричущих питань цивільних залишається поза увагою коментарів прес офіцер.

Напередодні опалювального сезону воєнного часу вкрай важливо чітко артикулювати що позаторішні тарифи на опалення, а головне - градуси, неможливі. Конкретна інформація вкрай небезпечна для популістів, які хотіли б надалі "серфити" повз складні питання. Автори дезінформації зі стану ворога поводять себе десь схоже: "чіпляються" за негаразди, а проактивність не "помічають".

Тільки не треба всі завдання з інформування громад вирішувати шляхом експлуатації вкрай перевиснажених журналістів. Глобальна соцмережа, як і тг-канал всі питання по інформуванню не закриють. Маємо налагодити систему інформування, модерну й дієву - для перемоги!

В.Головченко.

Додаток 7

Фрагменти глибинних інтерв'ю лідерів волонтерських груп Березанської та Коблівської громад

Олексій Сидорчук, голова ГО «ЕКО Березань», депутат Березанської селищної ради, смт Березанка: У Березанці та громаді, крім Гуманітарного Штабу при селищній раді, допомогу населенню та ВПО надає наш ВЦ «БЕРЕЗАНЬ» та протестантські церкви. Інформації не багато, але поширюється не рівномірно. Березанка та великі села більш-менш обізнані, чим далі інформація спотворюється та більш схожа на брехню. Селищна громада має непоганий сайт та офіційну сторінку у ФБ. Спеціаліст із інформації адекватний, однак присутній лишній «піар» влади, однак добре розвинута інформація про волонтерство у громаді. Шкода, що часто місцева влада підміняє роль та функцію волонтерів, однак у Березанці та селах є авторитет волонтерів і їм всiяка підтримка. Місцева газета є важливим інформатором подій у громаді, на жаль, виходить не регулярно.

Добре розвинуті групи у соцмережах, локальні, територіальні (групи сіл/старостів у Вайбер), в яких поширюється важлива та актуальна інформація. Шкода, що АДМІНІСТРАТОРИ ДАНИХ ГРУП ЧАСТО ЗАЛЕЖНІ від МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ, або є її ПРАЦІВНИКАМИ.

Олександр Шаповалов, Директор Волонтерського Центру «БЕРЕЗАНЬ», с. Дмитрівка (Березанська громада): допомога населенню та графіки отримання «гуманітарки» непланові. Інформація про діяльність місцевої влади носить зайвий «піар», немає чіткого алгоритму зрозумілого для селян. Є скарги на поширення допомоги, звітність та публічність влади відсутня. Із позитивного тільки те, що наші сусіди у Веселиново чи Степовому отримують «гуманітарки» значно менше і у них менш публічна влада.

Каріна Гурська, ВПО, с. Рибаківка (Коблівська громада): Я приїхала із Херсонської області, волонтер, місцева влада не інформує і не залучає ВПО. Із «гуманітаркою» чимало питань. Інформація тільки у соцмережах, чимало фейків, багато неправдивого. Рибаківка і Коблево поруч із Очаковом та Одесою, а системи оповіщення немає, а у Березанці є. Місцеві жителі нарікають на владу. Гуманітарка роздається випадково, є приписки. Ставлення до ВПО у місцевих не однозначне. Мало волонтерів, чимало населення, які ставляться споживацьки.

Альона Коз, ВПО, с. Андріївка (Березанська громада): Робота із ВПО це виключно надання гуманітарної допомоги. Жодних натяків на роботу, зайнятість, психологічну допомогу. Місцева влада «компетентна» лише тільки у роздачі гуманітарки. Є нарікання на добросовісність та упередженість представників влади. На жаль, мало інформації щодо нашої адаптації, прав, можливостей у громаді. Добре, що є сторінка у Фейсбук місцевої ОТГ, але негативні коментарі регулярно видаляються. Місцева газета «Березань» виходить не регулярно, сайт ОТГ нецікавий і мало, хто його відвідує. Місцевих депутатів мало хто знає і немає з ними зв'язку.

Ірина Дам'ян, місцева жителька, с. Михайлівка (Березанська громада): інформації про гуманітарну допомогу та роботу влади у сільській місцевості крім соцмереж та «сарафанного» радіо не має. Ще гірша ситуація із графіками поширення допомоги. Робота старостів мінусова, немає телефонів «гарячих» ліній та відповідальних.