

Аналітичний звіт

«Ефективність суспільних відносин державного лісового господарства в Україні»

Виконавець:

Марина КАЛІНІНА, PR-консультант,

К.філол.н., доцентка кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Навчально-наукового Інституту журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ЗМІСТ

Аналіз інститутів зв'язків з громадськістю (нормативних актів та установ) Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів	3
Нещодавно реалізована діяльність зі зв'язків з громадськістю (регулярні та спеціальні) Міндовкілля та Держлісагентства	6
Виявлення та оцінка принципового дефіциту в заходах зі зв'язків з громадськістю Міндовкілля та Держлісагентства	9
Пропозиції щодо покращення зв'язків з громадськістю, які будуть реалізовані Міндовкілля та Держлісагентством	13
Визначення внесків проєкту ВСЛУ (наприклад, звіт про німецький досвід у зв'язках з громадськістю між державним лісовим господарством та суспільством, тренінги з ефективних заходів зі зв'язків з громадськістю)	21
Додатки	23

«Ефективність суспільних відносин державного лісового господарства в Україні»:

Період дослідження: 01.01.2021 – 05.2022.

Мета:

Нарощування потенціалу для підвищення ефективності зв'язків із громадськістю державного лісового господарства в Україні.

Аналіз інститутів зв'язків з громадськістю (нормативних актів та установ)

Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів

Інституціонально Міндовкілля займається широким колом питань екобезпеки та збереження довкілля. Лісова політика є лише одним з напрямків діяльності та контролю. Міндовкілля має профільний відділ лісових ресурсів складом 5 осіб, відділ публічних комунікацій складом 5 осіб та пресслужбу, власні цифрові ресурси (сайт <https://mepr.gov.ua/>); сторінку у соціальній мережі Фейсбук (<https://www.facebook.com/EnvironmentalofUkraine/> читачі 12 000), канал у You Tube (https://www.youtube.com/channel/UCo7vyKSW7hGlgBUXWs_wiQQ, 50 підписників).

Оскільки напрямок лісів є одним з багатьох, частка лісового контенту Міндовкілля дуже мала.

Паралельно ведеться особиста сторінка Міністра Руслана Стрільця (<https://www.facebook.com/ruslan.strelets>) з більш персоналізованим контентом. Варто відмітити, що тут Міністр особисто коментує різні події та контент є більш динамічним та неформальним, що приваблює читачів. Втім тематика лісів проявлена слабо.

Також ресурсом Міндовкілля є сайт «Зелена країна» (<https://zelenakraina.gov.ua/>), де висвітлюється лише тематика президентської кампанії з висадки лісів.

Діяльність пресслужби представлена рубриками новини, анонси подій, плани, протоколи, фотоальбоми, відеогалерея, нормативно-правова база, проекти нормативно-правових актів, зразки та форми, оголошення. Рубрика ЗМІ про нас відсутня, тому зробити висновки про медійну активність неможливо. На мережі Фейсбук також відсутні посилання на медійні матеріали.

Пошуковий запит згадувань за ключовим словом «Міндовкілля» Google видає, здебільшого, посилання на офіційні новини, пресподії (брифінг), в яких тематична частка інформації про тематику лісів критично мала (3 матеріали).

Перший матеріал носить загальний новинний характер, другий матеріал про те, як Рівненське лісництво передає вилучену контрабандну деревину на потреби армії (надрукований на регіональному сайті <https://business.rayon.in.ua/news/528249-na-rivnenshchini-virubanu-v-nezakonnij-sposib-derevinu-peredayut-na-potrebi-armii>, втім не висвітлений Міндовкіллям в соцмережах); третій матеріал пов'язаний зі повідомленням ДБР посадовцю ДАЗВ про злочин (незаконна рубка лісів у зоні відчуження,

<https://mind.ua/news/20244075-dbr-pidozryue-eksposadovcya-dazv-u-nezakonnij-virubci-lisu-bilya-chornobilya>).

На сторінці у Фейсбук йде щоденне новинне оновлення. Але знову, частка тематики лісу мінімальна. Робота з суспільним негативом не ведеться, навіть по тематиці президентської програми відновлення лісів (<https://www.facebook.com/photo/?fbid=378261297742987&set=a.264734179095700>).

Сторінка ведеться лише в напрямку інформування і не дає зворотного зв'язку відвідувачам сторінки.

Міністерство запровадило цифровий додаток «ЕкоЗагроза», який дає інформацію про лісові пожежі та сприяє розвитку екологічного мислення, що є дуже важливим в процесі взаємодії з громадськістю.

Зробити висновки про професійний склад пресслужби та внутрішні положення неможливо, оскільки на сайті відсутня інформація про склад пресслужби та внутрішні положення.

Державне агентство лісових ресурсів України

Відповідно до Положення про Державне агентство лісових ресурсів України (<https://forest.gov.ua/agentstvo/polozhennya-pro-derzhlisagentstvo>). Держлісагентство є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра захисту довкілля та природних ресурсів і який реалізує державну політику у сфері лісового та мисливського господарства. До складу Держлісагентства входить 24 регіональних підрозділи, які курують роботу державних лісових підприємств. До їхнього складу входять лісництва, лісгоспи, дочірні підприємства.

Саме на Держлісагентство та на його структурні підрозділи покладається відповідальність на комунікації лісового господарства України.

Держлісагентство має свій сайт (<https://forest.gov.ua/agentstvo/komunikaciyi-z-gromadskisty>), яке має достатньо зрозумілу, чітку, продуману структуру. Втім, в рубриці Пресслужба відсутня інформація по структурі комунікаційного напрямку, інформація щодо пресслужби не персоналізована, також відсутні посилання на матеріали ЗМІ. Це ускладнює комунікацію для журналістів.

Також Держлісагентство має сторінку у Фейсбук (<https://www.facebook.com/forestUKR>, 14 000 підписників), яка регулярно наповнюється різноманітним контентом, має невелику кількість репостів, але це важливо для поширення контенту та охоплення. За останні місяці змінилася мова подачі матеріалів, яка стала менш офіційною, що покращує сприйняття. Під постами є жваві дискусії, це говорить про те, що контент резонує з поглядами читачів. Втім, також відсутня реакція на коментарі.

Паралельно ведеться персональна сторінка Голови Держлісагентства Юрія Болоховця (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100010028957829>).

Але контент практично повністю дублюється із офіційною сторінкою Держлісагентства та має дуже формалізований характер. Пан Голова коментарів не дає, особистих постів чи коментарів не пише, що шкодить читабельності та зменшує увагу, зокрема медійників, які часто відвідують особисті сторінки керівників державних установ у пошуках інсайдів.

Держлісагенство запустило Телеграм бот (@ukrforest_bot), через який можна повідомити про незаконні рубки, лісові пожежі, незаконне полювання, повідомити про порушення договорів, погнати інформаційний запит, дізнатися про програму «Зелена країна», отримати корисні посилання та провести записатися на особистий прийом. Це дуже корисна річ для комунікації, оскільки відсутня «гаряча лінія».

Також є You Tube канал
(<https://www.youtube.com/c/%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%BB%D1%96%D1%81%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE1/videos>, 202 підписники).

Розташування лісів по території України не є однорідним, тому і рівень матеріально-технічного забезпечення лісгоспів та регіональних управлінь є різним, що впливає і на кадрову політику в сфері комунікацій, і на матеріально-технічні можливості для створення й поширення контенту.

Підприємства з високим рівнем доходу мають окрему штатну одиницю прессекретаря, в більш бідних лісництвах ці посадові обов'язки покладені на секретарів керівників, співробітників інших відділів, а часом, на лісників. Часто ці обов'язки виконують позаштатні працівники чи люди без спеціальної фахової.

Як вже зазначалося, Держлісагентству підпорядковуються регіональні управління, лісомисливські господарства, лісництва, лісгоспи, дочірні підприємства. Аналізуючи соціальні та цифрові медіа, можна стверджувати про відсутність єдиної комунікаційної стратегії та контролю за контентом. Більшість структур, підпорядкованих Держлісагентству, ведуть свої сторінки в соцмедіа на аматорському рівні: (відсутня омнікальність подання контенту; відсутня включеність ЦА в контент, також відсутня реакція на скарги споживачів послуг (ЦА), підприємства в більшості самі стають джерелом скандалів та ставлять акценти не на лісі, а сторонніх темах).

Деякі лісництва стають джерелом потенціальних криз та корпоративних конфліктів:

- Глинське лісництво <https://www.facebook.com/profile.php?id=100028920384376>;
- Лісівник Буковини. Чернівецьке облуправління лісомисливського господарства <https://www.facebook.com/lisivnyk.buk>.

Таким чином можна говорити про те, що комунікаційні ресурси (соцмережі) структурних одиниць та підприємств, що підпорядковуються Держлісагентству, не структуровані, не систематизовані та мало контрольовані. Пресслужби цих структур функціонують практично автономно.

Частина підприємств мають свої сайти, фейсбук сторінки, окремі організації, навіть мають Тік-Ток акаунти, втім спільна контент-політика та комунікаційна стратегія відсутні. Інформаційний ландшафт підпорядкованих Держлісагентству підприємств неоднорідний: від розвинутих Київського, Житомирського й Сумського та інших обласних управлінь, які мають чудові сайти і ведуть комунікацію з територіальними громадами, до аутсайдерів з напіванонімними сторінками у Фейсбук.

На рівні Держлісагенства комунікації ведуться на достатньо високому фаховому рівні. Втім під час аналізу було виявлено низку помилок, усунення яких значно покращить комунікаційну роботу.

Нещодавно реалізована діяльність зі зв'язків з громадськістю (регулярні та спеціальні) Міндовкілля та Держлісагенства

Держлісагенство – це державна установа, яка уповноважена Міндовкілля займатися лісовими ресурсами, зокрема, вести комунікацію із науковою, міжнародною та внутрішньою громадськістю.

Відповідно, більшість заходів відбувається під егідою та силами Держлісагенства. Зокрема, постійно проводяться профорієнтаційні й просвітницькі заходи з молоддю, місцевими громадами, відбувається залучення громадськості до визначення пошкоджених ділянок, проводяться інтерактивні заохочувальні заходи, конкурси, вікторини, благодійні заходи, акції на підтримку ЗСУ. Таким чином на місцях проактивності проводяться, але дистанційно оцінити їхню якість не можливо.

Інформацію про проактивності можна отримати лише із сайту Держлісагенства та підпорядкованих установ, публічного звіту за минулі роки, зі сторінок соцмереж. Публікаційна активність в регіонах, ініційована відповідними підрозділами Держлісагенства й та, що розкриває активності установи, для аналізу не доступна з причини низького цитування регіональних сайтів в пошукових системах.

Відповідно до Публічного звіту Голови Держлісагенства за 2021 рік (<https://forest.gov.ua/storage/app/sites/8/%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8/publicniy-zvit-za-2021.pdf>), протягом аналізованого періоду було зроблено:

1. Геопортал «Ліси України» запроваджено в діяльність близько 100 лісгосподарських підприємств 14 областей України, зокрема у 2021 році геоportal було запроваджено у діяльність 56 лісгосподарських підприємств.
2. У червні 2021 р. було проведено міжнародну науково-практичну конференцію «Лісівнича наука: стан, проблеми, перспективи розвитку», присвячену 90-річчю від часу заснування УкрНДІЛГА.
3. Підготовлено до друку черговий випуск фахового збірника «Лісівництво та агролісомеліорація».
4. У жовтні 2021 р. у конференц-залі УкрНДІЛГА за ініціати́ви Інституту відбулося засідання Ради Північно-Східного наукового центру Національної академії наук України і МОН України, який координує та популяризує наукову та освітню діяльність близько 80 установ Харківської, Полтавської та Сумської областей. На засіданні обговорювалися наукові засади стратегії адаптації лісів та лісового господарства України в умовах зміни клімату.
5. У травні 2021 р. директора УкрНДІЛГА, доктора с.-г. наук, професора, члена-кореспондента НААН України Ткача В.П. було обрано членом-кореспондентом Національної академії наук України за спеціальністю «Екологія лісів».
6. Старший науковий співробітник лабораторії лісових культур та агролісомеліорації,

к.с.-г.н. Румянцев М. Г. став переможцем Харківського обласного конкурсу молодих вчених, отримавши стипендію імені О. Н. Соколовського в номінації аграрні науки.

Співпраця з міжнародними організаціями та процесами здійснювалась у відповідності до повноважень, наданих постановою Кабінету Міністрів України від 13.09.2002 №1371. Зокрема, у 2021 році:

1. Взято участь у роботі 16-ї сесії ФЛООН.
2. Взято участь у двох експертних обговореннях стосовно підготовки звіту з виконання міжнародних домовленостей щодо лісів та формату звітності з виконання Стратегічного плану ООН щодо лісів.
3. На постійній основі виконувались зобов'язання обов'язки співголови спільного бюро Європейської лісової комісії ФАО і Комітету по лісу та лісовій галузі ЄЕК ООН та голови виконавчого комітету Європейської лісової комісії ФАО.
4. Взято участь у 42-й сесії робочої групи з питань лісової статистики, економіки та управління ЄЕК ООН/ФАО та спільній сесії Європейської лісової комісії ФАО і Комітету по лісу та лісовій галузі ЄЕК ООН.
5. Взято участь у вебінарі стосовно підвищення ролі не деревних лісових продуктів.
6. Взято участь у підготовці та проведенні Міністерської конференції з відтворення лісових ландшафтів та внеску регіону Східної та Південно-Східної Європи у виклик Бонна та ініціативу ЕССА 30.
7. Завершено процес підготовки та взято участь у проведенні 8-ї Міністерської конференції по захисту лісів Європи.
8. Опрацьовано проєкт програми роботи процесу на наступні 4 роки.
9. Взято участь в анкетуванні стосовно «зелених» робочих місць та започаткуванню механізму попередження наслідків стихійних лих.
10. Взято участь у роботі групи експертів по лісовому господарству та робочій зустрічі з оцінки впливу змін клімату на лісові екосистеми.
11. Фахівці Держлісагентства взяли участь у трьох міжнародних поїздках до Латвійської Республіки з метою обміну досвідом, 4 круглих столах з представниками лісової адміністрації Австрійської Республіки, Баварії та КНР, 4 тренінгах (3 он-лайн з Лісовою Службою США та 1 в Турецькій Республіці), забезпечено візити 3 міжнародних делегацій (Латвійська та Турецька Республіки, ФАО).
12. Проведена зустріч з представниками Посольства Японії та Латвії в Україні стосовно питань розширення співпраці у галузі лісового господарства та можливих напрямів підтримки такої співпраці.
13. Підписаний Меморандум про співпрацю між Латвійською лісовою компанією та Держлісагентством.
14. Схвалений закон про приєднання України до Конвенції про Європейський інститут лісу.
15. Розпочато реалізацію проєкту ФАО з питань боротьби з всиханням соснових насаджень. Проведено 2 робочі наради та вступний семінар по проєкту. Проведено анкетування стосовно стану лісопатологічного моніторингу. Організовано та проведено візит місії ФАО в Україну.

16. Розпочато реалізацію проекту ФАО «Всесторонні, конкурентноспроможні та сталі ланцюги постачання в сільському, лісовому та рибному господарстві»(GCP/UKR/012/EC).

17. Розпочато виконання українсько-німецького проекту «Технічна підтримка розвитку лісової політики та проведення національної інвентаризації лісів». Сформовані робочі групи, опрацьовано план робіт проекту на 2022 рік.

18. Завершено виконання проекту USAID, направлено на подолання наслідків пожеж в Луганській області. Зокрема складено звіт про економічні наслідки лісових пожеж 2020 року на Луганщині; методологію оцінки економічного впливу наслідків пожеж на лісове господарство; звіти щодо обсягів деревини, пошкодженої та знищеної пожежами, практик її заготівлі; рекомендації зі збереження насінневих дерев та ключових біотопів; комерційну та управлінську модель для виробництва деревного біопалива тощо. Опрацьовується питання підписання Меморандуму про співпрацю з проектом.

19. Продовжується виконання міжнародного проекту «Ліс у жіночих руках».

В напрямку внутрішніх українських комунікацій:

1. Сформовано новий склад Громадської ради при Держлісагентстві. Проведено сім засідань Громадської ради, обрано та переобрано її керівний склад та схвалено Положення.

2. Організовано та проведено весняну та осінні акції «Створимо ліси разом».

В рамках проведення Акції цієї осені висаджено майже 60 млн штук сіянців та саджанців, з них 6,6 млн штук висаджено іншими постійними лісокористувачами комунальної й державної власності.

Крім представників державних лісгосподарських підприємств в заходах з висаджування дерев взяли участь майже 14 тис чол. учнівської та студентської молоді; понад 7.5 тис представників громадських організацій; представники органів влади, ЗМІ.

За період Акції лісгосподарськими підприємствами проведено: 348 екскурсій для дітей та громадськості, 140 уроків на лісівничу тематику. Проведено майже 700 заходів з озеленення територій навчальних закладів, дитячих садочків, лікарень, місць відпочинку тощо.

3. Розроблено та презентовано окремий сайт для висвітлення реалізації програми Президента України “Зелена країна” (Зелена країна (zelenakraina.gov.ua)). Передвісниками кампанії «Зелена Україна» є проекти «Майбутнє лісу у твоїх руках», «Створюємо ліси разом».

4. Надано сприяння у підготовці та проведенні акції озеленення «Озеленення планети» та «Об’єднуємо один мільйон людей за добу».

5. Налагоджена співпраця з корпорацією АТБ, компанією «Нова Пошта», проектом «Мама посади дерево» та косметичною лінією Davines, як спонсорами робіт з лісовідтворення.

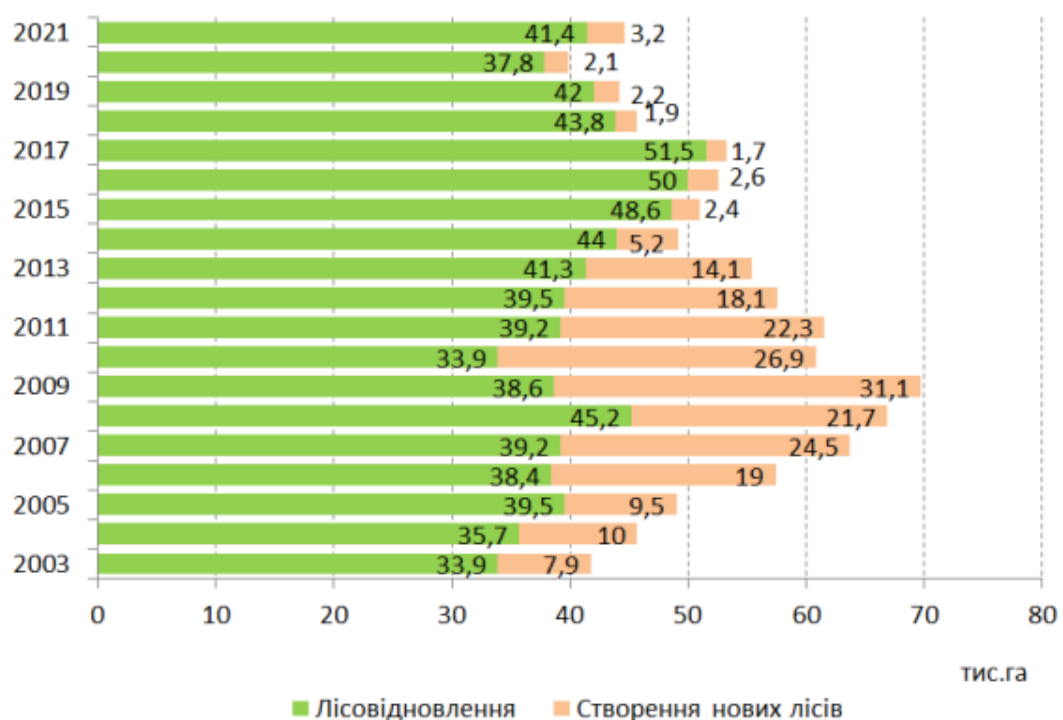
З початком повномасштабного російського вторгнення фокус комунікацій змінився на допомогу ЗСУ, посилення міжнародної співпраці, збільшення уваги до незаконних рубок та перенаправлення конфіскованої деревини на потреби українських військових.

Наведені вище факти говорять про те, що в Держлісагентстві приділяють достатньо уваги роботі в науковому та міжнародному напрямку, існують певні проекти, спрямовані із внутрішньою українською громадськістю, втім вони є не настільки успішними. В загальному плані Держлісагентство показує хороші результати порівняно з минулим періодом: створено сайт, працює пресслужба (звичайно, що київська більш професійна), є прагнення реагувати на сучасні виклики на задачі, навчати персонал, є певна активність, але існує коло проблемних питань, які треба вирішувати.

Виявлення та оцінка принципового дефіциту в заходах зі зв'язків з громадськістю Міндовкілля та Держлісагентства

Основним KPI діяльності Держлісагентства є саме збереження й відновлення лісів, оскільки це прямий наслідок проведеної комунікаційної роботи з відповідними ЦА. За останніми світовими тенденціями, PR має конвертуватися не в кількість надрукованих пресрелізів чи медіа публікацій, а в конкретні зміни. Динаміка змін знайшла своє відображення у наступному графіку:

Динаміка робіт з відтворення лісів



Джерело: Публічний звіт Голови Держлісагентства за 2021 рік (<https://forest.gov.ua/storage/app/sites/8/%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8/publicniy-zvit-za-2021.pdf>), який чітко показує зростання відновлення лісів порівняно із 2020 роком, але значне падіння динаміки порівняно з 2013-2017 роками). Означена таблиця чітко показує напрямки майбутньої роботи та наявні комунікаційні прогалини.

Навіть впровадження президентської програми «Зелена країна» та запрошення до її реалізації PR-агентства не вирішить сучасних викликів, оскільки комунікаційна політика Держлісагенства має суттєві проблеми, без вирішення яких цей кейс вирішити неможливо. Оскільки комунікаційний напрямок складається не тільки з Сектору міжнародних відносин, науки та зв'язків з громадськістю Держлісагенції, а з підпорядкованих установ, сукупно поміж позитивних кейсів, існує низка проблем. Без корекції роботи всіх комунікаційних підрозділів, а з ним без реформування всієї без винятку системи, навіть за наявності креативної PR-кампанії буде спостерігатися дискомунікація та дисонанс між цінностями які декларуються та транслюються в реальності.

Ключові помилки

1. Зменшений статус питання лісу

Аналіз показав, що Міндовкілля делегувало функцію комунікації питання лісового господарства Держлісагенції. Від імені представника Уряду ця тема звучить в дуже малих обсягах, хоча на важливості теми збереження лісів акцентував Президент України Володимир Зеленський. Тому було б бажано, щоб в своїх комунікаціях перші особи Міндовкілля час від часу підіймали лісову тематику. Це збільшить статус питання.

2. Відсутність бренд-стратегії, комунікаційної стратегії, стратегічного бачення та one-tone policy, негативний імідж.

Дослідження показало, що бренд Держлісагенства не є сформованим та індивідуальним.

В іміджевій складовій є багато негативу, пов'язаного з незаконними рубками, рейдерством та корупцією. Ми маємо два сталих образи: чиновник, який за великі хабарі кришує незаконний бізнес та лісник, з яким за відносно невеликі гроші можна вирішити будь-яку проблему. Образ порядного лісника – захисника лісу пішов у минуле. Ментально за галуззю закріпилися не тільки питання рубок, а незаконні полювання, відчуження земель та інше...

Публічні комунікації хаотичні, не систематизовані.

Відповідно, варто розробити one-tone policy по вертикалі від міністерства до найнижчої ланки.

Відсутні комунікаційна стратегія, піар програма, концепції ключових кампаній. Держлісагентство рухається в невідомому напрямку.

3. Відсутність антикризових пакетів та докризової підготовки. Відсутність роботи з негативом.

Дуже часто новини про лісне господарство нагадують зведення кримінальної хроніки (https://zaxid.net/lisove_gospodarstvo_lisgospi_tag44608/) (див. додаток 2).

Мережа заповнена великою кількістю негативу, який мав бути попередженням. Ці негативні матеріали посилюють недовіру і до Держлісагенства, і до галузі взагалі. Наведені нижче скрішоти ілюструють негатив, який є у громадськості до лісовиків. Відповідно, в такому

випадку ми не можемо говорити про позитивні зрушення в поведінці громадськості в сфері захисту лісів, якщо самі є джерелом негативу. Більшість подібної інформації не має офіційного пояснення чи спростування від відповідних посадових осіб. Навіть, якщо частина цих повідомлень є фейком, то вони мають бути спростованими одразу після їхньої появи в медіа. Якщо ці випадки справді відбувалися, то має бути відповідна реакція пресслужб із зазначенням офіційної позиції установи.

Робота із нейтралізацією негативу практично не ведеться, в мережі дуже багато скарг, з на які відсутня реакція.

Мережею поширюються новини з негативним згадуванням Держлісагентства за останні 5 років.

Приклади:

1. Держлісагентція не дозволила збудувати притулок для тварин (derzhlisagentsiya_ukrainy_pereshkodzhaie_domu_sirka_pobuduvaty_prytulok_pid_fra nkivskom_49430).

«Корупційне» об'єднання лісгоспів на Житомирщині (<https://www.stopcor.org/ukr/section-suspilstvo/news-bitij-nebitogo-veze-naslidki-obednannya-lisgospiv-na-zhitomirschini-28-04-2022.html>)

З часом їх кількість, жодних заходів не вживається. Безкарність лісовиків дозволяє людям ігнорувати правила. Тому всі комунікації зводяться нанівець.

4. Проблеми з репутаційними комунікаціями, наявність скандалів із медіа, помилки у спілкуванні з медіа

За даними системи Юконтроль, Держлісагентство лише за останній час фігурує у 47 негативних матеріалах та журналістських розслідуваннях (див. додаток 1). Фактично на жодне не було відреаговано.

Дані про розробку репутаційного комплексу відсутні. Робота з негативами не ведеться навіть на соцсторінках Держлісагентства та на сторінках підпорядкованих структур.

Також варто згадати конфлікт із медіа, який виник в Волинському (найкращому!!!) управлінні, коли пресслужба вимкнула телефони, щоб уникнути спілкування з пресою.

Репутаційний комплекс – це великий напрямок, якому необхідно приділяти велику увагу та який вартий окремої стратегії.

Слабка адвокація та майже відсутня робота з інфлюенсерами.

5. Кадрова політика

Вище зазначалося, що фінансовий рівень лісництв та територіальних управлінь не однаковий. Тому частина підприємств не має посади пресекретаря або цю посаду займають люди без відповідної освіти, які не знають ані правил комунікації із громадською, ані правила спілкування з медіа. Втім найтісніші контакти з громадськістю відбуваються на рівні місцевих громад. Тому критично важливо на цих посадах мати людей з фаховою освітою.

Також на місцях співробітники, що займаються зв'язками з громадськістю знаходяться не у підпорядкуванні вертикалі комунікаційників, а під порядкуванням місцевих керівників, які не мають уявлення про якість комунікації. Більше того, пресекретарі мають вправно реагувати на кризи, зокрема, корупційні, та модерувати інформацію відповідно до комунікаційних стандартів, а не посилювати кризу прикриваючи своє керівництво. Пресекретарі уникають медіа, щоб зберегти посаду.

6. Дискомунікація між Держлігентамством та пресслужбами територіальних управлінь та ДП

Відсутність алгоритмів дій та керівних положень, які б визначали ієрархію, систему погоджень (що має завіряти та контролювати центральний офіс, що може вирішити пресслужба на місці). Повне неузгодження дій, текстів, меседжів. Фактично, зв'язки з громадськістю не інституалізовані.

7. Контентне наповнення.

Ключові помилки:

Лісництва представлені як приватні сторінки, які пишуть про будь-що, що не стосується життя лісництва (кабалу, згвалтування під час війни (Голованівське лісництво <https://www.facebook.com/profile.php?id=100012470584940>)).

Дефіцит розважального, цікавого та просвітницького контенту.

Відсутність месидж-боксів та контент-планування. .

Дуже казенна мова спілкування.

Сфокусованість лише на висвітленні діяльності керівництва (новинність), відсутність ньюзджекінгу (одноманітність новин: наради, поїздки, промови, нагородження). Дуже мало контенту, який би хотілося поширювати. Людям не цікаві чиновники.

Практично відсутнє блогерство, замло сторітелінгу.

8. Дискомунікація з громадськістю

Розповсюдження фейків, нерозуміння особливостей галузі та основних задач галузі. Відсутність якісної адвокації та роботи з інфлюенсерами.

9. Розвиток соцмереж

Не всі управління ведуть соцмережі.

Не всі працюють омнікально.

Не всі соцмережі використовуються. Несформована до кінця політика використання соцмереж та месенджерів, наявна проблема з омнікальністю розповсюдження контенту.

Недостатня кількість підписників (14 000 це мало навіть для м. Києва), мала активність під повідомленнями та низька кількість поширень (тиражування) інформації. Ймовірно, тут проблема полягає у нецікавому та некорисному для широкого загалу контенті. Ведмедиків чи пташенят з лісу поширяють набагато більше, ніж чиновника. Тим більше, що контент про ліс та тварин є емпатичним і візуалізує, чому треба берегти та примножувати ліс.

Вподобайки (лайки), здебільшого ставлять одне одному лісництва, а широкий загал не включений.

10. Оперативність реагування та поширення інформації

Швидкість реагування на кризу чи на запит медіа має бути до 10 хвилин, але в даному випадку, частіше за все реакція відсутня як така.

11. Слабка комунікація поведінкових змін.

Цей напрямок має бути у фокусі для реалізації кампанії «Зелена країна».

12. Робота з активістами та проблемною громадськістю

Діяльність Держлісагентства та дочірніх компаній пов'язана із роботою із групами, які негативно до неї ставляться: активісти, користувачі послуг, браконьєри, бурштинарі, екоактивісти. Тому необхідна їхня вчасна ідентифікація та постійна комунікація з ними.

13. Профілактика специфічних криз (рейдерство, інформаційні війни, медійні кризи)

Наскільки мені відомо, ці напрямки взагалі не розробляються в комунікаційному плані.

14. Політичні фактори

Необхідно працювати враховуючи політичні фактори, які в Україні зосереджені навколо лісових ресурсів, але виробляти незаангажовані стратегії, намагатися вивести галузь з-під політичного впливу.

15. Корпоративні комунікації.

Не відомо, чи є в наявності корпоративний кодекс, корпоративні тімбілдинги, системне корпоративне навчання. У разі його відсутності, необхідно означені напрямки розробити.

Пропозиції щодо покращення зв'язків з громадськістю, які будуть реалізовані Міндовкілля та Держлісагентством

Зв'язки з громадськістю вже давно перестали мати виключно функцію інформування. До питання комунікаційного супроводу лісової (комунікаційної) політики та ефективної реалізації програми інвентаризації лісів необхідно поставитися системно та комплексно. В даному кейсі Міндовкілля та Держлісагентство мають привчити українців до:

- зберігати наявні лісові ресурси;
- відновлювати та примножувати їх;
- берегти природу та тваринний світ;
- самі не порушують правила.

Тобто ці комунікації мають визначати за кінцевий результат не тільки проіформованість чи звітність, а формувати: **довіру до організації, яка буде втілювати проєкт, дисципліну (як слідування правилам збереження лісу), формування позитивної репутації, зміну моделі поведінки фізичних та юридичних осіб.** Люди ніколи не будуть виконувати правила, коли будуть бачити те, як їх порушує той, хто їх встановлює.

Ефективність зв'язків з громадськістю в сфері державного лісового господарства України залежить від багатьох факторів. В процесі комунікації лісоохоронних господарств, необхідно дотримуватися комплексного багатовекторного підходу. Саме комплексність, стратегічність та системність комунікацій було покладено в основу аналізу комунікацій.

Вже кілька років в Україні спостерігається сплеск громадянської активності, а екологічне мислення давно стало соціальним мейнстрімом українців. Відповідно, мейнстрім формує запит на комунікацію як двосторонню взаємодію між громадськістю та Держлісагентством / Міндовкіллям. В даному випадку відомства працюють за односторонньою моделлю комунікації.

Ліси України – це не просто про ресурсна система, яка забезпечує країну деревиною чи стратегічна сфера для будівної чи меблевої галузі. Лісові масиви у суспільній свідомості та в ментальності українців – це:

- джерело доходу громадян, які живуть з лісових запасів (полювання, збирання грибів та ягід);
- добування деревини (будматеріали та створення меблів) для внутрішніх та експортних потреб;
- новорічні дерева;
- невід'ємна частина фольклорно-міфологічного спадку, пов'язаного із духами лісу, старовинними звичаями та культами природи;
- зона активного відпочинку (традиційні шашлики, турпоходи, бази відпочинку та SPA-центри; місце духовних практик (ретритів);
- безпека населення (природне очищення повітря та запобігання паводкам);
- ареал розповсюдження рослин тварин, зокрема, червонокнижних;
- ареал проживання диких тварин, зокрема, червонокнижних;
- прихисток на випадок надзвичайних / військових станів та багато інших факторів, які говорять про виключну важливість збереження, відновлення та примноження лісових ресурсів.

Отже, ліс – це велика частина життя українців, їх історії та майбутнього. Лісові насадження – це ледь не єдиний природний ресурс, який на сьогоднішній день знаходиться під опікою держави та не може бути приватизованим у великих розмірах.

Ліс – це дім для тваринок!

Ліс – це не наші легені!

Ліс – це життя!

Стандарти комунікацій в сфері технічної підтримки охорони лісів

Відповідно до вище зазначеного, ми можемо говорити про те, ЦА для комунікації багатократно поширюється. На сьогоднішній день можна виділити наступні напрямки

комунікації (**цільові аудиторії**), які мають бути задіяними для реального КРІ Держлісагенства та Міндовкілля:

1. GR – Президент України, Уряд, Верховна рада, МНС, державні установи та різні регуляторні структури.
2. Міжнародні комунікації – співпраця із зарубіжними партнерами, колегами, інституціями, громадськими діячами, активістами та медійниками.
3. Наукові комунікації.
4. Медійники.
5. Промисловці (деревообробна промисловість, виробники меблів, видобувачі бурштину, заготівельники грибів та ягід та ін.) та відповідні фахові асоціації.
6. Мисливці та відповідні фахові асоціації.
7. Громадські організації та активісти (екологічні, зоозахисники, природоохоронні).
8. Інвестори, які вкладають кошти в розвиток лісового господарства.
9. Широка громадськість (жителі міст, які люблять відпочивати в лісах).
10. Місцеві громади (які історично живуть поряд з лісами та мають доходи від користування ресурсами).
11. Внутрішня громадськість – колективи Міністерства, Держлісагенства та регіональних управлінь.
12. Учасники потенційних конфліктів (мінусова громадськість), хейтери, потенційні агресори.
13. Споживачі послуг.

Основні напрямки комунікацій:

1. Інформування про діяльність Міністерства, Держлісагентції та відповідних регіональних установ (прозорість функціонування).
2. Формування бренд-комплексу та бренд-стратегії Міністерства, Держлісагентції та відповідних регіональних установ (прозорість функціонування), оскільки на сьогоднішній день люди воліють спілкуватися напряду з брендом, а не з медіа як посередником.
3. Екологічна освіта українців (просвітництво).
4. Формування та впровадження стійких еко спрямованих наративів, спрямованих на зміну поведінки українців.
5. Взаємодія з місцевими громадами.
6. Верифікація ризиків та криз.
7. Кризові комунікації та докризова підготовка (готовність до техногенних катастроф, рейдерства, незаконних рубок, самозахоплень угідь, уникнення жертв серед тварин, запобігання пожежам).
8. Ідентифікація інформаційних атак та нейтралізація публічних негативів.
9. Налагодження системи оповіщення про надзвичайні ситуації, планові заходи установ.
10. Прозорість роботи та боротьба з корупцією (цей фактор напряду впливає на ефективність роботи галузі).
11. Репутаційні комунікації.
12. Фіксація екологічних злочинів та реакція на них.
13. Формування системи стратегічних комунікацій.
14. Investor PR.
15. Формування експертності.

16. Взаємодія між різними структурними підрозділами.
17. Інформаційний супровід діяльності Міністерства, Держлісагентства та регіональних установ.
18. Персональні комунікації керівників Міністерства, Держлісагентства та регіональних структурних підрозділів.
19. Оперативне реагування на запити медіа, громадськості, кризові ситуації різного походження.
20. Забезпечення євроінтеграційних процесів галузі та перехід на західні стандарти роботи, зокрема, в комунікації та інтеграція в європейський інформаційний простір (Global PR).
21. Системна аналітика.
22. Блогосфера та робота з лідерами думок.
23. Фактчекінг та медійна грамотність, як персоналу, так і місцевих громад.
24. Комунікаційний моніторинг та системна аналітика.
25. Формування та втілення корпоративної культури.
26. Іміджбілдинг галузі та окремих професій.
27. Подолання негативних стереотипів.

Показники КРІ комунікаційної діяльності

Виключно має медійні активності (кількість надрукованих статей, проведення проактивних заходів чи кількість розісланих пресрелізів), кількість проведених нарад та написання постів для соціальних медіа вже давно не є показником ефективності. Ключовими показниками ефективності ЗГ в лісовому господарстві слід виділити:

1. Проінформованість населення про дії, плани, проекти та стан лісового господарства.
2. Збільшення рівня довіри до Міністерства, Держлісагентства та регіональних установ.
3. Зміна свідомості українців щодо поведінки стосовно лісових ресурсів України.
4. Позитивна репутація Міністерства, Держлісагентства та регіональних установ.
5. Відсутність публічних негативів, конфліктів (зокрема, корпоративних), криз, скандалів, негативного комунікаційного.
6. Практична реалізація президентських, урядових програм, європейських програм.
7. Інтеграція в європейський професійний та інформаційний простір, запровадження кращих технологій та європейського досвіду.
8. Професійне зростання персоналу.
9. Надання сервісу вищого класу.
10. Примноження лісного фонду та захист диких тварин.
11. Готовність до криз та наявність антикризових пакетів (в ідеалі – запобігання та профілактика).
12. Наявність лояльного журналістського пулу.
13. Наявність лояльної громадськості.
14. Наявність лобістів.
15. Пізнаваність та публічність керівників Міністерства, Держлісагентства та регіональних структурних організацій.
16. Обізнаність ЦА про життя та функціонування Міністерства, Держлісагентства та регіональних структурних організацій.
17. Включеність ЦА у функціонування галузі та в споживання інформації.

18. Наявність чіткої інституалізації та оперативної комунікації в структурах, зокрема, в Держлісагентстві, між головним офісом та регіональними представництвами.
19. Фактичне дотримання персоналом етичних норм комунікації.
20. Діджиталізованість комунікаційних процесів.
21. Комунікація за двосторонню моделлю, коли основними показниками активності та цікавості є: реальні підписники, реакції, коментарі, дискусії, репости, різноплановий цікавий та корисний контент, залучення громадськості до формування контенту, поширення контенту та реакції суспільства на нього.
22. Наявність сталої корпоративної культури.
23. Відсутність негативних стереотипів.
24. Зміна упереджень громадськості щодо корупційності галузі.

PR-процесинг

Ефективний PR-процесинг можливий виключно за наявності стратегічного розвитку галузі, стратегічної концепції комунікацій та оперативного реагування на поточкові й динамічні виклики з метою швидких тактичних дій.

Також необхідною умовою є наявність річного та поточного PR-планування, контент-планування, бази даних українських та міжнародних медіа, блогерів, лідерів думок, наявність фото- та відеобанку, сайтів, сторінок у соціальних мережах наявність owned-media.

В кластері програм збереження лісів особливе місце має займати постійна комунікація з місцевими громадами в місцях наявності лісництва. Оскільки найближче до людей є ні посадовець з Міністерства, Держлісагентства, а лісник та керівництво регіонального управління.

Сукупність зазначених вище структурних елементів є реальним показником системних змін та ефективності комунікаційної діяльності.

Запропоновані рішення

Загальне:

1. Розробити бренд-стратегію (разом з бренд-буком) та до 31 жовтня розробити генеральне бачення комунікаційного розвитку лісової політики та стратегію розвитку на 2023 рік.
2. Війна дуже сильно змінила українців, їхні мотивації та їхнє ставлення до ключових цінностей. Необхідно провести дослідження та зробити деталізований опис ЦА. Українці географічно розпорошилися по всьому світу. Ті, що залишилися, мають багато тригерів та психотравм.
3. Перейти на новий рівень визначення ефективності із запровадженням системи стандартів АМЕС. Також при визначенні ефективності варто зважати не тільки на кількісні характеристики, а й на якісні. Зокрема, конкретні зміни. На сьогоднішній день треба розуміти, що справи важливіші за слова.
4. Також необхідно:
 - розробити єдині для всіх стандарти сайтів та сторінок в соцмережах (тип сторінки, оформлення, контент політика, контент план, месидж бокси, мова, візуал, стиль);

- розробити месидж-бокси;
- окремо розробити стратегію роботи з проблемною громадськістю.

Антикризове управління

Лісова галузь є висококризовою: від техногенних катастроф та стихійних лих до проблем з персоналом, рейдерських захоплень, незаконних рубок та випадків корупції. Є високий ризик конфліктів з громадськістю, навіть до фізичних сутичок. Необхідно верифікувати, описати всі ризики та виробити на кожний потенційний ризик (з визначенням в балах чи кольорах його силу) антикризовий пакет, який довести до комунікаційного персоналу на всіх рівнях. Провести тренінги та навчання, максимально наближені до реальних.

В антикризових пакетах необхідно прописати алгоритм дій та ключових спікерів для кожного структурного підрозділу з таймінгом.

Приділяти належну увагу верифікації ризиків та постійному їх відстеженню через постійний моніторинг та аналіз суспільних резонансів.

Репутаційні комунікації

Особливу увагу необхідно приділяти комплексу репутаційних комунікацій (онлайн та офлайн).

Цю роботу необхідно робити в кількох напрямках:

- персональний брендинг керівників всіх рівнів;
- робота з репутацією лісників (з ними громада контактує частіше за всіх, і їхня репутація страждає більше за всіх;
- формування довіри, отже повна прозорість комунікації;
- боротьба з корупцією та зменшення кількості публічних скандалів на цю тему (оприлюднювати першими, вибачатися перед громадою, зробити «телефон довіри», щоб самостійно оперативно викривати хабарників, не ховатися від незручних питань медійників;
- працювати з негативом в соцмережах, реагувати та відповідати на негативні коментарі, розбирати кожний заявлений випадок, виправляти негативні ситуації.

Головне, треба усвідомлювати, що війна не спише скандалів та криз.

Важливо! Не створювати нові кризи та не поглиблювати старі.

Більшість негативної інформації, яка є в мережі, не має офіційного роз'яснення чи спростування від відповідних посадових осіб. Навіть, якщо частина цих повідомлень є фейком, то вони мають бути спростованими одразу після їхньої появи в медіа. Якщо ці випадки справді відбувалися, то має бути відповідна реакція пресслужб із зазначенням офіційної позиції установи (брифінг, заява для преси).

Окремий напрямок – персональний бренд керівника та його медіатизація.

Також необхідно постійно моніторити згадування Держлісагентства в журналістських розслідуваннях та спеціальних моніторингових системах.

Потрібно налаштувати правильну адвокацію та роботу з інфлюенсерами.
Створення анонімною «гарячої лінії».

Робота з персоналом

Вище зазначалося, що фінансовий рівень лісництв та територіальних управлінь не однаковий. Тому частина підприємств не має посади пресекретаря або цю посаду займають люди без відповідної освіти, які не знають ані правила комунікації із громадською, ані правила спілкування з медіа. Втім найтісніші контакти з громадськістю відбуваються на рівні місцевих громад та місцевих медіа. Тому критично важливо на цих посадах мати людей з фаховою освітою. На мою думку, необхідно провести аналіз всіх особових справ спеціалістів із ЗГ, комунікаційну історію підрозділів та запропонувати (за потребою) або пройти підвищення кваліфікації (навчання), або звільнення із заміною на людину із фаховою освітою. Також можна провести укрупнення пресслужб на місцевих рівнях (пресслужба управління може вести комунікації своїх ДП).

Також на місцях співробітники, що займаються зв'язками з громадськістю знаходяться не у підпорядкуванні вертикалі комунікаційників, а під порядкуванням місцевих керівників, які не мають уявлення про саму суть комунікації. Більше того, пресекретарі мають вправно реагувати на кризи, зокрема, корупційні, та модерувати інформацію відповідно до комунікаційних стандартів, а не посилювати кризу прикриваючи своє керівництво.

Часто пресекретарі бояться негативної реакції свого керівника на їхні дії, тому уникають спілкування з медіа, чим поглиблюють кризу. Бажано створити Положення про пресслужбу, куди внести інформацію про посадові обов'язки та систему підпорядкування пресслужби. Розробити загальні алгоритми дій пресслужб на типові ситуації (силова акція, пікет, контакт з медіа). У разі, якщо спеціаліст на місці не знає, як правильно вчинити в конкретній ситуації, перенаправити контакт на Департамент комунікацій Держлісагентства, особливо у випадках корупційних скандалів на місцях.

Місцеві чиновники здебільшого консервативні та не мають права в будь-який спосіб тиснути на пресекретаря. Саме тому їх необхідно вивести з-під контролю місцевого начальника, принаймні, значно послабити його вплив на процедуру звільнення. Також для керівного складу всіх рівнів та структурних одиниць необхідно провести тренінги з комунікації та основам взаємодії з громадськістю та медіа.

В зв'язку з масовим відтоком українців за кордон, необхідно розробити програму підтримки людей, щоб зберегти персонал.

Необхідно подбати про цифрову та медійну грамотність персоналу, оскільки репутація співробітника відображається на репутації підприємства.

Проактивності

Окрім загальних івентів «Конкурс малюнку» чи «Садіння дерев», необхідно інтегрувати громаду у постійну взаємодію: посадив дерева – доглядай за ними, інспектуй, щоб не зрубали; краще конкурс малюнку замінити на краще відео, яке лісництво опублікує в своєму Тик Току чи Ютуб. Лекцію краще проводити у лісі та перетворити її на вирішення конкретної природоохоронної діяльності. Для дітей та молоді краще влаштовувати лісові квести із призами.

Впровадження онлайн заходів.

Контент

Відпрацювати та уніфікувати контент-політику. Ввести стратегічне та оперативне контент-планування.

Війна внесла свої корективи в інформаційно-контентну сферу. Тепер ми маємо говорити про: небезпеку перебування в лісі із поясненням чому; про небезпеку ДРГ, бо вони пересуваються лісами; про психологічний стан людей та можливість надати допомогу; про тварин під час військових дій та про те, як можна допомогти їм та як вже допомагають; не боятися говорити про проблеми (якщо піднімаються ціни на дрова, то треба пояснити складові тарифу); необхідно говорити та показувати пошкодження, які окупанти нанесли лісовому господарству, про персонал, який зараз знаходиться на війні; більше говорити про волонтерський рух, радіти успіхам на фронті.

Необхідно урізноманітнити теми: окрім офіціозу подавати історії про ліс, про лісових мешканців, про співробітників, різні лайфхаки (як правильно рубити дерева, що можна / не можна робити в лісі..., що робити у разі....., робити прив'язку до ньюзджекингу (за прикладом ДСНС та Укрпошти). Ліс - це дуже цікаво!

Одночасно треба показувати ймовірні трагічні наслідки знешкодження лісів (загибель тварин, паводки, руйнування, спад деревообробної промисловості) з метою тригерного подразнення та акценту на емоційному інтелекті.

Також варто переглянути мову комунікації та відійти від казенного, штапованого офіційно-ділового стилю. З людьми краще спілкуватися звичайною красивою образною мовою.

Що люди роблять в лісі? Не тільки працюють, а й відпочивають. Тому рекомендую ввести в комунікацію розважальний та пізнавальний контент. Зараз для українців дуже актуальна проблема ментального здоров'я, тому їх треба виводити з депресивного стану. Гумор зробить контент цікавим та збільшить охоплення. До речі, серед школярів та молоді можна оголосити конкурс мемів.

Для позитивного сприйняття Держлісагентства пропоную розробити веселий креативний образ, на кшталт, Патрона (ДСНС). Також додати зрозумілої інфографіки.

Контент має бути персоналізованим для кожної ЦА.

Людям необхідно все пояснювати та працювати на випередження. Кожний крок, кожна дія має пояснюватися. І наперед, а не пост-фактум.

Соціальні мережі

Необхідно визначити перелік соціальних мереж, розробити їхні концепції та впроваджувати з рекомендованих: сайт, Фейсбук, телеграм-канал + корисні боти, Тік Ток (просвітницька та розважальна платформа), Лінкедін (для персонального бренду, за можливості), Твіттер (для інформування, це пов'язано із особливостями медійного споживання медійників, а також персональна сторінка для Голови). Треба покласти край хаотичним комунікаціям, коли ДП дозволяє собі писати про теми, які не входять в коло корпоративних питань. **Розробка ефективної SMM-стратегії та підтримки!**

Особлива увага до фактчекингу та тотальної прозорості комунікацій.

Також до контент політики варто додати успішні закордонні кейси збереження й відновлення лісів, зокрема, німецькі, що було б доречно в рамках програми співробітництва.

Необхідно вести блоги / налагодити роботу з блогерами (ліс-це дуже цікаво!), а також залучати до комунікації інфлюенсерів.

Необхідно адаптувати контент під військовий стан, враховуючи цензуру військового часу.

В далекомі перспективі створити owned-media та посилено розвивати діджитал напрямки.

Можливо, налагодити колаборацію з ДСНС, які дотичні до лісової теми. Вони мають дуже креативний та гнучкий підхід в комунікаціях, а їхній креатив заходить в серця та розум споживачів інформації.

Писати про те, як Міндовкілля, Дерлісагентство та всі структурні підрозділи допомагають країні. Взагалі, більше розповідати про кухню лісовиків та всі хороше, що відбувається, щоб позитив був більшим за негатив.

Тримаємо інформаційний фронт, розповідаємо закордонним партнерам, як окупанти шкодять лісам та тваринам.

Запроваджуємо дистанційні послуги.

Проводимо навчання на випадок контактів з ворогом, особливо в лісництвах, що межують з Білоруссю.

Збільшуємо частку цінного контенту, який буде зберігатися та тиражуватися.

Основними принципами комунікації мають бути:

- безперервність зв'язку;
- pro bono - робимо більше, ніж одержуємо;
- допомагаємо державі.

Максимальна прозорість в комунікаціях.

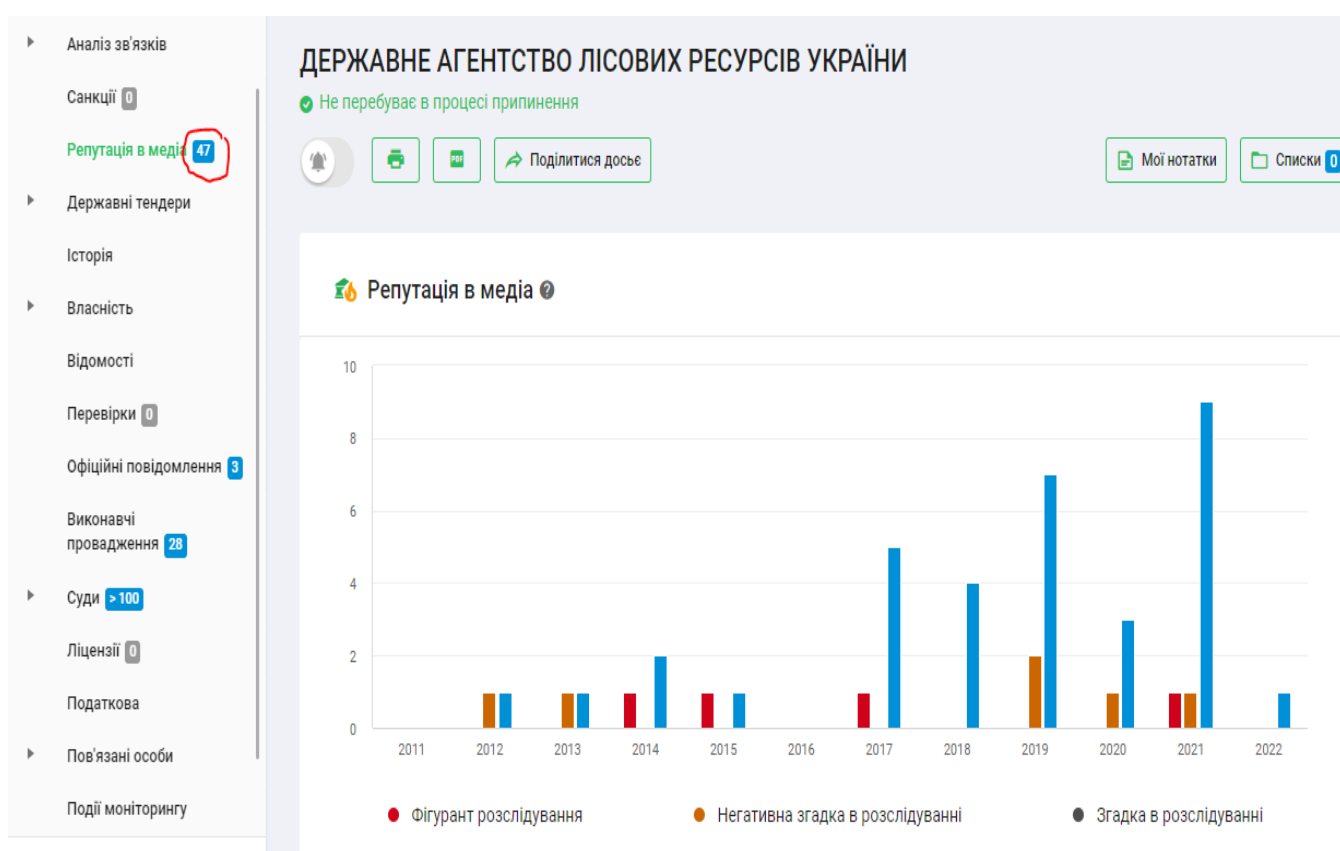
Інноваційність в лісовій галузі потрібна не тільки в робочих інструментах лісників, а комунікаційних рішеннях.

Визначення внесків проєкту ВСЛУ (наприклад, звіт про німецький досвід у зв'язках з громадськістю між державним лісовим господарством та суспільством, тренінги з ефективних заходів зі зв'язків з громадськістю)

Для формування сталого результату з боку німецьких партнерів необхідно:

1. Допомогти перейти пресслужбі Держлісагентства та всіх підпорядкованих установ та ДП на європейські стандарти комунікації, систему АМЕС та врахувати Барселонські принципи 3.0.
2. Проводити на постійній основі тренінги, навчання, перепідготовку. Комунікаційна сфера дуже динамічна і ковід-пандемії дуже відрізняються від викликів війни. Знання постійно оновлюються, тренди змінюються, а нові виклики з'являються в залежності від соціально-політичної та економічної наддинаміки.
3. Провести тренінгові заходи для менеджменту Держлісагентства та всіх підпорядкованих установ та ДП щодо основ публічної комунікації, де чітко донести роль медіа, спілкування з громадами та ін.
4. Запрошувати комунікаційний та робочий персонал до Німеччини для обміну досвідом.
5. Заохочувати персонал до змін.
6. Контролювати створення бренд та комунікаційної стратегії.
7. Контролювати процесинг та реалізацію, періодично робити соціологічні заміри.
8. Контролювати роботу запрошених PR-агентств: вивчати плани, стратегії.
9. Допомогти розробити ефективний SMM-супровід роботи Держлісагентства.
10. Допомогти в інституалізації комунікаційної вертикалі в галузі.
11. Допомогти у формуванні матеріально-технічної бази для створення цікавого контенту: дрону, моушн-камери, штативи, ліцензійні монтажні програми, світло.
12. Розробити спільно з Держлісагентством та Міндовкіллям цифрове owned-media.

Додаток 1. Витяг з моніторингової системи Юконтрол від 11.07.2022 року.



Додаток 2. Скріншоти пошукових запитів.

лісгоспи

17:46 06-07-2022	СБУ оголосила підозру директору миколаївського підрозділу «Галсільлісу»
10:36 23-06-2022	На Львівщині третій день шукають 62-річну жінку, яка зникла в лісі
11:19 12-06-2022	Двох лісівників з Тернопільщини затримали під час продажу деревини на 500 тис. грн
13:54 09-06-2022	ДБР завершило розслідування смертельної ДТП із директором Надвірнянського лісгоспу
15:14 08-06-2022	Керівника військового лісництва на Львівщині затримали за незаконну торгівлю деревиною
11:43 06-06-2022	Керівник заповідника «Медобори» чотири рази незаконно звільняв підлеглого
11:52 26-05-2022	Чотирьох керівників лісгоспів із Закарпаття звільнили через корупцію
17:34 25-05-2022	Польські лісівники передали 22 позашляховики для української армії
12:40 16-05-2022	Цивільним мешканцям Хмельниччини дозволили відвідувати ліси
12:44 20-04-2022	Українців просять не відвідувати ліси на звільнених від росіян територіях
12:15 20-04-2022	41-річний мешканець Волині вкрав у лісівників заготовлену деревину
15:32 16-04-2022	За день на Львівщині висадили 50 тисяч дубів та сосен
13:00 08-04-2022	Мер міста на Рівненщині попередив про заміновані ділянки в лісах
17:33 05-04-2022	Мешканцям Львівщини заборонили в'їзд в ліси транспортом та розведення вогню
14:38 21-02-2022	Екологи виявили масштабні вирубки пралісів на масиві Свидовець
11:49 18-02-2022	Лісівника з Волині посадили на 4 роки за смертельну ДТП з мотоциклістами
15:22 16-02-2022	Браконьєр заплатив 18 тис. грн за застрелених козуль у нацпарку на Хмельниччині
13:45 27-01-2022	Лісівник з Волині заплатить 34 тис. грн штрафу за нелегальний продаж деревини
11:49 17-01-2022	Депутата Тернопільської райради затримали на хабарі у 25 тис. грн

13:55 13-01-2022	35-річний лісоруб загинув на Тернопільщині внаслідок падіння дерева
15:37 10-01-2022	Трьох закарпатських лісників звинуватили у незаконних рубках на 4 млн грн
14:03 10-01-2022	Затриманий за хабар директор підрозділу «Галсільлісу» відсудив 985 тис. грн
17:14 31-12-2022	Біля Бродів протестувальники знову перекрили трасу Київ – Чоп
13:38 30-12-2022	Працівники лісгоспу перекрили рух трасою Київ-Чоп біля Бродів
11:35 26-12-2022	Крадії лісу на Закарпатті під час втечі перекинули вантажівку у потічок
15:58 14-12-2021	Двох лісівників із Закарпаття затримали за торгівлю посвідченнями мисливців
12:40 10-12-2021	Буковинського лісівника оштрафували на 34 тис. грн за неналежну охорону лісу
13:42 02-12-2021	На Закарпатті виявили масштабні незаконні рубки лісу на 30 млн грн
17:28 01-11-2021	 Врятувати рядового бурого  В українських Карпатах скорочується популяція ведмедів
11:17 13-10-2021	ДБР викрило волинського лісівника на хабарі у 29 тис. грн
17:38 12-10-2021	Працівників Яворівського національного парку підозрюють у розкраданні лісу
17:33 04-10-2021	 ДБР викрило масштабну схему поборів з лісгоспів на Тернопільщині Заступник начальника управління стратегічних розслідувань Віталій Кравчук був затриманий під час отримання траншу в сумі \$5000
16:40 23-09-2021	У Мукачеві директора лісгоспу затримали на хабарі у 7 тис. грн
13:05 23-09-2021	Закарпатський лісгосп звинуватили у вирубці пралісів
15:21 20-09-2021	Двох підприємців з Львівщини затримали за організацію масштабної схеми експорту лісу

У Волинському управлінні лісового господарства відмовилися коментувати корупційний скандал



Подобається Поширити 16

У Волинському управлінні лісового та мисливського господарства уникають коментувати корупційний скандал навколо директорки ДП "Волинський лісовий селекційно-насінневий центр" Тетяни Наводнічик, яку 24 листопада затримали на хабарі.

"ВолиньUA" намагалося скотактуватися з пресслужбою відомства, але нам відмовили у коментарі. Це не вперше в управлінні лісового господарства Волинської області намагаються уникати розмов щодо незручних тем.

Зазначимо, що директорка ДП "Волинський лісовий селекційно-насінневий центр" Тетяна Наводнічик 24 листопада була затримана на хабарі розміром 10 тисяч гривень. Ці гроші посадова особа отримала як неправомірну вигоду за реалізацію селекційних сортів саджанців дерев за заниженими цінами.

Наразі вирішується питання про підозру за статтею 368 Кримінального кодексу України.