

ВЕБІНАР ДЛЯ КОМУНІКАЦІЙНИКІВ ГРОМАД

«Інформування, комунікація і залучення жителів громади до демократичних процедур в умовах воєнного стану»

грудень, 2022 рік

ПРО ПРОЄКТ

Проєкт PROSTO «Підтримка доступності послуг в Україні» працює, щоби посилити спроможність місцевих органів влади надавати якісні послуги мешканцям громад.

Проєкт фінансується Урядом Швеції. Зміст цієї публікації не обов'язково відображає погляди донорів.

ПРАВИЛА СПІЛКУВАННЯ

Обов'язково реєструємося (гугл форма, посилання в чаті)

Підписуємося власним Ім'ям та Прізвищем

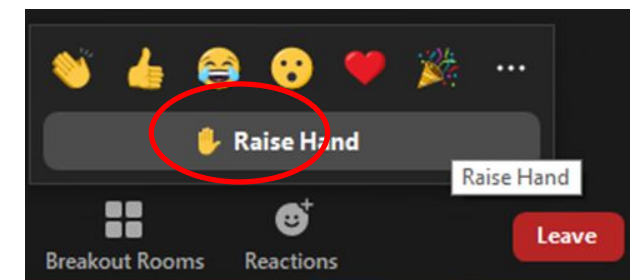
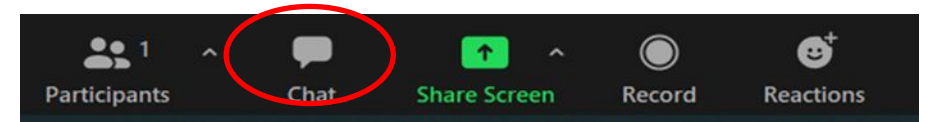
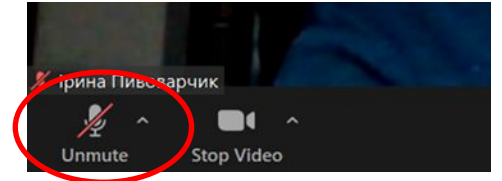
НЕ вимикаємо камеру

ВИМИКАЄМО мікрофон

Ставимо запитання у чаті

Користуємося інструментами «Емоції»

та «Піднята рука» (коли хочемо взяти участь у обговоренні)



11:00 – 11:10

Вступ

- знайомство
- обговорення базових правил

11:10 – 11:40

Цілі та завдання комунікації в громаді

- Повноваження та структура ОМС для ефективної комунікації
- Ситуаційний аналіз - оцінка поточного стану інформування
- Аналіз аудиторій та каналів інформування
- Медіа-карта громади
- Як створити комунікаційний план

11:40 – 12:00

Інформування в умовах воєнного стану

12:00 – 12:40

Залучення громадян у територіальній громаді:

- Рівні участі
- Огляд механізмів залучення

12:40 – 12:50

Особливості застосування інструментів участі в умовах воєнного стану

- Безпекові питання
- Електронна демократія
- Робота з ВПО

12:50 – 13:00

Підведення підсумків вебінару

Запитання - відповіді

Заповнення онлайн-форми зворотного зв'язку

ЗНАЙОМИМОСЯ



Павло Пущенко

pavlo.pushchenko@prosto.in.ua

- 12+ років досвіду в проєктах посилення громадської участі, співпраці органів влади та громадських організацій.
- 2021 - 2022 рр. – керівник проєкту «Голос громади в місцевому самоврядуванні в Чернігівській області» від програми USAID DOBRE, що працювала в 10 територіальних громадах в напрямку посилення участі громадськості в здійсненні місцевого самоврядування.
- З 2017 р. регіональний представник ГО «Інститут масової інформації» в Чернігівській області, що займається питаннями захисту свободи слова, протидії дезінформації та захистом прав журналістів в Україні.
- У 2010 – 2019 рр. редактор громадського сайту з моніторингу роботи органів влади Чернігівської області.

ВАШІ ОЧІКУВАННЯ???

Основні правила комунікації з громадою в умовах воєнного стану

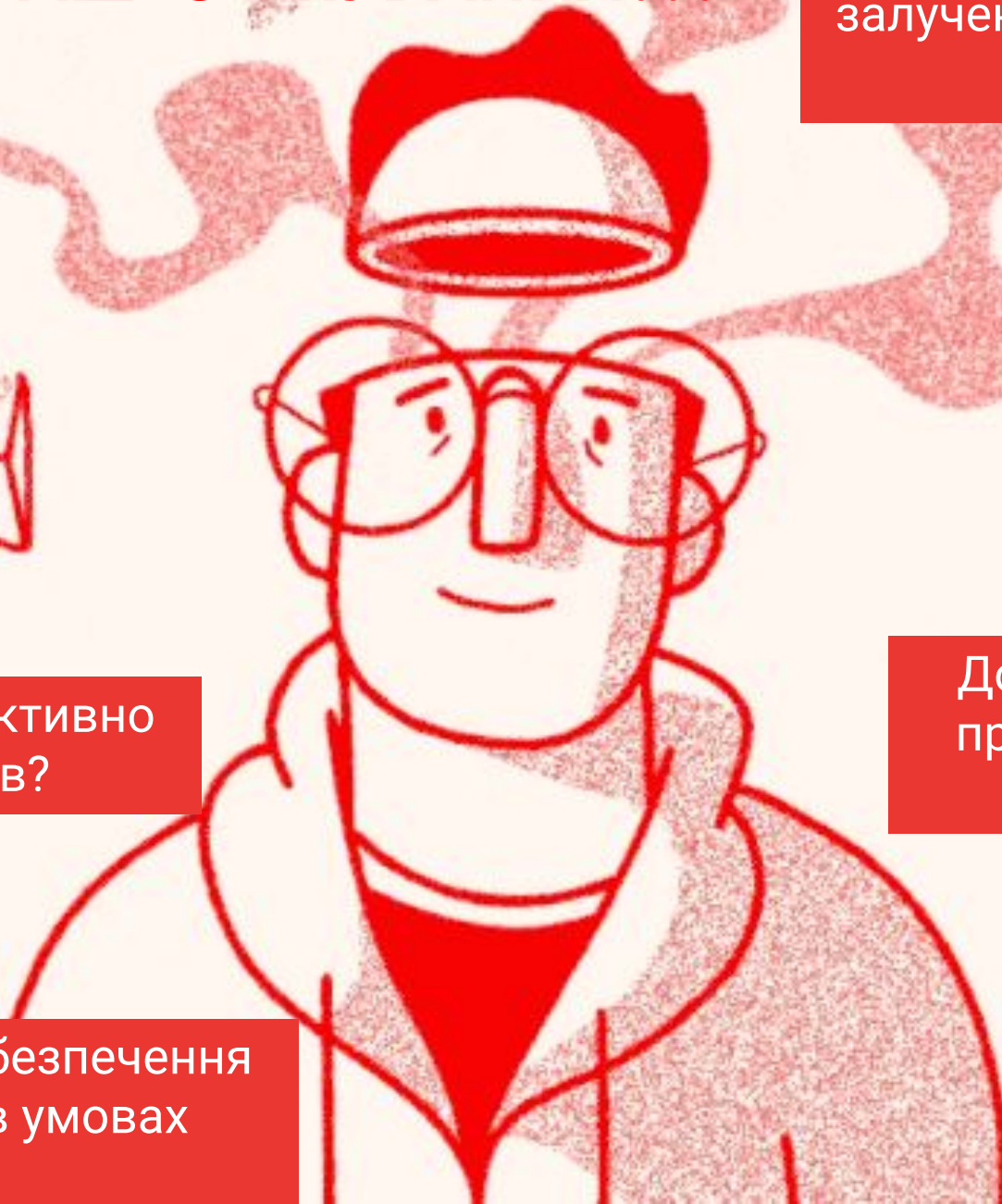
Приклади успішних ініціатив із залучення громадян до комунікації у громаді!

Як мотивувати громадян активно долучатися до проектів?

Дотримання демократичних процедур в умовах воєнного стану

Особливості правового забезпечення процесу інформування в умовах воєнного стану.

Відкриті дані під час воєнного стану



Як гадаєте, що турбує українців?



ОСНОВНА ПРИЧИНА СТРЕСУ ТА ЗНЕРВОВАНОСТІ: ПОВНОМАСШТАБНА ВІЙНА

Gradus



Джерело: дані [дослідження](#), проведеного компанією Gradus, жовтень 2022



СПОСОБИ ПОДОЛАННЯ СТРЕСУ АБО СИЛЬНОЇ ЗНЕРВОВАНOSTІ: ВТЕЧА ВІД РЕАЛЬНОСТІ ТА СПІЛКУВАННЯ З ДРУЗЬМИ

Gradus

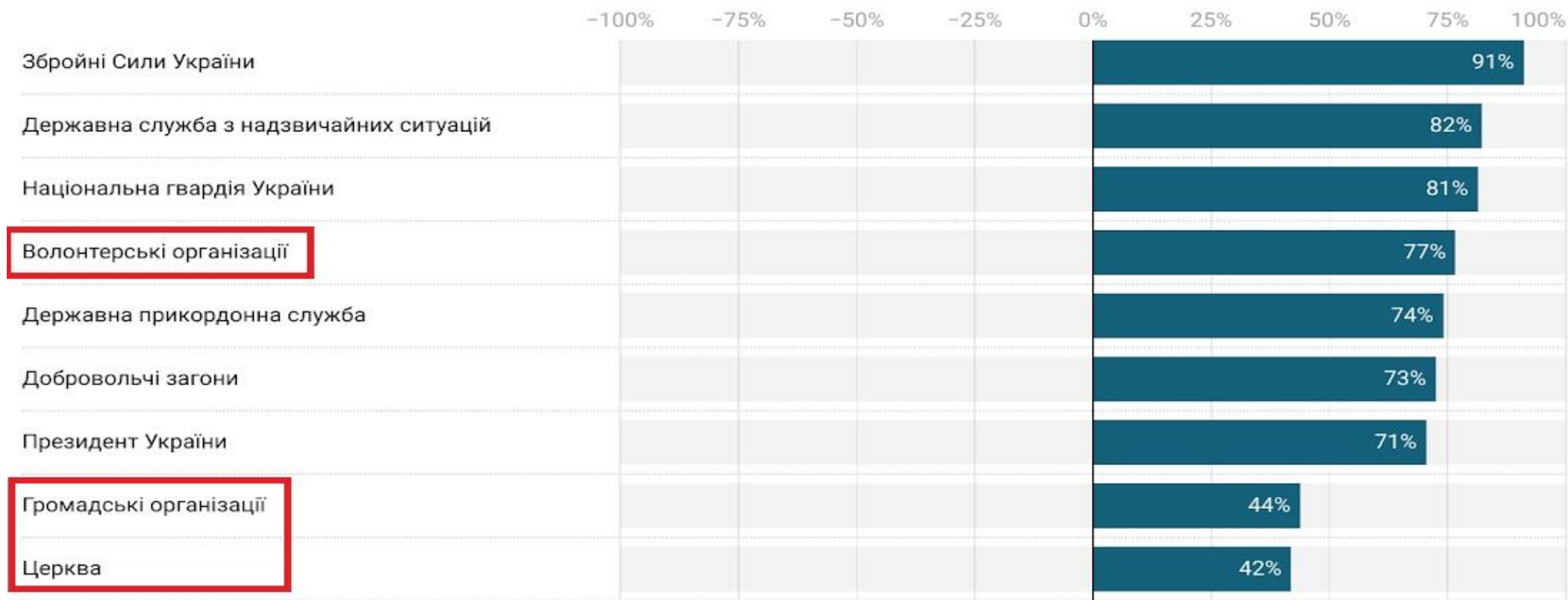


Джерело: дані дослідження, проведеного компанією Gradus, жовтень 2022

Кому довіряють громадяни?

Оцініть, наскільки Ви довіряєте наступним державним органам і соціальним інститутам?

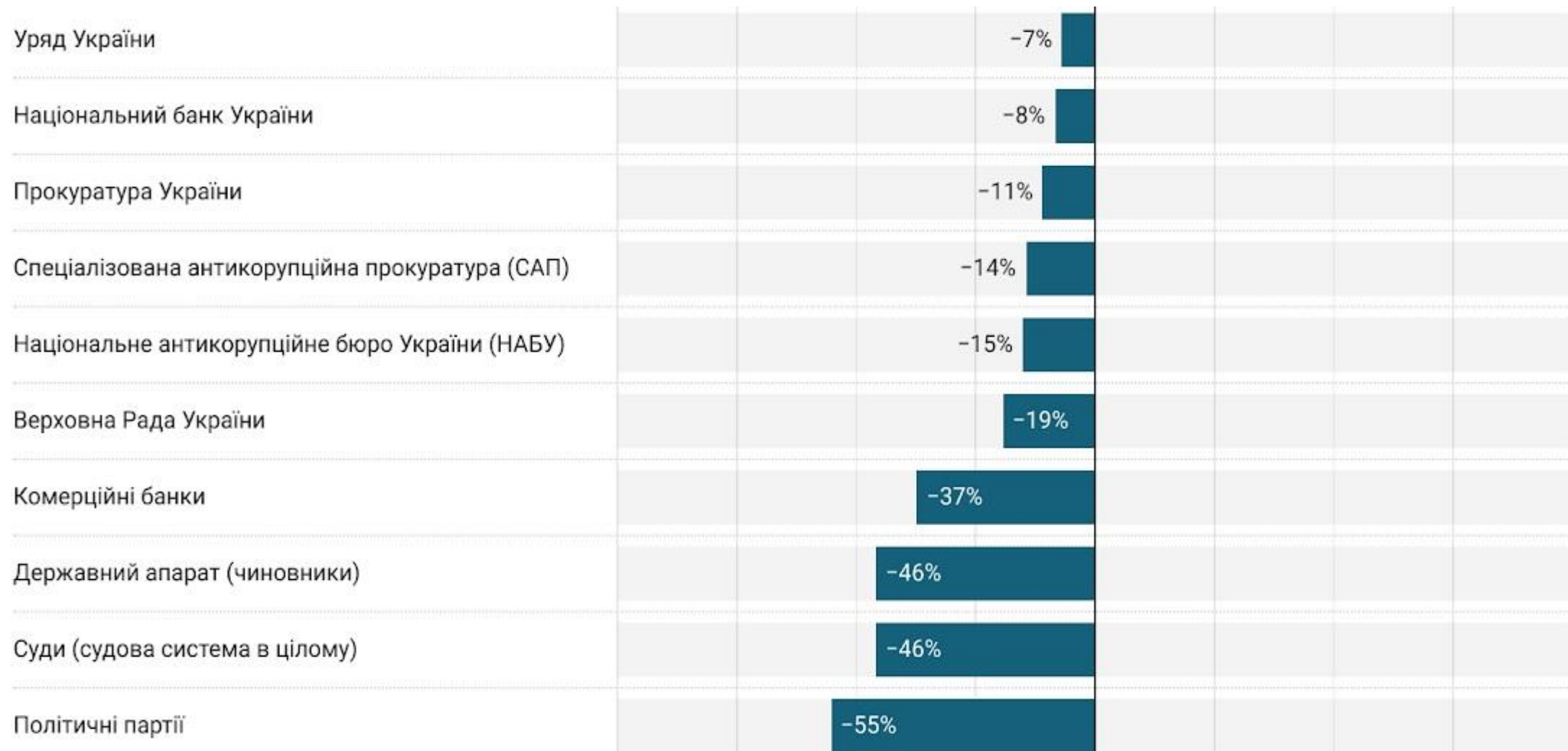
За балансом "довіри-недовіри", розрахованим як різниця між часткою тих, хто довіряє і тих, хто не довіряє



Джерело: [результати](#) опитування, що проводилося Фондом "Демократичні ініціативи" імені Ілька Кучеріва разом із соціологічною службою Центру



Джерело: [результати](#) опитування, що проводилося Фондом "Демократичні ініціативи" імені Ілька Кучеріва разом із соціологічною службою Центру



Джерело: [результати](#) опитування, що проводилося Фондом "Демократичні ініціативи" імені Ілька Кучеріва разом із соціологічною службою Центру

2021 рік

2022 рік

Оцінка довіри до ОМС	2021 рік			2022 рік			
	Не довіряю	Довіряю	Важко відповісти	Баланс довіри-недовіри	Не довіряю	Довіряю	Важко відповісти
Міський (сільський, селищний) голова вашого міста / селища / села	33,6	57,1	9,3	23,5	27,4	63,3	9,2
Місцева рада вашого міста/ селища/ села	37,8	51,4	10,7	13,6	28,8	59,4	11,9

Джерело: [результати](#) опитування, що проводилося Фондом "Демократичні ініціативи" імені Ілька Кучеріва разом із соціологічною службою Центру

ЧОМУ ЛЮДИ НЕ ЗНАЮТЬ ПРО ДІЯЛЬНІСТЬ ВЛАДИ? І НЕДОСТАТНЬО ЇЙ ДОВІРЯЮТЬ?



Інформування громадськості – це робота з налагодження містків розуміння між місцевою владою та громадою і перший етап залучення

ЩО НАСЕЛЕННЯ ПОВИННО ЗНАТИ, ЩОБ ДОВІРЯТИ?

- Куди витрачає кошти влада?
- Що робить влада для захисту жителів в умовах воєнного стану ?
- Як і де ВПО можуть знайти підтримку в громаді
- Коли буде відремонтована їхня вулиця/дитячий садок/школа?
- Що кожен чиновник робить щодня і що від цього людям?
- Як мешканці дізнаються про те, що таке ЦНАП і які послуги там надають, та почнуть користуватись ними?
- Оперативне інформування про надзвичайні ситуації та що влада робить для їх вирішення
-

Хто у вашій громаді відповідальний за інформування і залучення громадян ?



Відділ зв'язків з громадськістю складається (в ідеальних умовах):

керівник - розробляє та координує весь комплекс дій

прес-секретар - надає коментарі та інтерв'ю медіа, виступає на різноманітних заходах

відділ координації медіа - забезпечує загальну стратегію роботи з громадськістю за допомогою медіа, готує матеріали та вивчає реакції на медіаповідомлення

технічний відділ - супроводжує події, відповідає за наповнення вебресурсів й соціальних мереж, розробку візуалізації та інфографіки

відділ організації заходів - розробляє заходи, які потрібно проводити органам місцевого самоврядування для інформування та залучення громадськості.

аналітична служба - збирає та аналізує дані щодо цільової аудиторії, складників громади, впливу медіа, тенденцій поширення повідомлень тощо

- проведення організаційної роботи з забезпечення підготовки та реалізації комунікаційної стратегії громади, інформаційних кампаній та планів консультації з громадськістю;
- організація постійного моніторингу суспільно-політичної ситуації у громаді, настроїв населення, наявності суспільних проблем, які впливають на якість життя у громаді;
- підготовка та поширення для засобів масової інформації повідомлень, прес-релізів, заяв, звернень, інших інформаційних матеріалів про діяльність селищної ради, селищного голови, виконавчого комітету селищної ради;
- аналіз оприлюдненої засобами масової інформації матеріалів, вивчення їх позиції, тенденцій та напрямків висвітлення питань, пов'язаних із діяльністю органу місцевого самоврядування, для своєчасного реагування на інформаційні закиди та недостовірну інформацію;
- складання та оновлення медіа-карти громади - документу, який містить інформацію про засоби масової інформації та соціальні мережі з якими співпрацює рада;
- організація, підготовка та розміщення матеріалів на офіційному сайті ради, її офіційних сторінках в соціальних мережах та ютуб-каналі, на мультимедійному екрані в парковій зоні, інших носіях громади, організація випуску інформаційного бюлетеня селищної ради.

- організація дотримання своєчасності, відкритості та достовірності оприлюднення публічної інформації виконавчими органами селищної ради про діяльність селищної ради, селищного голови, виконавчого комітету селищної ради на офіційному веб-сайті селищної ради;
- контроль за оперативним та своєчасним оприлюдненням на офіційному сайті селищної ради та на порталі відкритих даних <http://data.gov.ua> переліків наборів даних, які підготовлені відповідальними особами виконавчих органів селищної ради;
- організація інформаційних, просвітницьких та комунікаційних кампаній, публічних заходів з метою інформування населення щодо діяльності селищної ради;
- організація проведення прес-конференцій, брифінгів, «прямих ліній», «круглих столів», громадських слухань, громадських обговорень, консультацій та інших публічних заходів за участю селищного голови, керівників виконавчих органів селищної ради;
- сприяння в інформуванні та навчання жителів громади щодо можливості застосування інструментів участі - громадських слухань, місцевих ініціатив, електронних петицій, загальних зборів, бюджету участі та інших;
- вивчення і узагальнення досвіду роботи органів місцевого самоврядування та засобів масової інформації в інших громадах.

КРОКИ ДО РОЗРОБЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПЛАНУ

ДЕ МИ - СИТУАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ

1. Аналіз громадян
2. Аналіз джерел отримання інформації
3. Оцінка наявних ресурсів: людських і фінансових
4. Аналіз досвіду та практик інших

ДЕ ХОЧЕМО БУТИ - ПЛАН

1. Завдання
2. Цільові аудиторії
3. Ключові повідомлення

ЯК ЦЕ ЗРОБИМО

1. План: канали та інструменти
2. Оцінка ресурсів
3. Визначення показників ефективності та методів їх вимірювання
4. Графік втілення плану

Ситуаційний аналіз

КРОКИ ДО РОЗРОБЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПЛАНУ

ДЕ МИ - СИТУАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ

1. Аналіз громадян
2. Аналіз джерел отримання інформації
3. Оцінка наявних ресурсів: людських і фінансових
4. Аналіз досвіду та практик інших





Це інструмент, який акумулює статистичні дані, розподілені за статтю, та їх аналіз задля виявлення та усунення нерівності.

Включає такі показники, в ідеалі за попередні 2 роки:

демографі
я

географія

економіка

міграція

соціальна структура
населення

інфраструктур
а

управління
громадою

директори
шкіл, вчителі

директори
лікарень, лікарі

письменники,
поети, музиканти

керівники
закладів
культури

активна
молодь

тренери,
спортсмени

поштарі

священник
и

бізнесмени

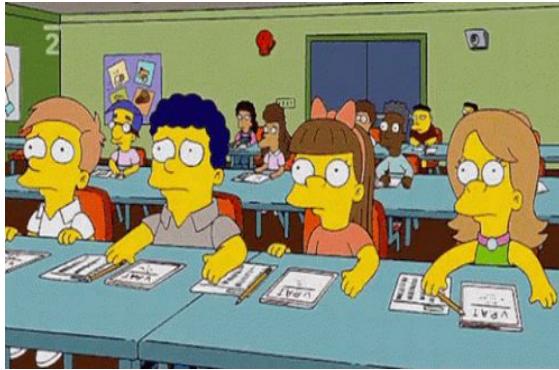
громадські активісти,
волонтери

пожежники,
рятувальники

ХТОСЬ ЩЕ ?

Для того, що зрозуміти як інформувати, необхідно знати аудиторію

Різні аудиторії – різні підходи



школярі



пенсіонери

Де жителі можуть зіштовхнутись із інформацією?

- приміщення місцевої ради
- зупинки громадського транспорту
- комунальні підприємства
- заклади освіти (школи, училища, коледжі тощо) та медицини
- банки
- ринки
- пошта
- клуби і бібліотеки
- магазини, аптеки, заклади громадського харчування

ВАШ
ВАРІАНТ?

Засоби масової інформації (ЗМІ)

- місцевих газет, журналів, телеканалів та радіо
- регіональних (районних та обласних) газет, журналів, телеканалів та радіо, які читають у вас в громаді

Онлайн-ресурси

- чи є достатнє покриття Інтернет
- чи є власний веб-сайт громади
- які є офіційні групи у соціальних мережах (Facebook) та месенджерах (Viber, Telegram)
- неофіційні групи громади чи місцевості у соціальних мережах (Facebook) та месенджерах (Viber, Telegram)

Медіа-карта — це документ, який містить інформацію про засоби масової інформації та соціальні мережі з якими працює установа.

Завантажити шаблон медіа-карти можна за [ПОСИЛАННЯМ](#)

Медіа-карта громади (назва громади)

Станом на(дата)

Вид	Назва (посилання, адреса, контактні дані редактора, журналістів)	Періодичність виходу (оновлення)	Територія охоплення	Приміки
Офіційний веб-сайт		Постійно		
Офіційний веб-сайт ЦНАП		Постійно		
Групи/сторінки громади у соціальних мережах (Facebook, Телеграм, Вайбер, Instagram)		Постійно		
Місцеві друковані ЗМІ		Періодично (вказати періодичність виходу)		
Обласні друковані видання				



MediaMonitoringBot

Telegram-бот моніторингу згадувань в онлайн-ЗМІ України

Дізнайся про згадку в ЗМІ першим!

1. 24/7 моніторинг онлайн-ЗМІ
2. 99% повнота відстежування
3. Миттєві оповіщення

mediamonitoringbot.com

MediaMonitoringBot bot

Вийшов матеріал, де згадується ключове слово: [МОН]
Рейтинг сайту: ТОП-20; Потенційне охоплення: Високе
Посилання: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3127331-aktivisti-zaklikaut-vladu-podbati-abi-studenti-z-bilorusi-mogli-navcatisa-v-ukraini.html>

www.ukrinform.ua
Активісти закликають владу подбати, аби студенти з Білорусі могли навчатися в Україні
Молодіжні організації закликають уряд і профільні міністерства розробити алгоритм, який дозволить студента...



11:06

Поскаржитись | Заблокувати

Вийшов матеріал, де згадується ключове слово: [МОН]
Рейтинг сайту: ТОП-20; Потенційне охоплення: Високе
Посилання: <https://www.ukrinform.ru/rubric-society/3127332-aktivisty-prizyvaut-vlasti-pozabotitsa-ctoby-studenty-iz-belarusi-mogli-ucitsa-v-ukraine.html>

www.ukrinform.ru
Активісти призивають влади позаботитися, чтобы студенты из Беларуси могли учиться в Украине
Молодежные организации призывают уряд і профільні міністерства розробити алгоритм, який дозволить студента...

Сповіщення Google Alert – підсумок за день Вхідні x

Google Alerts <googlealerts-noreply@google.com> [Скасувати підписку](#)
кому мені ▾

Google Сповіщення

любомира мандзій

НОВИНИ

Топ-100 найвпливовіших осіб Львівщини від MediaStar

СокальINFO

Любомира Мандзій 3. Ігор Гургула 4. Вікторія Христенко 5. Юрій Дубневич. Прорив року 1. Денис Шмигаль 2. Орест Саламаха 3. Ірина Верещук

  Позначити як невідповідний

[Більше результатів](#) | [Редагувати це сповіщення](#)

міністерство образования

НОВИНИ

После каникул 1-4 классы будут обучаться в очном формате, а 5-11 классы в смешанном или ...



Як налаштувати:

<https://support.google.com/websearch/answer/4815696?hl=uk>

Як це працює <https://hostiq.ua/blog/ukr/google-alerts-for-business/>

Результатом ситуаційного аналізу є
чітке розуміння кого і як ви можете проінформувати

Цілі та завдання

ДЕ МИ ХОЧЕМО БУТИ – ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ

Як формулюються комунікаційні завдання?

сформувати **обізнаність**

сформувати **розуміння**

побудувати **лояльність/певне ставлення**

побудувати **довіру**

Якщо наші цільові аудиторії ...

нічого не знають/вперше
чують/ніколи не користувались



Інформуємо:

прості, короткі повідомлення

щось чули/бачили, але не
користувались/відвідували



Формуємо знання:

роз'яснення, більш детальна
комунікація

чули, розуміють як працює/що це,
але не прийняли жодних рішень,
не залучались



Залучаємо:

даємо людині спробувати і
переконатись на власному досвіді

чули, знають, спробували



Формуємо довіру:

підтримуємо стосунки

Англійська	Українська	Що це означає
S pecific	Конкретна	Мета повинна бути конкретною і чітко сформульованою
M easurable	Вимірювана	Мета повинна мати кількісні та якісні параметри, за якими її можна оцінити
A chievable	Досяжна	Мета повинна бути реалістичною і досяжною в тих часових рамках, які для неї відводяться
R elevant	Доречна	Мета повинна бути адекватною і узгодженої з іншими цілями
T ime-bound	Обмежена в часі	Мета повинна бути обмежена часовими рамками і мати термін виконання

ЦЕ НЕ КОМУНІКАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

- Провести 12 круглих столів
- Опублікувати 20 статей
- Виробити 10 відео
- Провести 20 заходів
- Надрукувати 10 000 буклет

Це **інструменти**, які
допомагають виконати
завдання і досягнути цілі

Цільові аудиторії

Цільові аудиторії – це певні групи населення, яких об'єднує спільна характеристика, потреба чи особлива ознака

Створити портрет цільової аудиторії допоможуть наступні питання:

1. Стать, вік, рівень доходу, статус, сімейний стан, професія – соціальний та демографічний портрет.
2. Де ваша потенційна цільова аудиторія проводить час?
3. Які проблеми цільова аудиторія може вирішити шляхом звернення у ОМС?
4. Які емоції чи асоціації викликає у цільової аудиторії ОМС?
5. Які причини у цільової аудиторії звертатися до ОМС?

Не робіть план для уявної спільноти людей – усі 18+.
Робіть портрети конкретних людей.

Сегментуйте аудиторію

Це може бути 5 -10 різних аудиторій, але чим чіткіше ви відокремите ці цільові аудиторії, знайдете вузькі канали комунікації та зробите ваші повідомлення цікавими саме цій людині, тим успішнішою буде ваша комунікація.



У квітні 2022 р. Громадський холдинг “ГРУПА ВПЛИВУ” проаналізував сайти та сторінки соціальних мереж двадцяти двох громад. До цих громад відбулося переміщення людей у зв’язку з повномасштабною війною росії проти України.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

- Створити окремий розділ/кнопку/вкладку на сайті місцевої ради, назва якої буде однозначно відповідати тематиці «Допомога ВПО»
- Систематизувати і розміщати всі рішення та наявні можливості для ВПО у відповідній категорії на офіційному ресурсі громади
- Покращити комунікацію через соціальні мережі, зокрема необхідно розширити перелік присутності в соціальних мережах – таких як інстаграм, телеграм тощо
- Систематично оновлювати інформацію, публікувати свіжі новини про розміщення, працевлаштування, підтримку тощо в соціальних мережах та на офіційних сайтах

- Вживати коректну термінологію, зокрема “внутрішньо переміщені особи”, “люди з інвалідністю”. Уникати використання жалісних слів щодо ВПО та людей з інвалідністю.
- Систематизувати та оновлювати інформацію про центри, пункти, заклади, організації, які наявні в громаді та надають гуманітарну допомогу постраждалому населенню.
- Розмістити на сайтах місцевих рад блок інформації про роботу гуманітарних, міжнародних, громадських організацій, які працюють у населеному пункті та надають допомогу ВПО.
- Оновити розділи “Заклади освіти”, “Заклади охорони здоров’я”, інші розділи, які присутні в архітектурі сайтів місцевих рад, враховуючи необхідність нових мешканців громад знаходити велику кількість інформації та контактів.
- Забезпечити доступність інформації для людей з інвалідністю та маломобільних груп населення.

Ключові повідомлення

Що таке меседж?

- Це посил, повідомлення, інформація, сигнал, основна думка якоїсь ідеї, події. Походить від англійського слова message, що означає «повідомлення»
- «інформація, яку організація прагне донести до своєї цільової аудиторії шляхом реалізації своєї PR-програми. Таке повідомлення повинне бути достатнім для того, щоб вказати на всі виклики програми, але також може бути розділене на різноманітні вторинні меседжі»



- Основа для підготовки інформаційних матеріалів, виступів, розмов із громадянами
- Відрізняються для різних груп: студенти, пенсіонери, підприємці
- Лаконічні та чіткі, не містять додаткових сенсів, щоб не заплутувати цільову аудиторію
- Повинні підкріплюватись фактами

Повідомлення

ГРОМАДА невичерпної енергії

Зеленодольська міська ОТГ – громада, яка динамічно розвивається та безперервно змінює своє життя на краще

Рівень життя

- Наша громада забезпечує достойний рівень життя

Місцева спільнота та ідентичність

- Наша громада дбає про місцеву спільноту та ідентичність

Комфортне середовище

- Наша громада об'єднана та розвиває супутню інфраструктуру:
 - Водопостачання
 - Управління відходами
 - Доріг


Підприємництво

- Наша громада підтримує розвиток підприємництва, в тому числі і молодого

Команда


- Наша Команда управління громадою стратегічна, послідовна та постійно розвивається

**КУПУЙ ТОВАРИ МІСЦЕВИХ ВИРОБНИКІВ
ЗАЛИШАЙ ГРОШІ У ГРОМАДІ**



Місцеві підприємці сплачують податки в бюджет міста. Купуючи товари місцевих виробників, ви інвестуєте у школи, дитячі садочки й інфраструктуру нашого міста.

#КУПУЙ_ЛУЦЬКЕ



Купуй луцьке



**КУПУЙ ТОВАРИ МІСЦЕВИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ
ЗАЛИШАЙ ГРОШІ У ГРОМАДІ**

Місцеві підприємці сплачують податки в бюджет міста. Купуючи товари місцевих виробників, ви інвестуєте у школи, дитячі садочки й інфраструктуру нашого міста.

#КУПУЙ_ЛУЦЬКЕ



Джерело: Група «Купуй Луцьке»
www.facebook.com/groups/296233968166047/permalink/357312422058201/

Інформаційний план

1. **Канали** інформування – через що люди отримають інформацію?
2. **Формати** – як саме буде подана інформація?
3. **Часові рамки** – як часто і коли буде інформування?

КАНАЛИ І ФОРМАТИ

Які джерела інформації громадяни використовували протягом останніх двох місяців для отримання новин

Можливі декілька варіантів відповіді

ТРАВЕНЬ 2022

Соціальні мережі

(Viber, Telegram, Youtube, Tik-Tok, Facebook, Twitter, Instagram)



Телебачення



Інтернет, не включаючи соціальні мережі

(Viber, Telegram, Youtube, Tik-Tok, Facebook, Twitter, Instagram тощо)



Радіо



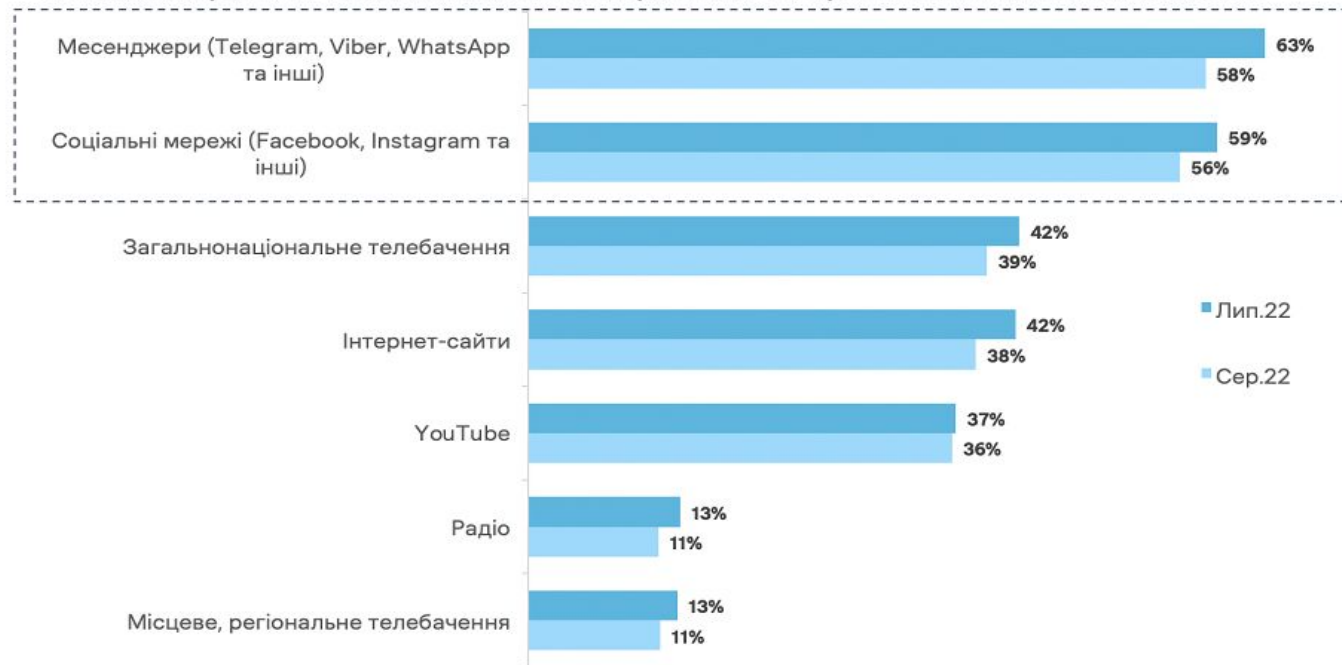
Друковані ЗМІ



Джерело: Дослідження [проводив](#) на замовлення ОПОРИ Київський міжнародний інститут соціології з 3 до 26 травня 2022 року.

Основними джерелами споживання новин про Україну є месенджери та соціальні мережі

З яких джерел Ви споживали новини про події в Україні за останній тиждень?



База: всі респонденти (18+, вся Україна), N = 2500 за місяць.
Період вимірювання: липень - серпень 2022

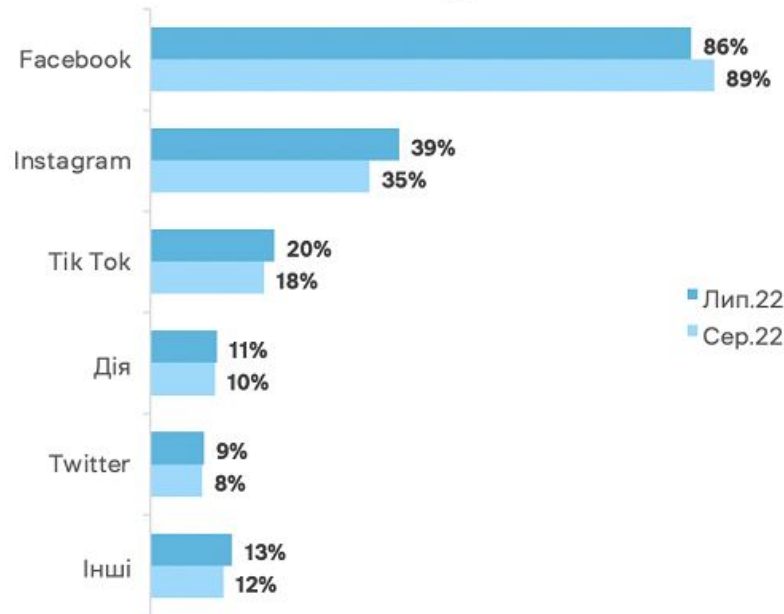
Джерело: соціологічне [дослідження](#) компанії Gradus Research Company, яке проводили на замовлення Національної суспільної телерадіокомпанії України

СУСПІЛЬНЕ
МОВЛЕННЯ

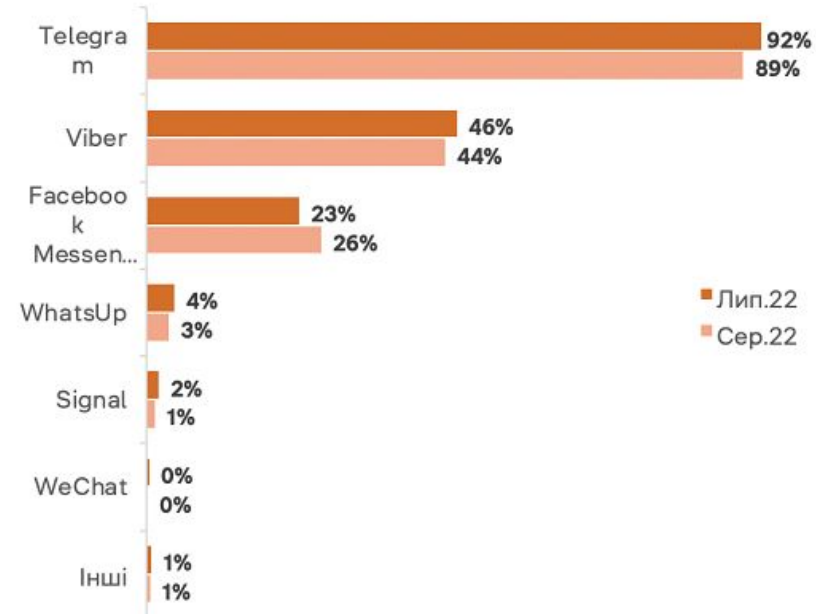
Споживання новин: соціальні мережі та месенджери

- Facebook – основна соціальна мережа, де українці споживають новини
- Поміж месенджерів беззаперечним лідером є Telegram, зі значним відривом за ним слідує Viber

В яких соціальних мережах Ви переглядали новини за останній тиждень?



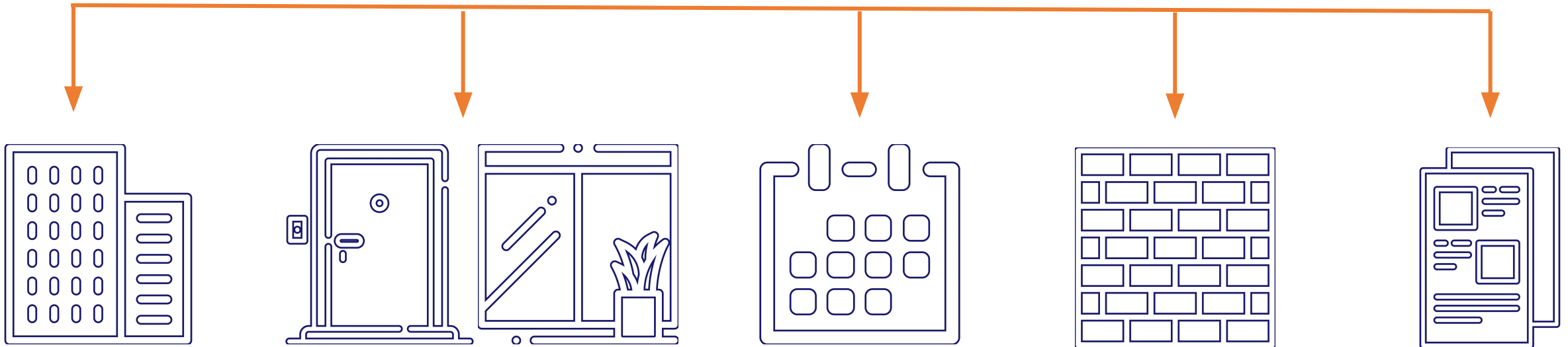
В яких месенджерах Ви переглядали новини за останній тиждень?



База: респонденти, що споживали новини про події в Україні з відповідного джерела за останній тиждень (18+, вся Україна)
Період вимірювання: липень – серпень 2022

- **ЗМІ:** ТБ, друковані газети і журнали, радіо, онлайн
- **Власні канали:** сайти міста/громади, сторінки та групи у Фейсбук та групи в телеграмі, вайбері
- **Власні ЗМІ:** газети, буклети
- **Зовнішні носії:** рекламні місця ззовні та всередині адміністративних будівель
- **Пряма комунікація:** зустрічі, заходи, сувенірна продукція

МОЖЛИВОСТІ РОЗМІЩЕННЯ



Можливості ззовні залежать від виду будинку та наявності пустих стін

У більшості є можливість розмістити інформацію на вхідних дверях та на вікнах

Часто інформація розміщена на інфодошках різних розмірів

Частина постерів закріплені просто на стінах

Листівки розміщені на стійках адміністраторів/ касах/ столиках



Зовнішня реклама

ПРИКЛАДИ НОСІІВ



Фасадні вікна



Інфодошки в приміщеннях



Постери на стінах



Екрани та стенди у приміщеннях



Інфодошки перед входом до приміщення



Листівки на стенді

ЗМІ (ТБ, друк, онлайн)	Власні канали (сайт, соціальні мережі)	Зовнішня та внутрішня реклама	Особиста комунікація	Внутрішня комунікація
<ul style="list-style-type: none"> • Пресрелізи та пресанонси • Брифінги • Презентації • Інтерв'ю та коментарі • Експертні колонки і статті • Спеціальні проєкти з медіа • Факти, кейси, дані • Пряма реклама 	<ul style="list-style-type: none"> • Новини • Аналітичні статті • Факти, кейси, дані • Експертні групи • Прямі розсилки • Фото та відео • Інфографіка 	<ul style="list-style-type: none"> • Білборди та сітілайти • Постери на інформаційних дошках, зупинках громадського транспорту • Рекламні матеріали всередині комунальних будівель, банків, магазинів, інших точках дотику з громадянами • Брошури, ліфлети 	<ul style="list-style-type: none"> • Сувенірна продукція (брендовані ручки, флешки, блокноти) • Заходи (конференції, круглі столи, обговорення, презентації) • Особисті зустрічі (щомісячна неформальна зустріч, воркшопи) 	<ul style="list-style-type: none"> • Брошури, буклети на офіційних зустрічах • Неформальні зустрічі між відділами для обміну досвідом • Дошки оголошень, інформаційні стійки, постери на стінах • Розсилки у внутрішніх групах



Це план дій, який має на меті донести інформацію певній аудиторії
через канали інформування

Приклад інформаційного плану можна завантажити за [посиланням](#)

Особливості інформування в умовах воєнного стану

Відповідно до Постанови КМУ від 12.03.2022 року №263 «Деякі питання забезпечення функціонування інформаційно-комунікаційних систем, електронних комунікаційних систем, публічних електронних реєстрів в умовах воєнного стану», **органам місцевого самоврядування рекомендувалося зупиняти, обмежувати роботу інформаційних, інформаційно - комунікаційних та електронних комунікаційних систем, а також публічних електронних реєстрів, що призвело до обмеження в отриманні інформації громадян.**

Також на підставі цієї Постанови **деякі органи місцевого самоврядування зовсім зробили недоступною для перегляду свою офіційну веб- сторінку місцевої ради на період від 24 лютого 2022 року до травня 2022 року.**

Законом України «Про доступ до публічної інформації» визначено такі основні шляхи реалізації права на доступ до публічної інформації:

- ознайомлення з інформацією, оприлюдненою її розпорядниками в офіційних джерелах;
- відвідування засідань колегіального органу;
- ознайомлення з документами у спеціально відведеному місці розпорядником інформації;
- направлення запиту та відповідно отримання відповіді на нього;
- ознайомлення з інформацією в інформаційних сервісах, що працюють на основі відкритих даних.

Чи варто публікувати інформацію на офіційних сайтах в умовах воєнного стану?

З огляду на широкомасштабне вторгнення військ російської федерації на територію України основними підставами для обмеження такого права слід вважати «захист інтересів національної безпеки та територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам». (*Посилання на [роз'яснення офісу Омбудсмена](#)*)

В умовах воєнного стану реалізація громадянами зазначених можливостей може бути ускладненою через:

- впровадження контролю за змістом і поширенням інформації;
- тимчасове призупинення роботи державних реєстрів та баз даних;
- запровадження особливого режиму роботи та посилення охорони об'єктів державного значення;
- запровадження комендантської години;
- відстрочення в задоволенні запитів на інформацію тощо.
- впроваджено контроль за змістом і поширенням інформації з метою обмеження або недопущення неправдивої інформації або інформації, оприлюднення якої може завдати шкоду життю та здоров'ю людини, національній безпеці держави.

В умовах воєнного стану розпорядникам варто дотримуватись таких рекомендацій щодо оприлюднення тієї чи іншої публічної інформації

- невідкладно оприлюднювати інформацію про факти, що загрожують життю, здоров'ю та/або майну осіб, і про заходи, які застосовуються у зв'язку з цим;
- оприлюднювати достовірну та об'єктивну інформацію, яка є суспільно-необхідною в умовах воєнного стану (наприклад, інформація про гуманітарні коридори, видачу гуманітарної допомоги тощо);
- **до будь якої інформації застосовувати «трискладовий тест» (ч. 2 ст. 6 Закону № 2939-VI)**
- здійснити аудит інформації, оприлюдненої на офіційних веб-сайтах розпорядників та сторінках у соцмережах, на предмет її тимчасового обмеження в доступі або вилучення, шляхом віднесення до інформації з обмеженим доступом;
- здійснити інформування громадян на офіційних веб-сайтах або сторінках у соцмережах розпорядника щодо впровадження тимчасових обмежень доступу до окремих категорій інформації на період дії правового режиму воєнного стану;
- враховувати, що обмеженню доступу підлягає інформація, а не увесь документ.

Про доступ до публічної інформації

Якщо говорити про зміни законодавства стосовно доступу до публічної інформації на рівні місцевої влади, то ОМС дозволили не публікувати проєкти рішень місцевих рад.

Законом України від 12.05.2022 № 2259-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо функціонування державної служби та місцевого самоврядування у період дії воєнного стану» на акти органів місцевого самоврядування, військово-цивільних адміністрацій та військових адміністрацій, а також їх посадових осіб не поширюються вимоги пункту 3 частини першої (у частині оприлюднення проєктів актів), частини четвертої статті 15 Закону України «Про доступ до публічної інформації».

Але ухвалені рішення органи місцевого самоврядування зобов'язані публікувати - на п. 2 ч. 1 ст. 15 ЗУ «Про доступ до публічної інформації» обмежень за воєнним станом

не встановлено, хоча, при потребі, рішення можуть оприлюднюватись частково (ч.



ДАНІ, ЯКІ НЕ ВАРТО ПУБЛІКУВАТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ



- ✓ Про депутатів місцевих рад, у тому числі контактну інформацію та графік прийому
- ✓ Адресний реєстр
- ✓ Про видані будівельні паспорти
- ✓ Про розміщення спецтехніки, що використовується для надання комунальних послуг, благоустрою, виконання будівельних та ремонтних робіт
- ✓ Дані містобудівного кадастру, у тому числі геопросторові дані
- ✓ Схеми планування території областей, схеми планування території районів, генеральні плани населених пунктів, плани зонування території, детальні плани території, містобудівна документація територіальних громад, їх проекти (відповідно до повноважень)
- ✓ Реєстр містобудівних умов та обмежень
- ✓ Щодо місцезнаходження камер відеоспостереження, що перебувають у комунальній власності
- ✓ Перелік об'єктів комунальної власності
- ✓ Про медичне обладнання комунальних закладів охорони здоров'я
- ✓ Території обслуговування загальноосвітніх навчальних закладів
- ✓ Перелік перевізників, що надають транспортні послуги з перевезення пасажирів міським електричним та автомобільним транспортом, у тому числі маршрути перевезень
- ✓ Про експлуатаційні характеристики будівель комунальних підприємств, установ (закладів) та організацій, в яких впроваджено системи енергетичного менеджменту

Про доступ до публічної інформації

Водночас офіс омбудсмена роз'яснив, що органи влади зобов'язані і надалі надавати громадянам доступ до публічної інформації, зокрема **через надання відповідей на звернення та запити громадян на публічну інформацію.**

Відповідно до положень частини третьої статті 34, частини другої статті 64 Конституції України, статті 6 Закону України «Про доступ до публічної інформації» право на доступ до інформації в умовах воєнного стану може підлягати обмеженням, перш за все, для захисту інтересів національної безпеки та територіальної цілісності держави.

При цьому, право громадян на звернення до суб'єктів владних повноважень та отримання відповіді, гарантоване статтею 40 Конституції України не може бути обмеженим навіть в умовах воєнного стану - йдеться в роз'ясненні.

Особливості інформування в умовах воєнного стану

Законом про правовий режим воєнного стану голова територіальної громади, де не ведуться бойові дії та не утворено військової адміністрації населеного пункту, **може приймати окремі рішення** (щодо земельних ділянок комунальної власності від незаконних споруд; пошкоджених обстрілами будівель; передачі коштів місцевого бюджету на потреби ЗСУ; створення установ з надання безоплатної первинної правової допомоги; боротьби зі стихійними лихами; поводження з небезпечними відходами).

Разом з тим, про такі рішення має бути поінформовано населення.



Воєнний стан не скасовує інформування (звітування) місцевих депутатів та голів

Згідно зі статтею 16 Закон України “Про статус депутатів місцевих рад” депутат місцевої ради періодично, але не рідше одного разу на рік, зобов'язаний звітувати про свою роботу перед виборцями відповідного виборчого округу, об'єднаннями громадян.

Згідно зі статтею Стаття 42. Про місцеве самоврядування в Україні

Сільський, селищний, міський голова не рідше одного разу на рік звітує про свою роботу перед територіальною громадою на відкритій зустрічі з громадянами.



Головне питання про гроші громади теж ніхто не скасовував

Бюджет для громадян – це спрощена та позбавлена технічної мови презентація інформації про бюджет громади для її мешканців.

Це матеріал, який створюється, щоб зробити складну та технічну бюджетну інформацію доступною для дітей і дорослих, старших людей та тих, хто мало цікавиться фінансовими питаннями. Це буклет для обговорення з друзям, колегами і родиною.

Про те як описати бюджет громади людською мовою [за посиланням](#)

Ознайомитися з прикладами «БдГ» онлайн можна [за посиланням](#).



Сайт і чат-бот для громад

Конструктор, з яким можна побудувати зручну взаємодію
місцевої влади з громадою

Підключити громаду

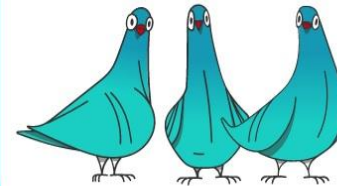
СВОЇ

Чат-бот твоєї громади

TELEGRAM



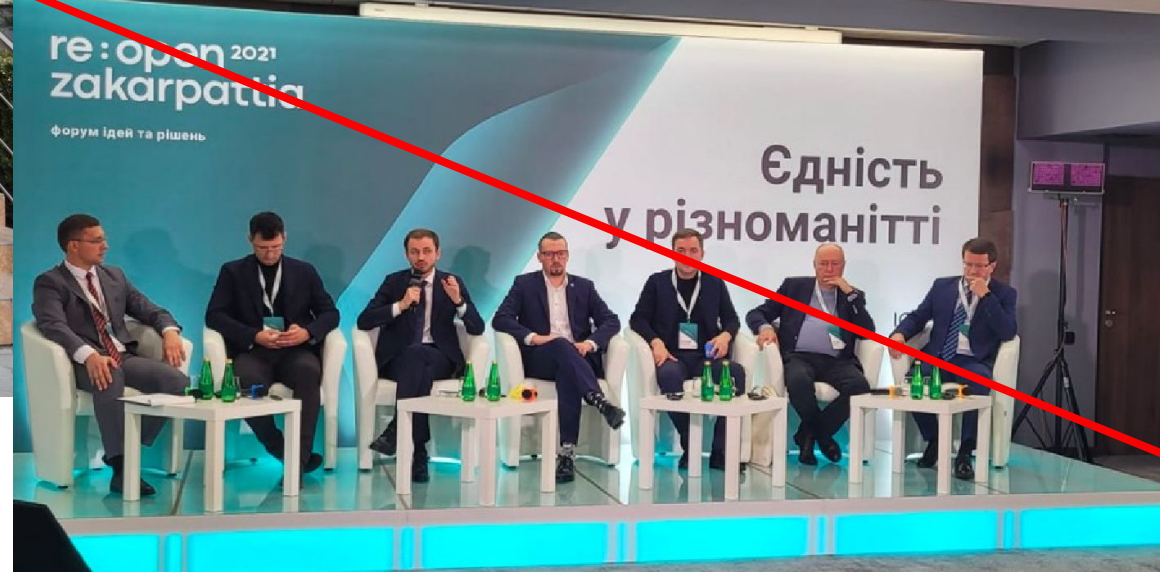
VIBER



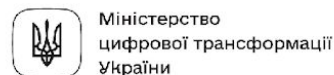
Дізнатися більше і підключити громаду можна [за посиланням](#)

Гендерно НЕчутлива комунікація – це порушення! Просто

Підтримка доступності послуг в Україні



Як НЕ має бути: лише або переважно одна стать (група) у полі уваги!



Балансуйте присутність жінок та чоловіків у повідомленнях

Уникайте гендерних стереотипів

Переконайтесь у рівному охопленні спікерів та спікерок

Використовуйте гендерно-коректну мову (фемінітиви)

Висвітлюйте питання гендерної рівності

Детальніше про гендерно-чутливу комунікацію і чому це актуально для громад [за посиланням](#)

ЗАЛУЧАТИ НАСЕЛЕННЯ БУДЕМО?

Що таке громадська участь?

Ідея громадської участі виникає з переконання, що участь громадян в керуванні демократичною державою не можна зводити виключно до участі у виборах.



Що таке громадська участь?

Громадська участь – це комплекс дій і методів участі громадян у визначенні та розв’язанні їхніх проблем.

Це підхід, який дає змогу враховувати соціальні чинники у плануванні, а також зменшувати соціальні, політичні ризики у процесі ухвалення та реалізації керівних рішень.

ЧОМУ ЗАЛУЧЕННЯ ВАЖЛИВЕ?

- Рішення місцевої влади стають **ефективнішими**
- Мешканці починають більше **довіряти місцевій владі**
- **Відповідальність** мешканців зростає
- Зменшується **рівень соціальної напруги**

НА ЯКОМУ РІВНІ ВАША ГРОМАДА?

- 1. Як місцева влада вже зараз залучає громадян?**
Оцінка рівня взаємодії громадян із місцевою владою
- 2. В якому стані нормативна база, необхідна для залучення? Визначення якості нормативної бази, що регламентує участь**
- 3. Де перебуває громада?**
Оцінка рівнів залучення мешканців

Що перешкоджає громадській участі ?



COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

ДОСЛІДЖЕННЯ «ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ГРОМАДСЬКУ УЧАСТЬ В УКРАЇНІ»

Дослідження проводилося в червня 2022 в межах Проекту Ради Європи «Зміцнення громадської участі у демократичному процесі прийняття рішень в Україні».

Мета дослідження полягала у тому, щоб за допомогою опитування з'ясувати потреби, стан та проблемні аспекти взаємодії інститутів громадянського суспільства, жителів громад та органів місцевого самоврядування у період дії воєнного стану.

В анкетуванні взяли участь 145 респондентів, з них 87 жінок. Основними суб'єктами, які взяли участь в опитуванні були громадські об'єднання, благодійні організації, волонтери та активні жителі.

Результати дослідження - [за посиланням](#)

РІВНІ ЗАЛУЧЕННЯ (Девід Вілцокс - Шеррі Арнштейн)

1. Інформування
2. Консультації
3. Спільне ухвалення рішень (Діалог)
4. Спільна діяльність (Партнерство)
5. Підтримка місцевих ініціатив (Делегування)

РІВЕНЬ: ІНФОРМУВАННЯ

Зазвичай складається з одностороннього надання інформації від органів державної влади, де не потрібно і не очікується взаємодії або участі

ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМУВАННЯ

- оприлюднення інформації на сайті
- оприлюднення інформації в соціальних мережах
- публікації інформації в місцевих ЗМІ
- відповіді на запити на отримання публічної інформації
- щорічне звітування голови

РІВЕНЬ: КОНСУЛЬТАЦІЇ

Органи влади просять населення висловити їхню думку стосовно конкретного питання або процесу.

Ініціаторами та авторами тем є **органи влади**, а не населення.

ІНСТРУМЕНТИ КОНСУЛЬТАЦІЙ

- консультації через загальні збори
- відкриті засідання місцевої ради
- різноманітні форми опитування
- експертні консультації
- громадські приймальні депутатів
- публічні консультації: конференції, круглі столи, стратегічні сесії, оприлюднення проектів рішень для отримання зворотного зв'язку

РІВЕНЬ: ДІАЛОГ

Будь-яка з сторін може ініціювати діалог.

Його межі можуть коливатись від відкритих громадських слухань до спеціалізованих нарад

ІНСТРУМЕНТИ ДІАЛОГУ

- консультативно-дорадчі органи
- громадська експертиза
- місцеві ініціативи
- діалог через громадські слухання та загальні збори
- електронні петиції
- сприяння роботі органів самоорганізації населення
- спільні робочі групи
- електронні звернення

РІВЕНЬ: ПАРТНЕРСТВО

Це наступний рівень залучення,
де населення та органи влади тісно співпрацюють

ІНСТРУМЕНТИ ПАРТНЕРСТВА

- конкурси проектів для інститутів громадянського суспільства
- спільні проекти, побудовані на принципах співфінансування
- спільна розробка рішень
- спільна розробка та виконання програм розвитку

РІВЕНЬ: ДЕЛЕГУВАННЯ

Влада виконує завдання громадськості та підтримує незалежні громадські ініціативи, діяльність організацій громадянського суспільства.

ІНСТРУМЕНТИ ДЕЛЕГУВАННЯ

- ОСН
- Громадський бюджет
- Соціальне замовлення

ЗАКОНОДАВЧА БАЗА

Закон України «**Про місцеве самоврядування в Україні**» (від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР) дещо наповнює змістом суть народовладдя в Україні, вказуючи, зокрема, на окремі форми участі громадян у місцевому самоврядуванні та особливості їх застосування:

- місцеві референдуми (*стаття 7*);
- загальні збори громадян (*стаття 8*);
- місцеві ініціативи (*стаття 9*);
- громадські слухання (*стаття 13*);
- органи самоорганізації населення (*стаття 14*).

ЗАКОНОДАВЧА БАЗА

Перед місцевими радами стоїть важливе завдання – запровадити чіткі правові механізми участі громади у процесі вирішення питань місцевого значення. До мінімального обов'язкового набору правових механізмів відносимо:

1. Статут територіальної громади.
2. Положення «Про місцеву ініціативу».
3. Положення «Про громадські слухання» (додаток до статуту).
4. Положення «Про загальні збори (конференції) членів територіальної громади за місцем проживання» (додаток до статуту).
5. Порядок консультацій із громадськістю.
6. Порядок сприяння проведенню громадської експертизи діяльності ОМС.
7. Порядок делегування ОСН окремих повноважень відповідної місцевої ради, фінансів та майна.
8. Інші

ГРОМАДСЬКІ СЛУХАННЯ

ЗУ «Про місцеве самоврядування»

Стаття 13. Громадські слухання

1. Територіальна громада має право проводити громадські слухання - зустрічатися з депутатами відповідної ради та посадовими особами місцевого самоврядування, під час яких члени територіальної громади можуть заслуховувати їх, порушувати питання та вносити пропозиції щодо питань місцевого значення, що належать до відання місцевого самоврядування.
2. Громадські слухання проводяться не рідше одного разу на рік.
3. Пропозиції, які вносяться за результатами громадських слухань, підлягають обов'язковому розгляду органами місцевого самоврядування.
- 4. Порядок організації громадських слухань визначається статутом територіальної громади.**

МІСЦЕВІ ІНІЦІАТИВИ

ЗУ «Про місцеве самоврядування»

Стаття 9. Місцеві ініціативи

1. Члени територіальної громади мають право ініціювати розгляд у раді (в порядку місцевої ініціативи) будь-якого питання, віднесеного до відання місцевого самоврядування.
2. Порядок внесення місцевої ініціативи на розгляд ради визначається представницьким органом місцевого самоврядування або статутом територіальної громади.

ЗАГАЛЬНІ ЗБОРИ

ЗУ «Про місцеве самоврядування»

Стаття 8. Загальні збори громадян

1. Загальні збори громадян за місцем проживання є формою їх безпосередньої участі у вирішенні питань місцевого значення.
2. Рішення загальних зборів громадян враховуються органами місцевого самоврядування в їх діяльності.
3. Порядок проведення загальних зборів громадян за місцем проживання визначається законом та **статутом територіальної громади.**

Електронна петиція

ЗУ Про звернення громадян

Стаття 23-1. Електронна петиція, порядок її подання та розгляду Вимоги до кількості підписів громадян на підтримку електронної петиції до органу місцевого самоврядування та строку збору підписів визначаються статутом територіальної громади.

ІНШІ МЕХАНІЗМИ ЗАЛУЧЕННЯ

- Консультації з громадськістю - річний план консультацій
- Консультативно-дорадчі органи (громадські ради)
- Громадська експертиза
- Органи самоорганізації населення
- Бюджет участі (Громадський бюджет)
- Конкурси проєктів для місцевих громадських організацій, соціальне замовлення
- Різні форми опитування (електронні опитування, скриньки відгуків та пропозицій тощо)
- Проведення круглих столів, конференцій, робочих груп тощо
- Інші формати?..

Особливості застосування інструментів участі в умовах воєнного стану

Громадські слухання, загальні збори в умовах воєнного стану проводити можна

Відповідно до частини першої статті 19 Закону України "Про правовий режим воєнного стану" передбачається заборона проведення страйків, масових зібрань та акцій.

Військове командування разом з військовою адміністрацією можуть самостійно або із залученням органів місцевого самоврядування забороняти проведення мирних зборів, мітингів, походів і демонстрацій, інших масових заходів або вимагати погодження відповідно до пункту 8 статті 8 ЗУ «Про правовий режим воєнного стану».

Детальна аргументація щодо особливостей проведення [за посиланням](#).

У жовтні Кабінет Міністрів України [вніс зміни](#) до Порядку проведення громадських слухань щодо врахування громадських інтересів під час розроблення проєктів містобудівної документації на місцевому рівні.

Введено можливість проведення громадських слухань в режимі відеоконференції.



НЕ ВТРАТИТИ ГРОМАДСЬКИЙ ЗАПАЛ

Типова Програма сприяння розвитку волонтерства *** територіальної громади на 2023-2027 роки за посиланням.



ПРО ГРОМАДСЬКІ РАДИ

16 серпня 2022 році для унормування діяльності громадських рад **при органах виконавчої влади** під час воєнного стану Урядом було внесено зміни до вже вище згаданої Постанови КМУ № 996, де тепер передбачається, що на період воєнного стану:

- формування нового складу громадських рад не проводиться, а розпочинається за 6 місяців після закінчення дії воєнного стану;
 - строк повноважень діючих громадських рад продовжується до затвердження нового складу громадської ради;
 - членам громадської ради за рішенням органу може обмежуватися доступ до приміщень, в яких він розміщений та можливість залучення до своєї роботи працівників органу;
 - за рішенням органу на його офіційному веб-сайті інформація щодо діяльності громадської ради може не оприлюднюватися або оприлюднюватися не в повному обсязі (з подальшим оприлюдненням протягом шести місяців з дня припинення чи скасування воєнного стану).
- Рішення для ОМС має рекомендаційний характер.**

КОНСУЛЬТАЦІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Висловлюй позицію.
Відстоюй рішення.
Впливай на майбутнє!



ВІДКРИТЕ МІСТО

Позначай проблему.
Отримуй результат.
Впливай на майбутнє!



МІСЦЕВІ ПЕТИЦІЇ

Ініціюй петиції.
Підтримуй важливі.
Впливай на майбутнє!



Дія Дія.Цифрова Громада

Чат-бот

Увійти

Сайт і чат-бот для громад

Конструктор, з яким можна побудувати зручну взаємодію
місцевої влади з громадою

Підключити громаду

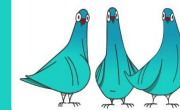
СВОЇ

Чат-бот твоєї громади

TELEGRAM



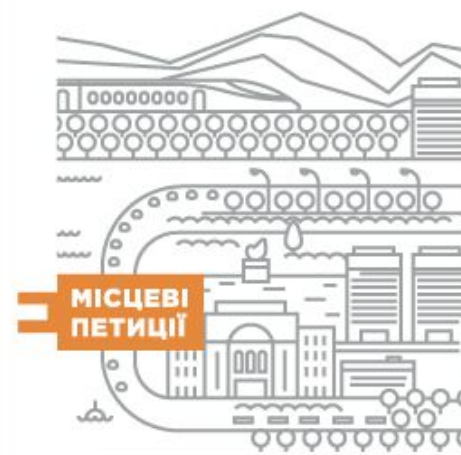
VIBER



DEM

платформа
електронної
демократії

Платформа інструментів
та сервісів е-демократії,
якими користуються
близько 250 громад України



ЯК ЗАЛУЧИТИ ВПО ДО МЕХАНІЗМІВ УЧАСТІ В ГРОМАДІ?

Інструменти локальної демократії часто залишаються недоступними для ВПО

- громадські слухання
- електронні петиції
- місцеві ініціативи
- бюджети участі
- загальні збори
- участь в консультативно-дорадчих органах

Оскільки ВПО здебільшого не мають реєстрації за місцем теперішнього проживання.

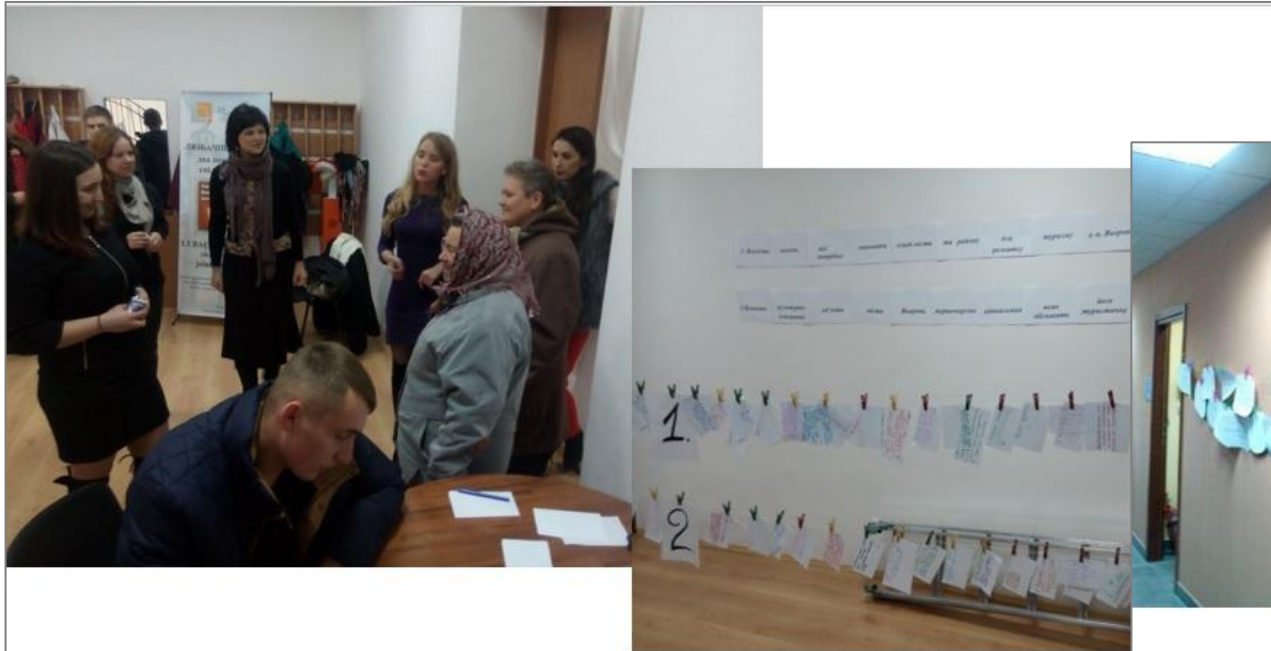
ЯК ЗАЛУЧИТИ ВПО ДО МЕХАНІЗМІВ УЧАСТІ В ГРОМАДІ?

Частково виправити ситуацію на місцевому рівні можна через внесення змін до статутів та положень, регламентів тощо - надати можливість ВПО використовувати інструменти участі за умови підтвердження **документами про фактичне проживання** (договір оренди, довідка з роботи тощо).

Але не вирішується все одно проблема цифрового підпису - тому ВПО є обмеженими в інструментах цифрової демократії.

Ще один інструмент - громадські ради ВПО та адресні консультації.

Неформальні методи залучення жителів: український та іноземний досвід



С. ЯВОРІВ (ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСТЬ)

Проект «Впровадження заходів щодо покращення інфраструктури міського парку м. Яворова»

Метод «**Висячі питання**»



ЦЕНТР ІНТЕГРАЦІЇ ЖИТЕЛІВ «БАРТЛОМЕЯ» НА ВАРШАВСЬКОМУ СЛУЖЕВЦІ

Один з елементів аналізу (разом з майстер-класами, розмовами, анкетами)

Використовувався під час балу сеньйора

Коротке питання: «Що Ви хотіли б в Центрі «Бартломея»»

[Детальніше про методологію за посиланням](#)

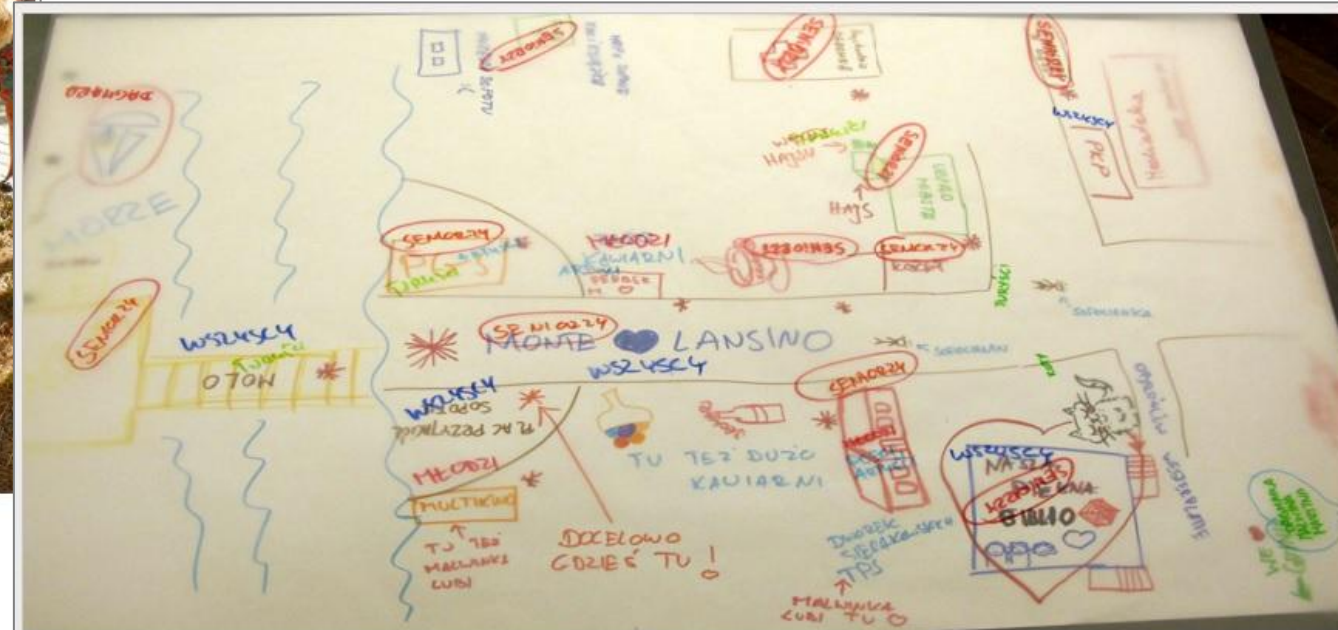


М. НОВА КАХОВКА (ХЕРСОНЬСЬКА ОБЛАСТЬ)

Проект «Затишне місто. Відкрите місто»

Гендерне мапування

Детальніше про методологію [за посиланням](#)



М. СОПОТ, ПОЛЬЩА

Вікові групи (молодь, діти, старші люди, всі...) нанесені на карту міста



ГРОМАДСЬКІ КОНСУЛЬТАЦІЇ «БІЛЬШЕ СВІТЛА!»

Мета: розробка принципів оптимального розташування ліхтарів (а також їхньої кількості і покриття) на кількох подвір'ях у Варшаві.
Жителі показували місця, які, на їхню думку, треба освітити додатково.
Жителі, люди, які не знають околиці...

[Детальніше про методологію за посиланням](#)



М. СТОРОЖИНЕЦЬ (ЧЕРНІВЕЦЬКА ОБЛАСТЬ)

Проект «За чистоту довкілля, за чистоту річок»

Дослідницька прогулянка та фото документація стихійних сміттєзвалищ біля річки

ЗАПИТАННЯ?



EMAIL: pavlo.pushchenko@prosto.in.ua

FB: [/pavlo.pushchenko/](https://www.facebook.com/pavlo.pushchenko/)

Ця презентація розроблена експертами проєкту PROSTO «Підтримка доступності послуг в Україні».

Проєкт фінансується Урядом Швеції та реалізується шляхом делегованого співробітництва дочірньою компанією Шведської асоціації муніципалітетів та регіонів (SALAR).

Зміст цієї публікації не обов'язково відображає погляди згаданих донорів.

www.prosto.in.ua

грудень, 2022

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

www.prosto.in.ua