



ВЕЛИКОБЕРЕЗОВИЦЬКА СЕЛИЩНА РАДА

ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

Р І Ш Е Н Н Я

від 14 січня 2026 року № 6

Про затвердження Положення про комунікацію у Великобerezовицькій селищній раді

Відповідно статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Закону України «Про доступ до публічної інформації», з метою встановлення єдиних стандартів взаємодії селищної ради з громадськістю, забезпечення відкритості та прозорості діяльності органу місцевого самоврядування, а також розбудови ефективних каналів інформування мешканців громади для зміцнення довіри до влади, виконавчий комітет Великобerezовицької селищної ради

ВИРІШИВ:

1. Затвердити Положення про комунікацію у Великобerezовицькій селищній раді, що додається.
2. Відділу цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю оприлюднити це рішення на офіційному вебсайті Великобerezовицької селищної ради у порядку, встановленому законодавством.
3. Контроль за виконанням даного рішення покласти на заступника селищного голови з питань діяльності виконавчих органів ради Андрія КОЛІСНИКА.

Селищний голова

Андрій ГАЛАЙКО

ПОЛОЖЕННЯ

про комунікацію у Великоберезовицькій селищній раді

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Мета та завдання Положення

- 1.1.1. Це Положення визначає єдині підходи, правила та стандарти комунікаційної діяльності Великоберезовицької селищної ради та її виконавчих органів.
- 1.1.2. Мета Положення – забезпечити відкрити, достовірну, послідовну та безпечну комунікацію з жителями громади, державними органами, партнерами, ЗМІ та іншими цільовими аудиторіями.
- 1.1.3. Основні завдання Положення:
- визначення системи офіційних каналів комунікації;
 - встановлення стандартів підготовки й поширення інформації;
 - регулювання взаємодії між структурними підрозділами у процесі комунікації;
 - забезпечення прозорості діяльності органів місцевого самоврядування;
 - формування довіри та підзвітності перед громадою;
 - визначення принципів кризових, проектних та внутрішніх комунікацій.

1.2. Правові підстави

- 1.2.1. Положення розроблене відповідно до:
- Конституції України;
 - Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»;
 - Закону України «Про інформацію»;
 - Закону України «Про доступ до публічної інформації»;
 - Закону України «Про захист персональних даних»;
 - Закону України «Про правовий режим воєнного стану»;
 - інших нормативно-правових актів, що регулюють інформаційні відносини.
- 1.2.2. Положення узгоджується з внутрішніми документами громади та не суперечить чинному законодавству України.

1.3. Сфера застосування

- 1.3.1. Положення є обов'язковим для:
- селищного голови;
 - депутатів селищної ради (у межах їхніх офіційних комунікацій);
 - виконавчого комітету;
 - керівників та працівників структурних підрозділів;
 - комунальних підприємств, установ і закладів, що здійснюють публічні комунікації від імені громади.

1.3.2. Вимоги Положення поширюються на всі форми комунікації: офіційний вебсайт, соціальні мережі, публічні заходи, друковані та електронні матеріали, ЗМІ, офлайн-інформування, месенджери, внутрішні комунікації, кризові повідомлення.

1.4. Терміни та визначення

У цьому Положенні терміни вживаються в таких значеннях:

- Офіційні комунікації громади – повідомлення, що поширюються від імені селищної ради та її виконавчих органів.
- Канал комунікації – будь-який інструмент, через який громада поширює офіційну інформацію.
- Комунікаційний матеріал – текст, допис, інфографіка, відео, аудіо чи інший контент, створений для поширення інформації.
- Кризові комунікації – комунікації у надзвичайних, критичних або непередбачених ситуаціях, що потребують швидкого реагування.
- Цільові аудиторії – групи людей, для яких призначена інформація громади.
- Публічна інформація – інформація, що створена або отримана органами місцевого самоврядування в межах їхніх повноважень.

1.5. Принципи комунікації

Комунікаційна діяльність громади здійснюється на основі таких принципів:

- достовірність – поширення лише перевірених і точних даних;
- відкритість і прозорість – забезпечення доступу громадян до інформації щодо діяльності громади;
- регулярність – своєчасне оновлення інформації у всіх каналах;
- послідовність і єдність меседжів – узгодженість змісту повідомлень між усіма підрозділами;
- зрозумілість – доступна та лаконічна мова, без надмірної термінології;
- інклюзивність – врахування потреб різних груп населення;
- незалежність від політичної агітації – заборона використання офіційних каналів для просування політичних інтересів;
- безпека – недопущення поширення чутливої інформації, особливо під час воєнного стану.

1.6. Взаємодія з внутрішніми документами громади

1.6.1. Положення застосовується разом із:

- Регламентом роботи селищної ради;
- іншими документами, що регулюють інформаційну діяльність.

1.6.2. Якщо норми інших документів суперечать цьому Положенню, застосовуються норми Положення про комунікацію, якщо інше не визначено законодавством.

2. ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Структура та відповідальні особи

2.1.1. Організацію та координацію комунікаційної діяльності громади здійснює відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю (далі – Відділ).

2.1.2. До комунікаційної діяльності залучаються:

- структурні підрозділи селищної ради;
- комунальні підприємства та установи – у межах своїх повноважень;
- відповідальні особи, визначені керівниками підрозділів.

2.1.3. Офіційні повідомлення від імені громади можуть публікувати виключно:

- селищний голова;
- секретар ради;
- керівники структурних підрозділів – за погодженням з Відділом;
- Відділ комунікацій.

2.2. Повноваження та функції Відділу цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю:

- забезпечує інформаційне висвітлення діяльності селищної ради та її виконавчих органів;
- формує та реалізує комунікаційну політику громади;
- організовує роботу офіційних каналів комунікації;
- готує та погоджує інформаційні матеріали перед публікацією;
- здійснює фактчекінг та верифікацію даних;
- забезпечує кризові комунікації та швидке реагування у надзвичайних ситуаціях;
- аналізує інформаційний простір і надає рекомендації керівництву;
- модерує офіційні сторінки громади в соціальних мережах;
- забезпечує дотримання брендбуку громади;
- веде архів комунікаційних матеріалів;
- готує регулярні звіти про інформаційну діяльність.

2.3. Взаємодія між структурними підрозділами громади

2.3.1. Підрозділи зобов'язані:

- оперативно надавати Відділу повну й точну інформацію;
- погоджувати матеріали, що плануються до публікації;
- забезпечувати своєчасне інформування про події, рішення, заходи.

2.3.2. Відділ забезпечує:

- редагування та стандартизацію поданих матеріалів;
- перевірку інформації перед публікацією;
- узгодження меседжів між усіма підрозділами.

2.3.3. Усі публікації, що стосуються діяльності громади, мають проходити погодження з Відділом, крім випадків, визначених у кризових протоколах.

2.4. Основні стандарти підготовки інформаційних матеріалів

2.4.1. Інформаційні матеріали мають бути:

- точними, повними та перевіреними;
- зрозумілими та написаними доступною мовою;
- лаконічними та структурованими;

- візуально оформленими відповідно до брендбуку громади;
- підготовленими з дотриманням норм українського правопису.

2.4.2. Забороняється публікація:

- неперевірених даних;
- інформації, що містить оцінкові судження чи політичну агітацію;
- недостовірних тверджень або маніпулятивних формулювань;
- матеріалів, що порушують вимоги безпеки під час воєнного стану.

2.4.3. Усі офіційні тексти повинні містити:

- чіткий заголовок;
- суть питання;
- джерело або підставу інформації (рішення, доручення, закон);
- контактну особу (за необхідності).

2.5. Вимоги до вичерпності, точності та фактчекінгу

2.5.1. Кожна публікація повинна базуватися на офіційно підтверджених даних.

2.5.2. У випадку сумніву або неповної інформації – публікація відкладається до уточнення факту.

2.5.3. Дані перевіряються за принципом «двох джерел», якщо це можливо.

2.5.4. Відділ комунікацій забезпечує:

- перевірку статистики та цифр;
- узгодження формулювань;
- усунення ризиків спотворення інформації.

3. КАНАЛИ ОФІЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ГРОМАДИ

3.1. Види каналів комунікації

3.1.1. До офіційних каналів комунікації Великоберезовицької громади належать:

- офіційний вебсайт громади;
- офіційні сторінки у соціальних мережах;
- публічні заходи та офлайн-формати інформування;
- масові канали оперативного інформування (оголошення, SMS-розсилки, гучномовці тощо);
- засоби масової інформації;
- візуальні та графічні матеріали;
- інші канали, визначені Відділом комунікацій відповідно до потреб громади.

3.1.2. Всі офіційні канали комунікації адмініструються або контролюються Відділом комунікацій.

3.2. Офіційний вебсайт громади

3.2.1. Офіційний вебсайт є головним джерелом достовірної, повної та перевіреної інформації про діяльність громади.

3.2.2. На вебсайті розміщується:

- інформація про діяльність органів місцевого самоврядування;
- рішення ради та виконавчого комітету;
- проекти нормативних актів;
- оголошення, новини, роз'яснення;
- інформація про надання адміністративних послуг;
- контактні дані структурних підрозділів;
- інформація, визначена Законом України «Про доступ до публічної інформації».

3.2.3. Відділ забезпечує:

- актуальність та своєчасне оновлення інформації;
- якісне структуроване подання матеріалів;
- дотримання вимог щодо доступності (в т.ч. WCAG);
- коректне використання візуальної айдентики громади.

3.2.4. Забороняється розміщення на вебсайті:

- інформації, що не відповідає фактичним даним;
- політичної агітації;
- контенту, що містить ризики для безпеки у період воєнного стану.

3.3. Офіційні сторінки у соціальних мережах

3.3.1. Соціальні мережі слугують каналом оперативного інформування, комунікації та взаємодії з жителями громади.

3.3.2. Адміністрування офіційних сторінок здійснює виключно Відділ.

3.3.3. У соціальних мережах публікується:

- оперативна інформація, оголошення, новини;
- офіційні роз'яснення та позиції громади;
- інформація про події, заходи та проекти;
- матеріали, що формують позитивний імідж громади;
- гуманітарні чи кризові повідомлення (згідно з окремими протоколами).

3.3.4. На сторінках у соціальних мережах забороняється:

- неузгоджені публікації від інших структурних підрозділів;
- політична агітація;
- коментарі від імені громади без офіційного погодження;
- оприлюднення персональних даних та інформації з обмеженим доступом.

3.4. Публічні заходи та офлайн-комунікація

3.4.1. Публічні заходи є важливим інструментом відкритого діалогу між громадою та мешканцями.

3.4.2. До офлайн-комунікації належать:

- громадські слухання та консультації;
- зустрічі з жителями;
- презентації проектів;

- брифінги та пресконференції;
- інформування через стенди, друковані матеріали та оголошення.

3.4.3. Публічні заходи мають відповідати принципам:

- відкритості;
- доступності;
- інклюзивності;
- достовірності поданої інформації.

3.4.4. Матеріали для публічних заходів готуються або погоджуються Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю.

3.5. Масові канали оперативного інформування

3.5.1. До масових каналів відносяться:

- SMS-розсилки;
- гучномовні оповіщення;
- друковані оголошення;
- електронні дошки інформації;
- інші канали масового інформування, визначені рішенням громади.

3.5.2. Ці канали використовуються у випадках:

- термінового сповіщення населення;
- кризових або надзвичайних ситуацій;
- оперативних адміністративних оголошень.

3.5.3. Зміст таких повідомлень має бути максимально коротким, точним та узгодженим.

3.6. Робота із засобами масової інформації

3.6.1. Офіційна взаємодія зі ЗМІ здійснюється виключно Відділом або уповноваженими посадовими особами.

3.6.2. Форми взаємодії зі ЗМІ:

- пресрелізи;
- брифінги та пресконференції;
- інтерв'ю та коментарі;
- запити від журналістів.

3.6.3. Відповідь на запити ЗМІ готується у строки, визначені законодавством.

3.6.4. Усі коментарі від імені органів місцевого самоврядування мають бути погоджені з Відділом.

3.6.5. Забороняється передавати журналістам неперевірену, неповну або чутливу інформацію.

3.7. Візуальні матеріали та графіка

3.7.1. Візуальні матеріали (фото, відео, інфографіка) є офіційними комунікаційними продуктами громади.

3.7.2. Вони мають відповідати:

- брендбуку громади;

- вимогам безпеки;
- стандартам якості та чіткості.

3.7.3. Під час воєнного стану забороняється оприлюднювати матеріали, що можуть розкривати:

- розташування критичної інфраструктури;
- військові об'єкти та техніку;
- інформацію про оборонні заходи.

3.7.4. Відділ веде архів візуальних матеріалів і забезпечує їх коректне зберігання.

4. СТАНДАРТИ ВИКОРИСТАННЯ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ

4.1. Загальні вимоги

4.1.1. Використання всіх офіційних каналів комунікації здійснюється відповідно до цього Положення та законодавства України.

4.1.2. Інформація, що публікується, має бути:

- достовірною та перевіреною;
- чіткою та доступною для сприйняття;
- структурованою;
- поданою державною мовою;
- узгодженою з Відділом комунікацій.

4.1.3. Усі матеріали повинні відповідати принципам:

- відкритості;
- точності;
- нейтральності;
- безпеки;
- відсутності політичної агітації;
- захисту персональних даних.

4.1.4. Інформаційні матеріали, підготовлені іншими підрозділами, не можуть бути опубліковані без погодження з Відділом.

4.2. Вимоги до стилю, тону та мови

4.2.1. Тон офіційних комунікацій має бути:

- коректним;
- професійним;
- лаконічним;
- нейтральним;
- недискримінаційним;
- орієнтованим на громаду.

4.2.2. Забороняється використання:

- емоційно забарвлених висловів;
- суб'єктивних оцінок;

- політичних, дискримінаційних чи маніпулятивних формулювань;
- неофіційних скорочень, жаргону або сленгу.

4.2.3. Контент має відповідати нормам українського правопису та стандартам офіційно-ділового стилю.

4.2.4. Усі матеріали повинні бути адаптовані до потреб різних аудиторій (простий виклад, пояснення термінів, інклюзивність).

4.3. Дотримання брендбуку та айдентики

4.3.1. Візуальне оформлення матеріалів здійснюється відповідно до брендбуку громади (логотип, кольорова гамма, шрифти, структура макетів).

4.3.2. Забороняється:

- змінювати логотип або елементи айдентики;
- використовувати сторонні логотипи без дозволу;
- створювати візуальний контент, який не відповідає брендбуку;
- застосовувати графічні елементи, що суперечать стилю громади.

4.3.3. У разі використання логотипів партнерів чи донорів необхідно дотримуватись їхніх гайдлайнів та правил.

4.3.4. Усі нові шаблони, макети та графічні елементи затверджує Відділ.

4.4. Політика модерації та взаємодії з громадянами

4.4.1. Взаємодія з аудиторіями у соціальних мережах, месенджерах та під час публічних заходів здійснюється на основі:

- поваги;
- відкритості;
- недискримінації;
- дотримання правил.

4.4.2. Модерація коментарів здійснюється відповідно до Політики модерації (Додаток), яка визначає:

- правила поведінки користувачів;
- правила видалення коментарів;
- обмеження доступу;
- критерії неналежного контенту.

4.4.3. Відповіді на коментарі надаються коректно, вчасно та в межах компетенції.

4.4.4. Заборонено:

- вступати у конфлікти в коментарях;
- висловлювати суб'єктивну думку від імені громади;
- приховувати конструктивну критику.

4.5. Політика публікації фото- та відеоматеріалів

4.5.1. Публікація фото- і відеоматеріалів здійснюється з дотриманням:

- авторського права;
- правил безпеки;

- законодавства про захист персональних даних.

4.5.2. Не допускається:

- розкриття адрес, місць проживання, персональних даних без дозволу;
- публікація зображень дітей без згоди батьків чи опікунів;
- демонстрація об'єктів критичної інфраструктури або військових об'єктів.

4.5.3. У воєнний час категорично забороняється:

- публікація матеріалів, що можуть нести загрозу безпеці;
- позначення геолокації;
- відтворення маршрутів, руху техніки або об'єктів оборони.

4.5.4. Фото- та відеоматеріали мають відповідати вимогам якості та бути погодженими з Відділом.

4.6. Заборонена інформація та контент

4.6.1. Забороняється публікація:

- фейкової, недостовірної або неперевіреної інформації;
- особистих думок посадових осіб від імені громади;
- інформації, що містить політичну агітацію;
- контенту, що може завдати шкоди репутації громади без фактичних підстав;
- чутливої інформації (службової, конфіденційної, оборонної);
- матеріалів із порушенням авторського права.

4.6.2. Уся інформація, що може мати ознаки ризику для безпеки, проходить додаткову перевірку Відділом комунікацій та відповідальними службами.

5. КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ГРОМАДИ

5.1. Загальні меседжі громади

5.1.1. Офіційні комунікації громади ґрунтуються на таких ключових меседжах:

- Громада працює відкрито і підзвітно – кожне рішення має чітке юридичне та фінансове обґрунтування.
- Кожен мешканець важливий – громада діє в інтересах людей та їхніх потреб.
- Ми розвиваємося системно – розвиток базується на стратегії, даних та відповідальних рішеннях.
- Рішення ухвалюються професійно – всі кроки громади спираються на факти, експертизу та законодавство.
- Ми піклуємось про безпеку – інформація подається з урахуванням вимог воєнного часу.
- Громада відкрита до діалогу – мешканці можуть впливати на рішення та брати участь у формуванні політик.

5.1.2. Загальні меседжі використовуються в усіх інформаційних матеріалах, незалежно від каналу комунікації.

5.2. Меседжі для основних цільових аудиторій

5.2.1. Для жителів громади

- Ми оперативно інформуємо про всі важливі питання життя громади.

- Ваші звернення важливі – кожне опрацьовується відповідно до процедури.
- Громада забезпечує доступні та якісні послуги.

5.2.2. Для молоді та освітніх установ

- Молодь – пріоритет громади, ми підтримуємо розвиток і можливості.
- Освіта – основа майбутнього, громада інвестує у школи та заклади освіти.

5.2.3. Для бізнесу та інвесторів

- Громада – стабільний партнер для бізнесу.
- Ми підтримуємо інвестиції, прозорі процедури та сприятливий клімат.

5.2.4. Для державних і регіональних органів

- Громада дотримується законодавства та виконує державні програми.
- Ми готові до партнерства та взаємодії для розвитку регіону.

5.2.5. Для вразливих груп населення

- Громада забезпечує підтримку тим, хто її потребує.
- Ми створюємо умови доступності та рівних можливостей.

5.3. Меседжі для проєктних комунікацій

5.3.1. Усі проєктні матеріали базуються на таких меседжах:

- Проєкти громади спрямовані на розвиток і покращення якості життя.
- Кожен проєкт реалізується відповідно до вимог донорів і партнерів.
- Проєкти є прозорими — всі етапи реалізації та фінансування оприлюднюються.
- Ми звітуємо про результати — мешканці бачать зміни.

5.3.2. Проєктні меседжі мають бути чіткими, фактологічними та орієнтованими на результати.

5.4. Меседжі під час кризових ситуацій

5.4.1. Під час надзвичайних ситуацій застосовуються такі основні меседжі:

- Ми надаємо лише перевірену та офіційно підтверджену інформацію.
- Будь ласка, дотримуйтесь інструкцій офіційних служб — це питання безпеки.
- Громада працює над вирішенням ситуації.
- Ми інформуємо лише у межах, що не шкодять безпеці.
- Підтримка і допомога – пріоритет.

5.4.2. Кризові меседжі мають бути короткими, однозначними та узгодженими з відповідальними службами.

5.5. Єдність і послідовність повідомлень

5.5.1. Усі комунікаційні матеріали мають відповідати єдиній логіці та стилю громади.

5.5.2. Заборонено суперечливі або неузгоджені між собою повідомлення.

5.5.3. Відділ комунікацій забезпечує:

- єдність меседжів у всіх каналах;
- перевірку формулювань;
- стандартизацію ключових повідомлень;
- узгодження з керівництвом громади.

5.6. Меседж-бокс (Додаток)

5.6.1. Меседж-бокс – це структурований набір ключових повідомлень для різних тем, каналів і аудиторій.

5.6.2. Він містить:

- готові формулювання;
- варіанти для різних каналів;
- заборонені формулювання;
- рекомендовані терміни.

5.6.3. Меседж-бокс затверджується Відділом комунікацій та оновлюється за потреби.

6. ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ ГРОМАДИ

6.1. Внутрішні аудиторії

6.1.1. До внутрішніх аудиторій належать:

- селищний голова;
- депутати селищної ради;
- виконавчий комітет;
- керівники структурних підрозділів;
- працівники місцевого самоврядування;
- комунальні підприємства, установи та заклади.

6.1.2. Мета внутрішньої комунікації:

- забезпечити інформованість працівників;
- сприяти узгодженості рішень;
- забезпечити швидку взаємодію між підрозділами;
- забезпечити єдність меседжів.

6.1.3. Основні канали внутрішньої комунікації:

- офіційні листи та доручення;
- внутрішні наради;
- електронна пошта;
- внутрішні чати (за правилами створення та модерації);
- робочі групи.

6.2. Жителі громади

6.2.1. До основної зовнішньої аудиторії належать мешканці всіх населених пунктів громади незалежно від віку, статі, соціального статусу чи професії.

6.2.2. Цілі комунікації:

- забезпечення доступу до важливої, актуальної та зрозумілої інформації;
- формування довіри до органів місцевого самоврядування;
- залучення мешканців до ухвалення рішень та участі в житті громади;
- оперативне інформування у кризових ситуаціях.

6.2.3. Основні канали:

- офіційний вебсайт;
- соціальні мережі;
- оголошення та друковані матеріали;
- заходи для жителів;
- масові канали інформування (гучномовці, SMS).

6.3. Бізнес, інвестори та партнери

6.3.1. До цієї аудиторії належать:

- місцеві підприємці;
- фермерські господарства;
- підприємства та установи, що працюють на території громади;
- потенційні інвестори;
- донорські організації та проєктні партнери.

6.3.2. Цілі комунікації:

- інформування про можливості співпраці;
- створення сприятливих умов для розвитку бізнесу;
- забезпечення прозорості процедур;
- просування інвестиційних можливостей громади.

6.3.3. Основні канали:

- вебсайт (розділи про бізнес та інвестиції);
- презентації, форуми, зустрічі;
- соцмережі;
- інформаційні листи;
- пресрелізи щодо проєктів.

6.4. Молодь, освітні та культурні установи

6.4.1. До аудиторії належать:

- учні та студенти;
- молодіжні організації;
- заклади освіти, культури та спорту;
- виховники, педагоги, тренери, молодіжні лідери.

6.4.2. Цілі комунікації:

- інформування про можливості розвитку та участь у молодіжних проєктах;
- популяризація освітніх, культурних, спортивних програм;
- підтримка молодіжного потенціалу;
- поширення інформації про послуги та ініціативи громади.

6.4.3. Канали:

- соцмережі (особливо орієнтовані на молодь платформи);
- вебсайт;

- заходи в школах і закладах культури;
- партнерські проекти.

6.5. Вразливі групи населення

6.5.1. До цієї аудиторії належать:

- люди похилого віку;
- особи з інвалідністю;
- малозабезпечені сім'ї;
- внутрішньо переміщені особи;
- багатодітні сім'ї;
- інші групи, що потребують додаткової уваги.

6.5.2. Цілі комунікації:

- забезпечення доступності інформації;
- інформування про програми підтримки;
- роз'яснення процедур та послуг;
- залучення до соціальних проєктів.

6.5.3. Канали:

- прості та зрозумілі інформаційні матеріали;
- телефонні консультації;
- офлайн-інформування;
- партнерські організації;
- соцмережі (у доступному форматі).

6.6. Державні та регіональні структури

6.6.1. До аудиторії належать:

- районні, обласні та державні адміністрації;
- ДСНС, поліція, медичні установи;
- державні служби та агенції;
- військові структури;
- установи, що координують гуманітарну допомогу.

6.6.2. Цілі комунікації:

- координація дій у межах повноважень;
- виконання державних програм;
- інформаційна взаємодія у кризових ситуаціях;
- партнерство для реалізації проєктів.

6.6.3. Канали:

- офіційні листи та запити;
- робочі зустрічі;
- електронна пошта;

- узгоджені комунікаційні матеріали.

7. КРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ

7.1. Принципи кризової комунікації

7.1.1. Кризові комунікації здійснюються відповідно до принципів:

- оперативність – швидке реагування у межах підтверджених даних;
- точність – поширення тільки перевіреної інформації;
- єдиність голосу – публічні заяви робляться координовано та узгоджено;
- безпека – пріоритет збереження життя та захисту інформації;
- співпраця – узгоджені дії з ДСНС, поліцією, медичними та військовими структурами;
- зрозумілість – прості та чіткі формулювання без зайвих деталей;
- відсутність паніки – мінімізація ризиків дезінформації та панічних трактувань.

7.2. Антикризова група та відповідальні особи

7.2.1. Для координації кризових комунікацій створюється **Антикризова група**, до складу якої входять:

- селищний голова (керівник групи);
- секретар ради;
- керівник Відділу цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю;
- представники ДСНС, поліції, медичних служб (за потреби);
- інші відповідальні особи, визначені головою.

7.2.2. Відповідальність у кризовій ситуації:

- селищний голова – ухвалює рішення та затверджує ключові повідомлення;
- Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю – готує, перевіряє та поширює інформацію;
- профільні служби – надають дані, забезпечують експертні роз'яснення;
- інші підрозділи – діють у межах визначених повноважень.

7.2.3. Жоден структурний підрозділ або окремих працівник не має права публікувати інформацію від імені громади під час кризи без погодження.

7.3. Процедура реагування в перші хвилини

7.3.1. У разі надзвичайної ситуації алгоритм дій є таким:

1. Отримання первинної інформації

Відповідальна служба (ДСНС, поліція, медики) передає дані до селищного голови та Відділу цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю

2. Перевірка та уточнення інформації

Дані звіряються з офіційними джерелами. Публікація непідтверджених фактів заборонена.

3. Прийняття рішення

Антикризова група визначає:

- що можна публікувати;
- у якому обсязі;

- які дії рекомендуються мешканцям.

4. Підготовка першого офіційного повідомлення

Повідомлення має містити:

- підтверджений факт;
- коротку суть події;
- офіційні інструкції для мешканців (як діяти);
- застереження щодо непоширення неперевіреної інформації.

5. Оперативне поширення

Інформація публікується у:

- соціальних мережах;
- масових каналах;
- вебсайті громади (за можливості).

7.4. Канали та формат кризових повідомлень

7.4.1. Для кризового інформування використовуються такі канали:

- соцмережі (основний канал);
- гучномовці та системи оповіщення;
- SMS;
- сайт громади;
- партнерські сторінки (за потреби).

7.4.2. Повідомлення мають бути:

- максимально короткими;
- без зайвих деталей;
- без оцінок;
- орієнтованими на безпеку;
- узгодженими з відповідальними службами.

7.4.3. Формат повідомлень:

- короткі інструкції;
- попередження про небезпеку;
- роз'яснення дозволених дій;
- інформація про допомогу;
- наступні кроки влади.

7.5. Заборонений контент під час кризи

7.5.1. Категорично забороняється публікувати:

- неперевірені дані;
- інформацію, що може зашкодити безпеці;
- дані про локації, маршрути, техніку чи персонал оборонних служб;
- фото- та відеоматеріали з геолокацією;
- емоційні фрази, що можуть спричинити паніку;

- інформацію про потерпілих без офіційного підтвердження.

7.5.2. Заборонено використовувати неофіційні джерела для підготовки повідомлень.

7.5.3. У разі поширення фейків або дезінформації Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю готує:

- спростування;
- роз'яснення;
- інструкції для мешканців.

7.6. Післякризовий аналіз

7.6.1. Після завершення кризової ситуації Антикризова група проводить оцінку:

- швидкості та якості реагування;
- достатності інформації;
- коректності меседжів;
- взаємодії з населенням.

7.6.2. За результатами аналізу:

- готуються висновки та рекомендації;
- оновлюються шаблони кризових повідомлень;
- вдосконалюється процедура реагування.

7.6.3. Післякризовий звіт готує Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю та подає селищному голові.

8. КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ

8.1. Загальні вимоги

8.1.1. Комунікації в межах проєктів, що реалізуються Великоберезовицькою громадою або за її участі, здійснюються відповідно до цього Положення та вимог донорів і партнерських організацій.

8.1.2. Комунікації про проєкти мають бути:

- прозорими;
- фактологічними;
- своєчасними;
- узгодженими;
- орієнтованими на результат.

8.1.3. Забороняється поширювати неперевірену, передчасну або непогоджену інформацію про хід реалізації проєктів.

8.2. Комунікаційний план проєкту

8.2.1. Для кожного проєкту готується Комунікаційний план, який містить:

- мету комунікації;
- цільові аудиторії;
- ключові меседжі;
- основні канали та формати;
- відповідальних осіб;

- графік виконання;
- вимоги донорів щодо візуальної та текстової айдентики;
- порядок звітування та оцінки.

8.2.2. Комунікаційний план погоджується:

- керівником проєкту;
- Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю;
- за потреби – донором (якщо це входить до вимог).

8.2.3. План може бути адаптований залежно від етапу реалізації проєкту.

8.3. Вимоги донорів та партнерів

8.3.1. Усі комунікації мають відповідати:

- технічним рекомендаціям донора;
- правилам використання логотипів;
- вимогам до фото- та відеоматеріалів;
- вимогам щодо звітності;
- зобов'язанням, передбаченим договорами та меморандумами.

8.3.2. Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю контролює:

- відповідність матеріалів вимогам партнерів;
- коректність згадок про донорів;
- дотримання стандартів іміджу громади під час співпраці.

8.3.3. У випадку спільних проєктів усі публікації погоджуються між сторонами.

8.4. Публікація результатів та історій успіху

8.4.1. Інформація про реалізовані або триваючі проєкти має бути доступною та зрозумілою для мешканців громади.

8.4.2. Результати проєктів публікуються у вигляді:

- новинних матеріалів;
- інфографік;
- фото- та відеозвітів;
- презентацій;
- історій успіху (success stories).

8.4.3. Усі матеріали повинні:

- відповідати фактичним даним;
- зазначати джерело фінансування (якщо це вимагається);
- використовувати коректну айдентичку;
- бути погодженими з Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю.

8.5. Відповідальні у проєктах

8.5.1. Керівник проєкту відповідає за:

- надання достовірної інформації Відділу;

- своєчасне інформування про ключові етапи;
- дотримання вимог партнерів.

8.5.2. Відділ відповідає за:

- підготовку та публікацію матеріалів;
- узгодження меседжів;
- дотримання візуальних і текстових стандартів.

8.5.3. Жоден матеріал про проєкт не може бути опублікований без погодження з Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю.

8.6. Архів проєктних комунікацій

8.6.1. Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю веде архів:

- повідомлень;
- матеріалів;
- фото- та відеоконтенту;
- презентацій;
- звітів щодо реалізації проєктів.

8.6.2. Архів формується для:

- забезпечення прозорості;
- подальшого аналізу;
- звітності перед донорами та громадою;
- збереження історії розвитку громади.

8.6.3. Матеріали зберігаються відповідно до номенклатури справ.

9. ПУБЛІЧНА ІНФОРМАЦІЯ

9.1. Загальні положення

9.1.1. Публічна інформація – це інформація, що створена, отримана або зберігається органами місцевого самоврядування у процесі виконання своїх повноважень, та не належить до інформації з обмеженим доступом.

9.1.2. Доступ до публічної інформації забезпечується відповідно до Закону України “Про доступ до публічної інформації”.

9.1.3. Великоберезовицька громада гарантує:

- прозорість діяльності органів місцевого самоврядування;
- своєчасне та достовірне оприлюднення інформації;
- рівний доступ для всіх користувачів;
- дотримання вимог щодо захисту персональних даних та безпеки.

9.2. Оприлюднення публічної інформації

9.2.1. Публічна інформація оприлюднюється у таких формах:

- на офіційному вебсайті громади;
- у соціальних мережах;
- на інформаційних стендах;

- у друкованих матеріалах;
- через публічні заходи та консультації.

9.2.2. Обов'язковому оприлюдненню підлягають:

- рішення селищної ради та виконавчого комітету;
- проекти рішень, що потребують громадського обговорення;
- бюджети, звіти, стратегії та програми;
- відомості про використання бюджетних коштів;
- інформація про закупівлі;
- інформація про вакансії;
- нормативно-правові акти;
- інша інформація, визначена законодавством.

9.2.3. Інформація оприлюднюється:

- протягом 5 робочих днів з дня затвердження – для рішень та актів;
- у строки, визначені законом — для обов'язкових даних (бюджет, закупівлі тощо).

9.3. Запити на публічну інформацію

9.3.1. Запит на інформацію може бути поданий:

- письмово;
- електронною поштою;
- через онлайн-форму на сайті;
- телефоном;
- у будь-якій іншій доступній формі, що не суперечить закону.

9.3.2. Запит має містити:

- ім'я або найменування запитувача;
- контактні дані для відповіді;
- опис інформації, яку необхідно отримати.

9.3.3. Термін розгляду:

- до 5 робочих днів – стандартний термін;
- до 48 годин – у разі запиту інформації, що стосується екологічної ситуації, аварій, небезпеки або інших випадків, передбачених законом;
- до 20 робочих днів – якщо обсяг інформації є значним (з обґрунтуванням продовження).

9.4. Обмеження доступу

9.4.1. Доступ обмежується лише у випадках, передбачених законом, а саме:

- інформація з обмеженим доступом;
- конфіденційна інформація, персональні дані;
- службова інформація, що має гриф обмеження;
- інформація, поширення якої може завдати шкоди безпеці громади.

9.4.2. Обмеження здійснюється відповідно до “трискладового тесту”, що включає:

- наявність законної підстави;
- необхідність захисту інтересів;
- співмірність шкоди та користі.

9.4.3. Забороняється обмежувати доступ до інформації про:

- використання бюджетних коштів;
- стан довкілля;
- катастрофи та надзвичайні ситуації;
- інформацію, що має суспільний інтерес.

9.5. Відповідальні та процедура роботи з інформацією

9.5.1. За доступ до публічної інформації відповідає спеціально визначена посадова особа або підрозділ.

9.5.2. Відповідальна особа забезпечує:

- прийом та реєстрацію запитів;
- підготовку відповідей;
- оприлюднення документів;
- передачу інформації структурним підрозділам;
- ведення журналу обліку запитів;
- консультації для громадян.

9.5.3. Структурні підрозділи зобов'язані:

- надавати інформацію відповідальній особі у встановлені терміни;
- забезпечувати достовірність та повноту даних;
- дотримуватися вимог щодо захисту інформації.

9.6. Форми надання інформації

9.6.1. Інформація надається:

- у паперовій або електронній формі;
- у вигляді копій документів;
- у формі витягів;
- шляхом надання доступу до приміщень для ознайомлення з матеріалами.

9.6.2. Надання копій здійснюється безкоштовно, крім випадків, коли закон дозволяє відшкодування витрат на копіювання.

9.7. Облік, архів та зберігання

9.7.1. ОМС забезпечує належне зберігання:

- документів;
- електронних даних;
- рішень;
- звітів;
- реєстрів.

9.7.2. Матеріали зберігаються відповідно до номенклатури справ.

9.7.3. Відділ комунікацій співпрацює з архівом громади для:

- упорядкування документів;
- оцифрування;
- підтримки актуальних баз даних.

10. ВЗАЄМОДІЯ ІЗ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

10.1. Загальні положення

10.1.1. Взаємодія із засобами масової інформації здійснюється з метою забезпечення відкритості діяльності органів місцевого самоврядування та оперативного інформування громадськості.

10.1.2. Комунікації із ЗМІ будуються на принципах:

- достовірності;
- оперативності;
- неупередженості;
- професійності;
- безпеки;
- рівного доступу.

10.1.3. Забороняється поширювати коментарі або позицію громади, які не були погоджені з Відділом комунікацій.

10.2. Офіційні спікери громади

10.2.1. Право представляти позицію громади у ЗМІ мають:

- селищний голова;
- секретар ради;
- керівник Відділу цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю;
- інші визначені посадові особи (в межах компетенції).

10.2.2. Кожен спікер має коментувати виключно питання, які належать до його повноважень.

10.2.3. Заборонено давати коментарі від імені громади особам, які не уповноважені це робити.

10.3. Запити від ЗМІ

10.3.1. Журналісти можуть надсилати запити:

- електронною поштою;
- телефоном;
- через офіційні форми на сайті;
- письмово.

10.3.2. Відповіді на запити готуються Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю або відповідним підрозділом.

10.3.3. Термін відповіді:

- до 5 робочих днів – стандартно;
- до 48 годин – у разі суспільного інтересу або кризової ситуації;
- до 20 робочих днів – у випадку великого обсягу інформації (з обґрунтуванням).

10.4. Пресрелізи та офіційні заяви

10.4.1. Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю готує та поширює:

- пресрелізи;
- офіційні коментарі;
- заяви громади;
- інформаційні повідомлення.

10.4.2. Усі матеріали мають:

- бути фактологічними;
- містити підтвержену інформацію;
- не містити емоційних оцінок;
- відповідати стандартам журналістики та законодавству;
- бути погодженими перед публікацією.

10.4.3. Пресрелізи поширюються через:

- email-розсилку для журналістів;
- вебсайт громади;
- соціальні мережі;
- партнерські платформи.

10.5. Пресконференції, брифінги та коментарі

10.5.1. Організацію пресзаходів здійснює Відділ комунікацій.

10.5.2. Відділ забезпечує:

- підготовку теми та меседжів;
- логістику та технічну підтримку;
- запрошення журналістів;
- модерацію заходу.

10.5.3. Під час воєнного стану заборонено:

- оприлюднювати чутливу інформацію (локації, маршрути, техніку, персонал);
- проводити зйомку об'єктів, що мають стратегічне значення;
- допускати журналістів до територій із обмеженим доступом.

10.6. Акредитація представників ЗМІ

10.6.1. Акредитація застосовується:

- до великих подій;
- заходів із обмеженим доступом;
- офіційних візитів партнерів.

10.6.2. Для акредитації журналіст подає:

- ім'я та прізвище;
- ЗМІ, яке він представляє;
- контакти;

- документи, що підтверджують діяльність журналіста (за потреби).

10.6.3. Відділ має право:

- відмовити в акредитації у разі загрози безпеці;
- припинити акредитацію при порушенні правил.

10.7. Комунікаційна безпека

10.7.1. Під час взаємодії зі ЗМІ забороняється поширювати:

- інформацію з обмеженим доступом;
- дані, що можуть зашкодити роботі служб;
- інформацію військового чи оборонного характеру без погодження;
- дані про постраждалих без офіційного підтвердження.

10.7.2. Матеріали зі зйомок на території громади мають проходити перевірку перед публікацією у випадках, коли вони можуть зачіпати питання безпеки.

10.7.3. Відділ має право вимагати від редакцій видалення матеріалів, що порушують правила безпеки.

10.8. Відстеження та реагування на публікації

10.8.1. Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю здійснює моніторинг:

- ЗМІ;
- соціальних мереж;
- блогів;
- публічних платформ.

10.8.2. За потреби готуються:

- спростування;
- уточнення;
- роз'яснення;
- офіційна позиція громади.

10.8.3. У разі дезінформації або фейків діють відповідно до розділу про кризові комунікації.

11. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

11.1. Загальні положення

11.1.1. Соціальні мережі є одним із ключових каналів комунікації Великоберезовицької громади та використовуються для оперативного, достовірного й доступного інформування населення.

11.1.2. Ведення офіційних сторінок здійснюється відповідно до:

- цього Положення;
- законодавства України;
- правил безпеки воєнного стану;
- стандартів комунікацій та візуальної айдентики громади.

11.1.3. Офіційною вважається сторінка, створена або адміністрована Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю або за його погодженням.

11.2. Офіційні сторінки громади

11.2.1. До офіційних сторінок належать основна сторінка громади (Facebook, Instagram тощо);

11.2.2. Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю:

- контролює створення, наповнення та модерацію сторінок;
- надає технічні та контентні рекомендації;
- забезпечує єдиний стиль і принципи роботи.

11.2.3. Забороняється створення сторінок від імені громади без погодження.

11.3. Контент та його вимоги

11.3.1. Контент має бути:

- достовірним;
- своєчасним;
- корисним для мешканців;
- зрозумілим та лаконічним;
- візуально оформленим відповідно до айдентики громади.

11.3.2. Публікації поділяються на:

- новини та оголошення;
- інформацію про рішення та послуги;
- матеріали про проєкти;
- аналітичні та роз'яснювальні пости;
- освітній, соціальний і культурний контент;
- кризові повідомлення (за розділом 7).

11.3.3. Заборонено:

- неперевірені факти;
- особисті думки від імені громади;
- емоційні та оцінкові судження;
- суперечливі, маніпулятивні або політичні матеріали;
- порушення правил безпеки (локації, рух техніки тощо).

11.4. Тон та стиль комунікації

11.4.1. Комунікація має бути:

- нейтральною;
- професійною;
- ввічливою;
- зрозумілою широкій аудиторії;
- орієнтованою на жителів.

11.4.2. Заборонені:

- сарказм;
- емоційні оцінки;
- конфліктні формулювання;

- дискримінаційні висловлювання.

11.5. Частота та планування публікацій

11.5.1. Рекомендується підтримувати стабільний ритм публікацій:

- 1-2 пости щодня у період активної новинної повістки;
- 3-5 постів на тиждень у стандартний період.

11.5.2. Контент-план формується Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю на місяць і може змінюватися в залежності від подій.

11.6. Робота з коментарями

11.6.1. Коментарі модерує Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю або визначені адміністратори.

11.6.2. У коментарях заборонено:

- мову ворожнечі;
- образи та приниження;
- поширення фейків та маніпуляцій;
- політичну агітацію;
- коментарі, що загрожують безпеці;
- спам.

11.6.3. Алгоритм модерації:

1. попередження або відповідь із роз'ясненням;
2. приховування або видалення коментаря, що порушує правила;
3. блокування користувача у разі систематичних порушень.

11.6.4. Відповідь у коментарях має бути:

- короткою й по суті;
- нейтральною;
- без емоційних оцінок;
- у межах компетенції.

11.7. Робота в умовах кризи

11.7.1. У кризовий період діють правила розділу 7.

11.7.2. Публікуються лише:

- перевірені дані;
- офіційні інструкції;
- спростування фейків;
- повідомлення служб.

11.7.3. Заборонені:

- деталі, що можуть зашкодити безпеці;
- припущення;
- непідтверджені повідомлення;
- фото/відео з ризиками.

11.8. Відповідальність

11.8.1. Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю відповідає за:

- адміністрування сторінок;
- контент і планування;
- модерацію;
- дотримання айдентики;
- реагування на порушення.

11.8.2. Інші підрозділи зобов'язані надавати актуальну інформацію для оприлюднення.

11.8.3. Жоден пост не може бути опублікований без погодження з Відділом цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю.

12. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ

12.1. Загальні підходи

12.1.1. Оцінка ефективності комунікацій здійснюється з метою підвищення прозорості, покращення взаємодії з мешканцями та вдосконалення роботи органів місцевого самоврядування.

12.1.2. Оцінка базується на:

- об'єктивних даних;
- регулярності вимірювань;
- порівнянні результатів у динаміці;
- зворотному зв'язку від мешканців;
- рекомендаціях міжнародних партнерів та донорських організацій.

12.2. Основні індикатори ефективності

12.2.1. Кількісні показники

- охоплення публікацій у соцмережах;
- кількість переглядів на вебсайті;
- кількість взаємодій (лайки, коментарі, поширення);
- кількість звернень громадян;
- швидкість реагування на запити;
- кількість підписників офіційних сторінок;
- відвідуваність публічних заходів;
- кількість оприлюднених матеріалів.

12.2.2. Якісні показники

- зрозумілість інформації;
- відповідність тональності вимогам;
- рівень довіри мешканців;
- якість комунікацій у кризових ситуаціях;
- відповідність контенту айдентичі громади;
- рівень медіаграмотності аудиторії (оцінюється за потреби).

12.2.3. Спеціальні показники (для проєктів)

- виконання комунікаційного плану;
- охоплення цільових аудиторій;
- відповідність вимогам донорів;
- ефективність історій успіху;
- наявність вчасної та коректної звітності.

12.3. Методи збору даних

12.3.1. Дані для оцінки збираються через:

- аналітику соцмереж;
- статистику вебсайту;
- аналіз коментарів та зворотного зв'язку;
- опитування мешканців;
- моніторинг ЗМІ;
- звіти від структурних підрозділів;
- аналіз виконання комунікаційних планів.

12.3.2. За потреби використовуються:

- короткі онлайн-опитування;
- фокус-групи;
- аналіз кризових кейсів;
- експертні оцінки.

12.4. Періодичність оцінки

12.4.1. Щомісячна оцінка

- охоплення;
- активність аудиторії;
- кількість публікацій;
- своєчасність поширення інформації;
- робота з коментарями.

12.4.2. Квартальна оцінка

- динаміка росту аудиторії;
- ефективність каналів;
- якість взаємодії з мешканцями;
- результати вебаналітики;
- оцінка взаємодії із ЗМІ.

12.4.3. Річна оцінка

- досягнення стратегічних комунікаційних цілей;
- ефективність розділів Положення;
- відповідність роботи потребам громади;

- виконання проєктних комунікаційних планів;
- рекомендації на наступний рік.

12.5. Відповідальність

12.5.1. Відділ комунікацій відповідає за:

- збір та аналіз даних;
- підготовку звітів;
- формування рекомендацій;
- коригування контент-планів;
- оновлення методів оцінки.

12.5.2. Структурні підрозділи зобов'язані:

- надавати інформацію, необхідну для оцінки;
- брати участь у внутрішній комунікаційній звітності;
- реагувати на рекомендації.

12.6. Публічність результатів

12.6.1. Основні результати річної оцінки оприлюднюються:

- на вебсайті громади;
- у соціальних мережах;
- у підсумковому комунікаційному звіті.

12.6.2. Звіти можуть подаватися партнерам та донорам у межах проєктів.

12.7. Використання результатів

12.7.1. Результати оцінки застосовуються для:

- вдосконалення комунікаційних процесів;
- оновлення Положення (у разі потреби);
- планування наступного року;
- підвищення ефективності взаємодії з мешканцями;
- зміцнення прозорості та довіри.

13. ФІНАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

13.1. Набуття чинності

13.1.1. Це Положення набуває чинності з дня його затвердження рішенням виконавчого комітету Великоберезовицької селищної ради.

13.1.2. З моменту набуття чинності всі структурні підрозділи, комунальні підприємства, заклади та установи громади зобов'язані дотримуватися вимог цього Положення.

13.2. Контроль за виконанням

13.2.1. Контроль за виконанням цього Положення здійснює селищний голова або визначена ним посадова особа.

13.2.2. Відділ цифрової трансформації та зв'язків з громадськістю відповідає за:

- методичний супровід;
- роз'яснення норм Положення;

- моніторинг його застосування;
- підготовку пропозицій щодо оновлення.

13.3. Внесення змін і доповнень

13.3.1. Зміни до Положення вносяться рішенням виконавчого комітету селищної ради.

13.3.2. Підставами для внесення змін є:

- зміни законодавства України;
- зміни у структурі органів місцевого самоврядування;
- результати річної оцінки ефективності комунікацій;
- рекомендації Відділу комунікацій;
- потреби у вдосконаленні норм.

13.3.3. Пропозиції щодо змін подаються у письмовій формі та погоджуються з відповідальними підрозділами.

13.4. Особливі умови застосування

13.4.1. У період дії воєнного стану або надзвичайної ситуації окремі положення цього документа можуть застосовуватися в обмеженому режимі відповідно до правил безпеки.

13.4.2. Пріоритет надається:

- безпеці населення;
- оперативності та точності інформації;
- узгодженим кризовим комунікаціям.

13.4.3. Усі обмеження повинні мати підстави та бути погоджені з керівництвом громади.

13.5. Перегляд Положення

13.5.1. Положення переглядається щонайменше один раз на три роки або частіше – за рішенням селищного голови чи виконавчого комітету ради.

13.5.2. За підсумками перегляду можуть вноситися зміни, доповнення або нова редакція документа.

Секретар виконавчого комітету

Олександра КУЛЬЧИЦЬКА