

Задорожня А. Г.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ДІЯЛЬНІСТЬ ПРЕССЛУЖБ ПУБЛІЧНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ (ЗА ПРИКЛАДОМ ОДЕСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ)

Основною метою даної статті є розкриття особливостей діяльності пресслужби у сфері місцевого самоврядування, а також методів, які вона використовує у своїй діяльності відповідно до вимог сьогодення. У зв'язку з цим особливий науковий і практичний інтерес представляє дослідження діяльності пресслужби Департаменту інформації та цифрових рішень Одеської міської ради в умовах кризової комунікації. У статті досліджуються особливості діяльності підрозділу з моменту повномасштабного вторгнення росії в Україну (етапи діяльності фахівців у різні періоди війни, необхідний набір інструментів для успішної реалізації зв'язків з громадськістю; перехід на нові рівні поширення інформації з урахуванням сучасних потреб).

Зазначено, що з початком активних бойових дій суспільство потребує оперативної, чіткої та, як виявилось, стислої інформації про діяльність міської влади та реакції на події. Оперативне висвітлення новин на різних майданчиках створює імідж та зміцнює репутацію міської влади. Крім того, в дослідженні йдеться про необхідність надання громадянам впевненості у тому, що всі структури є відкритими та підзвітними населенню, а інтереси людей враховуються в процесі розробки ініціатив.

Авторка обґрунтовує необхідність використання цифрових інструментів у налагодженні відносин із суспільством. Наведено деякі вимоги, яким має відповідати вебсайт органів місцевого самоврядування для реалізації PR-завдання (чітка структура основної та другорядної інформації; вибір функціонального дизайну; створення сторінок для забезпечення комунікації з міським головою та керівниками відділів; мова, доступ до важливих даних з можливістю голосування тощо). Проведено порівняльний аналіз офіційних сайтів адміністративних центрів країни.

Ключові слова: пресслужба, міська влада, комунікації, масмедіа, воєнний стан.

Постановка проблеми. Насиченість сучасного інформаційного поля під час війни вимагає від споживачів особливої уваги до запропонованих фактів чи візуалізації подій. Наразі населення країни переживає період, коли новина здатна впливати на життя людини і вимагає постійної верифікації даних. Таким протектором, який здатен взяти на себе функції охоронця достовірної інформації, а деє і виконувати роль транквілізатора для збудженого суспільства, може стати пресслужба місцевої влади. Спробуємо з'ясувати чому: по-перше, в період обмежень і заборон, з якими стикаються масмедіа, такі відділи, як контактуючі зі ЗМІ, мають доступ до першоджерел і тісно співпрацюють із військовими колегами; по-друге, як підрозділ органів влади, має ширити лише офіційну інформацію, перевірену й остаточну. Після повномасштабного вторгнення подібні структури пережили суттєвих організаційно-функціональних трансформацій і повинні були невідкладно реагувати на виклики у безпековому просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає зрозуміти, що діяльність пресслужб органів місцевого самоврядування в контексті повномасштабного вторгнення росії на Україну останнім часом майже не розглядалася в академічному просторі. Водночас існує чимало праць, які глибоко торкаються питань функціонування PR-служб в публічних адміністраціях під час кризової комунікації та на хвилі активного розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій. Найбільш широко тема представлена науковцями В. Гапоненко, В. Рихлік та Є. Тихомировою, які вивчають діяльність пресслужб і політичного PR в контексті цілісної системи зв'язків з громадськістю. Розгляд даної теми не є можливим без досліджень Г. Почепцова та В. Мойсєєва. Нові вимоги до фахівців, які працюють в умовах технологічного прогресу та діджиталізації вивчають такі науковці як О. Вакун, І. Семчук, О. Грабчук, С. Синиця, В. Данилишин, а також О. Сопіна, яка розглядала сутність комунікації влади з громадськістю. Автори А. Боднарська, А. Якимчук

дозволяють дізнатися про функціонал прессекретарів Рівненської ОДА.

Постановка завдання. Тож ми поставили за мету проаналізувати зміну пріоритетів у діяльності пресслужб в органах місцевої влади на прикладі відділу зв'язків із ЗМІ Департаменту інформації та цифрових рішень Одеської міської ради. Звідси постала низка наступних завдань: з'ясувати особливості діяльності фахівців підрозділу; здійснити компаративний аналіз офіційних сайтів різних регіонів країни, враховуючи наближення до лінії фронту; визначити нові методи розповсюдження повідомлень в мережі Internet.

Виклад основного матеріалу. Однією з гіпотез дослідження стала зміна пріоритетів у діяльності пресслужб органів місцевого самоврядування. Це пов'язано з розширенням кола завдань щодо інформування населення про небезпеку, наслідки військових дій з боку ворога й підтримку постраждалих. У центрі уваги постали питання, пов'язані з пошуком сучасних засобів прискорення подачі офіційних повідомлень про діяльність місцевої влади; із поглибленням комунікації з військовими пресслужбами; з оприлюдненням журналістами інформації в умовах обмежень та заборон. За досліджуваний період обрано повномасштабне вторгнення російських військ на територію України.

У своєму матеріалі про діяльність українських PR-спеціалістів під час війни, технологічна журналістка з Німеччини Кейт Лоуренс відмітила створення цілої армії співробітників зі зв'язків з громадськістю, які стали на сторожі правди – першої жертви війни. Та, на її думку,

була створена справжня «PR-машина для українських новин у реальному часі», до якої увійшли як досвідчені фахівці, зокрема з цифрових технологій, так і волонтери: «Головна мета полягала в тому, щоб зробити українські голоси більш гучними у світі, боротися з російською пропагандою та підтримувати репутацію України як рівноправної європейської демократичної країни. І вплив був глибоким. Понад 7 тис. публікацій висвітлювали історії української піар-армії у ...світових ЗМІ та навіть двічі допомогли звільнити українців із російського полону» [14]. До інформаційного фронту активно долучилися пресслужби адміністрацій, місцевих рад.

Станом на сьогодні розвиток пресслужб в органах місцевого самоврядування набув шаленого темпу, коли офіційні повідомлення стали чи не єдиними джерелами комунікації між владою та населенням під час розквіту дезінформації та російської пропаганди. Якщо формування зв'язків з громадськістю в органах влади, в Європі простежувалося у XIX столітті, то українські фахівці з піару пройшли «експрес-становлення» з проголошенням незалежності.

На прикладі Одеси управління інформації та зв'язків із громадськістю згодом трансформувалося у відповідний департамент, а потім, долучившись до сучасних тенденцій формування політики місцевого самоврядування в умовах цифровізації та кіберзахисту, перетворилося на Департамент інформації та цифрових рішень. В його структурі нині існує п'ять підрозділів (див. рис. 1). Зрештою ці фундаментальні перетворення дозволили забезпечити офіційну інформацію міста та посилити



Рис. 1. Організація діяльності пресслужби Одеської міської ради

довіру до влади під час повномасштабного вторгнення.

Дослідниця Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана Віра Гапоненко виокремила 12 основних ознак, за якими формується імідж держорганізації (у нашому випадку муніципальної влади). Тож перші три позиції пов'язані із висвітленням діяльності установи у масмедіа. Попри та, що кількість преси у війну помітно поменшала, «звернули діяльність» деякі телеканали, а інтернет-ЗМІ почали поступове відновлення, одеська мерія постійно була представлена у різних видах ЗМІ. Позитивним варто назвати наявність власного сайту та присутність керівництва у соцмережах. При цьому не важливо, в якому ключі подана новина, головне – факт присутності. Група за візуальними ознаками включала екстер'єр, інтер'єр, наявність охорони, мера, заступників та інших службовців, а ще чутки як психологічний, так і соціологічний аспекти. Одразу зазначимо, що нинішній муніципалітет розташований в історичній будівлі Старої біржі, яка є пам'яткою архітектури Одеси. Ратуша побудована за проектом Ф. Боффо у неокласичному стилі у 30-х роках XIX століття. Будівля охоронялася як до війни, так і під час. Для зручності та оперативності тут працює єдиний центр звернення громадян міського голови, а на сайті вказані дні прийомів та контакти міського голови, керівників підрозділів, інформація про заступників, виконавчий комітет, райадміністрації, управління, служби, відділи, комунальні підприємства та установи. Щодо чуток, то вони в інформаційному просторі існують, проте іноді їх спростовують, іноді лишають «без коментарів». Третя група напівофіційних каналів передбачає наявність демонстрацій, мітингів та пікетів. До війни населення міста безперешкодно збиралося, щоб висловити своє невдоволення певними ситуаціями, рішеннями, проте з початком вторгнення доступ до мерії був обмеженим. Коли шлях до Думської площі відновили, зібрання носили здебільшого воєнний характер. Авторка вкотре акцентує увагу на тому, що «характер виступу має другорядне значення, головне, що люди реагують на дії, здійснювані організацією» [3, с. 157].

Складно заперечувати, що роль PR-спеціалістів в органах місцевої влади стає особливо помітною в період змін, криз чи військових конфліктів. Доктор філологічних наук Георгій Почепцов підкреслює зв'язок держслужб із труднощами: «Влада торгує захистом від проблем, і що страшнішими будуть проблеми, то потрібнішою виглядає

влада» [7]. На прикладі діяльності відділу зв'язків зі ЗМІ одеського департаменту ми спостерігаємо зростаючу багатосторонню підтримку населення міста, а також нової категорії українців, а саме внутрішньо переміщених осіб (ВПО), місце яких раніше займали туристи.

Перш ніж визначити нові пріоритети підрозділу, варто внести уточнення щодо основної відмінності між «пресслужбою» та «PR-службою», про яку вперше заговорив президент США Томас Джефферсон у далекому 1807 році. Вважається, що один структурний підрозділ покликаний інформувати населення про події та ситуації, які відбулися чи плануються, інший же – створювати інформаційні приводи. Проте, можна сказати, що обидві служби повинні формувати клімат довіри між владою та населенням. Як бачимо, кожен дослідник обирає ближчі за сенсом дефініції.

Основна мета зв'язків з громадськістю для органів державної влади (у нашому випадку – системи самоврядування), передбачає сприяння розвитку демократії, громадянської самосвідомості через особистий контакт представників влади з народом – «встановлення двостороннього спілкування для виявлення спільних інтересів і досягнення взаєморозуміння між громадянами і державною владою, що засноване на природі, знанні та повній інформованості» [3, с. 151]. Служби мають не просто інформувати людей про діяльність структур, а виховати у них активний інтерес до проблем, надавати можливість висловити свою думку про ініціативи.

Для реалізації заданих цілей виокремлюють наступні функції: «моніторингу й аналізу громадської думки», «комунікативні», «ідеологічні», «культурно-освітні», «рекламно-довідкові», «безпосередньо-організаторські» та функцію «підготовки оперативних приводів», які мають прикувати увагу як масмедіа, так і громадськості. Тетяна Пилипко з національного університету Острозька академія переконана: «Як фахівці в області масової комунікації, робітники прес-служб зобов'язані відстежувати такі приводи та ініціювати їх впровадження в загальний інформаційний фон» [11].

Конкретизація обов'язків виглядає наступним чином: регулярні звіти про власну діяльність, повідомлення про плани й успіхи задля підвищення авторитету місцевої влади, роз'яснення населенню законодавчих норм, прав та обов'язків кожного, аналіз реакції населення на те чи інше політичне рішення, організація виставок, зборів. Це, своєю чергою, передбачає постійні зв'язки зі ЗМІ, міс-

тянами та інформаційними центрами. Аналогічні функції прописані у «Положенні про департамент інформації та цифрових рішень Одеської міської ради від 28 квітня 2021 року» [10]. Зокрема тут йдеться про впровадження єдиної політики управління інформаційною та телекомунікаційною сферами в міськраді, виконавчих органах, комунальних підприємствах та установах, про розвиток єдиного інфопростору міста, електронної демократії, про інформаційне наповнення офіційного сайту; про поширення в Internet інформації про діяльність мерії, про координацію інтегрованої системи відеоспостереження та відеоаналітики міста та, за традицією, про підготовку матеріалів для масмедіа.

У цьому потоці обов'язків, на думку рівенських авторів А. Якимчук та А. Боднарської, важливо – тримати спільно руку на пульсі з людьми, які оточують голову адміністрації (у нашому випадку мера): *«Прессекретар є не просто людиною-«писарем» текстів, це особа, що розуміється в політичних процесах, психології людей, швидко реагує на зміни в громадському просторі, приймає серйозні рішення самостійно, співпрацює із ЗМІ на високому рівні, вмє будувати комунікаційну лінію, і ще не розгубила своєї творчості та креативу, пролонгує про досягнення мети держоргану»* [1, с. 10].

У випадку з одеською пресслужбою вдалим рішенням стало розширення функцій департаменту з урахуванням технологічного прогресу. Синергія інформаційного та цифрового просторів суттєво збільшила спектр отримання, обробки даних, комунікаційну підтримку та забезпечила відображення процесів прийняття рішень, що зробило діяльність влади більш прозорою. Відбулася та сама *«зворотна взаємодія органів державної влади та суспільства (з залученням ідей та пропозицій від окремих громадян і різних соціальних груп, звернень громадян та посадових осіб)»* [13, с. 94].

Враховуючи цифрові трансформації у підготовці PR-фахівців у сфері держуправління, упорядників сайтів пропонується перейменувати на Digital PR (цифрові зв'язки з громадськістю): *«Digital PR переслідують ту саму мету, що і традиційні, з тією перевагою, що вони мають нові тактики та інструменти для зростання цифрового сліду державного органу за допомогою взаємодії з іншими основними учасниками у даній сфері, зокрема: блоги; веб-каталоги; новинні сайти; соціальні мережі; форуми»* [12]. Нові можливості вимагали від спеціалістів більших зусиль

та навичок щодо захисту баз даних та забезпечення кібербезпеки.

Автор терміну «смісловій війні» Г. Почепцов підкреслює, що сучасні інформаційні війни можуть існувати не лише під час збройного конфлікту між державами, а є *«квазіагресивним інструментарієм мирного життя»*, який посилюється у світі Internet-послуг [7] та існує незалежно від відстані до лінії фронту.

В умовах кризової комунікації пріоритетом для Департаменту інформації та цифрових рішень стала «оперативність». Швидко реагування на інформацію, яка здатна підірвати довіру до офіційних джерел, доповнювалося «точністю», «об'єктивністю», «доступністю», що зрештою перетинається із загальноприйнятими журналістськими стандартами.

Заступник директора – начальник відділу зв'язків зі ЗМІ Департаменту інформації та цифрових рішень Одеської міської ради Наталя Мальцева підкреслила важливість вчасного інформування населення та масмедіа про загрози, шляхи надання допомоги та безпосередню участь мерії у вирішенні проблем, які принесла війна: *«Треба чітко розуміти, що життя з початком повномасштабного вторгнення – це постійні виклики, з якими місто і його структурні підрозділи в таких масштабах стикалися вперше. По кожному з них відпрацьовували відповідний алгоритм дій та інформування, що дало змогу забезпечити життєдіяльність міста та захист його мешканців»* [4]. Реагування мерії на виклики відбувалося за наступною хронологією: *«Навесні 22-го року – це евакуація дітей, прийом, реєстрація та соціальне забезпечення внутрішньо переміщених осіб. Укриття та автоматична система оповіщення. В подальшому – відпрацювання механізму допомоги постраждалим від російських атак. Перший блекаут та створення Пунктів незламності. Підриєв Каховської дамби – допомога херсонцям та екологічна катастрофа. Масові обстріли Одеси з застосуванням балістики та ударних БПЛА, руйнування культурної спадщини. Реабілітація й допомога військовим та членам їхніх сімей. Допомога Силам оборони»* [4]. Суттєвим кроком з боку підрозділу варто назвати створення Центру інформаційного спротиву задля згуртованості населення та протистояння ворогові. Вважається, що на початку війни він став єдиним майданчиком у місті для оперативного інформування українських та іноземних журналістів про події в Одесі.

Нові виклики змінили специфіку виконання підготовчих, аналітичних, періодичних задач

фахівців пресслужби Одеської міськради. На початку вторгнення діяльність співробітників Департаменту набула цілодобової зайнятості. Оскільки населення міста потребувало достовірної (офіційної) інформації, задля уникнення паніки довелося розробити алгоритм розповсюдження повідомлень серед самих представників муніципалітету, і серед громадськості. Окремою місією було посилення комунікації з військовими пресслужбами (йшлося і про організацію роботи ЗМІ в умовах обмежень та заборон, заборону на фото-, відеознімання об'єктів критичної інфраструктури, обмеження щодо інформування адрес муніципальних закладів освіти, лікарень та інших структурних підрозділів, розрив у часі між подією та інформуванням, щодо анонсування заходів, тощо).

Відповідно до дій місцевої влади відбувалася трансформація офіційного сайту (<https://omr.gov.ua>) [9]. Правильність використання офіційних порталів дослідив тандем учених з Івано-Франківська, Вінниці та Житомира О. Вакун та І. Семчук, О. Грабчук [2]. Подібні платформи, на їхню думку, здатні формувати політику, програми, послуги за потребами населення, удосконалювати послуги електронного уряду... Автори систематизували основні вимоги, до яких увійшли: чітке визначення стратегічного плану сайту, з можливою зміною організаційних вимог; функціональний дизайн (зручний для читачів, простий у користуванні); сторінки/елементи для зв'язку із представником влади та з інформацією про нього; надання текстів зрозумілою мовою, бажано без аббревіатур; уникнення дублювання публікацій з інших порталів та посилань на міжвідомчі сайти; можливість вдосконалення вебоперацій шляхом онлайн-опитувань та тестування щодо зручності використання сайту.

Вебпортал одеської пресслужби, модернізований у 2019 році, наповнювався за наступними фазами [5]:

1) безпека населення (прийом переміщених осіб, вивезення дітей-сиріт і позбавлених батьківського піклування до близького зарубіжжя, створення пунктів незламності тощо);

2) адаптація населення (розв'язання проблем з документами, реабілітація військових та підтримка їхніх сімей, ветеранів війни);

3) майнове питання (допомога населенню з пошкодженим та зруйнованим житлом).

На другий фланг відійшли новини, пов'язані із розвитком спорту та культурним життям міста. Одна частина населення відправилася на фронт,

інша – формувати укріплення, малювати патріотичні плакати, а згодом проводити вистави в укритті.

Наразі на центральній вебсторінці, окрім повсякденних новин та корисної інформації про діяльність місцевої влади, чітко видно гіперпосилання на «Сповіщення про повітряну тривогу», «Пункти незламності та пункти обігріву», «Бомбосховища та найпростіші укриття», що варто підкреслити, є власними розробками профільних спеціалістів департаменту. Окремо налаштовані ланки «Допомога військовим та членам їхніх сімей», «Допомога переселенцям» та «Актуальне відео. Воєнний стан». Додатково виокремлені платформи для збору коштів на підтримку України.

Невіддільним компонентом порталу лишилися дані про структуру міської влади. Сюди увійшли короткі зведення про міського голову, його заступників, структуру виконавчого комітету, департаменти, комунальні підприємства, райадміністрації та депутатський корпус. Особлива увага приділялася зворотному зв'язку, що робить доступнішим діалог у форматі «населення – влада». Цінною розробкою у департаменті називають муніципальну онлайн-платформу «Соціально активний громадянин» (citizen.omr.gov.ua), яка дозволяє одеситам створювати електронні петиції, впливати на громадський бюджет та долучатися до публічного обговорення. Така форма взаємодії влади з територіальною громадою мала на меті закликати одеситів до участі в управлінні містом, адже на першому «Сервісі подачі електронних петицій» можна формувати колективні звернення до органів виконавчої влади з будь-яких питань; другий – «Громадський бюджет» дозволяв оцінити проєкт шляхом електронного голосування для подальшої його реалізації за кошти з міського бюджету; а третій пункт – «Громадське обговорення» дозволяло розширити коло учасників в електронній площині [9]. Facebook-версія онлайн-платформи назбирала 2,1 тис. читачів, 1,7 тис. поставили позначку «подобається».

Життєдіяльність інституту місцевого самоврядування, попри війну, прослідковувалася майже на усіх офіційних сайтах вітчизняних муніципалітетів (див. табл. 1). Загалом відстежувалися поради щодо поведінки під час сповіщень про тривогу, панічної атаки, корисна інформація для ВПО, як підтримати армію та зібрати на дрони, яким чином відшкодувати кошти за, пошкоджене чи зруйноване від російських атак, житло. Перелік важливої інформації особливо широко запро-

поновано на сайті Кропивницького. Сайт міста Суми радив містянам не ігнорувати тривоги, розмістивши стійкі плашки «Воєнний стан» та «Мапа укриттів». Практично усі пресслужби містили новини, пов'язані із подіями на фронті, втратами земляків, про співпрацю з іноземними партнерами та містами-побратимами, про наслідки атак по населеним пунктам та постраждалих серед

цивільного населення. Якщо на сайті Чернігова кількість корисної інформації відносно війни виглядає стислою, то у стрічці новин воєнні реалії представлені досить широко. Аналогічна ситуація із сайтом Донецька, який не є розробкою органів місцевого самоуправління.

Для отримання необхідної інформації серед напливу важливих посилянь, вебдизайнери полег-

Таблиця 1

Офіційні сайти адміністративних центрів України
(аналіз першої сторінки від 24–30 липня 2024 р.)

Адміністративний центр	Пошуковий рядок	Наявність інформації, пов'язаної із воєнним станом (окрім новин)	Зворотній зв'язок	Інклюзивний дизайн	Мови (окрім ua)	Присутність в Internet мережі (кількість підписників у ТГ)
1	2	3	4	5	6	7
Вінниця https://www.vmr.gov.ua/	+	пам'ять, ВПО, блекаут, важливо	+	+	en	-
Луцьк https://www.lutskrada.gov.ua/	+	ВПО, тероборона	+	+	(en)	Facebook, Telegram (1.4к)
Дніпро https://gorod.dp.ua/	+	блекаут, допомога ЗСУ, благодійність	+	-	en, рус	-
Донецьк неофіційний сайт					рус	Facebook
Житомир https://zt-rada.gov.ua/	+	ВПО, тероборона	+	+	-	Facebook,
Ужгород https://umr.uzhgorod.ua/	-		-	-	-	-
Запоріжжя https://zpr.gov.ua/	+	мапа укриттів, важливо, захисникам, військовий облік	+	+	-	Telegram (2.1к)
Івано-Франківськ https://www.mvk.if.ua/	+	мапа укриттів	+	-	en, de, pl (пасив)	-
Київ https://kyivcity.gov.ua/	+	мапа укриттів, пункти незламності, підтримка	+	(+)	-	Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Telegram (450к)
Кропивницький https://www.kr-rada.gov.ua/	-	ВПО, корисне під час війни	+	+	більшість	-
Луганськ неофіційний сайт		ВПО, житло			рус	Facebook
Львів https://city-adm.lviv.ua/	+	в умовах війни, допомога ветеранам від міста, волонтерство	+	-	-	Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn, радіо, Telegram (5.5к)
Миколаїв https://mkrada.gov.ua/	+	ветеранам, е-черга ДНАП (дрони для ЗСУ, вода), допомога постраждалим від війни, укриття	+	-	en	Facebook, YouTube, Twitter, Instagram
Одеса https://omr.gov.ua	+	сповіщення про тривогу, мапа укриттів, пункти незламності, ВПО, допомога військовим	+	+	en, рус	Facebook, YouTube, Telegram (94.5к)

1	2	3	4	5	6	7
Полтава https://www.rada-poltava.gov.ua/	+	пункти незламності, ВПО, допомога ЗСУ, волонтерство	+	+	en	Facebook, YouTube, Instagram, Telegram (289)
Рівне https://rivnerada.gov.ua/	+	ВПО, гуманітарна допомога, карта сховищ, захисникам	+	-	-	Facebook
Суми https://smr.gov.ua/uk/	+	мапа укриттів, воєнний стан	+	+	en	Facebook, YouTube, Twitter
Тернопіль https://teropolcity.gov.ua/	+	воєнний стан, (ВПО)	+	+	en	Facebook, YouTube, Twitter, Instagram,
Харків https://www.city.kharkiv.ua/	-	ППО – захисти небо, компенсація за придбання генераторів	+	жест. мова	en, рус	Facebook
Херсон https://miskrada.kherson.ua/	+	Херсон – Україна, ЗСУ, допомога місту, пошук людини, мародерство, (укриття)	+	-	-	Facebook, YouTube, Instagram, Telegram (10к)
Хмельницький https://www.khm.gov.ua/	-	пам'ять, ВПО, чатбот «Ворог»	+	+	en	Facebook, YouTube, Telegram (33.2к)
Черкаси https://chmr.gov.ua/ua/	+	учасники АТО, ВПО, підтримка оборони	+	-	-	-
Чернівці https://www.city.cv.ua	+	важлива інформація, контакти в умовах війни, ВПО, ветеранам і їх сім'ям	+	(+)	-	Facebook, YouTube, Instagram, Telegram (32.9к)
Чернігів https://chernigiv-rada.gov.ua/	+	захисникам, ВПО	+	(+)	-	-
Севастополь сайт не виявлено						

Примітка: (у дужках) – інформація, що міститься не на першій вебсторінці

шують завдання через встановлення пошукового рядка (див. табл. 2). На додаток, розробники сайтів піклуються про слабозрячих людей, пропонуючи інклюзивний дизайн зі зручним шрифтом та у чорно-білому оформленні. Харківські спеціалісти пішли далі, запропонували можливість надсилати повідомлення жестовою мовою. Миськради східних регіонів забезпечили користувачам перехід на російську мову, іванофранківці – на німецьку та польську, а розробники сайту Кропивницького максимально розширили можливості перекладу інформації. Більшість пресслужб надали доступ до англійської версії. І сайт Одеси не став виключенням.

Відношення до сьогодення продемонстрували презентаційні сторінки. Показовим можна назвати центральне фото Чернівецького сайту, харків'яни розмістили кадри площі Свободи після ракетного удару, херсонські спеціалісти – підтоплені від підризу дамби вулиці міста, хмельницькі та львівські колеги всіляко демонстрували підтримку ЗСУ.

Проаналізувавши «присутність» місцевої влади на різноманітних Internet-платформах (соціальних мережах, тематичних інформканалів у месенджера тощо), з'ясувалося, що найбільш активними у колонці є Київ, Миколаїв, Полтава, Тернопіль, Херсон, Чернівці, а Львів, до того ж містить посилання на радіо. Лідерами за популярністю у Telegram стали пресслужби Києва, Одеси та Хмельницького. Недалеко від них відірвався ТГ-канал Чернівців.

За спостереженнями фахівців одеського Департаменту, потреба населення в отриманні інформації через новостворений Telegram-канал найбільше відчувалася на початку введення воєнного стану: «У лютому 2022 року кількість його підписників різко сягнула з 2.5 тис. підписників, за три місяці (у травні) – 119 тис., наразі (до серпня 2024 р.) показник знизився до 94.3 тис. [6]. Водночас Telegram-канал мера міста Геннадія Труханова набрав популярності та у серпні 2024 року зібрав аудиторію у 54 тис. Таку тенденцію у підрозділі пояснюють неперервним діалогом міського

голови з одеситами: роз'яснення гострих питань, безпосередня увага до постраждалих від російських атак та оперативність у прийнятті рішень.

Досвід фахівців одеської міської ради показав, що визначення пріоритетів у поданні інформації відбулося у бік оперативності та своєчасності через інструмент месенджера. Створення каналу «Одеса. Офіційно» як альтернативної версії оприлюднення новин сайту пришвидшило інформування населення міста про повітряну тривогу в Одесі та інші важливі офіційні повідомлення. Цілодобову зайнятість співробітників пресслужби полегшило створення каналу «Сповідання Одеса» з прив'язкою до попереднього каналу. Особливого значення на час воєнного стану набула ініціатива міської влади «Донор Одеси». Даний проєкт є хмарним інтернет-сервісом у ТГ та у 2022 році здобув перемогу у всеукраїнському «Конкурсі кращих історій незламності та співдії в громадах під час війни як унікальна практика згуртованості мешканців міста» [8]. Одеська художниця, відома мешканцем міста патріотичними котиками, Юлія Подмогіна, створила маскот проєкту – кицю-донора, а волонтери намалювали великий стінопис на підтримку донорства крові.

Офіційний портал Одеси постійно удосконалюється, відповідаючи на вимоги часу. З'являються нові рубрики, важливі плашки, які дозволяють користувачеві відшукати відповідь на питання, що турбують та головне – знайти підказку, як убез-

печити себе та рідних у війну. Окрім цього, створюються ініціативи направлені на поглиблення міжнародного співробітництва та розвиток інвестиційної діяльності, що дає можливість місту відчувати підтримку різних країн світу.

Висновки. Досвід діяльності Департаменту інформації та цифрових рішень Одеської міської ради під час війни дозволяє переосмислити наратив, що у центрі уваги відомства має стояти піар муніципальної влади. Складеться чітке враження, що злагоджена оперативна робота виводить на перший план одесита чи людину, яка вимушена мешкати в Одесі через евакуацію з рідного міста/селища. В той час, коли бізнес, зазнавав збитків, культурна сфера, спорт, рекреація, згортали свою діяльність, місцеве самоврядування нарощувало темпи, приймаючи нестандартні рішення задля збереження життєдіяльності міста. Коли низка регіональних масмедіа перестали функціонувати або працювали в обмеженому режимі, Департамент вважався основним офіційним джерелом постачання перевірених новин і цілодобових попереджень. У мирний час, зокрема у передвиборчу кампанію, надмірна присутність місцевої влади в медійному полі іноді набуває негативного забарвлення, проте наразі активізація діяльності мерії у ЗМІ та Internet є свідченням посилення комунікації з громадськістю, демонстрацією відкритості, що, у свою чергу, зрощує довіру до місцевої влади.

Список літератури:

1. Боднарська А. І., Якимчук А. Ю. Структура та функціонал пресслужби Рівненської ОДА: сприяння формуванню цифрового суспільства та економічній трансформації. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування : зб. наук. пр. Рівне. Економічні науки. 2021. Вип. 4 (96). С. 3–15
2. Вакун О.В., Семчук І. В., Грабчук О. В. PR-служба в сфері державного управління: основні напрями розвитку. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2021. № 7. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2119>. (дата звернення: 27.07.2024)
3. Гапоненко В.А., Рихлік В. А. Зв'язки з громадськістю : навч. Посібник. К. : КНЕУ, 2015. 238 с.
4. Інтерв'ю із заступником директора – начальником відділу зв'язків із ЗМІ Департаменту інформації та цифрових рішень Одеської міської ради Наталею Мальцевою від 22.07.2024 р.
5. Інтерв'ю із заступником директора – начальником інформаційно-аналітичного відділу Департаменту інформації та цифрових рішень Одеської міської ради Оксаною Тачковською від 05.08.2024 р.
6. Інтерв'ю з головним спеціалістом відділу впровадження інформаційних технологій Департаменту інформації та цифрових рішень Одеської міської ради Миколою Покровським від 05.08.2024 р.
7. Кліщук Людмила. Як працюють механізми інформаційної війни. Рецензія на книгу: Почепцов Георгій «Сучасні інформаційні війни». Вебсайт «Na Chasi». URL: <https://nachasi.com/creative/2019/01/29/knyzhka-pocheptsova/> (дата звернення: 30.07.2024)
8. Кращі історії незламності та співдії в громадах під час війни. Сайт Всеукраїнської асоціації органів місцевого самоврядування «Асоціація міст України» URL: https://auc.org.ua/sites/default/files/library/best_stories_of_invincibility_and_co-action_in_communities_in_time_of_war_ukr.pdf. (дата звернення: 27.07.2024)
9. Офіційний сайт міста Одеса. URL: <https://omr.gov.ua>. (дата звернення: 25.07.2024)
10. Положення про департамент інформації та цифрових рішень Одеської міської ради, затверджено рішенням Одеської міської ради № 207-VIII від 28.04.2021 р. URL: <https://omr.gov.ua/ua/city/departments/info/statute/> (дата звернення: 30.07.2024)

11. Пилипко Т. Особливості діяльності прес-служби в органах державної виконавчої влади. ЛОГОС. 2019. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.04.html>. (дата звернення: 05.08.2024)
12. Синиця С. М., Данилишин В. І. Особливості пр в сфері державного управління. Ефективна економіка. 2021. № 8. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9159> (дата звернення: 25.07.2024)
13. Сопіна О. А. Зміст і сутність поняття «зв'язки з громадськістю» в контексті державного управління. Вчені записки вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія : Державне управління. Том 31 (70). № 5. 2020 К : Видавничий дім «Гельветика». 2020. 93–97 с. URL: https://www.pubadm.vernadskeyournals.in.ua/journals/2020/5_2020/19.pdf (дата звернення: 29.07.2024)
14. Cate Lawrence. The experience of PR during wartime. *Tech.eu*. 24 February 2023. URL: <https://tech.eu/2023/02/24/the-experience-of-pr-during-wartime/> (дата звернення: 12.08.2024)

Zadorozhnia A. H. ACTIVITIES OF PUBLIC ADMINISTRATION PRESS SERVICES DURING THE STATE OF WAR (EXAMPLE OF ODESA CITY GOVERNMENT)

The main purpose of this article is to reveal the characteristics of the press service in the field of public administration, as well as the methods that it use in its activities in accordance with the requirements of today. Therefore, the study of the activities of press service of the Odesa's local government in the conditions of crisis communication is of scientific and practical interest.

The article reveals the features of the pres service activity since the russia's full-scale invasion of Ukraine (the phases of activity of the unit's specialists at different stages of the war; the necessary set of tools for successful PR activities; transition to the new levels of information distribution taking into account the modern needs).

It must be admitted that with the beginning of active military operations society requires prompt, clear and, as it turned out, concise information about city government activity and reaction to events. Prompt coverage of relevant events on various platforms create an image and strengthen the reputation of the establishment. Moreover, the study is about necessity of providing citizens with both about timely, accurate, objective information about their activities, and about confidence that all structures are open and accountable to citizens and the interests of people are taking into account in the process of developing initiatives.

Given the development of modern information and computer technology the author substantiate the need for using of digital tools in establishing relations with society. The some requirements to be met by the website of local governments for the implementation of the PR task is presented (a clear structure of the main and secondary information; choice of functional design; creation of pages for provision communication with the mayor and department heads; language; accession to important data with the ability to vote etc.).

The use of websites, social networks, messengers by press staff will ensure the most effective communication between the public and government agencies, will contribute to the formation of positive image is considered. A comparative analysis of the sites of the country's administrative centers was carried out.

Key words: *press service, city government, communications, mass media, state of war.*