

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ НА 2017-2021 РОКИ

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

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

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

Стратегія приділяє значну увагу сучасній і зрозумілій комунікації з громадянами, громадськими та експертними об'єднаннями, міжнародною спільнотою шляхом своєчасного донесення важливої інформації комунікаційними каналами Верховної Ради України (парламентські засоби масової інформації, веб-ресурси, сторінки в соціальних мережах, відповіді на звернення) та за допомогою вторинних каналів (незалежних засобів масової інформації, сайтів та сторінок у соціальних мережах окремих лідерів). Важливою складовою комунікаційної стратегії є забезпечення зворотного зв'язку з громадянами, громадськими об'єднаннями, засобами масової інформації та міжнародними аудиторіями, а саме: підзвітність громадськості, створення умов

для участі в законодавчих процесах та служити надійними вторинними каналами інформування про парламентські процеси.

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

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

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

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

I. Обґрунтування

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

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

У лютому 2016 року Місія Європейського парламенту з оцінки потреб під головуванням Президента Європейського парламенту Пета Кокса (2002-2004 рр.) розробила і презентувала «Доповідь та Дорожню карту щодо внутрішньої реформи та підвищення інституційної спроможності Верховної Ради України» (<http://dhrp.org.ua/uk/publikatsii/1/1120-20160411-ua-publication>). Місія Пета Кокса наголосила на необхідності підвищувати *комунікаційну спроможність Верховної Ради України* для забезпечення відкритості, прозорості парламенту та підзвітності громадянам.

Відповідним Розпорядженням Голови Верховної Ради України від 5 лютого 2016 року № 47 «Про деякі заходи щодо забезпечення відкритості процесу роботи Верховної Ради України, її органів, народних депутатів України та Апарату Верховної Ради України» було затверджено План дій з реалізації Декларації відкритості парламенту, склад Моніторингового комітету Ініціативи «Відкритий парламент» для виконання Плану та зобов'язано Апарат Верховної Ради України забезпечити виконання цього Плану <http://zakon5.rada.gov.ua/rada/show/47/16-%D1%80%D0%B3>. Згідно з Планом основними пріоритетами на шляху до всебічної прозорості парламентської діяльності стали: 1) доступ громадськості до інформації про парламентські процеси; 2) залучення компетентних груп громадськості до законотворчої діяльності; 3) безумовна підзвітність та прозорість діяльності парламенту України.

Запропонована п'ятирічна комунікаційна стратегія Верховної Ради України доповнює План дій з реалізації відкритості парламенту і ставить за мету посилення інституційної спроможності Верховної Ради України, здійснення сучасного, повного та неупередженого інформування про діяльність Верховної

Ради України у впровадженні демократичних перетворень та зміцнення позитивного іміджу парламенту.

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

II. Опис ситуації

Наразі у Верховної Ради України відсутня комунікаційна стратегія, що призводить до несистемного та неповного висвітлення діяльності парламенту і перешкоджає об'єктивному розумінню громадянами тих процесів, що відбуваються в єдиному законодавчому органі країни.

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

Кількість та різноманітність комунікаційних повідомлень парламенту є значними за обсягом, але **складними для сприйняття, не адаптованими до потреб аудиторій!!!** та своєчасними. Це стосується офіційних повідомлень для засобів масової інформації, наповнення веб-сайту, координації роботи комунікаційних підрозділів та міжнародних комунікацій парламенту.

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

Опитування ПРООН, проведене восени 2016 року дослідницькою компанією InMind Factum Group, показало, що 85% дорослих громадян отримують інформацію про діяльність Верховної Ради України з телевізійних новин, 44% – з телевізійних ток-шоу, 23% – з новин Інтернет-медіа та по 13% – із соціальних мереж та друкованих медіа (можна було надати кілька відповідей).

Основними джерелами новин про діяльність парламенту є телевізійні новини (85%) та ток-шоу (44%), де ньюзмейкерами з висвітлення роботи Верховної Ради України в українському медійному просторі є окремі «популярні» депутати від різних фракцій. При цьому у спілкуванні зі засобами масової інформації парламентарії лише зрідка керуються інтересами парламенту як державної інституції. Як наслідок, повідомлення парламентаріїв для широкої громадськості призводять до політичних маніпуляцій й поглиблюють у громадян відчуття розгубленості та недовіри до парламентських процесів.

Частка респондентів, які використовують офіційні джерела Верховної Ради України, є значною й становить 28%¹ (державне підприємство «Парламентський телеканал «Рада» – 21%, сторінка Верховної Ради України у Фейсбук – 6%, газета «Голос України» – 5%, офіційний веб-сайт Верховної Ради України – 4%, Twitter – 3%). Але координації зі створення повідомлень між офіційними каналами комунікації парламенту не відбувається.

Неузгоджена комунікація спотворює імідж парламенту України як державної інституції серед українських громадян та на міжнародному рівні. Згідно з результатами того самого опитування ПРООН² довіра населення до парламенту перебуває на рівні 7% (73% – не довіряють), менше довіряють лише судам та політичним партіям – по 6%. При цьому, 71% опитаних вважає Верховну Раду України «зовсім неефективною» та «скоріш неефективною», лише 3% зазначили, що діяльність парламенту «скоріш ефективна». Водночас 49% зазначили, що Верховна Рада України знизила свою ефективність протягом останніх двох років, 40% не бачать жодних змін і лише 11% вважають, що Верховна Рада України дещо підвищила свою ефективність.

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

Таблиця 1. Ефективність виконання функцій ВР за регіонами
(Запитання 16. Наскільки ефективно, на Ваш погляд, ВР виконує такі функції?)

	Загалом	Захід	Південь	Центр	Схід
Формування зовнішньої політики України	12%	14%	11%	11%	14%
Призначення Прем'єр-міністра та КМ	12%	11%	15% ▲	10%	13%
Інформування суспільства про свою діяльність	9%	10%	9%	8%	11%
Формування внутрішньої політики України	9%	10%	9%	7% ▼	11%
Підготовка та прийняття законів	9%	10%	11%	6% ▼	11%

¹ Вибірка складається з 2000 респондентів у віці 18 років та старше, метод - особисті формалізовані інтерв'ю, вибірка репрезентативна населенню України у даному віці, пропорційна за демографічними ознаками та місцем проживання, відповідає пропорційному розподілу населення України за областю та типом населеного пункту (місто/село).

² Опитування InMind Factum Group на замовлення ПРООН, жовтень 2016 року.

Забезпечення відкритості законотворчого процесу	8%	8%	5% ▼	10%	10%
Формування коаліції парламентських фракцій	6%	5%	8% ▲	5%	7%
Підтримка традицій та розбудова парламенту	6%	3% ▼	8%	5%	9% ▲
Контроль і нагляд за роботою Уряду	6%	5%	7%	5%	7%
Слугування платформою для суспільного діалогу	5%	4%	6%	3%	6%
Дотримання незалежності від інших гілок влади	4%	5%	5%	4%	5%
Представництво інтересів виборців – народу України	4%	4%	6%	3%	5%

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

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

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

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

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

1. Комплектування Апарату Верховної Ради України висококваліфікованими кадрами (з акцентом на склад Головного-науково експертного управління, Головного юридичного управління та секретаріатів окремих комітетів).

2. Збільшення кількості та підвищення якості контенту в традиційних парламентських засобах масової інформації та у соціальних мережах – зросла якість аналітики, більше використовується наочних матеріалів (інфографік),

з'явилося більше інформативних програм на «Парламентському телеканалі «Рада»».

3. Загальна тенденція на відкритість з боку Верховної Ради України. Незважаючи на велику кількість народних депутатів України, діяльність яких не відповідає очікуванням громадян, позитивно сприймається зростання відкритої та конструктивної співпраці з новими народними депутатами України для розв'язання нагальних проблем.

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

1. Неefективність у здійсненні конституційних функцій:

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

2. Істотний брак системних реформ у функціонуванні Верховної Ради України і **повільний темп упровадження** вже започаткованих змін, починаючи з прозорості висвітлення діяльності і закінчуючи прикладними аспектами її роботи, наприклад, відсутність електронного документообігу.

3. Зміщений фокус підвищеної уваги українського інформаційного простору з фахового обговорення парламентських процесів на другорядні аспекти, великий обсяг скандальної інформації, що нівелює раціональне сприйняття відповідних ініціатив звичайними громадянами, виокремлення ризиків і переваг.

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

Комунікаційна стратегія визначає організаційно-методологічні засади комунікаційної діяльності Верховної Ради України, очікувані результати від її здійснення протягом 2017-2021 років та механізми посилення комунікаційної спроможності парламенту як державної інституції.

Розділ 1. Загальні положення

1. Визначення термінів

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

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

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

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

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

2. Мета та завдання комунікаційної стратегії Верховної Ради України

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

2.2. Завдання комунікаційної стратегії:

1. Сприяти позитивному іміджу Верховної Ради України шляхом налагодження системних та скоординованих комунікацій, запровадження правил брендингу, розроблення кодексу етики народного депутата.

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

3. Забезпечити участь громадськості у процесі прийняття рішень у Верховній Раді України шляхом налагодження зворотного зв'язку, активного залучення до законотворчого процесу та розширення можливостей відвідувати парламент.

4. Забезпечити повне та об'єктивне висвітлення діяльності парламенту в медіа шляхом запровадження ефективних механізмів інформування засобів масової інформації та сприяння їм у зборі фактів та коментарів про діяльність депутатського корпусу, комітетів та парламенту в цілому.

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

6. Оптимізувати обмін інформацією між парламентаріями, керівництвом Верховної Ради України та структурними підрозділами Апарату шляхом удосконалення внутрішньої комунікації у Верховній Раді України.

3. Місія Верховної Ради України

Згідно із статтею 75 Конституції України Верховна Рада України є єдиним органом законодавчої влади в Україні.

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

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

4. Бачення

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

Верховна Рада України – відкритий і близький для людей орган державної влади, який є виразником інтересів українського суспільства.

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

Верховна Рада України є динамічною та сучасною інституцією, рушієм змін та ініціатором упорядкування (правового врегулювання) суспільних відносин.

Розділ 2. Канали комунікації

До каналів комунікації належать первинні медійні та немедійні канали, які є у розпорядженні Верховної Ради України, а також вторинні канали /агенти комунікації на політичному рівні.

4.1. Первинні канали комунікації

4.1.1. Медійні канали ВР

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

4.1.2. Немедійні канали Верховної Ради України

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

- Інтранет.

4.2. Вторинні канали комунікації (агенти комунікації)

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

4.2.1. На публічному рівні

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

4.2.2. На політичному рівні

- *парламентарії* – мають можливості здійснювати незалежну комунікацію шляхом проведення зустрічей з виборцями, участі в заходах, телевізійних та радіопрограмах, поширення описового та аудіовізуального контенту через свої сайти та сторінки в соціальних мережах. Незалежна комунікаційна діяльність народних депутатів України має бути включена до комунікаційної діяльності та кампаній Верховної Ради України, у тому числі під час заходів у регіонах країни. При цьому парламентарії та їх помічники можуть потребувати підтримки в плані підготовки комунікацій, у тому числі створення аудіовізуального контенту, стратегії комунікації з виборцями;
- *депутатські фракції (депутатські групи) Верховної Ради України* – відіграють важливу роль в комунікації політично чутливих тем шляхом організації спеціальних слухань та інших заходів комунікації за технічної підтримки Верховної Ради України. Для здійснення ефективної комунікації через фракції в кожній з них секретаріат має встановити відповідальних осіб для залучення представників фракцій до збалансованої комунікації Верховної Ради України з політично суперечливих та чутливих питань. Залучення відповідальних представників фракцій до узгодженої комунікації Верховної Ради України потребуватиме координаційної функції з боку Апарату у виробленні повідомлень, збалансованого представлення різних позицій та можливих наслідків певних рішень;

- *комітети Верховної Ради України* – у робочі тижні комітети мають оприлюднювати плани, а також здійснювати он-лайн трансляції своїх засідань. Комунікаційна стратегія Верховної Ради України спрямована на складання та оприлюднення єдиного плану заходів комітетів, забезпечення безперебійних он-лайн трансляцій роботи всіх комітетів. Комунікаційні служби Верховної Ради України мають домовитися з відповідальними особами в комітетах про розподіл повноважень з інформування аудиторій про плани та рішення комітетів, правила складання офіційних повідомлень, що пов'язані між собою, розміщення інформації на офіційному веб сайті Верховної Ради України і сайтах комітетів та узгодити списки розсилки.

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

Розділ 3. Цільові аудиторії

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

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

Основні аудиторії	Сегментація	Потреби аудиторій в комунікації	Первинні канали комунікації	Вторинні канали / агенти комунікації
громадськість	виборці в Україні; неповнолітні громадяни; українці за кордоном	розуміння парламентських процесів та напряду, в якому рухається країна; обізнаність про законодавчі ініціативи, що впливають на життя окремих груп; усвідомлення, що парламентарії відстоюють інтереси та права своїх виборців; здатність контролювати діяльність депутатів свого округу та інших; отримання підтвердження у професійній і злагодженій роботі парламенту, впевненість у державі;	<ul style="list-style-type: none"> ● Парламентський телеканал «Рада» ● газета «Голос України» ● офіційний веб-сайт Верховної Ради України ● соціальні мережі – сторінки Голови Верховної Ради України, депутатів, запити та звернення до депутатів ● зустрічі з парламентаріями ● відвідання парламенту/екскурсії 	<ul style="list-style-type: none"> ● незалежні засоби масової інформації України – телевізійні, друковані, он-лайн ● соціальні мережі - сторінки лідерів думок, НУО, ЗМІ
громадські об'єднання та групи впливу	громадські об'єднання; експертні громадські об'єднання; професійні та галузеві об'єднання	обізнаність та активна участь в розробленні законодавчих ініціатив заради просування інтересів груп, якими опікуються; можливість надати експертну підтримку в розробленні законодавства та/або під час виконання представницьких функцій парламенту; тлумачення парламентських процесів та складання прогнозів щодо впливу законодавчих	<ul style="list-style-type: none"> ● офіційний веб-сайт Верховної Ради України ● база законодавства ВР ● розсилки Верховної Ради України ● аналітичні довідки ● заходи, зустрічі за участю громадських організацій 	<ul style="list-style-type: none"> ● соціальні мережі - сторінки НУО, лідерів думок, парламентаріїв

		ініціатив на функціонування власних цільових аудиторій;	<ul style="list-style-type: none"> • відповіді на запити • особисті зустрічі, спілкування 	
іноземні аудиторії	<p>дипломатичні місії, присутні в Україні;</p> <p>Європейський парламент;</p> <p>ключові гравці міжнародної політики, міжнародні донори;</p> <p>парламенти інших країн світу;</p> <p>уряди інших країн світу</p>	розуміння парламентських процесів та напряму, в якому розвивається країна; поінформованість про своєчасне міжнародне отримання англомовних новин про рішення Верховної Ради України для усвідомленого прийняття власних рішень щодо розбудови дипломатичних, економічних та інших стосунків з Україною;	<ul style="list-style-type: none"> • офіційний веб-сайт Верховної Ради України – англомовний контент • розсилки Верховної Ради України англійською мовою • зустрічі з керівництвом Верховної Ради України • зустрічі з парламентаріями • спільні заходи, участь керівництва в міжнародних заходах • участь парламентаріїв у міжнародних заходах 	<ul style="list-style-type: none"> • іноземні ЗМІ • новини іноземною мовою українських ЗМІ • прес-служби посольств та інших суб'єктів міжнародної політики • соціальні мережі – англомовні джерела лідерів думок • інформування з боку груп дружби, постійних делегацій Верховної Ради України у парламентських асамблеях, міжнародних організаціях
засоби масової інформації	<p>пул парламентських журналістів;</p> <p>друковані, ТВ, радіо;</p> <p>Інтернет-медіа;</p> <p>іноземні ЗМІ;</p> <p>незалежні журналісти, які висвітлюють роботу парламенту</p>	своєчасне отримання актуальної інформації про діяльність парламенту; можливість прямих трансляцій та швидкого повідомлення новин про діяльність парламенту; оперативний зворотний зв'язок від парламентаріїв, керівництва Верховної Ради України та керівника Апарату Верховної Ради України для отримання коментарів та/або роз'яснення новин	<ul style="list-style-type: none"> • прес-брифінги, прес-конференції • розсилки прес-служби Апарату Верховної Ради України • он-лайн трансляції засідань парламенту, фракцій та парламентських груп • відвідання парламенту • офіційний веб-сайт Верховної Ради України • виступи парламентаріїв у засобах масової інформації 	<ul style="list-style-type: none"> • соціальні мережі – сторінки керівників Верховної Ради України, прес-служби Апарату Верховної Ради України, окремих депутатів • незалежні засоби масової інформації
органи влади	<p>уряд;</p> <p>органи місцевого самоврядування</p>	своєчасне отримання новин про законодавчі ініціативи парламенту; можливість впливати на законотворення та прийняття рішень;	<ul style="list-style-type: none"> • керівництво та Апарат Верховної Ради України • парламентарії • парламентські медіа – Парламентський телеканал «Рада», газета «Голос України» • спільні заходи за участю представників ВР, органів 	<ul style="list-style-type: none"> • виконавчі органи влади • прес-служба Президента України, Президент України • представники фракцій, парламентських груп • окремі депутати

			виконавчої влади й органів місцевого самоврядування	
керівництво, народні депутати України, органи Верховної Ради України та працівники Апарату Верховної Ради України	Голова Верховної Ради України, Секретаріат Голови Верховної Ради України;	обізнаність про діяльність керівництва та органів Верховної Ради України; своєчасне планування участі в заходах та інших видах комунікації, що стосуються сфери відповідальності підрозділів; ефективний розподіл обов'язків та швидке опрацювання рішень, що стосуються сфери відповідальності підрозділів	<ul style="list-style-type: none"> • офіційний веб-сайт Верховної Ради України • Інтранет – календар подій та заходів, пошта та розподіл доручень, рух документів, архів документів та аналітики, архів відео- та фотоматеріалів, архів інформаційних повідомлень, контактна інформація тощо • наради між структурними підрозділами • доручення, розпорядження • особисте спілкування / телефонні комунікації 	<ul style="list-style-type: none"> • соціальні мережі • офіційний веб-сайт Верховної Ради України
	фракції, МФО та групи, ТСК;			
	депутатський корпус Верховної Ради України;			
	Керівник Апарату Верховної Ради України;	можливість залучати парламентаріїв, фракції, комітети та керівництво Верховної Ради України до запланованої комунікації із зовнішніми аудиторіями;		
заступники Керівника Апарату Верховної Ради України;	обізнаність про рішення та плани керівництва парламенту та Апарату Верховної Ради України для відповідного вчасного планування;			
керівники управлінь;	ефективний розподіл комунікаційних функцій всередині Верховної Ради України			
співробітники Апарату Верховної Ради України				

Розділ 4. Меседжі комунікаційної стратегії Верховної Ради України

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

Меседжі були розроблені за результатами обговорень комунікаційної стратегії Верховної Ради України з громадськістю, ґрунтуються на місії Верховної Ради України і відображають очікування аудиторій щодо Верховної Ради України.

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

- ініціатор упорядкування суспільних відносин;
- поважна державна інституція, що діє виключно в рамках закону;
- професійна, послідовна, ефективна інституція, рушій змін у країні;
- Верховна Рада України є віддзеркаленням процесів, що відбуваються у суспільстві;
- відкрита, близька до людей, доступна інституція, що обстоює інтереси українського народу;
- надійний учасник міжнародного діалогу, що відстоює інтереси України;
- динамічне та сучасне середовище, де твориться історія Української держави.

Розділ 5. Очікувані результати

Реалізувати цю Стратегію передбачається протягом 2017—2021 років.

5.1. Загальні очікувані результати:

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

5.2. Очікувані результати за завданнями:

Завдання 1. Сприяти позитивному іміджу Верховної Ради України шляхом налагодження системних та скоординованих комунікацій,

запровадження правил брендингу, розроблення кодексу етики народного депутата.

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

1.2. Узгоджено інформаційні політики щодо здійснення парламентських комунікацій між усіма парламентськими каналами комунікації – парламентськими медіа, офіційним веб-сайтом Верховної Ради України, веб-сайтом Голови та заступників Голови, сайтами комітетів, сторінками в соціальних мережах.

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

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

1.5. Запроваджено оновлений брендинг Верховної Ради України на всіх рівнях комунікацій, у тому числі в керівництві Верховної Ради України, Апараті Верховної Ради України, парламентських засобах масової інформації та всіх комунікаційних продуктах Верховної Ради України.

1.6. Підвищено відсоток громадян, що вважають Верховну Раду України ефективною державною інституцією й довіряють їй.

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

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

2.2. Інформування про діяльність народних депутатів – на офіційному веб-сайті Верховної Ради України розміщена повна інформація про народних депутатів України (біографія, діяльність у комітетах, округах, законотворча діяльність, поїздки в регіони, міжнародна активність, діяльність у

міжфракційних об'єднаннях, посилення на розміщені електронні декларації, діючі телефони та електронні адреси депутатів, анонси зустрічей з виборцями, звіти про співпрацю з органами місцевого самоврядування тощо); також міститься детальна інформація про помічників-консультантів народних депутатів (контакти, сфера відповідальності).

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

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

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

Завдання 3. Забезпечити участь громадськості у процесі прийняття рішень у Верховній Раді України шляхом налагодження зворотного зв'язку, активного залучення до законотворчого процесу та розширення можливостей відвідувати парламент.

3.1. Взаємодія ВР з НУО та групами впливу – Апарат ВР технічно та організаційно забезпечує комітетські слухання і зустрічі з представниками комітетів за ініціативи НУО; за потреби і узгодженням з керівництвом Верховної Ради України організовує зустрічі та спілкування з НУО перед засіданнями погоджувальних рад, залучає НУО до організації заходів;

комітети використовують актуальну базу експертних НУО для залучення експертів для розробки, аналітичного обґрунтування та доопрацювання законопроектів; органи місцевого самоврядування залучаються для обговорення законодавчих ініціатив та беруть участь у формуванні порядку денного парламенту.

3.2. Доступ громадян та НУО до приміщень парламенту для відвідування заходів – на веб-порталі ВРУ розміщена повна та актуальна інформація про події у ВР та можливість їх відвідування; забезпечено можливості одночасного перебування у відповідній ложі балкона з урахуванням його технічних можливостей та санітарних норм осіб, які бажають відвідати відкриті пленарні засідання; запроваджено гарячу лінію з питань відкритості Верховної Ради України.

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

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

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

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

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

4.3. Оптимізовано процедури обміну інформацією між прес-службою та комітетами Верховної Ради України, секретаріат кожного комітету має відповідального за комунікації зі засобами масової інформації, контактна інформація зазначена на сайтах комітетів.

4.4. Запроваджено план семінарів та інформаційних заходів для представників засобів масової інформації; запроваджені регулярні медіа-тури регіональних журналістів до Верховної Ради України для підвищення рівня обізнаності представників засобів масової інформації про діяльність

парламенту; прес-служба Апарату Верховної Ради України має **план тематичних інформаційних кампаній** та плани медійної присутності за актуальними парламентськими темами щонайменше на три місяці.

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

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

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

4.8. Запроваджено практику проведення **прес-сніданків керівництва Верховної Ради України з іноземними засобами масової інформації** в Україні та за кордоном.

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

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

5.1. Координація з операційних питань – запроваджено щорічне планування міжнародної комунікації парламенту шляхом проведення стратегічної наради представників відповідних підрозділів Апарату Верховної Ради України; міжвідомчий обмін інформацією щодо міжнародної діяльності парламенту –

між керівництвом та комітетами Верховної Ради України, Управлінням забезпечення міжпарламентських зв'язків Апарату Верховної Ради України, Міністерством закордонних справ України, Офісом Віце-прем'єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції; в Апараті Верховної Ради України створено відділ протоколу, що регулює міжнародну діяльність Голови Верховної Ради України, заступників Голови Верховної Ради України, підрозділів та парламенту в цілому.

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

5.3. Актуалізація контенту іноземними мовами на існуючих платформах комунікації парламенту – офіційний веб-сайт Верховної Ради України приведено у відповідність з існуючими потребами міжнародних аудиторій; додано англійські субтитри до мультимедійного контенту на веб-сайті та акаунтах у соціальних мережах Верховної Ради України; регулярно розробляються та поширюються англійські матеріали про Верховну Раду України та її діяльність (промо-бук про Верховну Раду України іноземними мовами з інформацією про політичні фракції та групи, регулярний дайджест про пріоритети у діяльності парламенту та досягнення); запроваджено регулярні розсилки англійською мовою з найбільш актуальних питань роботи парламенту.

Завдання 6. Оптимізувати обмін інформацією між парламентаріями, керівництвом Верховної Ради України та структурними підрозділами Апарату Верховної Ради України шляхом удосконалення внутрішньої комунікації у Верховній Раді України.

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

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

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

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

6.5. Систематизовано горизонтальну комунікацію з прес-службами інших органів державної влади – встановлено зв'язки з прес-службами Адміністрації Президента України, Кабінету Міністрів України та розроблено правила поширення інформації про діяльність Верховної Ради України.

IV. Комунікаційна спроможність парламенту

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

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

СИЛЬНІ СТОРОНИ (STRENGTHS)	СЛАБКІ СТОРОНИ (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none">• упізнаваність інституції• наявні підрозділи та персонал в Апараті Верховної Ради України, на яких покладено виконання функцій комунікації• наявність управління комп'ютеризованих систем та кваліфікованого персоналу, що відповідає за впровадження новітніх технологій• висока відвідуваність офіційного веб- сайту Верховної Ради України• напрацьовані зв'язки й можливість отримувати консультативну та фінансову допомогу з боку міжнародних організацій при здійсненні парламентських реформ• наявний кваліфікований персонал із створення відео, аудіо та друкованого контенту, прихід молодих кваліфікованих кадрів з бізнес-середовища до складу Апарату Верховної Ради України• законодавче регулювання зовнішніх комунікацій Верховної Ради України (постанова Верховної Ради України про порядок висвітлення роботи Верховної Ради України чергового скликання)• упровадження Інтранету в тестовому режимі• поява сторінок Верховної Ради України у соціальних мережах• з'являються окремі звіти про діяльність народних депутатів• заплановано створення «відкритого простору» в приміщенні Верховної Ради України	<ul style="list-style-type: none">• можливості комунікації з парламентом не просуваються активно й тому мало відомі громадянам• відсутні єдина концепція інформаційної політики та проактивний підхід до здійснення комунікацій, єдиний координаційний центр для здійснення комунікацій• відсутній єдиний бюджет на здійснення парламентських комунікацій• відсутні єдині стандарти роботи з відвідувачами, зверненнями тощо• велика кількість персоналу, що має посередні або низькі навички володіння новітніми засобами комунікації• нечіткий розподіл обов'язків у здійсненні комунікацій, в тому числі й міжнародних, всередині Верховної Ради України, функції можуть дублюватись або відсутні, погана координація між існуючими підрозділами Верховної Ради України• офіційний веб-сайт Верховної Ради України містить обмежену кількість публічної інформації, має застарілий інтерфейс, недосконалу англomовну версію й складний пошук інформації;• пілотна система внутрішньої електронної комунікації Інтранет не містить всіх необхідних функцій• бракує «цифрової» стратегії щодо присутності Верховної Ради України у Інтернеті та соціальних медіа• народні депутати у спілкуванні зі засобами масової інформації не

<ul style="list-style-type: none"> • починаючи з 2016 року ВРУ здійснює закупівлі за допомогою електронної системи публічних закупівель ProZorro • розпочалось виконання Плану дій з реалізації Декларації відкритості парламенту від 5 лютого 2016 року • звернення громадян приймаються на веб-сайті ВР усіма зручними для громадян способами у пілотному режимі, а також в електронному вигляді шляхом надсилання на електронну адресу (червоне викреслити). 	<p>користуються інтересами парламенту як інституції</p> <ul style="list-style-type: none"> • відсутній кодекс етики народного депутата • відсутній єдиний брендинг у комунікаціях Верховної Ради України Як наслідок – стереотип, нав'язаний Верховній Раді України(у тому числі і народними депутатами), закритої складної системи, яка не є орієнтованою на інтереси громадян
МОЖЛИВОСТІ (OPPORTUNITIES)	ЗАГРОЗИ (THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> • залучення громадськості та незалежних експертів до реформування комунікаційних служб ВР та впровадження нових систем та процедур комунікації • залучення консультативних та фінансових ресурсів міжнародних організацій для навчання, модернізації, впровадження нових процедур комунікації, здійснення перекладів й створення матеріалів тощо • використання синергії від взаємодії із службами інших відомств у здійсненні міжнародної комунікації • офіційне визнання керівництвом ВР курсу на підвищення прозорості та підзвітності парламенту • високий рівень уваги до діяльності парламенту з боку громадськості • зростаюча популярність сторінок Верховної Ради України у соціальних мережах • використання незалежних досліджень та медіа моніторингів, у тому числі міжнародних, у процесі прийняття рішень • використання новітніх технологій для збільшення присутності Верховної Ради України в інформаційному полі 	<ul style="list-style-type: none"> • найнижчий рівень довіри серед владних інститутів, стереотипізація Верховної Ради України як корумпованого та неефективного органу влади • суспільство не розуміється на повноваженнях Апарату Верховної Ради України та розподілі відповідальності всередині Верховної Ради України • політичний дефолт України, втрата легітимності, розбалансування основних повноважень гілок влади і зникнення парламенту як незалежної законодавчої інституції • неправдива та маніпулятивна інформація про діяльність Верховної Ради України у засобах масової інформації України та за кордоном • відмова міжнародних інституцій підтримувати Верховну Раду України та реформи в Україні

4.2. Механізми посилення комунікаційної спроможності

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

1. Створення єдиного комунікаційного департаменту (управління)

Зміна способів ведення внутрішніх та зовнішніх комунікацій Верховної Ради України неможлива без комплексних змін у структурі Апарату, зокрема тих його підрозділів, що здійснюють комунікаційну діяльність. Аудит організації Верховної Ради України з аналізом обов'язків та рівня відповідальності кожного з підрозділів з огляду на виконання комунікаційної стратегії має завершитися **прийняттям Верховною Радою України рішення про створення у структурі Апарату Верховної Ради України єдиного Комунікаційного департаменту**. До функцій Комунікаційного департаменту мають бути віднесені всі етапи системної комунікації Верховної Ради України – планування, підготовка, реалізація, аналіз та звітування.

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

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

Реформування парламентських ЗМІ та підпорядкування їх комунікаційному департаменту ВР

Ресурси парламентських ЗМІ – Парламентського телеканалу «Рада» та газети «Голос України» – мають увійти до складу Комунікаційного департаменту й бути використані як медійні канали для налагодження системних узгоджених комунікацій парламенту. Відповідна координація

співпраці з парламентськими засобами масової інформації в рамках єдиного структурного підрозділу уможливить оптимізацію людських та матеріальних ресурсів у здійсненні системних медіакомунікацій парламенту як інституції. Об'єднання **ресурсів** парламентських засобів масової інформації в єдиному комунікаційному департаменті сприятиме стратегічному підходу у формуванні роботи цих засобів масової інформації з огляду на комунікаційні потреби Верховної Ради України, у тому числі технічне оснащення та модернізацію Парламентського телеканалу «Рада».

Сучасний прес-центр ВР

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

Вивчення аудиторій та адаптація інформації до потреб аудиторій

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

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

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

Запровадження системних зв'язків з громадськістю

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

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

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

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

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

2. Інформаційно-довідковий центр у адміністративному будинку Верховної Ради України

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

3. Упорядкування вмісту офіційного веб-сайту Верховної Ради України, сайтів комітетів та використання соціальних мереж

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

Офіційний веб-сайт Верховної Ради України має містити актуальні англомовні новини, анонси та титрований аудіовізуальний контент.

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

4. Проактивна та креативна комунікація

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

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

можливістю переглядати його на сайті Верховної Ради України та у соціальних мережах.

Розробити SMM-стратегію для просування комунікаційних продуктів Верховної Ради України через соціальні мережі.

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

5. Оптимізація інформаційних потоків

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

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

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

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

6. Електронна система внутрішньої комунікації Верховної Ради України (Інтранет)

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

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

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

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

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

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

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

7. Ресурсне забезпечення комунікаційної діяльності парламенту

Технічне забезпечення комунікаційних відділів

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

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

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

Забезпечення людськими ресурсами

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

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

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

Комітети ВР потребують окремих працівників, які б одночасно знали на специфіці роботи комітетів і відповідали за комунікацію та взаємодію з іншими підрозділами, готували новини та інформацію для зовнішніх аудиторій. Можливе призначення по одному комунікаційному працівнику для

роботи з групою комітетів за напрямками роботи – гуманітарним, економічним, безпековим тощо.

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

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

Відділ перекладачів

Сучасні комунікації, особливо ті, що здійснюються на закордонні аудиторії, не можливі без своєчасних та якісних перекладів комунікаційних продуктів Верховної Ради України – брошур, буклетів, виступів та заяв, аудіо та відео матеріалів, звітів про діяльність, підготовки закордонних візитів та звітування про міжнародну діяльність парламенту як інституції. Створення такого підрозділу (за умови прийняття відповідного рішення парламентом) покращить зовнішню комунікацію парламенту й підвищить обізнаність англійської аудиторії у парламентських процесах в Україні.

8. Розробка та повсюдне використання правил брендингу

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

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

9. Просвітницька та заохочувальна робота з депутатським корпусом

Кодекс етики українського парламентарія

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

Комунікація від імені парламенту та публічне звітування

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

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

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

10. Законодавче забезпечення виконання стратегії

Реалізація стратегії вимагатиме внесення змін та доповнень до чинного Регламенту Верховної Ради України, деяких законів та підзаконних актів, що регулюють діяльність Верховної Ради України, її підрозділів та працівників.

Прикладами необхідних змін є нормативне закріплення структурних змін в Апараті Верховної Ради України; застосування електронного документообігу із використанням електронного цифрового підпису; запровадження оновленої системи реєстрації та проходження документів як частини мережі Інтранет з використанням електронного цифрового підпису замість застарілої ЗакПро; затвердження способів донесення до відома депутатів висновків та законодавчої інформації в електронному вигляді й мінімізація паперового документообігу; дозвіл використовувати портативні комп'ютери для трансляції засідань в приміщеннях Верховної Ради України; дозвіл на розміщення 3D-туру по Верховній Раді України на офіційному сайті Верховної Ради України; узгодження міжнародних комунікацій Верховної Ради України з протоколами Міністерства Закордонних Справ Адміністрації Президента та Кабінету Міністрів України тощо.

11. Фінансове забезпечення виконання стратегії

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