

Боярський Н., Рибак В., Давліканова О.

Суд взаємодіє!

Практичний посібник
з організації комунікаційних
та просвітницьких заходів



Суд взаємодіє! Практичний посібник з організації комунікаційних та просвітницьких заходів / Назарій Боярський, Валерія Рибак, Олена Давліканова / ГО «Вектор прав людини», Представництво Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні – Київ, 2021 р. – 164 с.

ISBN 978-617-7574-40-7

Тематичне редагування: Олена Давліканова.

Літературна редакторка: Мирослава Косар.

Дизайн: Марина Крутько.

Ілюстрації: Євгенія Полуктова.

Посібник містить методичні рекомендації щодо організації та проведення комунікаційних і просвітницьких заходів, головною метою яких є налагодження діалогу суду та громади. У виданні також висвітлено приклади таких ініціатив, які втілили українські суди. Ініціативи описані представниками(-цями) комунікаційних команд судів в межах марафону «Суд взаємодіє!», що організовано та проведено у 2020 році ГО «Вектор прав людини» у партнерстві з Представництвом Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні в межах проєкту «Суд людською мовою».

Цей посібник стане у нагоді працівникам(-цям) пресслужб судів, відділів зв'язків із громадськістю та ЗМІ й усім зацікавленим у налагодженні ефективної комунікації із судами.

Практичні рекомендації та приклади покликані сприяти поширенню позитивних практик комунікаційної та просвітницької діяльності, допомагати обмінюватися досвідом, а також стати у нагоді при підготовці та підвищенні кваліфікації працівників(-ць) судів, задіяних у сфері зв'язків із громадськістю та соціальних комунікацій.

Громадська організація «Вектор прав людини»

Детальніше про ГО «Вектор прав людини» за посиланнями:

Сайт: <http://hrvector.org>

«Вектор прав людини» у ФБ: <https://www.facebook.com/hrvector.org/>

Проект «Суд людською мовою» у ФБ: <https://www.facebook.com/trialinsimplewords>

Telegram: <https://t.me/HumanRightsVector>

YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCqjeimokzHuf4-v6TmfXZ5w>

Instagram: https://www.instagram.com/humanrightsvector_official/

Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні

01004, м. Київ, вул. Пушкінська, 34

Тел.: (+380-44) 234 0038

сайт: <http://www.fes.kiev.ua>

у ФБ: <https://www.facebook.com/FESUkraine/>

Погляди, висловлені в цій публікації, не обов'язково відображають погляди Фонду ім. Фрідріха Еберта або організацій, де працюють автори(-ки).

Зміст

ВСТУП	5
ПРЯМІ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДОЮ	7
КОМУНІКАЦІЙНІ ІНІЦІАТИВИ	14
Виступи у теле- і радіопрограмах	15
Проект «Без мантії»	20
Проведення щотижневої рубрики на місцевому радіо «У діалозі з Фемідою»	23
Круглий стіл	27
Круглий стіл на тему «Комунікаційна стратегія Восьмого апеляційного адміністративного округу».....	31
Онлайнкові видання	34
Онлайнкові видання «PROправо».....	37
Подкасти	41
Судові подкасти	45
Прессніданок	48
Прессланч для регіональних журналістів «Суд – не terra incognita»	50
Створення візуального контенту	55
Візуалізація даних «Судова статистика людською мовою»	60
Відеопроєкт #Доступно_про_суд	63
Сторіз у Facebook про роботу суду та зустрічі з молоддю #СудЗсередини	66
Створення відеороликів, які розвінчують міфи про суд й порушують важливі соціальні проблеми чи питання	68
Покрокова відеоінструкція щодо звернення до суду із цивільним позовом	72
Чат-боти	76
Чат-бот Господарського суду Харківської області у Telegram	78
ПРОСВІТНИЦЬКІ ІНІЦІАТИВИ	83
День відкритих дверей	83
День відкритих дверей у Вовчанському районному суді Харківської області	85
Екскурсія	88
Екскурсія до Черняхівського районного суду Житомирської області	91
Квест	94
Правовий квест «Феміда»	95

Конкурс.....	102
Конкурс творів	
«Професія судді очима української молоді: майбутнє»	105
Конкурс для дітей «Творча Феміда»	107
Міський конкурс дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті».....	110
Модельне судове засідання.....	115
Модельне судове засідання, проведене Сумським окружним адміністративним судом	117
Публічна акція	120
Акція до Дня захисту дітей	122
Тренінг	125
Тренінг «Життя кримінального провадження»	128
Семінар-тренінг «Судді та журналісти: ефективна взаємодія у сучасному інформаційному просторі»	132
Тривалі навчальні та просвітницькі програми	136
Школа судової журналістики	137
Цикл телепрограм «Про суд»	140
Цикл просвітницьких публікацій Хмельницького міськрайонного суду Вінницької області	142
Участь в освітніх проєктах	146
Верховний Суд на освітньому форумі NEOсвітній Арсенал	148
Додаток 1	
Перелік ініціатив судів, що взяли участь у Марафоні для представників(-ць) комунікаційних команд судів «Суд взаємодіє!».....	151
Додаток 2	
Календар спеціальних дат	161
АВТОРКИ ОПИСАНИХ У ПОСІБНИКУ ІНІЦІАТИВ.....	164

Вступ

Нині можна вже впевнено стверджувати, що суди в Україні не лише ухвалюють рішення у справах, а й стають активними учасниками життя громади. Підтвердженням цьому можуть слугувати різні комунікаційні та просвітницькі заходи, які вони впроваджують.

Водночас перед ними постає ще чимало викликів: відсутність інституційної пам'яті як окремого суду, так у судовій гілці влади загалом; недостатня рефлексія щодо діяльності суду та її комунікаційної команди; відсутність платформи для обговорення та поширення кращих практик взаємодії з громадою; неналежне фінансування з огляду як на фонд заробітної плати працівників суду, так і матеріально-технічну базу; «розрив» у якості роботи судів різного рівня чи у різних населених пунктах.

Посібник «Суд взаємодіє!» має на меті допомогти розв'язати частину з окреслених вище проблем. Представлений матеріал є результатом багаторічної діяльності ГО «Вектор прав людини» щодо утвердження права на справедливий суд в Україні. Ця робота передбачає, зокрема, проведення онлайнових та очних навчальних заходів для комунікаційних команд судів, створення просвітницьких відеороликів, проведення моніторингових кампаній, дослідження стану правосуддя з огляду на окремі категорії справ та розвиток інституту пресекретаря суду тощо.

Надійним партнером ГО «Вектор прав людини» у цій діяльності є Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні. Так, ГО «Вектор прав людини», проектом «Суд людською мовою» у партнерстві з Радою суддів України, пресслужбою органів суддівського самоврядування в Україні, Представництвом Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні:

- із 2016 року впроваджено системну тренінгову програму навчання для представників судів, які виконують обов'язки пресекретарів(-ок), із метою створення сприятливого комунікативного середовища між громадськістю, медіа та представниками судової влади. Усього в період 2016–2018 рр. проведено 15 тренінгів «Комунікативні інструменти в роботі судів: діалог суду та громади» для працівників(-ць) 323 судів 20 областей України, що становить 48% усіх судів України;
- у 2019–2020 рр. організовано всеукраїнське опитування працівників і працівниць судів України, результати якого оприлюднено у звітах¹ за відповідні роки «Медіавідкритість судів України» (рис. 1);

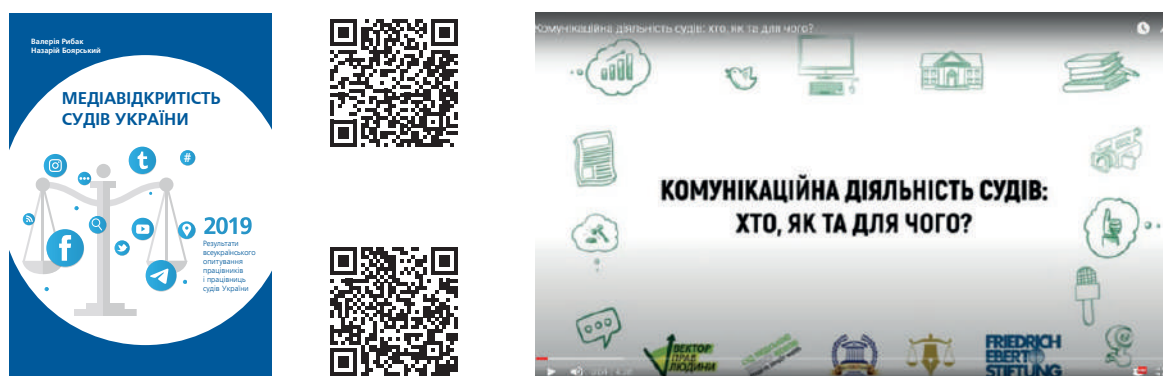


Рисунок 1. Приклади продуктів, що створені ГО «Вектор прав людини», проектом «Суд людською мовою» у партнерстві з Радою суддів України, пресслужбою органів суддівського самоврядування в Україні, Представництвом Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні

¹ Медіавідкритість судів України: результати всеукраїнського опитування працівників і працівниць судів України, 2019 рік / Валерія Рибак, Назарій Боярський / ГО «Вектор прав людини», Представництво Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні — Київ, 2019 р. — 160 с. // Режим доступу: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/16247.pdf>

- у 2021 р. створено просвітницький відеоролик «Комунікаційна команда судів: хто, як та для чого?»² (рис. 1).

Також у 2020 р. ГО «Вектор прав людини» у партнерстві з Фондом імені Фрідріха Еберта в Україні³ в проєкті «Суд людською мовою» оголосили про проведення **марафону для представників(-ць) комунікаційних команд судів «Суд взаємодіє!»**. У його межах представникам(-цям) комунікаційних команд судів запропонували описати найуспішніші та найбільш цікаві на їхній погляд практики комунікаційної та просвітницької діяльності.

Усього отримали 50 прикладів, які репрезентують досвід 33 судів із різних куточків України. Ініціативи були описані прессекретарями(-ками), керівниками(-цями) апарату суду, заступниками(-цями) керівника(-ці) апарату суду, головами відділів, головними спеціалістами(-ками), помічниками(-цями) голови суду, помічниками(-цями) суддів, суддями, суддями-спікерами(-ками). З повним переліком ініціатив можна ознайомитись у додатках. Для цієї публікації були обрані найбільш показові або унікальні кейси, а також ті, що паралельно впроваджується кількома судами й були найбільш детально описані.

Ініціативи в посібнику подано в алфавітному порядку відповідно до поділу на дві категорії – **комунікаційні** та **просвітницькі**. Варто звернути увагу, що цей поділ є досить умовним: деякі комунікаційні ініціативи можуть також включати просвітницький компонент, і навпаки. Опису кожної ініціативи передують методичні рекомендації щодо організації заходу даного виду. Також звертаємо увагу, що кожна описана ініціатива є конкретним прикладом діяльності суду для досягнення поставлених ним цілей. Вивчаючи кращі практики, все ж варто проявляти гнучкість й креативність та адаптувати досвід під можливості та потреби вашого суду.

Подяка

Щиро дякуємо всім працівникам та працівницям судової гілки влади за небайдужість та активність! Дякуємо партнерам, які зробили підготовку та видання посібника «Суд взаємодіє!» можливим. Раді успішній співпраці з Радою суддів України, Пресслужбою органів суддівського самоврядування, Вищою радою правосуддя, Національною школою суддів України. Сподіваємось, що обмін кращими практиками, описаними у посібнику, зробить комунікаційну та просвітницьку роботу судів ефективнішою.

² Комунікаційна діяльність судів: хто, як та для чого?, Канал You Tube "Суд людською мовою", 2021 // Режим доступу: https://youtu.be/WcYtYexl__I

³ Сайт Фонду імені Фрідріха Еберта // Режим доступу: <http://www.fes.kiev.ua/n/cms/>

Прямі зв'язки з громадою

демократичне
суспільство

юридична
спільнота

представники(-ці)
соціально уразливих
груп

лідери(-ки) місцевих
громад

громада
комунікація

студентство
представники(-ці) ЗМІ

широкий загал

просвіта

цільові аудиторії
викладацька
спільнота

У 2005 році Консультативна рада європейських суддів (КРЄС) ухвалила Висновок № 7⁴ з питання «Правосуддя та суспільство» до уваги Комітету Міністрів Ради Європи. Цей Висновок стосується:

- зв'язків судів із громадськістю та підкреслює роль судів у демократичному суспільстві;
- відносин судів з особами, що беруть участь у судовому процесі;
- відносин судів із засобами масової інформації (далі – ЗМІ);
- доступності, простоти та зрозумілості мови, яка використовується судом під час судових проваджень та під час формулювання судових рішень.

Наведемо вибрані дороговкази та рекомендації, що стосуються здійснення комунікаційної та просвітницької діяльності судів, викладені у Висновку № 7 Консультативної ради європейських суддів.

Пункт 6. Розвиток демократії в європейських державах означає, що громадяни повинні отримувати належну інформацію про організацію органів публічної влади та умов, в яких створюються закони. Крім того, для громадян так само важливо знати про те, як функціонують установи судової системи.

Пункт 7. Правосуддя є важливим компонентом демократичних суспільств. Воно має на меті вирішення спорів між сторонами і, шляхом прийняття рішень, виконання як «нормативної», так і «просвітницької» ролі, надаючи громадянам відповідні настанови, інформацію та запевнення щодо права і його практичного застосування.

Пункт 8. <...> Адекватна інформація про функції судової влади та її роль у повній незалежності від інших гілок державної влади може, таким чином, ефективно сприяти більшому розумінню судів як наріжного каменю демократичних конституційних систем, а також обмежень в їхній діяльності.

Пункт 9. <...> Важливою є роль ЗМІ у поширенні інформації про роль та діяльність судів. Але, крім спілкування через ЗМІ, обговорення у КРЄС висвітлює важливість створення прямих зв'язків між судами та широкою громадськістю. Інтегрування правосуддя в суспільство вимагає, щоб судова влада стала відвертою та вивчила, як зробити себе відомою. Ідея полягає не в перетворенні судів на циркову арену, а в тому, щоб сприяти прозорості судового процесу. Визнанням є те, що повна прозорість неможлива, особливо, коли йдеться про необхідність захисту ефективності розслідувань та інтересів учасників процесу, але розуміння того, як працює судова система, має, безумовно, просвітницьке значення та повинно зміцнити суспільну довіру до функціонування судів.

Пункт 10. Першим шляхом до того, щоб зробити суди доступнішими, є вжиття заходів загального характеру, спрямованих на інформування громадськості про діяльність судів.

⁴ Висновок № 7 (2005) Консультативної ради європейських суддів до уваги Комітету Міністрів Ради Європи з питання «Правосуддя та суспільство». Схвалено на 6 засіданні КРЄС (Страсбург, 23–25 листопада 2005 р.), документ № CCJE (2005), оп. № 7. // Режим доступу: https://court.gov.ua/userfiles/visn_7_2005.pdf

Пункт 12. <...> Відповідні шкільні та університетські освітні програми (не лише на юридичних факультетах) повинні включати описання судової системи (у тому числі виступи суддів у навчальних аудиторіях), відвідання судів та активне викладання судових процедур (рольові ігри, відвідання судових слухань тощо). 1. Суди та асоціації суддів в цьому плані можуть співпрацювати із школами, вищими навчальними закладами та іншими освітніми установами для того, щоб бачення суддів було викладено в навчальних програмах та відкритих обговореннях.

Пункт 13. КРЄС уже заявила в загальній формі про те, що самі суди повинні брати участь у поширенні інформації про доступ до правосуддя (через періодичні звіти, друковані пам'ятки для громадян, Інтернет, інформаційні офіси тощо). КРЄС уже рекомендувала розробку освітніх програм, спрямованих на надання конкретної інформації (наприклад, щодо характеру судових проваджень, середньої тривалості процесів у різних судах, судових витрат, альтернативних засобів врегулювання спорів, які пропонуються сторонам, важливих для практики рішень судів).

Пункт 14. Суди повинні брати участь у загальних рамкових програмах, які організовуються іншими державними установами (міністерствами юстиції та освіти, вищими навчальними закладами тощо). Однак, на думку КРЄС, суди також мають вдаватися до власних ініціатив у цьому відношенні.

Пункт 15. <...> Обов'язки безсторонності та незалежності, які є відповідальністю суддів, сьогодні не можуть розглядатися як перешкода на шляху для судів у їхніх спробах відігравати активну роль в інформуванні громадськості, оскільки така роль є справжньою гарантією незалежності судової влади. КРЄС вважає, що держави-члени повинні заохочувати судові установи до такої активної ролі в цих напрямках через розширення та удосконалення «просвітницької ролі». Вона більше не може обмежуватися лише ухваленням судових рішень; суди повинні діяти як «речники» та «посередники». КРЄС вважає, що, хоча суди дотепер просто погоджувалися брати участь в освітніх програмах, коли отримували відповідні запрошення, сьогодні необхідно, щоб суди самі ставали ініціаторами таких програм.

Пункт 16. КРЄС розглянула прямі ініціативи судів щодо зв'язків з громадськістю, які не залежать від діяльності ЗМІ та/або дій, відповідальність за які покладена на інші установи. Було розглянуто та рекомендовано такі заходи: / створення в судах відділів, відповідальних за прийом та інформування громадян; / поширення друкованих матеріалів, відкриття Інтернет-сайтів, за які суди несуть відповідальність; / організація судами календаря освітніх форумів та/або регулярних зустрічей, відкритих, зокрема, для громадян, громадських організацій, політиків, студентів («програми охоплення»).

Пункт 17

КРЄС присвятила окреме обговорення таким «програмам охоплення» (outreach programmes). КРЄС із цікавістю відзначає, що в деяких країнах

суди відомі тим, що організовують, часто за підтримки інших активних соціальних груп, освітні ініціативи, в межах яких викладачі, студенти, батьки, юристи, лідери місцевих громад та представники ЗМІ збираються в судах для спілкування із суддями та системою правосуддя. Такі програми зазвичай передбачають залучення професіоналів з підготовленими ресурсами та забезпечують мережу для професійного розвитку викладачів.

Пункт 18

Деякі заходи розраховані на окремих осіб, які через їхнє соціально-економічне та культурне становище не є достатньо обізнаними із своїми правами та обов'язками і, таким чином, вони не реалізують своїх прав або, що є ще гіршим, стають учасниками судових процесів через невиконання своїх обов'язків. Тому імідж правосуддя в найбільш нужденних соціальних групах підтримується через програми, які міцно пов'язані із заходами розширення «доступу до правосуддя» включно з, але не обмежуючись, правовою допомогою, послугами громадського інформування, безоплатних порад юристів, прямого доступу до судді в дрібних справах тощо.

Пункт 33

ЗМІ мають доступ до судової інформації і слухань у спосіб та за обмежень, встановлених національним законодавством... Працівники ЗМІ є повністю вільними при вирішенні того, які матеріали та яким чином мають бути представлені увазі громадськості. Не повинно бути місця спробам перешкоджати ЗМІ у їхній критиці організації або функціонування системи правосуддя. Система правосуддя повинна поважати роль стороннього спостерігача, яку відіграють ЗМІ з метою виявлення недоліків і конструктивної участі в удосконаленні судових процедур та якості послуг, які суди пропонують користувачам.

Пункт 34

<...> було б корисно покращити контакти між судами та ЗМІ: i) для посилення розуміння ними своїх відповідних ролей; ii) для інформування громадськості про характер, обсяг, обмеження та складність роботи суддів; iii) для виправлення можливих фактичних помилок у повідомленнях про конкретні справи.

У такий спосіб Консультативна рада європейських суддів виділяє основні цільові аудиторії, на які має бути направлена комунікаційна та просвітницька діяльність судів:

- ▶ викладачі(-ки);
- ▶ студентство;
- ▶ батьки;
- ▶ юристи(-ки);
- ▶ лідери(-ки) місцевих громад;
- ▶ представники(-ці) ЗМІ;
- ▶ представники(-ці) соціально уразливих груп.

21 липня 2017 р. спільним рішенням учасників Меморандуму про взаємодію та співпрацю представників системи правосуддя України⁵ як його додаток також затвердили Концепцію прямих зв'язків між суспільством і судовою владою⁶, розроблену відповідно до Висновку № 7 (2005) Консультативної ради європейських суддів (КРЕС) «Правосуддя та суспільство».

Концепція визначає, що метою встановлення прямих зв'язків між судами та пересічними громадянами(-ками) є:

- ▶ сприяння правовій просвіті;
- ▶ виховання правової культури;
- ▶ формування правильного усвідомлення функцій правосуддя, ролі судді в суспільстві та обмежень, що накладає на суддю виконання такої важливої функції;
- ▶ покращення розуміння та довіри суспільства до системи правосуддя,
- ▶ і як результат – посилення незалежності судової влади.

Консультативна рада європейських суддів зазначає, що прямі зв'язки судів із суспільством установлюються за допомогою програм охоплення (outreach programmes). Програми охоплення – це активності ознайомлювального й інформативного характеру, послуговуючись якими суспільство отримує відомості про діяльність судів та роботу суддів завдяки прямим зв'язкам між судами і широким загалом. Програми орієнтуються на конкретні категорії громадян. Це й обумовлює проведення тих чи тих заходів та застосування відповідних інструментів і каналів комунікації. Ігри, лекції, конкурси, блоги, коментарі – це все є заходами та інструментами прямих зв'язків.

Концепція прямих зв'язків між суспільством і судовою владою безпосередньо згадує такі цільові аудиторії:

- ▶ вихованці дошкільних навчальних закладів;
- ▶ школярі(-ки): молодший, середній та старший шкільний вік;
- ▶ студентство: юристи, не юристи;
- ▶ юридична спільнота;
- ▶ широкий загал.

Водночас, на думку авторів, варто також визначати медіа як окрему цільову аудиторію. Її унікальність полягає у тому, що медіа виступають не лише кінцевим споживачем програм охоплення, а й посередником між судами та населенням. Співпрацюючи з різними медіа, проводячи для них заходи, можна значно розширити охоплення потрібних цільових аудиторій та донести інформацію зрозумілою для них мовою.

Тож комунікаційні та просвітницькі активності судів мають стосуватись широкого спектру цільових аудиторій, проводитись на різних майданчиках із застосуванням цілої низки інструментів, що дасть змогу повністю охопити громаду у всій її різноманітності. Як засвідчує «Марафон для представників(-ць) комунікаційних команд судів “Суд взаємодіє!”» та його результати викладені у цьому посібнику, на

⁵ Документ підписаний Головою Вищої ради правосуддя, Головою Ради суддів України, Головою Державної судової адміністрації України, Головою Верховного Суду України, Головою Вищої кваліфікаційної комісії суддів України, Ректором Національної школи суддів України.

⁶ Додаток 3 до Меморандуму про взаємодію та співпрацю представників системи правосуддя України «Про затвердження Концепції прямих зв'язків між суспільством і судовою владою» // Режим доступу: https://hcj.gov.ua/sites/default/files/dodatok_3.pdf

дану мить українські суди здебільшого направляють свої активності на школярство та студентство. Розширення цільових аудиторій наразі є найактуальнішим завданням, що постає перед комунікаційними командами судів, поряд із розширенням відповідних платформ та інструментарію. Вбачається, що досягнення цих завдань можливе, зокрема, завдяки кооперації з громадськими об'єднаннями та міжнародними партнерами.

Так, наприклад, завдяки спільним зусиллям Наталі Міщук (пресекретарки Хмельницького міськрайонного суду Вінницької області), Дмитра Ткаченка (судді-спікера Бориспільського міськрайонного суду Київської області) та Ольги Какауліної (речниці Ради суддів України), з одного боку, та Олени Давліканової (координаторки проєктів Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні), Назарія Боярського (члена правління ГО «Вектор прав людини») та Валерії Рибак (директорки ГО «Вектор прав людини»), з іншого боку, було створено відео «Комунікаційна діяльність судів: хто, як та для чого?»⁷, цільовою аудиторією якого є пересічні громадяни(-ки).

⁷ Комунікаційна діяльність судів: хто, як та для чого?, Канал You Tube "Суд людською мовою", 2021 // Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=WcYtYexl_I

ПРЯМІ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДОЮ

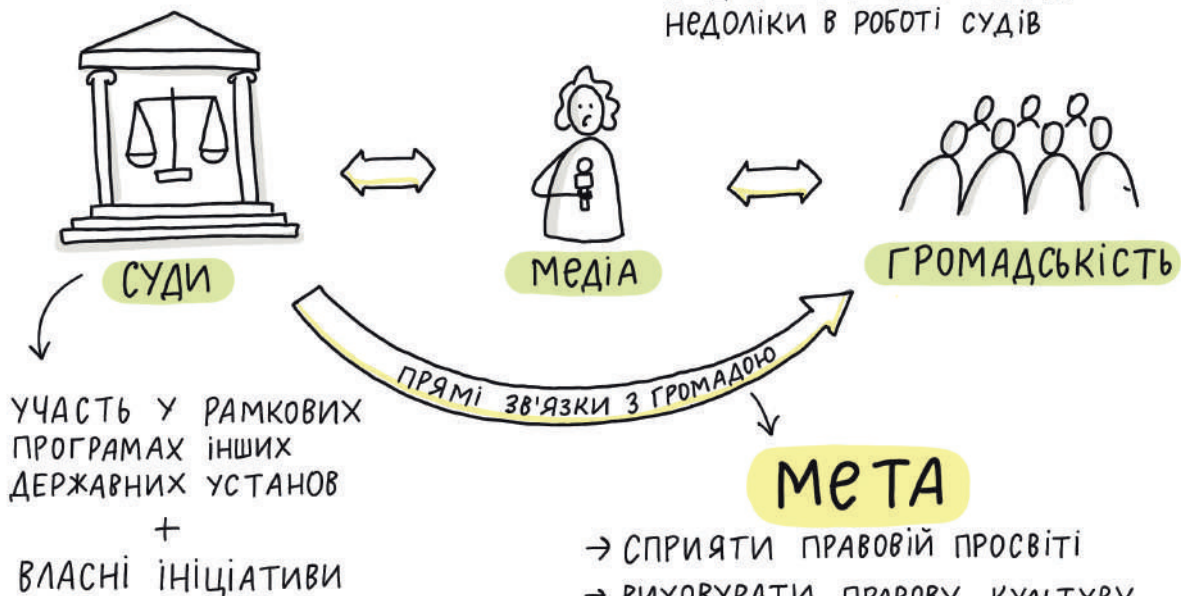


ІНФОРМУВАННЯ ПРО РОБОТУ СУДІВ

- СПРИЯЄ ПРОЗОРІСТІ СУДОВОГО ПРОЦЕСУ
- ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ ЗРОЗУМІТИ СУДИ
- ДОПОМАГАЄ ЗРОБИТИ СУДИ ДОСТУПНІШИМИ

РОЛЬ ЗМІ ВАЖЛИВА

- ВОНИ ІНФОРМУЮТЬ НАСЕЛЕННЯ ТА ДОПОМАГАЮТЬ ВІЯВИТИ НЕДОЛІКИ В РОБОТІ СУДІВ



ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ

- ВИКЛАДАЧІ/-КИ
- СТУДЕНТСТВО
- БАТЬКИ
- ЮРИСТИ/-КИ
- ЛІДЕРИ/-КИ МІСЦЕВИХ ГРОМАД
- ПРЕДСТАВНИКИ/-ЦІ ЗМІ
- ПРЕДСТАВНИКИ/-ЦІ СОЦІАЛЬНО УРАЗЛИВИХ ГРУП

- СПРИЯТИ ПРАВОВІЙ ПРОСВІТІ
- ВИХОВУВАТИ ПРАВОВУ КУЛЬТУРУ
- ПОКРАЩУВАТИ РОЗУМІННЯ ТА ДОВІРУ СУСПІЛЬСТВА ДО СИСТЕМИ ПРАВОСУДДЯ

ПОСИЛЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ
СУДОВОЇ ВЛАДИ



Виступи у теле- і радіопрограмах

Участь у телепрограмах або радіопрограмах можлива у різних форматах, часто це інтерв'ю, виступи або експертні обговорення в студії.

Важливим є підготовчий етап. Йдеться не лише про підготовку тез виступу, а й про роботу з людьми, які братимуть інтерв'ю або вестимуть програму. Варто пам'ятати, якщо ви наприклад, збираєтесь відвідати етер теле- або радіоканалу, то відповідальними за інтерв'ю з вами є не тільки ведучий(-а), а й редактор(-ка), гостьовий редактор(-ка) або й навіть більша кількість спеціалістів. Найчастіше з потенційними респондентами(-ками) спершу спілкуються гостьові редактори(-ки), які запрошують вас на ту чи ту програму, випуск тощо. Саме у них варто з'ясувати такі відомості про програму:

- ▶ точна дата та час;
- ▶ місце запису;
- ▶ формат (прямий етер або запис інтерв'ю);
- ▶ дата виходу в етері;
- ▶ тема;
- ▶ висвітлення яких саме питань очікується;
- ▶ хто з гостей буде ще запрошений;
- ▶ хто буде ведучими;
- ▶ де можна подивитись або послухати приклади попередніх випусків;
- ▶ чи є потреба в підготовці додаткових матеріалів (наприклад, презентація);
- ▶ якщо йдеться про відеопрограми, то чи будуть додаткові «перебивки» (фото або відео вставки для ілюстрації теми розмови) з вами чи судом, представником(-цею) якого ви є; якщо так, то краще підготувати та надати свої фото та відеоматеріали;
- ▶ наявність гриму та стиль одягу тощо. До речі, нині досить часто практикується транслявання стрімів радіопрограм на сайті радіо, у соцмережах або на YouTube. Варто пам'ятати, що у такому випадку відео трансляція буде, а от грим вам не запропонують. Крім того, варто подбати про відповідний у даній ситуації одяг та зачіску.

Бувають випадки, коли гостьові редактори не володіють всією інформацією, не завжди обізнані зі специфічними темами, зокрема, судовою. Працівники(-ці) медіа зазвичай відповідають за багато різних програм одночасно, до того ж різного тематичного спрямування, тому можна отримати неповну або неточну інформацію щодо теми програми чи питань, що висвітлюватимуться. Варто поставити кілька уточнювальних запитань, пояснити, які саме питання ви можете висвітлити та на які сфери поширюється ваша компетенція. Наприклад, тема «Дитина в суді» може містити чимало аспектів, – від висвітлення питання участі дитини у різних видах справ до різних процесуальних статусів дитини. Також може йтися про освітні проекти для дітей, що проводяться судами або за участі представників(-ць) судів тощо.

Якщо певні питання залишаються нез'ясовані або ви невпевнені у коректності відповідей, можна попросити зв'язатись з ведучими чи редакторами, які готують відеопрограму. Безпосередньо перед записом варто ще раз поспілкуватись із ведучими, щоб з'ясувати чи не відбулось якихось змін у питаннях, які розглядатимуться, у форматі програми тощо. До того ж, така розмова дасть змогу краще налаштуватись, адаптуватись та зменшити рівень хвилювання.

Якщо готуєте внутрішній проєкт суду, наприклад, разом із пресекретарем(-кою) або іншими представниками(-цями), то можна детально спільно все погодити, зокрема, обрати зручний час та місце запису, тему, за потреби згодом відкоригувати тему чи питання, що висвітлюватимете. Також краще володітимете ситуацією та, можливо, навіть будете почуватись впевненіше в звичних робочих умовах, якщо медіа приїде до суду, який ви представляєте, тому запросити журналістів для інтерв'ю до суду є гарною ідеєю. Це дає змогу краще зрозуміти журналістам та глядачам як все відбувається в суді. Варто пам'ятати, що така активність є додатковим навантаженням для журналістів, зокрема збільшує витрати, тож варто шукати та обирати різні формати, які будуть зручними однаково для всіх.

У будь-якому випадку найголовніше – чітко визначити мету (для чого ви це робите) та шляхи її досягнення. Наприклад, ви хочете за допомогою власної історії висвітлити певну проблему. Як саме це пов'язано з вами? Як це на вас вплинуло? Це історія особиста чи професійного характеру? Наскільки ви готові бути відвертими з публікою? Чи була ваша історія вже прикладом для когось? Як це може допомогти розв'язати проблему? Ви хочете донести один чи декілька меседжів – це меседжі стосуються тільки суду, який представляєте, чи всієї судової системи? На яку аудиторію вони розраховані? Хто ще їх озвучує? Таких прикладів і запитань може бути чимало. Відповівши на них, ви зможете обрати й формат інтерв'ю, медіа програми та підготувати виступ.

Формати та види програм, які готують медіа, бувають різними й від цього залежить стратегія вашої поведінки під час етеру. Цікавими та практичними є поради про підготовку до виступу на різних видах відеопрограм щодо налагодження комунікаційної роботи громадських організацій, які підготувала PR-консультантка, письменниця, блогерка Марина Говорухіна⁸. Вони є універсальними і можуть також застосовуватися для налагодження комунікації судів.

1. Ви хочете популяризувати власні ідеї. Якщо ви єдиний гість у студії, то є висока ймовірність, що формат бесіди буде схожий на класичне інтерв'ю «питання – відповідь». Варто пам'ятати, що не завжди телевізійники будуть прагнути зробити розлогу рекламу вашому проєкту.

2. Вас запросили, щоб опонувати іншим гостям або бути одним із фахівців. Це не заважає вам доносити власні меседжі, але медійники, крім бесіди, сподіваються отримати від вас кілька бонусів у формі важливої інформації.

Скажімо, за сценарієм у програмі редактори хочуть представити контрастні думки. Конфлікт у студії, як і у творах, спектаклях чи фільмах є важливою умовою утримування уваги глядача. У такому випадку ви не просто презентуєте власну ідею, а граєте певну роль. Бажано пам'ятати про це, аби не ніякувати, коли ви відчуєте, що незгодні із ведучим(-ою) чи співрозмовником(-цею). Не соромтеся сперечатися. Саме з цією метою вас запросили до студії. Яскравий, обґрунтований цікавий диспут (не варто плутати з неадекватною суперечкою (!)) – це те, що потрібно в кадрі. Ви переконаєтесь у цьому, коли переглянете кілька різних каналів із «розмовним» форматом.

⁸ Комунікації в громадських організаціях: практичний посібник / М. В. Говорухіна // Режим доступу: <http://afew.org.ua/wp-content/uploads/2015/12/Komunikatsiyi-v-gromadskih-organizatsiyah.pdf>

Не соромтеся раціонально опонувати співрозмовнику, звісно, дотримуючись правил етикету й ввічливості. Жваве обговорення — головна мета подібних етерів, але про це треба уточнити в того, хто вас запрошує, або у самого ведучого. Уточніть, що саме вони очікують від етеру та перегляньте попередні записи, — все стане очевидним.

3. Вас можуть запросити, щоб «залатати дірку в етері». Так буває, що заплановані гості в останню мить відмовляються від участі, тому запрошують того, хто приїде найшвидше. Це може бути абсолютно не ваша тема або більш загальна розмова. Нехтувати такою нагодою опинитися в кадрі не варто. Погоджуйтеся. Просто будьте готові та не очікуйте, що бесіда вийде для вас однозначно вдалою. Це розуміє ведучий, це розуміє редактор, це розумієте ви. У такому випадку вам, як ніколи, варто врахувати такі поради і просто отримувати задоволення від процесу.

Підсумуємо.

Ведучі — не всемогутні. Ніхто так не залежить від гостя, як ведучий. Суворий, допитливий, доброзичливий — це іноді лише роль, яка потрібна для конкретного телепроекту. Тож не дивуйтеся чому за мить до початку етеру ведучий вам посміхався, а потім став серйозним, чи навпаки — сміявся разом із вами в кадрі, а після вимкнення камер лаконічно подякував і занурився у свої папірці. Це може бути не пов'язано з вами або з тим, що етер не вдався. Не хвилюйтесь даремно.

Підготуйте меседжі, які ви зможете використати в будь-якому порядку як «цеглинки» для побудови аргументації. Звісно, головна мета — зацікавити якомога більше глядачів, щоб вони також зацікавились ідеєю, але це завдання-максимум. Розуміючи, який довгий шлях проходить окремо взятий меседж, поки стане популярним у суспільстві, не варто сподіватися, що за один етер вдасться переконати всіх. Ваша мета — добре виступити, сформулювавши яскраво та зрозуміло дві-три тези. Ці думки повинні бути простими, щоб їх був здатен відтворити у розмовах пересічний глядач або глядачка. Найголовніше — стати цікавим співрозмовником, щоб вас запрошували частіше, тоді буде змога щоразу говорити більше. Не хвилюйтеся, що не встигли розповісти всю інформацію за один раз. Лекції потребують лише заклади освіти.

Будьте готові до розмови, у якій щось піде не за планом. Інтерв'ю — це не театр одного актора, тож ваш план виступу обов'язково потрібно буде коригувати в процесі. Саме тому підготовка до інтерв'ю має нагадувати не написання твору, а збирання-розбирання цегляної стіни. Ви готуєте «цеглинки» — блоки інформації, але складати їх можете у довільному порядку, виходячи із того, про що вас запитали.

Нехай у вас буде набір коротких, але добре сформульованих тез, які можна вмонтувати у відповідь, навіть якщо вас запитали на якусь загальну або не вашу тему, позаяк завжди можна провести паралель, зробити протиставлення або просто навести приклад. Ці короткі тези стануть у нагоді, якщо ви підготуєте їх заздалегідь. Цього буде достатньо.

Завжди варто пам'ятати чому, для кого, що і де ви будете розповідати. Варто з'ясовувати як і з ким ви працюватимете в етерах, програмах тощо. Враховуючи це, можна створювати і власні судові комунікаційні проекти, в основі яких лежатимуть інтерв'ю або формат програми, або ж готуватись до участі в них.

Якщо аналізувати детальніше виступи у радіопрограмах, то варто пам'ятати, що виступ у радіоетері має свої особливості. Насамперед, варто розуміти аудиторію радіопрограми. Можна послуговуватись не лише загальноукраїнськими дослідженнями, а й місцевими або власними. Наприклад, опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.»⁹ засвідчило, що радіо як джерело новин у 2020 році обирали 13% населення України після соціальних мереж, ТБ, інтернет-сайтів із новинами; довіряють загальноукраїнському радію 21%, а регіональному радію – 22%. Найбільше у 2020 році втратили довіру аудиторії національні телеканали. Основними причинами недовіри залишаються недостовірність та заангажованість новин. Водночас регіональні інтернет-видання та радіо зміцнили свої позиції – ці ЗМІ цього року стали більше представляти різні точки зору під час висвітлення новин. Основний тип радіо, який слухають українці, – національні станції, а найбільш популярними є «Люкс ФМ» та «Авторадіо Україна». Регіональні радіостанції частіше всього слухають мешканці західного регіону (58%). У 2019 році також визначили середній вік слухачів та слухачок радіо, він становить зазвичай понад 35 років¹⁰.

Зі свого боку, Український кризовий медіа центр провів у 2020 році опитування українських експертів та представників центральних та місцевих ЗМІ, які впливають на формування громадської думки на центральному та регіональному рівнях про їх індивідуальні медіа уподобання¹¹. Так, наприклад, радіо як джерело отримання оперативної інформації, новин актуальне для 23% опитаних експертів і медійників після онлайн-видань, соціальних мереж і ТБ.

Якщо ви додали радіомовлення до ваших каналів комунікації, то варто пам'ятати про деякі нюанси під час виступів у радіопрограмах. На радіо важливу роль відіграє голос і вимова. Тому потрібно вміти володіти своїм голосом, не вживати слова-паразити. До того ж, ви маєте вміти грати своїм голосом, коли потрібно підсилити чи стишити слово чи фразу. Слухач не бачить ваших очей і рухів, які можуть допомогти йому скласти про вас думку, тому все, що він чує, має переконувати і привертати увагу¹².

Як вже згадувалось, нині вже чимало радіостанцій транслюють свої програми не тільки на радіохвилях, а й у різних соціальних мережах, наприклад, YouTube, Facebook або на своїх сайтах, тому проводять й відеотрансляцію. Звісно, це дуже відрізняється від запису телепрограм, адже тут вже не так багато камер, найчастіше це одна камера, що знімає весь процес з одного ракурсу. Також не будуть додаватись додаткові фото й відеовставки тощо. Проте цей нюанс варто завчасно з'ясувати, щоб забезпечити й якнайкращу візуальну картинку для глядачів. Тут можна згадати, що цільова аудиторія таких радіопрограм може бути значно ширшою, адже сьогодні більшість молодого населення України користується інтернет-медіа.

⁹ Опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.» // Режим доступу: https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf?fbclid=IwAR26iBCeN-vxJKHYEeY-LBNK8HdYi7Jq-xjA7DCgUFeXJ81BBcxVqr_DHK0

¹⁰ Опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.» // Режим доступу: <https://internews.in.ua/uk/news/onlajn-media-ta-sotsialni-merezhi-perehopily-liderstvo-u-telebachennya-za-populyarnistyu-v-ukrajini-nove-opytuvannya-usaid-internews-schodo-spozhyvannya-zmi/>

¹¹ Медіауподобання українських експертів та журналістів: результати опитування // Український кризовий медіа-центр. – 23.07.2020 р. – Режим доступу: <https://uacrisis.org/uk/mediaupodobannya-ukrayinskyh-ekspertiv-ta-zhurnalistiv-rezultaty-opytuvannya>

¹² Ваша організація на телебаченні та радіо: практичні поради щодо інтерв'ю // Портал ГУРТ – 17.03.2016 р. – Режим доступу: <https://www.gurt.org.ua/articles/31665/>

Під час інтерв'ю на радіо вживайте якомога менше цифр та статистичних даних. Замість них використовуйте образи. Вираз «завбільшки з футбольне поле» справляє більше враження, ніж якщо ви скажете «4,3 тисячі квадратних метрів».

Вживайте слова, зрозумілі для аудиторії, до якої ви звертаєтесь. Пояснюйте значення специфічних термінів.

Якщо, наприклад, радіопрограма відбувається у прямому етері, є змога записати інтерв'ю, про що можна домовитися з журналістом. Згодом ви можете його прослухати і в такий спосіб краще підготуватися до наступного¹³.

Для висвітлення інформації про суд чи трансляції обраних повідомлень не обов'язково приходити на радіо. Наприклад, на радіо також можуть висвітлюватись організовані судом заходи у новинних випусках. Журналісти можуть відвідати ваш захід безпосередньо або ж ви можете надати їм підготовлений матеріал, навіть, якщо вони його не відвідали. Тому обов'язково варто робити запис (аудіо та відео у хорошій якості) заходу, що проводить суд для поширення інформації для широкого загалу. Відберіть найцікавіші, виразні фрагменти і надайте матеріал радіостанції. Матеріал варто подавати й у текстовому форматі, щонайменше підготувати постселіз із цитатами, адже редактори насамперед мають швидко ознайомитись із пропонованим матеріалом та зацікавитись ним. Включення матеріалу може супроводжуватись, наприклад, коментарем комунікаційної команди суду. Якщо представники(-ці) радіо не прийшли на ваш виступ, зателефонуйте їм. Якщо формат радіопрограм передбачає запрошення гостей, вас можуть запросити до студії або ж взяти інтерв'ю телефоном.

¹³ Там само.

ПРОЕКТ «БЕЗ МАНТІЇ»

КОРОТКІ НЕФОРМАЛЬНІ ІНТЕРВ'Ю З ПРАЦІВНИКАМИ Й ПРАЦІВНИЦЯМИ СУДУ



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Вінницький апеляційний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Надія Чорна-Гаража, головна спеціалістка відділу інформаційно-аналітичної роботи.



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

1. Розширити цільову аудиторію суду в соціальних мережах шляхом:
 - ▶ збільшення кількості людей, які стежать за сторінкою суду в мережі Facebook;
 - ▶ збільшення кількості уподобань сторінки суду в мережі Facebook;
 - ▶ збільшення переглядів дописів, зокрема інтерв'ю з працівниками(-цями) суду, на сторінці суду в мережі Facebook завдяки потраплянню дописів у стрічки новин більшої кількості людей та поліпшення їхньої рейтинговості;
 - ▶ підвищення рейтингу сторінки суду в мережі Facebook.
2. Завдяки проєкту «Без мантиї» працівники суду звикатимуть до публічності та виходитимуть за звичні межі роботи, отримуючи новий цікавий досвід.
3. Завдяки налагодженню внутрішньої комунікації зростатиме згуртованість колективу суду.
4. Підвищення довіри до суду і судової влади заради поліпшення їх іміджу, адже суд буде асоціюватися у громадян з відкритою та прозорою установою, в якій працюють неординарні високопрофесійні особистості. В респондентах(-ках) люди бачитимуть «своїх», простих і щирих людей, а не недоступних «небожителів». Мовляв, вони є такими ж, як і ми, тож їм можна довіряти.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ

Поєднано онлайн та офлайн формати, позаяк інтерв'ю з працівниками суду найчастіше відбувається безпосередньо під час зустрічі¹⁴. Уся комунікаційна робота з цільовими аудиторіями, які переглядатимуть інтерв'ю, відбувається онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ користувачі(-ки) судових послуг;
- ▶ потенційні користувачі(-ки) судових послуг;
- ▶ представники(-ці) медіа, громадських об'єднань, активісти;
- ▶ населення, яке зареєстровані у соціальних мережах, де представлений суд, а також відвідувачі сайту суду;
- ▶ представники(-ці) Вінницького апеляційного суду;
- ▶ представники(-ці) інших судів та судових органів, установ.

¹⁴ Залежно від умов можна також проводити подібні інтерв'ю онлайн або телефоном. Наприклад, в умовах карантинних обмежень це стало особливо актуальним.



ТРИВАЛИСТЬ

Проект у Вінницькому апеляційному суді є постійним. «Проект, до речі, не оmine жодного працівника»¹⁵ (124 працівники суду). Безпосередній запис інтерв'ю триває орієнтовно 20–60 хв.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські та часові: підготовка та проведення інтерв'ю, його подальше опрацювання та поширення, а також зусилля працівників(-ць) суду – «герої проекту» – респонденти(-ки), які готуються та беруть участь у ньому.

Технічні: візуальний супровід інтерв'ю під час його поширення є досить важливий, тому хотілося би, аби всі світлини учасників проекту «Без мантиї» були професійними, якісними, а також естетичними. Для цього варто замовляти послуги фотографа. Бажано, щоб проект мав свій логотип, який можна застосувати для маркування фото учасників.

Фінансові: кошти для візуального супроводу.



ПІДГОТОВКА

1. Прессекретар(-ка) суду запрошує суддю або працівника(-цю) апарату суду взяти участь у проекті «Без мантиї» та домовляється про час і місце запису інтерв'ю. Перекоувати потенційних респондентів можна, пояснюючи, що інтерв'ю з ними є вкрай важливим безпосередньо для них і для іміджу суду.
2. Прессекретар готує перелік запитань для інтерв'ю. Вектори розмови можуть підказати публікації майбутнього респондента в його/її профілі в соцмережі. Можна поцікавитися його/її особистістю в колег.



ПРОВЕДЕННЯ

1. Під час запису інтерв'ю завдання прессекретаря(-ки) – спонукати респондента до відвертої розмови, створити дружню атмосферу, аби співрозмовник проявив якомога більше граней своєї особистості, поділився сокровенним. Можна запропонувати йому/їй обирати запитання за номером у переліку або, так би мовити, тягнути білет, роздрукувавши чи написавши по одному запитанню на окремих аркушах. Записувати інтерв'ю можна і по телефону, як ми й робили кілька разів під час дистанційної роботи.
2. Інтерв'ю публікується у текстовому форматі, тому краще записувати його на диктофон (можна користуватися мобільним телефоном), щоб коректно відтворити всі відповіді, а особливо цитати. Також це допоможе зробити розмову більш вільною, налагодити контакт із респондентом(-кою), а не відволікатись на нотатки, отримати більше цікавої інформації для майбутньої публікації, що скоротить час розмови. Якщо ви проводите інтерв'ю онлайн, зручно користуватися повідомленнями в різних соціальних мережах, де доступна функція «Відео», що знов ж таки допомагає краще налагодити зв'язок із респондентом(-кою). Водночас користуватися можна ноутбуком, а телефон застосувати для аудіозапису. Проведення інтерв'ю за допомогою сервісу Zoom дає змогу зробити відеозапис без додаткових пристроїв.
3. Прессекретар(-ка) просить свого співрозмовника надати неформальне фото в електронному вигляді для майбутньої публікації на сторінці суду в мережі Facebook. У майбутньому також можна придумати логотип проекту і маркувати ним фото учасників.

¹⁵ Див. новину про запуск проекту на сайті суду. Неформальний проект у соцмережі запустив апеляційний суд // Апеляційний суд Вінницької області. — 08.10.2018 р. — Режим доступу: <https://vna.court.gov.ua/sud0290/pres-centr/news/570390/>



ЗАВЕРШЕННЯ

- ▶ Опрацювання інтерв'ю: зокрема, розшифровування аудіо запису, якщо такий проводився; відбір відповідей, які характеризують співрозмовника як неординарну особистість і водночас як звичайну людину зі своїми страхами, переживаннями і тривогами.
- ▶ Створення публікації: написання вступу («підводки») і, власне, самого інтерв'ю, яке обмежене певною кількістю знаків, що може несуттєво варіюватися (орієнтовно до 2 тисяч знаків). Робимо так, аби не було «звинувачень», що про когось написали більше, а про когось – менше.
- ▶ Узгодження майбутнього допису з учасником чи учасницею проєкту «Без мантиї».
- ▶ Публікація інтерв'ю на сторінці суду в мережі Facebook. Робимо це останньої п'ятниці місяця. Обрали цей день, позаяк серед працівників державних установ він вважається більш невимушеним, коли офіційно діловий стиль змінюється на повсякденний. Тож вважаємо, що йому пасує неформальне інтерв'ю.
- ▶ Важливо аналізувати чи досягаються поставлені цілі, зокрема, перевірити кількісні результати: вподобання допису і сторінки, чи зросла кількість людей, які стежать за сторінкою суду в мережі Facebook, у день публікації інтерв'ю та кілька днів потому, а також огляд ЗМІ, – чи поширили публікацію інтернет-видання.



РЕЗУЛЬТАТ

Що планувалося досягти:

- ▶ збільшити охоплення цільових аудиторій за допомогою інформаційних ресурсів суду;
- ▶ налагодити комунікація з громадою;
- ▶ покращити імідж суду та судової влади, збільшити рівень довіри до них.



«Наскільки нам відомо, жоден суд в Україні не розповідає про своїх працівників систематично та ще й у форматі бліц-інтерв'ю. Наша ініціатива в суді «прижилася», хоча до неї спочатку ставилися з деякою недовірою і, ймовірно, з певним страхом, адже працівники суду не звикли до публічності та одкровень. Тож здебільшого для усіх них проєкт «Без мантиї» подарував шанс вийти із зони комфорту й здобути новий досвід. Приємно зазначити, що наші інтерв'ю з працівниками суду публікували на своїх сторінках деякі вінницькі ЗМІ, а після виходу матеріалу про суддю, який захоплюється музикою, поспілкуватися з ним забажали журналісти одного з центральних телеканалів. До того ж, проєкт мотивує завітати на сторінку установи в мережі Facebook. Дописи цього судді завжди набирають багато вподобайок, репостів та коментарів. Ми знаємо, що люди чекають на ці публікації. До слова, з часу виходу в світ першої минуло майже два роки. Їх ми позначаємо хештегом #Без_мантиї. Натиснувши на нього, можна переглянути всі дописи проєкту», – **Надія Чорна-Гаража, головна спеціалістка відділу інформаційно-аналітичної роботи Вінницького апеляційного суду.**

ПРОВЕДЕННЯ ЩОТИЖНЕВОЇ РУБРИКИ НА МІСЦЕВОМУ РАДІО «У ДІАЛОЗІ З ФЕМІДОЮ»¹⁶



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області



*«Не бійтеся! У вас усе вдасться! Емоція страху перед радіоетером зміниться відчуттям радості, що ви робите важливу справу, яка так подобається людям, а згодом ви вже не уявлятимете свого життя без спілкування із слухачами!» — **Наталя Міщук, прессекретарка Хмельницького міськрайонного суду Вінницької області.***



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Наталя Міщук, прессекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- утвердити позитивний імідж суду та судової влади України;
- покращити діалог із громадськістю завдяки формуванню у суспільства чіткого розуміння, що суд налаштований спілкуватись із громадськістю та ЗМІ;
- зменшити рівень недовіри населення щодо рішень суду;
- підвищити рівень правової освіти та культури жителів громади.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

радіоетер.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

Ініціатива дає змогу охопити значну кількість людей, які є слухачами Хмельницького районного радіомовлення, серед яких можуть бути потенційні та реальні користувачі судових послуг, представники(-ці) медіа, громадських об'єднань, активісти та люди, які зовсім не дотичні до діяльності судів. Населення міста Хмельника та Хмельницького району, де відбувається радіомовлення, сягає понад 50 тисяч людей.



ТРИВАЛІСТЬ

Проект у Хмельницькому міськрайонному суді Вінницької області є постійним. Фактично займає 2–2,5 години щотижня.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

У Хмельницькому міськрайонному суді ці обов'язки виконує одна особа — прессекретарка. Якщо ви залучите більше, то це чудово. Зазвичай ресурси не виходять за межі того, що є у постійному користуванні працівника суду.



ПІДГОТОВКА

1. Дізнайтесь, чи є у вашому місті чи районі радіостанція, її місце розташування та графік роботи.
2. Готуйте цікавий матеріал або навіть декілька, та тренуйтеся його переказувати.
3. Продумуйте контент заздалегідь. Це допоможе уникнути перерв у радіоетерах чи термінового пошуку теми наступного виступу.
4. Домовляйтесь про зустріч із редактором і пропонуйте свою ініціативу та запевняйте, що у вас вистачить цікавих тем, аби зробити таку радіорубрику постійною.
5. Домовляйтесь про кількість етерного часу та просіть поради у колективу радіостанції про те, як краще себе поводити в етері, та про особливості ведення розмови саме на цій радіостанції.
6. Будьте впевнені та вірте в те, що говорите. Володійте матеріалом та будьте готові відповісти на будь-які питання ведучого чи слухачів.



ПРОВЕДЕННЯ

1. Прессекретар(-ка) або людина, на яку покладені обов'язки прессекретаря(-ки), готується сам/а або готує інформацію для судді-спікера чи іншого колеги для виступу на радіо. У Хмельницькому міськрайонному суді найчастіше виходить в етер саме прессекретарка.
2. Друкований матеріал щодо певної справи чи просвітницька публікація і виступ на радіо – не одне й те саме. Вам треба навчитись переказати написане, додавати слова, які найчастіше вживаються людьми у розмові, аби у кожного слухача(-ки) склалося враження, що ви говорите саме до нього/неї. Також варто стежити за інтонацією, темпоритмом, висотою голосу.
3. Спробуйте записати себе на диктофон мобільного телефону і прослухати. Буде незвично і навіть може зовсім не сподобатись, але вчіться говорити саме так – будете себе вільніше і спокійніше почувати під час радіоетеру.
4. Якщо ви взялись висвітлювати діяльність суду чи розповідати і пояснювати законодавство України, то маєте пам'ятати, що надзвичайно важливо робити це систематично. Так, у вас чимало справ, відпустка, інші важливі обставини, проте це не виправдання. Якщо щотижня у вас запланований радіоетер, то він має відбутись.
5. Майте кілька підготовлених матеріалів просвітницького характеру заздалегідь; якщо знаєте, що найближчим часом ви не матимете змогу записати радіопрограму, домовтесь із журналістами(-ками) про запис таких текстів і розмов завчасно.
6. Простота, зрозумілість і заміна складних юридичних термінів на спрощені – так вас буде цікаво слухати. Інколи саме юристам найважче дається «спрощення», але воно справді потрібне, інакше на 20 секунд увага слухачів розсіється від слів і термінів, які вони ніколи не чули. Пам'ятайте, що ціль таких радіопрограм полягає в тому, що слухачі мають вас зрозуміти, інакше це буде комунікаційний захід «для годиться», не більше.
7. Якщо вам важко щоразу шукати нові теми для радіоетерів, запитайте у своїх друзів чи знайомих (які не є юристами), що саме вони хотіли б дізнатись або що їм потрібно пояснити. Так з'являються теми та ідеї для наступних виступів.
8. Поважайте час слухачів. Вони вас не бачать, лишечують ваш голос, тому всі ваші фрази мають зацікавлювати і утримувати інтерес в аудиторії, тож нехай краще вас захочуть почути ще, ніж втомляться від вашої довгої і дуже ґрунтовної розмови.

9. Усі ці поради важливі уже тоді, якщо ви домовились із місцевою радіостанцією про етери і довели свою спроможність щотижня подавати якісний і цікавий контент.

10. Якщо не знаєте з чого почати, — почніть із простого: дізнайтесь чи є у вас у місці чи районі радіо, підготуйте матеріал, потренуйтеся, а тоді пропонуйте створення рубрики чи окремого радіоетеру редактору радіостанції.

Вірю: у вас все вийде! Вже незабаром ви підвищите рівень адреналіну в такий спосіб, що вже не уявлятимете свого життя без етерів.



ЗАВЕРШЕННЯ

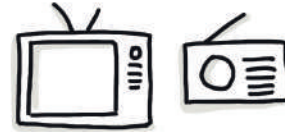
1. Після виступу на радіомовленні завжди прослуховуйте запис. Часто ви настільки хвилюєтесь, що можете обмовитись, і це може зіграти з вами злий жарт. Врахуйте свої помилки наступного разу.
2. Порівнюйте свою розмову і розмову ведучого радіомовлення, прослуховуючи радіоетер. Це допоможе вдосконалити свою мову, голос, стати справжнім профі на теренах радіо.
3. Напрацуйте власний стиль вимови, темпу розмови, інтонації. Відшліфуйте свій голос до того часу, доки він не почне подобатися найголовнішому критику — самому собі.
4. Фіксуйте тему і дату радіоетеру для підготовки комунікаційного звіту, адже це значно спростить вам життя. Такі дані можна також використати для інфографіки чи окремої публікації про вашу діяльність як прессекретаря(-ки).



РЕЗУЛЬТАТИ

- Ми зуміли створити такі радіопрограми, що перейшли з періодичних радіоетерів до постійної рубрики, яка користується популярністю у жителів міста і району. Саме завдяки радіопрограмам без фінансових чи інших матеріальних ресурсів можна створити широкий інформаційний простір, у якому ви будете поширювати інформацію, яку варто знати людям.
- Відколи пресслужба Хмельницького районного радіомовлення розпочала цикл просвітницьких радіопрограм чи розповідей про резонансні справи і вироки суду, про наші ініціативи, навчання, то помітили, що громадськість зовсім по-іншому почала сприймати роботу суду, позитивно налаштована на діалог. Люди щиро дякують за цікаву та корисну інформацію та навіть пізнають спікерів на радіо по голосу. Це допомагає у нашій роботі, бо людина, яка вороже налаштована до суду чи знає про діяльність суду лише з чуток, створює напругу для усіх учасників процесу, налаштовує на такий же лад інших, що негативно впливає на настрій усіх, із ким їй доводиться спілкуватись у суді. Результати чудово перевіряються під час радіоетерів, де слухачі мають змогу зробити зауваження, подякувати або поставити запитання працівнику суду. Це найкращий індикатор, який дає змогу відчувати настрій слухачької аудиторії.

ВИСТУПИ У ТЕЛЕ- І РАДІОПРОГРАМАХ



ДО ЕТЕРУ

✓ З'ЯСУВАТИ ДЕТАЛІ

- ▷ ДАТА, ЧАС І МІСЦЕ
- ▷ ТЕМА ПРОГРАМИ
- ▷ ПРЯМИЙ ЕТЕР ЧИ ЗАПИС
- ▷ ХТО ВЕДУЧИЙ ТА ГОСТІ
- ▷ ФОРМАТ ПРОГРАМИ ТА ВАША РОЛЬ
- ▷ ЩО ПІДГОТУВАТИ
- ▷ ЩО ОДЯГНУТИ

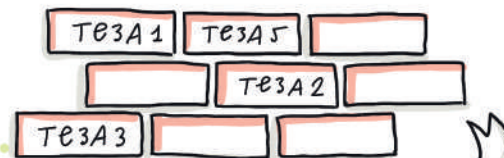
✓ ПЕРЕГЛЯНУТИ ПРИКЛАДИ ПОПЕРЕДНІХ ВИПУСКІВ

✓ ПОСПІЛКУВАТИСЬ ІЗ ВЕДУЧИМИ ТА РЕДАКТОРАМИ

✓ ПІДГОТУВАТИ ТЕЗИ

ВИЗНАЧТЕ, ЯКУ ІНФОРМАЦІЮ ВИ ХОЧЕТЕ ДОНЕСТИ

СФОРМУЛЮЙТЕ КОРОТКІ ЯСКРАВІ ТЕЗИ



ПІД ЧАС ЕТЕРУ
БЛОКИ ІНФОРМАЦІЇ
МОЖНА СКЛАДАТИ
В ДОВІЛЬНОМУ ПОРЯДКУ
ЯК ЦЕГЛИНКИ

ПІД ЧАС ЕТЕРУ



НЕ ХВИЛЮЙТЕСЬ,
ЩО НЕ ВСТИГЛИ
СКАЗАТИ ВСЕ
ЗА ОДИН РАЗ

НЕ СОРОМТЕСЬ РАЦІОНАЛЬНО
ОПОНУВАТИ СПІВРОЗМОВНИКУ,
ДОТРИМУЮЧИСЬ ПРАВИЛ ЕТИКЕТУ

БУДЬТЕ ГОТОВІ,
ЩО ЩОСЬ МОЖЕ
ПІТИ НЕ ЗА ПЛАНОМ

ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ

ЗВЕРНІТЬ
УВАГУ НА
ГОЛОС І ВИМОВУ

СПЕЦІАЛЬНІ
ТЕРМІНИ
↓
ПОЯСНЕННЯ

ЗАМІСТЬ ЦИФР – ОБРАЗИ

4300 м² = ФУТБОЛЬНЕ ПОЛЕ

~~СЛОВА-
ПАРАЗИТИ~~

ОСОБЛИВОСТІ ВИСТУПІВ НА РАДІО



РАДІОПЕРЕДАЧІ ТАКОЖ
МОЖУТЬ ТРАНСЛЮВАТИСЬ
У ВІДЕОФОРМАТІ

Круглий стіл

Круглий стіл — це одна з форм структурованого обговорення з можливістю рівного залучення учасників(-ць) заходу. Вже сама назва натякає, що йдеться про об'єднання, спільність та рівність. Говорячи про круглі столи, традиційно згадують короля Артура, який вів перемовини або проводив наради саме за круглим столом для уникнення суперечок щодо місця за столом, якнайближчого до суверена. Круглий стіл символізує рівні можливості висловитись та вплинути на ухвалення рішення.

Справді, круглий стіл як зразок правильно організованого простору допомагає уникнути створення ілюзії домінування чи недосяжності деяких учасників(-ць), як-от під час виступів на сцені чи за трибуною. Також круглий стіл передбачає певні правила поведінки учасників(-ць), коли усім присутнім надається можливість висловитись. Метою заходів у такому форматі може бути представлення певної проблеми, різносторонній аналіз та пошук спільного її розв'язання, обговорення актуальних питань, обміну досвідом у професійних сферах та формування спільних подальших дій, проєктів тощо.

Пропонуємо розглянути декілька важливих аспектів, на які варто звернути увагу, аби організувати ефективний круглий стіл.

1. Визначте ціль круглого столу. Ви маєте розуміти **що та від кого** очікуєте безпосередньо під час та після заходу. З цією метою можна застосовувати одну з систем побудови цілей SMART: specific — конкретна, measurable — вимірювана, attainable — досяжна, relevant — релевантна, time-bounded — визначена у часі.

Specific (конкретна) — ціль має бути максимально ясною і конкретною, а під час постановки слід чітко уявляти (прописувати) кінцевий результат. Очевидно, що мета: «Заповнити штат судів суддями на 100 % у всіх місцевих судах до кінця 2021 року» є конкретнішою, ніж «Розв'язати найбільшу проблему кадрового голоду в судовій системі».

Measurable (вимірювана) — цілі мають вимірюватись, аби можна було дізнатися, що їх справді було досягнуто. Безперечно, ідея «належним чином підвищити працівникам(-цям) апарату зарплатою» є чудовою, але що значить «належним чином»? Це на скільки? Як потім перевірити це підвищення та для кого воно здійснюватиметься, якщо показники відсутні? Набагато правильнішим є формулювання: «Підвищити пресекретарям(-кам) місцевих судів зарплату на 40% до 1 січня 2021 року».

Attainable (досяжна) — цілі мають бути досяжні з точки зору зовнішніх чинників і внутрішніх ресурсів. Очевидно, важко розраховувати на збільшення публікацій про ваші заходи у інтернет-ЗМІ, не розширюючи інтернет-комунікаційні канали, наприклад, різні соціальні мережі, а послуговуючись тільки сторінкою суду на вебпорталі «Судова влада України», яка не завжди індексується інтернет-пошуковими системами.

Relevant (релевантна) — цілі мають відповідати більш загальним або стратегічним цілям і допомагати досягненню останніх¹⁷.

Time-bounded (визначена у часі) — мають бути встановлені конкретні терміни (і проміжні контрольні точки) досягнення цілі. Наприклад, необхідно збільшити

¹⁷ Див. детальніше про комунікаційні стратегію та план у посібнику «Як налагодити діалог суду та громади? Посібник» / Авторки: Анастасія Розлуцька, Валерія Рибак. Редакція: Олена Давліканова // ГО «Вектор прав людини», 2019 — Режим доступу: <http://hrvector.org/publikacziyi/19-04-11-press>

кількість вподобань сторінки у Facebook із 1567 до 2000 протягом грудня поточного року.

Наприклад, з яким формулюванням цілей круглого столу буде легше працювати над подальшими кроками: «Налагодження співпраці суду та громадянського суспільства» чи «Визначення трьох пріоритетних спільних напрямів діяльності між судами Луганської області та місцевими правозахисними громадськими організаціями на 2021 рік»?

2. Сформууйте та опрацюйте список учасників(-ць). Круглий стіл – це захід, де люди не лише зустрічатимуться обличчям до обличчя (офлайн чи онлайн), а й будуть задіяні особисто, на противагу простому пасивному вислуховуванню лекції чи презентації. Тому важливо забезпечити ту кількість людей і запланувати таку кількість часу, щоб усі мали змогу висловитись.

Створіть умови для максимально якісної взаємодії учасників(-ць) між собою. Учасники та учасниці мають розуміти з ким та про що можуть поспілкуватись, які варто питання задавати. Тому в інформації, яку надсилаєте учасникам(-цям) заходу, завчасно можна додати повний список людей із прізвищем, ім'ям, посадою, місцем роботи, сферою повноважень. Якщо люди репрезентують різні професійні сфери, їх можна об'єднати в професійні групи.

Під час круглого столу важливо поставити таблички з прізвищем, ім'ям та назвою організації, яку представляють учасники(-ці). Перевірте, чи напис на табличці добре видно всім присутнім.

Перевірте, чи є серед учасників(-ць) усі дотичні професійні групи або спільноти людей, які допоможуть досягти ціль круглого столу. Чи це ті люди, які можуть представляти їх інтереси та/або будуть уповноважені вирішувати відповідні питання.

Визначте питання, які стосуються дуже специфічних аспектів теми круглого столу та можуть бути представлені певною спільнотою, а які стосуються досвіду всіх присутніх. Так ви зможете підбати, щоб усі питання були обговорені та спрямувати це обговорення для досягнення визначеної цілі.

3. Оберіть «сильного» модератора. Модератор – це не тільки особа, яка представляє спікерів(-ок), а людина від якої залежить чи будуть обговорення продуктивними, учасники(-ці) залучені повною мірою та чи буде дотримано часові межі. Особа готує вступну промову, завдяки якій учасники(-ці) розуміють суть та важливість заходу, озвучує правила, відповідно до яких відбуватиметься круглий стіл. Модератор не тільки стежить за виконанням плану заходу, надає слово учасникам(-цям) у визначеній черговості, а й направляє обговорення в потрібне русло, щоб досягти насамперед цілей заходу. Для цього часто доводиться відхилятися від плану виступів, наприклад, щоб зреагувати на критичну ситуацію, вивести обговорення з глухого кута. Модератор(-ка) сприяє тому, щоб відбувався діалог, а не суперечка, тож дуже важливо обрати людину, яка володіє темою та має навички модерування заходів, вміє працювати з аудиторією.

Що може допомогти обрати «сильного(-у)» модератора(-ку):

- попросіть потенційних кандидатів(-ок) про професійні рекомендації;
- перегляньте відеозаписи виступів потенційних модераторів(-ок) на інших заходах та поспілкуйтесь з організаторами цих заходів;
- пошукайте подібні події та з'ясуйте хто їх модерував;
- проведіть попередню зустріч, щоб зрозуміти наскільки людина орієнтується в темі;

- якщо ви обрали людину, яка добре знає тему, але не має великого досвіду модерації, для зниження ризиків попросіть консультації з модерації у досвідченіших колег.

Щоб захід був успішнішим, варто залучити модератора(-ку) як члена команди на етапі підготовки круглого столу. Тут важливо забезпечити спільне бачення усіх членів команди цілей заходу та шляхів їх досягнення: які головні повідомлення мають бути озвучені під час заходу, що має бути у вступній промові, а також як цього досягти, наприклад, визначити правила, за якими працюватимуть учасники(-ці).

4. Підготуйте програму круглого столу. Надішліть програму круглого столу запрошеним учасникам(-цям) завчасно, а також надайте її під час самого заходу.

Програма круглого столу має містити:

- тему;
- цілі, адже це допоможе учасникам(-цям) зрозуміти напрямок, у якому вони мають рухатись для їх досягнення;
- основні запитання або ключові аспекти, що обговорюватимуться, адже це допоможе уникнути непорозумінь або розмитих відповідей;
- хронологію запланованих виступів й обговорень та часові межі кожного блоку, перерв, час початку та закінчення заходу. Це допоможе сприяти конструктивному діалогу;
- основні правила: можна встановити кодекс поведінки, щоб обмежити небажану поведінку (наприклад, грубість або домінування однієї людини в розмові), якщо захід фіксуватиметься на аудіо, відео, фото або транслюватиметься, то це також варто зазначити;
- технічну інформацію: наприклад, карта приміщення із зазначенням санітарних зон, кулерів, місць для кава-брейку тощо. Це забезпечить відсутність необхідності відвідувачам(-кам) ставити ці питання організаторам.

5. Підготуйте місце проведення. Приміщення, де буде проводитись захід, насамперед має бути зручним. Люди вже витрачають час на участь у заході, тож подбайте, щоб вони без зусиль могли знайти місце проведення заходу. Тому локація має бути зручна з точки зору транспортної розв'язки й добре видима (не захована у дворах і лабіринтах будинків, для зручності можна розмістити додаткові таблички, вказівники тощо). Та й у самому приміщенні варто подбати про розміщення вказівників, які скеровуватимуть до місця, де відбуватиметься захід, а охоронці та консьєржі, менеджери мають бути гарно проінформовані, щоб за потреби допомогти учасникам(-цям).

Якщо планується обговорення гострого, спірного питання, варто обрати максимально нейтральне місце проведення, щоб жодна група учасників(-ць) не відчувала себе «не на своїй території», або ж навпаки — привілейованою.

Місце має також бути з хорошою звуковою ізоляцією, щоб шум дороги, серен та сусідніх заходів не відволікав від обговорення. Приміщення має бути непрохідним. Найкраще попередньо відвідати локацію. Це вам допоможе перевірити й розмір кімнати, освітлення, схему розміщення учасників(-ць) — чи зручно бачити та чути одне одного, чи наявне місце для комфортного спілкування під час кава-брейку, чи пристосоване приміщення для людей з обмеженими фізичними можливостями.

Перевірте все технічне обладнання: чи працюють мікрофони, проектор, колонки, подовжувачі (якщо є у них потреба), чи є екран (часто пропонують проєктувати на стіни, тож ви маєте переконатись чи вони придатні для цього особливо якщо йдеться

про текст; інколи пропонують екран телевізора, то чи справді всі бачитимуть зображення). Якщо потрібний фліпчарт, то чи наявне для нього місце, з якого усі його бачитимуть, папір, придатні для роботи маркери.

У разі проведення заходу онлайн теж варто подбати про зручність: завчасно надіслати лінк на онлайн-зустріч та інструкцію для входу, а у день проведення надіслати лист-нагадування. Під час самої зустрічі варто подбати про якість технічних аспектів, зокрема звуку та відео. Звісно, можуть бути технічні збої або перешкоди, адже відео та звук також залежать від налаштувань програми учасників(-ць) або швидкості інтернету, тому підготуйте завчасно інструкції, які допоможуть уникнути типових складнощів. Не менш важливим є забезпечення можливості інтерактивного долучення учасників(-ць).

6. Працюйте командою. Саме командна робота організаторів, уміння правильно розподілити ролі та залучити достатню кількість людей створює належну атмосферу та умови для продуктивного заходу. Одна людина не може робити все – реєструвати гостей, робити фото, спілкуватись з учасниками, а потім ще й в обговоренні брати участь. Від цього страждатиме не лише якість роботи, а й фізичний стан цієї людини. Тож визначте спільно хто та за який сегмент роботи відповідатиме і як ви будете комунікувати до, під час та після заходу.

7. Нотуйте обговорення під час заходу. За протокол обговорення має відповідати окрема людина. Наприклад, модератор/ка не зможе це робити, адже він/вона має стежити за розмовою і працювати з учасниками(-цями). Нотатки цінними будуть як для організаторів, так і для учасників(-ць). Надсилання їх учасникам(-цям) – це чудовий спосіб залучити їх до подальших кроків після події.

Зміст обговорення дасть змогу провести додатковий аналіз під час планування інших заходів для досягнення вашої мети. Оформлення їх у компактні презентацію чи інфографіку допоможе поширити результати серед більшої кількості людей та залучати їх надалі.

8. Не тримайте учасників(-ць) заходу в невідомості. Під час круглого столу відбулось плідне обговорення. Учасники(-ці) завершили його сповнені ентузіазму. Що тепер? Частина вашого планування має включати спосіб використання результатів обговорення. Під час заходу варто визначити не тільки, що має відбуватись надалі, а й у які строки, хто відповідальний за ці дії, з ким контактувати. У листі після заходу продублюйте це учасникам. Важливо продовжувати інформувати учасників(-ць) про результати визначених дій.

КРУГЛИЙ СТІЛ НА ТЕМУ «КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ВОСЬМОГО АПЕЛЯЦІЙНОГО АДМІНІСТРАТИВНОГО ОКРУГУ»



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Восьмий апеляційний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Уляна Уніят, пресекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ покращити комунікаційну діяльність судів у межах округу;
- ▶ налагодити співпрацю та координацію судів округу в реалізації комунікаційної діяльності;
- ▶ обговорити актуальні питання реалізації комунікаційних стратегій судів, які входять до Восьмого апеляційного адміністративного округу;
- ▶ обмінятися досвідом між суддями і пресекретарями першої, апеляційної та касаційної інстанцій адміністративної юрисдикції щодо напрацьованих практик налагодження комунікаційної діяльності;
- ▶ формувати навички, знання та вміння якісної комунікації з громадськістю заради ефективної взаємодії та співпраці між судами та людьми, а також поширення інформації про роботу суду максимально ефективно й прозоро.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (може проводитись як у приміщенні суду, так і поза його межами) або онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ представники(-ці) комунікаційних команд судів (голів судів, суддів-спікерів, пресекретарів);
- ▶ журналісти та журналістки;
- ▶ представники(-ці) громадських організацій.

Захід буде максимально ефективним за участі 20–25 осіб.



ТРИВАЛІСТЬ:

120 хв



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: потрібні ентузіазм та бажання ініціативних людей навчатися, змінюватися і покращувати роботу.

Локація: місце для проведення заходу (його можна провести також онлайн).

Технічні: ноутбук і проектор для демонстрації презентацій.



ПІДГОТОВКА

1. Підготовка плану заходу з переліченими питаннями порядку денного.
2. Запрошення та підготовка виступів спікерів(-ок) (наприклад, у цьому заході спікерам(-ками) були суддя-спікер Верховного Суду, голова суду та пресекретар суду, що відповідає за організацію заходу), учасників заходу (судді-спікери та пресекретарі судів).
3. Підготовка презентаційних матеріалів.



ПРОВЕДЕННЯ¹⁸

1. Виступи спікерів заходу.
2. Презентація комунікаційної стратегії Восьмого апеляційного адміністративного суду та результатів її реалізації.
3. Обговорення проблемних питань із практики комунікаційної діяльності судів, напрацювання модельних варіантів виходу з кризових ситуацій.
4. Обмін досвідом між суддями та пресекретарями судів: запитання-відповіді.
5. Напрацювання комунікаційних пріоритетів, цілей та способів їх досягнення, що є спільними для судів округу.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Підготовка постерелізів, співпраця з медіа щодо поширення інформації про захід.
2. Продовження співпраці з колегами: створення групи з пресекретарів та суддів-спікерів судів Восьмого апеляційного адміністративного округу в соціальних мережах та обмін інформацією щодо реалізації Комунікаційної стратегії.



РЕЗУЛЬТАТИ

Вдалося об'єднати представників судів Восьмого апеляційного адміністративного округу, налагодити комунікацію, підвищити рівень співпраці та взаємодії у питаннях інформаційної відкритості судів, висвітлення та супроводу резонансних справ, активної зовнішньої та внутрішньої комунікації, ефективної реалізації Комунікаційних стратегій судів округу.

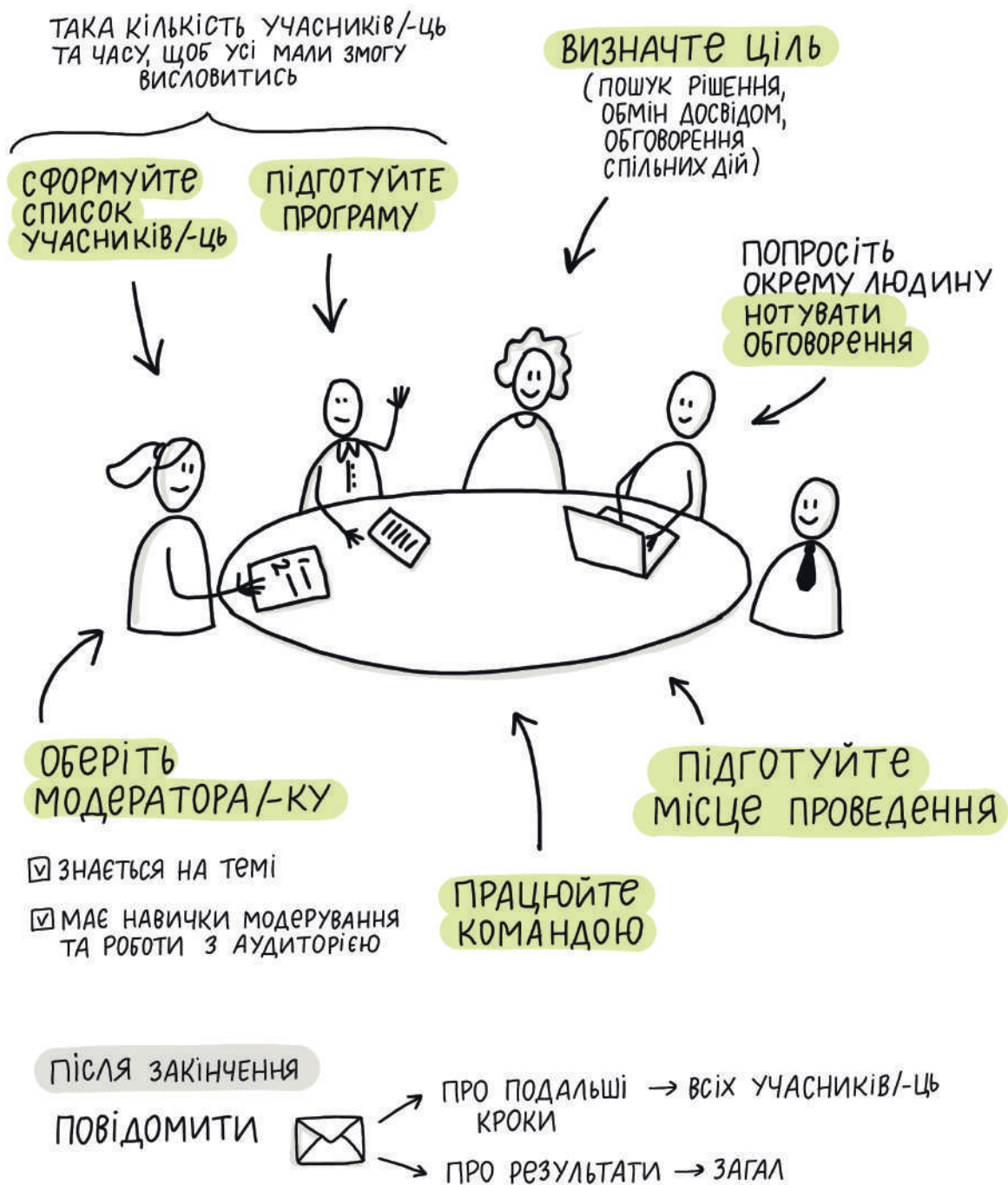


«Такий формат зустрічі суддів-спікерів та пресекретарів судів у межах апеляційного округу є новим, проведений вперше та є корисним з огляду на важливість координації дій для ефективної комунікаційної діяльності судової гілки влади», — Уляна Уніят, пресекретарка Восьмого апеляційного адміністративного суду.

Ця ініціатива дала змогу підвищити рівень готовності комунікаційних команд судів вирішувати різні ситуації, що стосуються до комунікаційної діяльності, а також покращити взаємодію між судами округу шляхом оперативного та регулярного обміну інформацією, проведення спільних заходів тощо.

¹⁸ Див. приклади публікацій про захід. Восьмий ААС провів круглий стіл на тему «Комунікаційна стратегія Восьмого апеляційного адміністративного округу» // Восьмий апеляційний адміністративний суд. — 11.07.2019 р. — Режим доступу: <https://8aa.court.gov.ua/sud4857/pres-centr/news/744149/>; Комунікаційна стратегія Восьмого апеляційного адміноругу: відбувся круглий стіл // Судово-юридична газета. — 11 липня 2019 р. — Режим доступу: <https://bit.ly/2xJ1gia>; Відбулась зустріч суддів-спікерів та відповідальних за комунікацію працівників окружних адміністративних судів Восьмого апеляційного адміністративного округу // Львівський окружний адміністративний суд. — 9 липня 2019 р. — Режим доступу: <https://adm.lv.court.gov.ua/sud1370/pres-centr/news/743906/>

КРУГЛИЙ СТІЛ



Онлайнові видання

Сучасний інформаційний простір важко уявити без онлайн-видань. Дедалі менше людей купують друковані журнали, газети та натомість надають перевагу їх аналогам в інтернеті. На це вплинули, зокрема, розвиток мобільного інтернету та поява смартфонів. Тож тепер професійне і особисте життя людини все більше пов'язане з онлайн.

Онлайн-журнали, бюлетні можна віднести до нових медіа. Нові медіа – електронні медіа, що послуговуються цифровими технологіями та інтерактивністю¹⁹. Це також можуть бути, наприклад, теле-, відео-, радіо-канали в інтернеті, блоги, влоги, подкасти, соціальні мережі, онлайн-медіаплеєри, фотосервіси тощо. До традиційних/класичних медіа відносять, наприклад, телебачення, пресу або радіо. Особливістю нових медіа є характер взаємодії з користувачами, вони надають їм можливість створювати та модифікувати зміст повідомлень. На відміну від традиційних масових медіа, де комунікація здійснюється за схемою «від одного до багатьох», схема комунікації у «нових медіа» – від багатьох до багатьох. Тобто зі створенням онлайн-журналу або бюлетня ви можете створити й комунікаційний майданчик.

Розглянемо декілька аспектів створення і розвитку онлайн-видань.

1. Формат видання. Розуміючи загальну комунікаційну мету судової влади, суду, який Ви представляєте, сформулюйте завдання, які може розв'язати онлайн-видання. Вони ж і демонструють на яку цільову аудиторію буде розраховане видання. Варто ретельно дослідити вашу цільову аудиторію, зрозуміти інтереси читача(-ки), де він(вона) працює, як проводить вільний час тощо. Все це вплине на вибір формату. Формат – це такий фільтр, крізь який пропускається інформація. Для автора(-ки) він дає чітке розуміння про що можна писати у виданні, допустимий об'єм тексту, його структура, доречність гумору тощо. Як покупці(-чині) шукають товари в інтернет-магазинах, ставлячи галочки у тих чи тих категоріях (розмір, колір, призначення, виробник, матеріал або ціна), тобто задаючи фільтри, так і читачі(-ки) їх задають для пошуку інформації.

Навіть назва видання вже містить певні фільтри й має сприйматись як доречна для обраного формату. Наприклад, журнал – періодичне видання, різновид ЗМІ, що містить статті, реферати з різних суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературно-художні твори, що мають постійну рубрикацію та особливе оформлення. Бюлетень це – періодичне або продовжуване видання, що випускається оперативним, має ознаки журнального або газетного видання, містить матеріали організації, яка його видає²⁰. Зазвичай бюлетень має значно менший об'єм, аніж журнал. Бюлетень, як і журнал, може реєструватись як ЗМІ.

Фільтр можна також сформулювати через список тем. Наприклад, як-от: історія захисту прав та свобод людей на прикладах судових справ, робота суду та судові сервіси. Важливий і стиль написання матеріалів. Наприклад, матеріал для новачків передбачає, що для більшості юридичних термінів треба дати дефініції (навіть, якщо для вас вони здаються легкими, очевидними, загальноновживаними), але так, щоб

¹⁹ New Media: A Critical Introduction // Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Kieran Kelly, Iain Grant – 2009 – Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books?id=gMx-AMRg3A0C&pg=PA52&dq#v=onepage&q&f=false>

²⁰ Журнал, або Часопис // Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. – Київ : ВЦ «Академія», 2007.

видання не трансформувалось у підручник, а було цікавим і легким для сприйняття. Якщо ж ви розраховуєте на професійну юридичну аудиторію, то таке детальне роз'яснення відштовхне її.

Візуальний стиль є також одним із важливих маркерів. Наявність фото чи графічних зображень, шрифт, використання підзаголовків, додаткового виділення частини тексту або винесення на поля додаткової інформації (наприклад, визначення термінів, витяг із закону або цікавий кейс) вирізнятимуть ваше видання.

Усі вимоги до формату варто зафіксувати у окремому документі, це може бути редакційна політика видання. Такий підхід допоможе колективу злагоджено рухатись в одному напрямку і долучати нових авторів(-ок) та інших спеціалістів(-ок), які над ним працюватимуть.

2. Загальновизнані журналістські стандарти допоможуть готувати якісні матеріали. Одне з важливих завдань журналістики – суспільна комунікація, тож варто повчитись у професіоналів. Багатолітній досвід світової журналістики дав можливість сформувати шість основних професійних стандартів новинної та аналітичної журналістики (рис. 2). Ці стандарти визнаються більшістю українських медійних організацій («Інститут Масової Інформації», «Детектор Медіа», «Інститут демократії ім. Пилипа Орлика», «Інтерньюз-Україна», «Комісія з журналістської етики») і базуються на засадах редакційних політик світових ЗМІ, як-от «Бі-Бі-Сі», «Ройтерс», «Франс-Прес», «Дойче Велле». Отже, маємо шість загальноприйнятих стандартів: баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота, оперативність²¹.

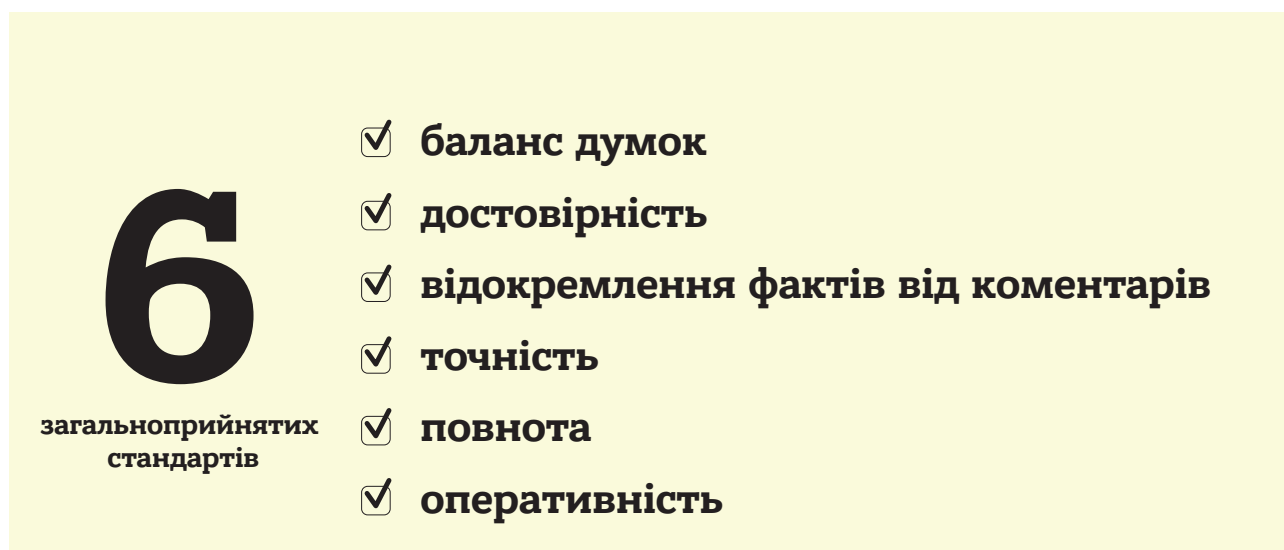


Рисунок 2. Шість основних професійних стандартів новинної та аналітичної журналістики

3. Пам'ятайте про те, що за допомогою онлайн-видання ви маєте змогу комунікувати з читачами(-ками). Можливість залишати коментарі до прочитаного, швидко отримувати на них відповіді суттєво відрізняє друкований, наприклад, журнал від онлайн-журналу. Також ви можете зрозуміти запит вашої цільової аудиторії, зокрема, які теми є більш цікавими та який формат є найзручніший. Тому ви постійно можете вдосконалювати ваше видання.

²¹ Інформацію про кожний стандарт можна знайти у публікації «Стандарти журналістики: основи професійності чи застарілі рамки?» // Інститут масової інформації – 7 квітня 2017 р. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-osnovi-profesiynosti-chi-zastarili-ramki-i178>

У прикладі ініціативи, опис якої подано нижче, онлайн-видання публікується на декількох комунікаційних майданчиках суду, зокрема Facebook. Ця соціальна мережа спеціально адаптована, аби швидко отримувати коментарі, тобто налагоджувати зворотній зв'язок. Дуже важливо цей зв'язок підтримувати, реагувати на зауваження, відповідати на запитання. Якщо є запит на певну тему і вона відповідає вашій редакційній політиці, додавати її у випуски. Якщо ж ви не можете цього зробити, то варто пояснити чому. Наприклад, завчасно опублікувати принципи видання, пріоритетність тем. У такий спосіб деякі запитання відразу проясняться для читачів(-ок)²².

Якщо ви щось обіцяєте читачам(-кам), обов'язково цього дотримуйтесь. Наприклад, у коментарях ви пообіцяли висвітлити ту чи ту тему, то не варто розраховувати, що згодом все просто забудеться. Тим паче не варто видаляти коментарі, адже вони насправді не видаляються – майже все опубліковане в інтернеті відновлюється, зокрема в соціальних мережах. Найголовніше – це довіра, яку ви завойовуєте в аудиторії. Так, вона теж відновлюється, але вже набагато важче, тож краще бути щирими і спільно шукати рішення.

²² Див. приклад редакційної політики ГО «Детектор медіа». «Детектор медіа». Редакційні принципи // Детектор медіа – Режим доступу: <https://detector.media/page/editionpolicy/>

ОНЛАЙНОВІ ВИДАННЯ «PROПРАВО»



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Шостий апеляційний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Ольга Шкіль, пресекретарка



«Інформаційний простір доступний, як ніколи раніше. Серед численних друкованих та інтернет-видань можна знайти справді професійні матеріали, які глибоко аналізуватимуться та оцінюватимуть правові ситуації. За роки роботи ми зрозуміли, що працівникам Шостого ААС також є місце на цьому полі з власним ресурсом для висвітлення актуальних питань судової практики та правових позицій, тому створили власне онлайн-видання «PROправо» – інформаційний ресурс Шостого апеляційного адміністративного суду, який ми створили 15 грудня 2017 року. Головною особливістю видання є те, що автор(к)ами нарисів є помічники суддів і працівники апарату суду. Це найкраще вирізняє «PROправо» з-поміж інших юридичних ЗМІ, адже наші автор(к)и висловлюють позицію суду. Ми поставили за мету створити регулярне інтернет-видання, яке намагатиметься ґрунтовно пояснити, що відбувається в сучасному судочинстві. Особливим є формат самого видання: воно містить лише нариси про найактуальніші проблеми. У своїх випусках ми розставляємо акценти, на які варто звернути увагу всім, хто так чи інак бере участь у судових засіданнях, пояснюємо й наводимо власну думку з певних юридичних, переважно адміністративних, питань, підтверджуючи аналізом законодавства та практикою», – **Ольга Шкіль, пресекретарка Шостого апеляційного адміністративного суду**



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ створити регулярне інтернет-видання, що ґрунтовно висвітлює теми, актуальні в сучасному судочинстві;
- ▶ постійно залучати читачів до формулювання тем майбутніх випусків, більшої кількості працівників суду до написання нарисів;
- ▶ розширювати читацьку аудиторію (досягти показника у 500 завантажень випуску).



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- молоді спеціалісти в галузі адміністративного права;
- учасники(-ці) судових процесів;
- представники(-ці) медіа, громадських об'єднань;
- користувачі(-ки) інформаційних ресурсів суду (сайти суду, сторінки у соціальних мережах).

Як особливі риси портрету читачів(-ок) «PROправо» можна виділити: бажання бути обізнаними з актуальними новинами в сфері юриспруденції та водночас постійне відчуття нестачі часу).



ТРИВАЛІСТЬ

Підготовка номеру триває в середньому один місяць.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Насамперед є потреба в людських та часових ресурсах. До редакції видання входять сім працівників суду: п'ять авторів(-ок), літературна редакторка та спеціалістка, яка відповідає за верстання тексту та його дизайн.



ПІДГОТОВКА

Перед підготовкою кожного випуску онлайн-видання «PROправо» авторський колектив обговорює ймовірні теми, які або актуальні наразі (зазвичай це стосується нових чи найімовірніших змін до законодавства), або спірні, де позиції судів різняться, або проблемні, які потребують детального роз'яснення. Останні переважно виникають після набуття практичного досвіду. Авторами(-ками) є помічники суддів і працівники апарату суду, тому вони як ніхто знають, які питання варто висвітлити та проаналізувати.

- Формується план випусків. Важливо його дотримуватись задля налагодження кращого зв'язку з цільовими аудиторіями. Відповідно й визначаються дедлайни для написання статей, зважаючи на завантаженість, ставимо два-три тижні.
- Визначаємо оптимальну кількість статей. З нашого досвіду — це тричотири статті у номері.

«PROправо» має свій стиль, що зокрема відображається й у дизайні не тільки самого видання, а й супровідних матеріалів на інформаційних онлайн-платформах суду. З нашого досвіду радимо завчасно обрати два шрифти, які стануть вашими постійними, а також продумати стиль публікацій новин і постів про випуск нових номерів видання (рис. 3).



ПРОВЕДЕННЯ

1. До встановленого дедлайну розпочинається підготовка матеріалів за обраною темою.
2. Після написання статей кожен з авторів(-ок) прочитує матеріали інших і дає свої коментарі.
3. Автор(-ка) статті опрацьовує їх і надсилає готовий для публікації матеріал.
4. Літературна редакторка редагує матеріали.
5. Спеціалістка, яка відповідає за верстання тексту та дизайн, розміщує готові статті в макеті, створює дизайн випуску.
6. Перед публікацією випуску кожен з авторів(-ок) пропонує свої правки.
7. Увесь матеріал фіналізується для випуску.



Рисунок 3. PROПРАВО — інтернет-видання для молодих і досвідчених юристів



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Підготовлений випуск ми публікуємо на сторінці проекту на сайті суду²³.
2. Створюємо окрему новину, у якій коротко описуємо зміст номера онлайнового видання та закріплюємо посилання з можливістю завантажити випуск у форматі pdf²⁴.
3. Онлайнове видання «PROправо» має свою сторінку у Facebook²⁵, де також розміщуємо новий випуск. До посту додаємо візуальний супровід, картинку цього випуску, для тих, кому зручніше читати в такому форматі.
4. Постійно аналізуються запити на нові теми, що надалі висвітлюватимуться у нових випусках.
5. В адмінці сайту суду baas.gov.ua ми перевіряємо кількість переглядів кожної новини про новий випуск онлайнового видання «PROправо», а також перегляду основної сторінки проекту. У такий спосіб формуємо статистику затребуваності онлайнового видання загалом та кожного окремого номеру, залучення більшої цільової аудиторії тощо.



РЕЗУЛЬТАТИ

Завдяки випуску онлайнового видання розширено цільову аудиторію Шостого апеляційного адміністративного суду, налагоджено взаємодію з нею завдяки отриманню відгуків на статті випусків, зокрема у соціальних мережах. Спеціалісти у сфері права знайомляться з позицією суду з певних правових питань та підвищують рівень компетентності. Підвищується рівень правової культури населення. Представники суду реалізують свій науковий та творчий потенціал.

²³ PROПРАВО — інтернет-видання для молодих і досвідчених юристів // Шостий апеляційний адміністративний суд. — Режим доступу: <https://bit.ly/30et3q5>

²⁴ Див. приклад новини. 15-й випуск онлайн-видання шостого ААС «PROПРАВО»: спеціальний випуск з нагоди 15-річчя КАСУ // Шостий апеляційний адміністративний суд. — 15 липня 2020 р. — Режим доступу: <https://bit.ly/336f14U>

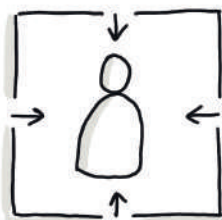
²⁵ Див. сторінку у Facebook «PROправо»: <https://www.facebook.com/baaspropravo>

ОНЛАЙНОВІ ВИДАННЯ



1 ВИЗНАЧИТИ І ВИВЧИТИ ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ

→ ВІД ЦЬОГО ЗАЛЕЖАТЬ



- ТЕМИ
- ОБСЯГ ТЕКСТУ
- ГУМОР (?)
- СТИЛЬ
- ВІЗУАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ

РІЗНИЙ ДЛЯ
НОВАЧКІВ АБО
ПРОФЕСІЙНОЇ
АУДИТОРІЇ

2 ПАМ'ЯТАТИ ПРО ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ

✓ БАЛАНС ДУМОК

✓ ПОВНОТА

✓ ВІДОКРЕМЛЕННЯ
ФАКТІВ ВІД КОМЕНТАРІВ

✓ ДОСТОВІРНІСТЬ

✓ ТОЧНІСТЬ

✓ ОПЕРАТИВНІСТЬ

3 КОМУНІКУВАТИ З ЧИТАЧАМИ/-КАМИ



КОМЕНТАРІ – ШВИДКИЙ
ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК

ДАЮТЬ ЗМОГУ ЗРОЗУМІТИ
ЗАПИТ АУДИТОРІЇ

ВІКОРИСТОВУВАТИ
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ



ЯК ПІДТРИМУВАТИ:

- РЕАГУВАТИ НА ЗАУВАЖЕННЯ
- ВІДПОВІДАТИ НА ЗАПИТАННЯ
- ДОТРИМУВАТИСЬ ОБІЦЬОК

Подкасти

Подкаст — це аудіозаписи, які поширюються в інтернеті, та належать, по суті, до усного жанру. Вони створюються як радіопрограма, радіо-шоу, можуть містити інтерв'ю, лекції тощо. Зазвичай ведучі та гості обговорюють у подкастах заздалегідь визначені теми та питання. Є й дещо складніші формати, у яких переважно розповідають історії. Це аналог YouTube в світі аудіо²⁶. На відміну від слухачів радіо, які слухають те, що їм пропонує радіостанція, подкасти дають змогу самостійно обрати, що слухати²⁷.

Дедалі більше людей віддають перевагу інтернет-джерелам для отримання потрібної інформації, новин, адже це зручно, швидко і дає змогу отримати саме ту інформацію, що потрібна у зручний час. Всеукраїнське опитування²⁸ демонструє: щороку зростає частка активних користувачів інтернету. Якщо у 2015 році майже 70% опитаних користувались мережею періодично, то в 2019 році стільки ж українців користуються інтернетом щоденно. Зростає аудиторія тих, хто споживає та створює відеоконтент. Наприклад, слухають і завантажують аудіофайли 28% опитаних. 92% опитаних українських експертів і представників центральних та місцевих ЗМІ, які впливають на формування громадської думки на центральному та регіональному рівнях, обирають онлайн-видання для отримання новинної інформації²⁹.

Якщо узагальнити все наявне розмаїття подкастів, отримаємо дві основні категорії: перша — люди розмовляють, друга — люди розповідають історії.

У розмовних подкастах ведучий може розповідати про свої ідеї і ділитися власними міркуваннями, ставити запитання гостям та співведучим, або просто обговорювати визначені питання.

Дещо складнішими є наративні подкасти, або ж аудіоісторії. У таких аудіосеріалах наявні всі елементи художнього або документального твору: є герої, які щось шукають, стикаються з перешкодами та змінюються впродовж історії. Такі сюжети можуть бути втілені як впродовж сезону, так і окремими випусками або їхніми фрагментами.

Подкасти можна слухати на різних платформах та за допомогою різних пристроїв. Найчастіше використовують для цього смартфони. Для користувачів iPhone є додаток «Подкасти», для Android — Google Podcasts.

Однак є ще безліч аудіохостингів, на яких подкастери публікують продукти своєї творчості. Серед найпопулярніших: SoundCloud, Overcast, АБУК, Spotify, Castbox, Pocket Casts³⁰. Завантаживши файли на зазначені аудіохостинги, можна опублікувати на сайті суду посилання на подкаст.

Зручність подкастів також полягає в можливості прослуховувати їх у різних умовах, адже вони потребують сприйняття інформації тільки на слух, тобто не потрібно дивитись у монітор комп'ютера або телефону. Це означає, що паралельно можна займатись іншими справами, їх зручно слухати в дорозі. Аудіофайли можна слухати, не маючи доступ до інтернету, оскільки часто є можливість їх попередньо завантажити.

Якщо ви вирішили використовувати подкасти для судових комунікацій, давайте проаналізуємо що варто врахувати.

³⁰ Що таке подкасти та як їх слухати? // Українська Правда. — 20 вересня 2020 р. — Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/>

Для кого ви робитимете подкасти? Дослідіть вашу цільову аудиторію:

- ▶ що характерно для цієї аудиторії;
- ▶ які в неї інтереси та сфера діяльності;
- ▶ які цінності та проблеми;
- ▶ які упередження або переконання.

Сегментуйте вашу аудиторію. Це допоможе зрозуміти чи зручним буде загалом аудіоформат програми для певного контенту (змістового наповнення).

Оберіть тему. Тема має бути цікавою вам та команді, яка працюватиме над подкастом, а також актуальною, такою, що відповідає запитам вашої цільової аудиторії. Тема подкасту залежатиме від мети його створення. Наприклад, якщо мета – підвищення довіри до судової влади, тоді мова може йти про успішні приклади захисту прав у судових процесах або загалом інформація про діяльність судової системи. Або ж відбулись зміни у законодавстві, тож необхідно роз'яснити їх громаді, – тоді це вузькоспеціалізована тема. Проаналізуйте чи висвітлювалася дана тема у інших подкастах. Якщо ні, – у вас безліч можливостей. Якщо вже висвітлювалася, то спробуйте розглянути тему під іншим кутом або розширити чи звузити її. Поміркуйте, кого зі слухачів ви хотіли б залучити до вашої цільової аудиторії, та що може бути цікаво їм.

Як дізнатись, що буде цікаво вашим слухачам? Запитайте у тих, хто вже у вашому інформаційному полі. Наприклад, запропонуйте декілька тем на вибір для голосування у соціальних мережах або ж зверніться до колег із суду, у якому працюєте, або до колег з інших судів.

Сформууйте концепцію подкасту, можливо надихніться ідеями вже наявних в Україні подкастів.

За формами та змістом подкасти бувають:

- ▶ тематичні;
- ▶ діалогічні або монологічні;
- ▶ короткі або довгі тощо.

Тематичні подкасти. Залежно від мети, можливостей, ваших вподобань та запиту цільової аудиторії, оберіть тематичне наповнення подкасту. Для початку оберіть тему, в якій у вас достатньо експертного потенціалу. Можете послухати вже створені подкасти. Так, подкасти про новини створює «Громадське Радіо»³¹. Вони зазвичай довготривалі, часто із запрошенням гостей до мовлення, але об'єднані темою.

Про українську історію можна слухати подкаст історичного онлайн-журналу WAS.MEDIA³². Це короткі монологічні аудіо, що поєднані з текстовим та візуальними матеріалами, а інколи навіть із відео. Це дає більше можливостей вибору цільовій аудиторії і по різному привертає її увагу.

Також можна ознайомитись з короткими аудіоісторіями про жінок-вчених від журналу Куншт³³.

Освітні подкасти створює в межах «інтелект проєкту» Києво-Могилянська бізнес школа³⁴, яка запрошує спікерів(-ок) розповісти про різні теми із сфери бізнесу.

³¹ Громадське радіо. Сайт "Soundcloud" // Режим доступу: <https://soundcloud.com/hromadske-radio>

³² Сайт "WAS", розділ "Аудіо" // Режим доступу: <https://was.media/uk/tag/audio/>

³³ Подкаст "Куншт", сайт "Soundcloud" // Режим доступу: <https://soundcloud.com/kunsht/tracks>

³⁴ Radio kmbs, сайт "Mixcloud" // Режим доступу: https://www.mixcloud.com/Kyiv_Mohyla_Business_School/uploads/

Аудіо супроводжуються коротким описом та корисними посиланнями на додаткові джерела.

Прикладом подкасту на судову тематику може слугувати «Судкаст»³⁵ від журналістської спільноти.

Діалогічні та монологічні подкасти. Поміркуйте, чи краще самотійно розкрити тему, чи ж виступити у ролі ведучого(-ї) й запрошувати гостей.

Короткі або довгі подкасти. Поміркуйте, як довго ви зможете втримати аудиторію. Також поміркуйте над такими питаннями:

- Чи хотіли б ви супроводжувати подкаст музикою?
- Яка частота та кількість випусків?
- Які у вас є ресурси для їх створення?
- Наскільки невичерпна обрана тема?

Якщо створення подкасту залежатиме від багатьох людей, варто враховувати їх можливості та робоче навантаження (не тільки внутрішньої команди, а й запрошених спікерів(-ок)). Чи справді ви зможете забезпечити присутність цікавого спікера(-ки) з огляду на обрану частоту випусків?

Оформлення подкасту. Насамперед оберіть назву вашого подкасту, яка відображатиме його суть, тему та мету. Назва має бути короткою та легкою для запам'ятовування, читання, написання. Обов'язково погугліть, адже хтось міг її придумати до вас. Це відіграє важливу роль у сприйнятті його цільовою аудиторією.

Хоч подкаст — це аудіопродукт, але він потребує візуального оформлення. Залежно від того, на якій платформі ви публікуватимете аудіо, вам може знадобитись заставка. На ній має міститись назва подкасту, файл має бути достатньо високої якості. Деякі платформи можуть просто не завантажити зображення низької якості³⁶. Так, для більшості платформ зображення має бути не менше 1400 x 1400 пікселів. Ця заставка вам стане в нагоді, щоб поширювати подкаст у соціальних мережах, на сайтах тощо.

До оформлення належить і музичний супровід. Наприклад, ваш подкаст може містити музичні заставки на початку або в кінці запису, чи якщо потрібно акцентувати увагу на якомусь моменті розмови, або ж зробити перебивку між блоками/питаннями. Це може бути тільки мелодія або ж озвучення назви подкасту тощо. Інколи застосовують фонову музику протягом усього аудіо. Варто зазначити, що і для зображень, і для аудіо є безкоштовні стоки³⁷.

Технічна сторона створення подкасту. Варто визначитись із командою. Створення подкасту вимагає часу та зусиль, тож спільними зусиллями цей процес буде швидшим та простішим, проте є чимало прикладів, коли подкасти створюються однією людиною. Приклад переліку функцій (він може залежати від вашого формату роботи та самого подкасту), які необхідно виконувати:

- підготовка сценарію та тексту (підготовка питань до інтерв'ю, написання тексту всього подкасту, транскрибація аудіо, якщо це потрібно);
- проведення подкасту (ведучі озвучують подкаст, виступаючи в ролі оповідачів або ж беруть інтерв'ю у героя);

³⁵ Подкаст "Судкаст", сайт "ApplePodcasts" // Режим доступу: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/судкаст/id1481001906>

³⁶ У розділі «Створення візуального контенту» наведені приклади безкоштовних онлайн сховищ фото та зображень, а також програми, у яких їх можна обробити.

³⁷ «ТОП-20 безкоштовних аудіостоків: де брати фонову музику і звукові ефекти для своїх проєктів?». Режим доступу: <https://audiomaster.su/besplatnye-audiostoki.php>

- робота зі звуком (безпосередньо запис на аудіоносії, редагування файлу, додавання музичного супроводу тощо).

Залежно від кількості людей у вашій команді, можна визначити хто може займатися підготовкою до випуску, а хто – досліджувати нові теми. Після запису подкасту вам разом із командою потрібно визначитися, щоб ви хотіли вирізати з розмови, а що – обов'язково зберегти. Це є частиною редакційного процесу. Ви також можете мати редактора у команді або покласти ці обов'язки на когось з інших учасників. Розподіляти ці обов'язки варто, враховуючи кількість осіб у команді та підготовку й бажання її членів.

Як записати звук? Звук запису має бути якісним, адже спікера(-ку) має бути комфортно слухати. Можна записувати на телефон або диктофон із мікрофоном-петличкою. Також такі мікрофони можуть підходити й до телефону. Залежно від якості, для телефону можна використовувати й гарнітуру. Щоб зрозуміти, чи прийнятна якість звуку, запишіть себе й послухайте в навушниках: чи зрозуміле кожне окреме слово, чи заважає шум, чи не треба ставити максимальну гучність, аби вас розчути. Записувати слід у приміщенні без відлуння й зайвих шумів. Якість запису слід перевірити відразу, аби потім не довелося записувати шматки окремо чи просити гостей повторювати думки.

Монтаж. Для монтажу аудіо можна використовувати різні програми, зокрема й безкоштовні, наприклад, Audacity³⁸. Під час монтажу варто врахувати такі аспекти:

- прибрати шум або максимально знизити його рівень;
- покращити якість – вирізати зайві звуки, вирівняти гучність, пом'якшити шиплячі фільтри;
- нарізати логічними за змістом блоками,
- видалити невдалі жарти й нецікаві моменти.

Варто робити монтаж аудіо так, аби зберігалась динаміка, а розмова була змістово «щільною», без зайвих пауз. Потім варто попрацювати над дизайном – додати звуки або музику. Легка фоновіа музика перебиває шум, а ефекти й додаткові звуки урізноманітнюють звучання, але варто дотримуватись розумного балансу, щоб це не заважало слухати саму розмову. Найкраще зберігати файл у форматі MP3.

Розповсюдження. Опублікувати файл можна на сайті суду, якщо його функціонал це дозволяє або скористатись платформами для подкастів, що згадувались у цій статті (SoundCloud, Overcast, АБУК, Spotify, Castbox, Pocket Casts). Далі посилання із цих платформ можна використовувати для поширення на інших інформаційних ресурсах.

Залучайте аудиторію до прослуховування подкасту. Мало тільки створити подкаст, треба активно працювати над його просуванням. Використовуйте максимально доступні інформаційні майданчики: сторінки суду в соціальних мережах, сайт суду, зверніться до колег з інших судів, а також судових органів для поширення інформації про подкаст. Можна повідомити місцеві медіа.

Звертайтеся до аудиторії, щоб отримати зворотний зв'язок. Це особливо зручно, коли поширюєте запис у соціальних мережах. Так ви зможете розуміти як краще розвивати ваш подкаст. А також інформуйте про нові випуски у самому записі.

³⁸ Сайт "Audacity" // Режим доступу: <https://www.audacityteam.org/>

СУДОВІ ПОДКАСТИ



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Шостий апеляційний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Ольга Шкіль, пресекретарка

«Унікальність "Судових подкастів" — у насамперед початку комунікації суду не «сухими» статтями для ЗМІ, а живою розмовою.

Є невелика кількість юридичних подкастів, проте жоден із них не продукований безпосередньо судом, де учасниками подкастів стають судді, помічники суддів, працівники апарату. Саме вони аналізують, описують, висловлюють думку. Це є дуже важливо і корисно для юристів-практиків, адже вони дізнаються, на що спираються судді й працівники судів під час своєї щоденної роботи.



Завдяки специфіці тем і ймовірності важкого сприйняття на слух ми публікуємо розшифрування до кожного подкасту. Також для забезпечення потреб наших закордонних колег у знаннях про українське правосуддя ми перекладаємо розшифрування англійською мовою. Таким способом також забезпечуємо розширення знань українських юристів із перекладу юридичних термінів.

«Судові подкасти» відповідають актуальним запитам на інформацію щодо адміністративного судочинства, відкриті для пропозицій тем від своїх слухачів і з кожним новими випуском стають кращими», — **Ольга Шкіль, пресекретарка Шостого апеляційного адміністративного суду**



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- поширити позицію суду в певному правовому питанні;
- обговорити зміни до законодавства задля допомоги юристам-практикам, учасникам судових процесів краще розуміти актуальну ситуацію в адміністративній юстиції;
- налагодити взаємодію з цільовими аудиторіями шляхом отримання запитів від слухачів на нові теми, пропозиції від інших судів або юридичних організацій щодо запису спільного подкасту на актуальну для обох сторін тему;
- збільшити кількість українських та іноземних слухачів і слухачок.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

онлайн.

**ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:**

- ▶ юристи(-ки)-практики;
- ▶ учасники(-ці) судових процесів;
- ▶ відвідувачі(-ки) суду;
- ▶ представники(-ці) медіа, громадських об'єднань;
- ▶ користувачі(-ки) інформаційних ресурсів суду (сайти суду, сторінки у соціальних мережах).

**ТРИВАЛІСТЬ:**

запис подкасту може тривати одну-дві години.

**НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ**

Насамперед, є потреба у людських і часових ресурсах. Подкасти готуються силами пресслужби суду та представників суду в якості спікерів(-ок). Вам також може знадобитись диктофон або телефон із програмою аудіозапису з якісними мікрофонами та динаміками. Ви можете послуговуватися безкоштовними сервісами з монтажу аудіо або придбати платні версії із ширшою кількістю функцій.

**ПІДГОТОВКА**

1. Обираються актуальні або проблемні (у тому сенсі, що практика судів або не сформована чи нещодавно сформована, або є суперечності) теми.
2. Обирається спікер(-ка), з вуст якого/ї інформація матиме значення для слухачів. В одному подкасті може брати участь до чотирьох осіб.
3. Готуються питання за темою з розрахунку розмови максимум до 30 хв. Варто продумати, які ще питання можуть виникнути під час розмови, і записати собі.
4. Перед початком запису подкасту варто обговорити зі своїм напарником, яким способом буде здійснюватися запис, адже є теми важкі для сприйняття, де кожне питання бажано записувати окремим треком.
5. Готується/обирається приміщення для запису. Важливо обов'язково максимально зменшити кількість шумів у приміщенні, де записуєте (попередити, щоб ніхто не стукав у кабінет, не заходив та не виходив, вимкнути кондиціонер, зачинити вікно; якщо є аркуші з тезами відповідей, то розкласти їх, аби гортання паперу не було чутним. Бо кожен такий мінімальний шум зафіксується на записі).
6. Складається план регулярності випусків. Його важливо дотримуватися, оскільки слухачі звикають до графіку, наприклад, щосереди виходить новий запис подкасту.

**ПРОВЕДЕННЯ**

1. Запис подкасту на диктофон.
2. Монтаж у спеціальній програмі з додаванням музичних вставок (Audacity, Adobe Premiere Pro). Варто відповідально поставитися до підбору музичного супроводу, адже краще, якщо у вас буде своя фірмова музична вставка.
3. Підготовка розшифрування всієї розмови та переклад англійською мовою.
4. Завантаження на платформи SoundCloud та Apple Podcasts.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Після всіх етапів на сайті суду, на сторінці проєкту³⁹ публікуємо запис, короткий опис подкасту з іменами учасників і розшифрування двома мовами: українською й англійською (рис. 4).
2. Також окремою публікацією на сайті суду в новинах поширюється інформація про новий подкаст⁴⁰.
3. Моніторинг поширення подкастів. В адмінці сайту суду⁴¹ ми перевіряємо кількість кліків на кожній сторінці подкасту. У такий спосіб формуємо статистику, адже наші слухачі не лише мають змогу послухати нас, а й прочитати всю розмову. Теми іноді складні, тож для кращого розуміння контексту варто перечитати, що ж саме ви прослухали.
4. Постійно аналізуються запити на нові теми, які вносяться до плану випусків.

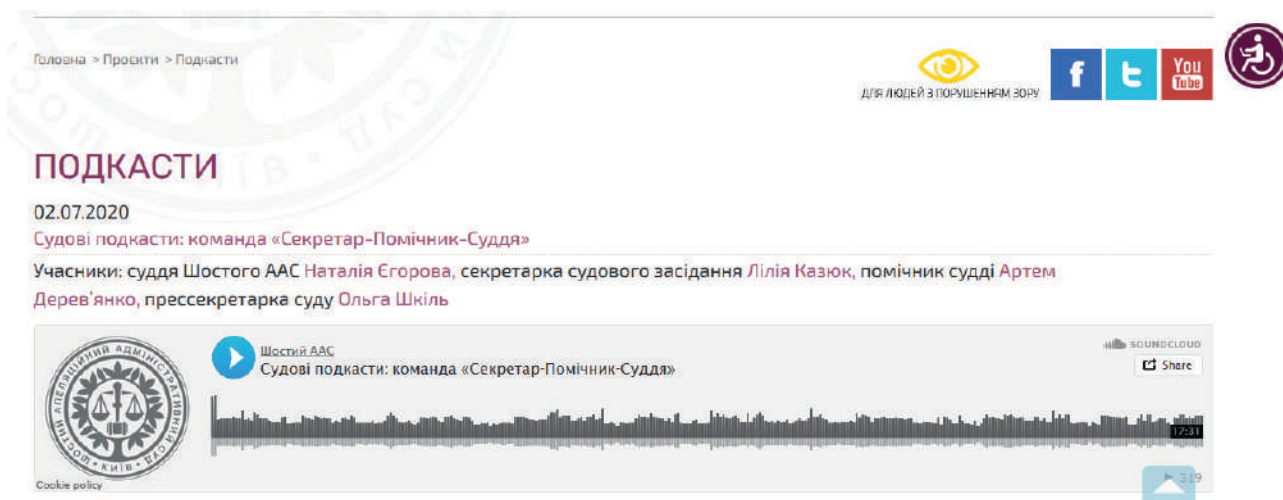


Рисунок 4. Скріншот сайту Шостого апеляційного адміністративного суду.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- розширити цільову аудиторію не тільки серед українських слухачів, а й закордонних;
- налагодити комунікацію зі слухачами та зворотній зв'язок від них;
- підвищити рівень правової обізнаності представників(-ць) юридичної спільноти;
- покращити імідж суду та судової влади, поглибити довіру до них.

³⁹ Усі подкасти зберігаються та доступні на сайті Шостого апеляційного адміністративного суду.
Режим доступу: <https://bit.ly/307HA6C>

⁴⁰ Див. приклад інформації про подкаст на сайті Шостого апеляційного адміністративного суду.
Судові подкасти: команда «секретар-помічник-суддя» // Шостий апеляційний адміністративний суд.
Режим доступу: <https://bit.ly/2P1VIZ3>

⁴¹ Див. самостійно розроблений сайт Шостого апеляційного адміністративного суду.
Режим доступу: <https://www.6aas.gov.ua/ua/>



Прессніданок

Прессніданок, пресланч, прескава... Назв може бути багато, але йдеться про вид пресзаходу для вузького кола журналістів(-ок) із ключових видань, щоб обговорити певну тему чи декілька актуальних питань з першими особами установи, яка організовує захід. Цей захід створює умови для більш неформального спілкування, що підкреслюється невеликою кількістю учасників(-ць), які разом «снідають».

Кожний та кожна має можливість задати запитання та більш детально їх обговорити. На таких заходах вже можливий діалог, а не тільки короткі відповіді на запитання, як-от під час пресконференцій, а тим паче пресбрифінгів.

Отримана у такий спосіб інформація є ексклюзивною, що дуже важливо для будь-якого ЗМІ. Такі заходи дають можливість зміцнити дружні зв'язки установи з важливими для неї виданнями.

Невимушеність під час заходу найкраще досягається ретельною підготовкою. Запрошення для журналістів варто зробити іменними та надіслати завчасно. Це акцентує на важливості заходу та прояву поваги до працівників(-ць) ЗМІ. У запрошенні варто зазначити, яка тема обговорюватиметься і чому саме у цьому виданні варто її висвітлити. Наприклад, це видання спеціалізується на судовій тематиці, або ж ви можете виокремити певну публікацію журналіста(-ки), якого/яку запрошуєте, або ж ви цінуєте те як високо у цьому виданні дотримуються журналістських стандартів тощо. Зазначте ключового «ньюзмейкера» заходу, наприклад, голову суду, а також присутніх із команди суду, з якими відбуватиметься діалог.

Варто детально підготувати інформацію, яку ви будете повідомляти. Продумати запитання, які можуть бути поставлені та відповіді на них. Проаналізувати пов'язані теми із темою вашого заходу, які можуть вплинути на розмову. Певні статистичні дані можна підготувати у роздатковому матеріалі. Завчасно та перед заходом треба провести медіамоніторинг, чи не сталась/планується якась подія, що може відволікти журналістів(-ок) від участі в заході або від його висвітлення.

Зустріч має відбуватись у комфортному місці, щоб учасники(-ці) могли справді спокійно спілкуватись, почуватись «на рівних», а не в кабінеті керівника. Наприклад, спільний круглий стіл. Їжа та напої мають бути «зручними» для споживання (наприклад, канапки, порізані фрукти). Хто зможе поставити запитання, намагаючись з'їсти величезний бутерброд чи крихкий круасан? Якщо ви підготували роздаткові матеріали, то має бути достатньо місця, щоб учасники(-ці) зустрічі могли їх розмістити поруч себе, а також мати простір для того, аби зробити записи.

Не варто затягувати зустріч, оптимальний час — 60 хв. У сучасному ритмі протягом робочого дня доводиться встигати дуже багато.

Після заходу гарно продублювати роздаткові матеріали на журналістів(-ок) або ж надіслати додаткову інформацію та подякувати за зустріч. У листі можна уточнити, які ще теми зустрічей можуть бути цікавими для медіа. Коли за результатами зустрічі з'явиться матеріал, можна також написати відгук на нього та подякувати у листі. З дозволу журналістів(-ок) інформуйте їх про інші заходи та новини, що відбуваються у суді. Це допоможе й надалі продовжувати плідну співпрацю.

ПРЕСЛАНЧ ДЛЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ЖУРНАЛІСТІВ

«СУД — НЕ TERRA INCOGNITA»⁴²



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Вінницький міський суд Вінницької області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Каріна Тарасова, прессекретарка

«#змінюй і себе, і установу, в якій працюєш у напрямку прозорості та відкритості

#ламаємостереотипи

Відсутність у суспільстві інформації про діяльність судів стала підґрунтям для формування недовіри до судової влади. Адже небагато громадян мали справу із судами. Для багатьох українців суд залишається terra incognita.



Така ситуація вимагає більш активної ролі суддівських інституцій у побудові діалогу із суспільством шляхом налагодження прямих зв'язків між служителями Феміди та журналістами.

*Суд має бути ініціатором комунікації із громадськістю та вести відкритий діалог із «четвертою гілкою влади». Тобто, судам варто пропонувати власні інформаційні приводи та надавати, як першоджерело, вже готову, позитивну інформацію про діяльність суду. Зважаючи на це, проведення інформаційно-оглядової екскурсії судом для регіональних журналістів — гарна нагода продемонструвати представникам медіа типовий робочий день суддів та працівників апарату суду, пояснити механізм функціонування установи, в дружній атмосфері за філіжанкою кави розповісти про позитивні зміни роботи суду в поглиблені довіри громадян до судової влади, а також відповісти на запитання журналістів(-ок)», — **Каріна Тарасова, прессекретарка Вінницького міського суду Вінницької області***

⁴² Для участі у марафоні для представників(-ць) комунікаційних команд судів «Суд взаємодіє!» також надіслано опис ініціативи, що втілює Західний апеляційний господарський суд та отримав назву «Прескава з головою суду». Ініціативу описала Анна Ярмола, начальниця відділу міжнародно-правової роботи, зв'язків із громадськістю та ЗМІ. Особливістю ініціативи є те, що представники(-ці) ЗМІ зустрічаються саме з головою суду. За кавою та спільним круглим столом вони мають змогу обговорити загальні питання роботи судової системи та конкретні судові справи. Детальніше з ініціативою ви можете ознайомитись на сайті та сторінках суду в соціальних мережах за посиланнями:

<https://wag.court.gov.ua/sud4870/pres-centr/news/597915/>

<https://wz.lviv.ua/article/378640-suddia-plotnitskyi-trymaie-v-kabineti-try-tomy-tvoriv-mytropolitya-sheptytskoho-tse-prezent-vid-sadovoho>

https://zaxid.net/u_lvovi_zapratsyuvav_novoutvorenyy_zahidniy_apelyatsiyniy_gospodarskiy_sud_n1467109

https://zik.ua/news/2018/10/05/golova_zahidnogo_apelyatsiynogo_gospsudu_rozpoviv_pro_naybilsh_rezonansi_1421059



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

- 1) кількісні показники:
 - ▶ шість позитивних матеріалів про діяльність суду в друкованих газетах;
 - ▶ десять позитивних матеріалів про діяльність суду в інтернет-виданнях;
 - ▶ два телевізійних сюжети;
- 2) якісні показники:
 - ▶ налагодження співпраці та успішної комунікації між судом й регіональними журналістами, адже для багатьох українців суд залишається terra incognita; така ситуація вимагає більш активної ролі суддівських інституцій у побудові діалогу із суспільством шляхом налагодження прямих зв'язків між служителями Феміди та журналістами.
 - ▶ зробити діяльність суду зрозумілою для представників ЗМІ;
 - ▶ проінформувати громадськість про діяльність суду та якісні зміни в його роботі в забезпеченні прозорості й відкритості;
 - ▶ створити позитивний імідж суду серед громадськості, підсилюючись результатами опитування відвідувачів суду;
 - ▶ нівелювати стереотипну (негативну) суспільну думку про суддів та судову владу України загалом.

Варто зазначити, що кількісні показники публікацій напряду залежить від кількості ЗМІ у регіоні.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться в приміщенні суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

регіональні журналісти.

Захід розрахований на групу учасників(-ць) до 30 осіб.



ТРИВАЛІСТЬ:

120 хв



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: співробітники(-ці), які відповідають за комунікаційну роботу суду, та інші, які наприклад, можуть брати участь у заході в ролі спікера(-ки).

Локація: зал для проведення заходу – просторий, у якому передбачено місце для роботи представників(-ць) телевізійних ЗМІ, що використовують габаритні відеокамери.

Фінансові: кошти для закупівлі продуктів для кава-брейку (кава, чай, печиво, солодощі та фрукти); канцелярські приналежності для учасників(-ць) заходу (наприклад, ручка, декілька аркушів А4 або блокнот); витрати на друк роздаткових матеріалів заходу.



ПІДГОТОВКА

1. Підготовка плану проведення інформаційно-оглядової екскурсії судом для регіональних журналістів.
2. Визначення основної теми для обговорення під час пресланчу (наприклад, Вінницький міський суд Вінницької області провів опитування відвідувачів суду щодо якості роботи установи. Узагальнені дані моніторингу стали основною темою для обговорення під час пресланчу із представниками ЗМІ).

3. Визначення спікерів(-ок), модератора(-ки) зустрічі, відповідальних осіб за проведення екскурсії.
4. Визначення місця, дати та часу проведення заходу (краще проводити захід у першій половині дня, щоб журналісти встигли підготувати та опублікувати в той же день матеріали про захід, ініційований судом).
5. Підготовка пресанонсу, пресрелізу для подальшого поширення серед журналістів за допомогою імейл-розсилки.
6. За тиждень до заходу опублікування пресанонсу заходу на сайті суду й офіційній сторінці установи у соціальній мережі Facebook.
7. За три дні до заходу надсилання пресанонсу заходу на електронні адреси журналістів (імейл-розсилку).
8. Акредитація журналістів (варто попередньо, за день до зустрічі, використовуючи медіа-карту суду, зателефонувати представникам ЗМІ та уточнити щодо їхньої участі у заході. Це потрібно для того, аби врахувати кількість учасників заходу та в разі чого скоригувати кількість охочих (до 30 осіб).
9. Підготовка та друк прескіту (преспакету) для учасників(-ць) заходу (пресреліз, загальна інформація про суд, узагальненні результати опитування, Backgrounder (наприклад, порівняльний аналіз моніторингів громадської думки щодо якості роботи установи за попередні роки), біографічна довідка та основні тези спікерів заходу).
10. Матеріально-технічна частина плану організації заходу:
 - ▶ закупівля продуктів (наприклад, кава, чай, печиво, солодощі, фрукти) Варто пам'ятати, що захід не має стати фуршетом, позаяк ідея заходу – дружнє спілкування керівництва суду (суддів-спікерів чи інших представників суду) із журналістами в неформальній, невимушеній атмосфері за філіжанкою чаю чи кави;
 - ▶ забезпечення учасників(-ць) заходу необхідною канцелярією;
 - ▶ облаштування зали для проведення пресланчу.



ПРОВЕДЕННЯ⁴³

План проведення комунікаційного заходу «Суд – не terra incognita» (екскурсія судом та пресланч для регіональних журналістів) надається з прикладом таймлайну заходу:

- ▶ акредитація журналістів(-ок) та учасників(-ць) заходу (11:00);
- ▶ вступне слово або «Лейтмотив зустрічі»: знайомство, мета, тема, цілі заходу (11:10);
- ▶ проведення інформаційно-оглядової екскурсії судом (11:20);
- ▶ пресланч: обговорення результатів опитування відвідувачів суду (у порівнянні з попередніми роками); продовження розмови в форматі «питання – відповідь» (12:00);
- ▶ підбиття підсумків. Надання відповідей на уточнювальні запитання від журналістів (13:00).

⁴³ Див. приклади інформаційних повідомлень про комунікаційний захід «Суд не terra incognita» (екскурсія судом та пресланч для регіональних журналістів):

Відкриваючи terra incognita // Вінницький міський суд Вінницької області – 8 серпня 2018 р. – Режим доступу: <https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/534788/>

Вінницький суд відчинив двері // Вінницький міський суд Вінницької області – 8 серпня 2018 р. – Режим доступу: <https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/532683/>



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Одразу після заходу варто надіслати на електронну адресу учасникам/журналістам постреліз, а також прескіт (преспакет).
2. Підготувати та опублікувати на сайті, офіційній сторінці суду в соціальній мережі Facebook, інших інформаційних майданчиках суду, матеріал з фото про проведений захід (в той же день, після заходу). Матеріал готується з врахуванням подій, які відбувались на заході, наприклад, пресреліз може бути розширений новими цитатами спікерів(-ок) заходу, описом цікавих запитань від учасників(-ць) тощо.
3. Провести моніторинг матеріалів ЗМІ щодо проведеного заходу. У випадку висвітлення ними неправдивої чи перекрученої інформації, оперативно відреагувати.
4. Провести аналіз успішності проведеного заходу та «роботу над помилками». Доречним буде спільне обговорення результатів з працівниками(-цями) суду, які брали участь у заході.
5. Оновити медіакарту суду новими контактами журналістів.



РЕЗУЛЬТАТИ

Завдяки проведеній активності зроблено крок до налагодження комунікації між судом та регіональними журналістами. Після проведення заходу простежується позитивна тенденція у публікаціях ЗМІ на судову проблематику.

ПРЕСНІДАНОК



ОСОБЛИВОСТІ

- ВУЗЬКЕ КОЛО ЖУРНАЛІСТІВ/-ОК
- ОБГОВОРЕННЯ ПЕВНОЇ ТЕМИ
- МОЖЛИВІСТЬ ДІАЛОГУ
- БІЛЬШ НЕФОРМАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ
- СПІЛЬНЕ ЧАЮВАННЯ



перспектива
зміцнити дружні
зв'язки з важливими
виданнями

ПІДГОТОВКА

ЗАПРОШЕННЯ

- ЗРОБИТИ ІМЕННИМИ ТА НАДІСЛАТИ ЗАВЧАСНО
- ВКАЗАТИ ТЕМУ
- ЗАЗНАЧИТИ ГОЛОВНОГО "НЬОЗМЕЙКЕРА"



ІНФОРМАЦІЯ

- ПІДГОТУВАТИ КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ
- ПРОДУМАТИ МОЖЛИВІ ЗАПИТАННЯ
- ПІДГОТУВАТИ РОЗДАТКОВІ МАТЕРІАЛИ



МІСЦЕ

- ЗРУЧНА ЛОКАЦІЯ
- РІВНОПРАВНІСТЬ (НАПРИКЛАД, КРУГЛИЙ СТІЛ)
- "ЗРУЧНІ" ЇЖА ТА НАПОЇ



ПІСЛЯ ЗАХОДУ

- НАДІСЛАТИ РОЗДАТКОВІ МАТЕРІАЛИ АБО ДОДАТКОВУ ІНФОРМАЦІЮ
- ПОДЯКУВАТИ ЗА ЗУСТРІЧ
- ПОЦІКАВИТИСЬ АКТУАЛЬНИМИ ТЕМАМИ ДЛЯ НАСТУПНИХ ЗУСТРІЧЕЙ



НЕ ВАРТО
ЗАТЯГУВАТИ!

ОПТИМАЛЬНИЙ
ЧАС = 60 хв

Створення візуального контенту

Люди постійно обмінюються інформацією, а у інтернеті — контентом. Ми робимо це, наприклад, за допомогою текстів, мови або ж зображень та відео. Останні у цифрову еру охоплюють дедалі більшу частку всієї інформації, що продукує людство. Проаналізуймо їх детальніше.

1. Візуалізація даних

Візуалізація даних — це наочне представлення абстрактних даних, наприклад, числових, текстових, географічних, для посилення людського сприйняття та пізнання.

Візуалізація допомагає трансформувати величезні об'єми інформації (даних) у компактну картинку.

У чому переваги візуалізації даних?

Візуальна інформація набагато краще сприймається та дає змогу швидко і ефективно донести глядачеві/читачеві певні ідеї, меседжі або дані. Фізіологічно людина влаштована так, що зорове сприйняття є основним каналом отримання знань про світ. Наведемо цікаві факти, що підтверджені численними дослідженнями⁴⁴:

- близько половини нейронів головного мозку людини задіяні в обробці візуальної інформації;
- на 17% переконливіші дані, підкріплені візуалізацією, як порівняти з їх текстовим представленням;
- на 80% кольорова візуалізація збільшує готовність до прочитання повідомлення;
- на 60 % краще згадуються докладні деталі візуальної інформації, ніж прочитаного тексту і на 70% краще, як порівняти з усною інформацією.

Аби створити якісну візуалізацію даних, варто відповісти на зазначені нижче запитання.

1) Чи коректно проведений аналіз? Очевидно, що не можна вводити в оману глядачів(-ок) та читачів(-ок), тож важливо пересвідчитись в коректності отриманих даних. Також важливо розуміти особливості даних, наприклад, чи дослідження проведене з достатньою вибіркою, щоб вважатися репрезентативним чи воно може висвітлити тільки певні тенденції або виявити певні проблеми тощо. Правильно проведений аналіз дасть змогу зобразити належним чином інфографіку або коректно сформулювати технічне завдання для дизайнера(-ки).

Наприклад, ви хочете опублікувати статистику надходження судових справ протягом року. Перед публікацією поставте ось такі запитання:

- Яким чином сформована статистика?
- Вона стосується тільки одного суду чи судів у всій області або Україні?
- Статистика стосується усіх видів справ чи тільки певної категорії?
- Що відсутнє у наявному об'ємі інформації?

Таких запитань до кожного масиву можна формувати дуже багато, залежно від

⁴⁴ Дізнавайтесь більше у інтерактивній інфографіці про сприйняття людиною візуальних даних. Why your Brain Craves Infographics // NeoMam Studios — Режим доступу: <https://neomam.com/interactive/13reasons/>

тематики. Тож найкраще доручити експерту(-ці) сформувати та перевірити статистику (або іншу інформацію). Згодом це допоможе, зокрема під час створення візуалізації або ж формування технічного завдання для дизайнера(-ки).

2) Яке ваше комунікаційне завдання? Дуже важливо розуміти ціль візуалізації даних (якого ефекту прагнете досягти).

Сформулювавши відповідь на це запитання, ви зможете допомогти глядачу/читачу зрозуміти вас коректно.

Наприклад, проаналізуємо комунікаційне завдання на тому ж прикладі статистики надходження справ. Так, можна на одному графіку розмістити кількість судових справ усіх видів (кримінальні провадження, цивільні справи тощо), що надійшли до всіх судів України помісячно протягом року. Що ви хочете насправді сказати? Продемонструвати, що навантаження на суддів надто велике? Або ж кількість певного виду справ більше, ніж іншого і це може свідчити про певні зміни в суспільстві? Чи певні законодавчі зміни вплинули на кількість справ? Залежно від повідомлення, можна буде виокремити певну частину графіку, додати текст, додати інші дані або зробити з одного зображення декілька тощо.

3) Які особливості аудиторії, до якої ми звертаємось? Треба розуміти хто ваша цільова аудиторія, хто має прочитати ваші ключові повідомлення та вчинити певні дії. Варто скласти портрет ваших читачів(-ок) та глядачів(-ок).

Візуалізація даних – це як окрема мова. Не всі можуть нею володіти або володіють на різних рівнях. Якщо ви й володієте однією мовою, розмовляючи з різними людьми, вам доводиться обирати різні слова. Тож, наприклад, графіки для фінансистів про курси валют на ринку будуть зовсім відрізнятися від візуалізації в новинах чи в підручниках з економіки.

4) Чи обрані інструменти візуалізації відповідають комунікаційним завданням? У другому пункті ви можете бачити, що кожне запитання вимагає специфічного висвітлення, наприклад, можна продемонструвати зміни в часі, можна порівняти дані або візуалізувати пропорції. Ви можете обрати графіки або додавати картинки, короткі тексти (рис. 5).



Рисунок 5. Приклади візуалізації даних про судочинство^{45 46 47}

⁴⁵ За що найбільше судяться в Україні? - POZOV.COM.UA –Юридична консультація в інтернеті 22.02.2017
URL: http://www.pozov.com.ua/ua/posts_ua/reityng-zvernen-do-sudu.html

⁴⁶ Кримінально-правове регулювання в Україні: реалії та перспективи (аналітичні матеріали) / М. В. В'юнник, М. В. Карчевський, О. Д. Арланова ; упоряд. Ю. В. Баулін. – Харків : Право, 2020. – 212.
URL: https://dspace.nlu.edu.ua › Analytical_materials-2020

⁴⁷ Там же.

5) Де ви поширюватимете візуалізовані дані? Кожний інформаційний майданчик має певні правила.

Варто поцікавитися, чи є на сайті суду можливість збільшити картинку, якщо користувач(-ка) переглядатиме її з ПК. Картинки в різних соцмережах передбачають неоднаковий формат і розмір, тож це також варто враховувати, оскільки вони можуть не завантажуватись під час перегляду.

Наприклад, на спеціалізованому сайті користувач(-ка) може довше роздивлятися або читати певну інформацію, адже цілеспрямовано шукав/ла детальну інформацію за певною темою.

У соцмережах користувач(-ка) може гортати стрічку новин з нудьги, тож є лише декілька секунд, щоб зацікавити споживача(-чку) підготовленим вами контентом (наприклад, картинкою).

6) Чи нічого не відволікає та не заважає побачити повідомлення? Один графік може містити багато даних, тож важливо розставити акценти або ж створити окремі зображення, щоб глядач розпізнав потрібне повідомлення. Так само як ви редагуєте тексти та видаляєте всі зайві слова, повтори, непотрібну інформацію, так само варто редагувати й візуалізовані дані. Чи справді варто вказувати скільки надійшло кримінальних, цивільних та інших справ протягом цього року з помісячною розбивкою на кожного суддю у вашому суді, аби продемонструвати сильне навантаження? Чи справді, наприклад, візуалізація видів справ допоможуть передати вашу ідею? Відповідаючи на запитання, зважте на відповіді на попередні питання.

Які є інструменти для візуалізації даних?

Залежно від відповідей на озвучені вище запитання, вже можна уявити, що саме ви потребуєте — графік, картинку, їх поєднання; вони мають бути статичні чи рухомі тощо. Сьогодні є десятки різних сервісів, які допоможуть зробити інформацію цікавою та зрозумілою багатьом. Сервіси є платні та безкоштовні. Найчастіше всі платні сервіси мають безкоштовні версії своїх продуктів з базовим набором інструментів. Часто вони доступні тільки англійською мовою, адже розраховані на міжнародну спільноту.

Приклади сервісів для створення інфографік та візуалізацій

- ▶ Canva (<https://www.canva.com/>) — сервіс для створення найрізноманітніших зображень, а віднедавна — коротких відео. Цей сервіс дає можливість створити інфографіку, презентацію, публікацію, сторіз, обкладинки в різні соціальні мережі, логотип, флаєр, фотоколаж, запрошення тощо. Важливо, що сервіс має також і український інтерфейс.
- ▶ Crello (<https://crello.com/uk/>) — безкоштовний онлайн-редактор відео, зображень та анімації для соцмереж та веб. Як і в попередньому сервісі, можна створювати різний дизайн за короткий час, навіть якщо ви не дизайнер(-ка). Сервіс також має український інтерфейс.
- ▶ Flourish (<https://flourish.studio/>) — сервіс призначений для створення графіків на будь-який смак. Тут вам допоможуть підібрати графік залежно від ваших завдань, — від гістограм і лінійних до різних карт. Вони можуть бути статичними або рухатись, з ними можна взаємодіяти, наприклад, клікати на ту чи ту частину графіка, де вигульовуватиме нова інформація тощо. Графік може генерувати код для вставлення його на сайт, якщо, наприклад, він інтерактивний, або ж можна завантажувати його як картинку. Сервіс має тільки англійський інтерфейс.
- ▶ Pablo (<https://pablo.buffer.com/>) — сервіс допомагає працювати з соціальними медіа та створювати зображення з цитатами та статистикою.

- Easel.ly (<https://www.easel.ly/>) – інструмент для створення інфографік. Легкий у користуванні та допомагає працювати з будь-якою інформацією.

Можна спробувати створити інфографіку самостійно або вам потрібно візуалізувати довгий текст, для цього можна використати окремі іконки. Вони можуть стати в нагоді під час підготовки презентацій.

Приклади стоків іконок

- Freepik (<https://www.freepik.com/>)
- Noun Project (<https://thenounproject.com/>)
- Iconfinder (https://www.iconfinder.com/free_icons)

Часто для візуалізації використовуються просто яскраві фото або ж їх можна додавати до інфографік. Якщо у вас немає під рукою професійного фотоапарату, часу їх створювати самостійно, можна скористатись фотостоками.

Перелік фотостоків:

- Picjumbo (<https://picjumbo.com/>)
- Pixodium (<http://pixodium.com/>)
- Unsplash (<https://unsplash.com/>)
- Little Visuals (<https://littlevisuals.co/>)
- Travel coffee book (<https://travelcoffeebook.com/>)

Ви можете вдосконалювати свої навички, постійно створюючи нові й нові дизайни, а також проходячи навчання, наприклад, безкоштовний курс на платформі Prometheus (https://courses.prometheus.org.ua/courses/IRF/DV101/2016_T3/about) або читаючи блоги дизайнерів, зокрема, блог про візуалізацію даних Андрія Газіна (<https://textura.in.ua/>).

2. Створення відео

Нині відео посідає перші місця на різних інформаційних майданчиках. Відео використовується як в ЗМІ, так і соціальних мережах. Хоч лідерами з поширення відеоматеріалів є YouTube, TikTok, інші соціальні мережі, наприклад, Facebook, Instagram дуже високо індексують відео. Це означає, що за алгоритмами цієї соціальної мережі⁴⁸, відеоматеріали будуть поширюватись активніше серед її користувачів, аніж, наприклад, зображення чи тексти.

Відеоматеріали привертають увагу людей. Саме тому цим користуються як в бізнесі, так в громадському секторі. Державні органи не мають бути винятком, адже відео – важливий інструмент налагодження якісної комунікації з громадою.

Відео бувають різних форматів, наприклад, іміджеве відео (промо або рекламні ролики), влоги, інтерв'ю, репортажі, відеоуроки, відеоінструкції, записи прямих трансляцій тощо. Загалом контент можна поділити на два види: інформаційний та художній.

До інформаційних відео можна віднести, наприклад, документальне неігрове кіно, новинні репортажі й відеоблоги, художнє/ ігрове кіно, ігрові відеоролики, відеокліпи тощо за участі акторів із використанням художніх прийомів та технологій⁴⁹.

⁴⁸ Станом на червень 2021 року.

⁴⁹ Як створити якісний відеоконтент для громадських організацій: поради професіоналів // Європейський Простір. – 22 квітня 2019 р. – Режим доступу: <https://euprostir.org.ua/practices/139636>

У сучасному світі ці види відео можуть застосовуватись окремо або ж поєднуватись, – це залежить від ваших цілей та фантазії. Наприклад, зафільмовані соціальні експерименти, коли запрошуються актори, які постановочно виконують певну функцію, а знімальна група фіксує реакцію людей (коли актор(-ка), потребує допомоги в чомусь, фільмуватиметься як та скільки людей допоможуть тощо).

Ви можете фільмувати самостійно або ж запрошувати професіоналів. Якщо ви вирішили працювати зі знімальною групою, вам необхідно буде сформулювати для них завдання, пояснити, що ви очікуєте та для чого створюєте відео. Найпростіше – це продемонструвати приклад відео, що вам подобається. Прикметно, що про це часто просять й самі виконавці, аби вони могли з чогось почати з вами розмову та пояснити на цьому прикладі, що доцільно використати для ваших цілей, скільки це може коштувати. Домовтесь, хто будуть контактні особи зі сторони замовника і виконавця, якщо ви будете працювати над правками. Правки краще надсилати після кожного етапу у єдиному документі. Пам'ятайте, що виробники відео та ви є представниками різних професійних сфер, тож варто пояснювати речі, пов'язані з роботою суду, навіть ті, що вам здаються очевидними і ставитись до цього спокійно. І навпаки, – просити пояснювати незрозумілі моменти, пов'язані зі створенням відео.

Професійне відео, наприклад, можете стати в нагоді під час підготовки іміджевого ролику про суд. У ньому, наприклад, може розповідатися історія суду, його функції, і, звісно ж, про команду. Його можна розмістити на сайті суду, в описі суду на сторінках у соціальних мережах. Інколи таке відео розміщують як заставку в тих же соціальних мережах. Також таке відео у високій якості стане в нагоді для журналістів, які готують матеріал про суд або події, що відбуваються у суді, але не мають можливості приїхати на місце та зняти відеосюжет, щоб уникнути ситуації, коли, наприклад у новинних сюжетах, у яких розповідають про певний судовий процес, але на фоні відео іншого суду.

Самостійно ж зняті відео можуть також виконувати різні функції. Допомогати пояснити певні аспекти роботи суду, проінформувати про розгляд судових справ, привернути увагу до певних питань, збільшити аудиторію, яка стежить за контентом суду на тих чи тих інформаційних майданчиках тощо. Наприклад, ви демонструєте як проводиться дезінфекція в судах під час пандемії COVID-19 та закликаєте відвідувачів носити маски, пояснюєте, що є змога звернутись до суду для організації трансляції судового засідання технічними засобами суду до мережі YouTube, надаєте термінове повідомлення щодо суспільно важливого судового засідання або ж ви знімаєте флешмоб до Дня працівників(-ду) суду, Дня прав людини.

Якщо ви поширюватимете відео у соціальних мережах, то тут є певні алгоритми, але вони часто змінюються, що впливає на поведінку користувачів(-ок), політику цих мереж. Наприклад, якщо йдеться про Facebook, то за останніми оновленнями⁵⁰ насамперед поширюватиметься трансляція відео, потім завантажене відео у Facebook. Різні соціальні мережі можуть конкурувати між собою або ж підтримувати одна одну. Так, Facebook буде неактивно поширювати лінки на відео, розміщені в YouTube, зате, наприклад, між Facebook та Instagram є кроспостинг.

⁵⁰ Станом на червень 2021 року.

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ

«СУДОВА СТАТИСТИКА ЛЮДСЬКОЮ МОВОЮ»



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Дзержинський районний суд м. Харкова



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Руслана Тягунова, консультантка суду



«Безперечно, описана ініціатива не унікальна. Багато судів публікують на своїх сторінках у соцмережах звітність, але ми прагнемо робити це якомога доступніше та яскраво, що дає змогу зацікавити читачів та збільшити їхню кількість», — Руслана Тягунова, консультантка Дзержинського районного суду м. Харкова



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ спростити форму подачі даних судової статистики та зробити її доступною для широкого кола населення;
- ▶ інформувати громаду про діяльність та досягнення суду, зокрема, аби продемонструвати громадськості насамперед навантаження, з яким доводиться працювати суддівському корпусу та апарату суду.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ відвідувачі суду;
- ▶ потенційні користувачі судових послуг;
- ▶ представники(-ці) медіа, громадських об'єднань, активісти;
- ▶ широке коло населення, користувачі соціальної мережі Facebook.



ТРИВАЛІСТЬ:

рубрика із статистикою судом ведеться на постійній основі.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ:

Людські: спеціаліст(-ка), що готуватиме матеріал.

Технічні: програмне забезпечення (графічний редактор); уміння працювати з графічним редактором.



ПІДГОТОВКА

Обліковуються звіти (за допомогою автоматизованої системи документообігу), обираються найбільш цікаві для громадян показники, та на їх основі готуються інфографіки.

Не намагайтеся надавати якомога більше цифр та показників. Буде краще, якщо ви зробите декілька акцентів на найголовніших цифрах (рис. 6).



ЯК ЗВЕРНУТИСЬ ДО СУДУ ПІД ЧАС КАРАНТИНУ?

Особисто, до загальної канцелярії суду

необхідно мати:

- документи, що посвідчують особу;
- засіб індивідуального захисту (маска/респіратор).

1 поверх, кабінет 115, у робочі години суду.

Засобами поштового зв'язку

поштова адреса суду:

- 61054 м. Харків, пр. Перемоги, 52-В

офіційна електронна скринька:

- inbox@dg.hr.court.gov.ua

За допомогою підсистеми "ЕЛЕКТРОННИЙ СУД"

необхідно:

- мати КЕП (кваліфікований електронний підпис);
- зареєструватися на порталі <https://id.court.gov.ua/>

Дзержинський районний суд м. Харкова

Рисунок 6. Зразки оформлення інфографіки Дзержинським районним судом м. Харкова



ПРОВЕДЕННЯ

Працівники суду готують яскраві інфографічні слайди, створені на основі затверджених звітів із діяльності суду (Форма 1-МЗС), та поширюють їх на офіційній сторінці суду в Facebook⁵¹.



ЗАВЕРШЕННЯ

Аналізується статистика переглядів та зацікавленості аудиторії.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- ▶ покращити комунікацію з громадою у соціальних мережах;
- ▶ покращити навички співробітників(-ць) суду роботи у графічних редакторах, візуалізації даних.

⁵¹ Див. сторінку «Дзержинський районний суд міста Харкова» у соціальній мережі Facebook. Режим доступу: https://www.facebook.com/djhrsud/?ref=aymt_homepage_panel&id=ARCPrcGbh4dfGdK1JcyocBIOkd6-ofpTfHpFe1bwSLU-iHEHrzqBJGLjF15k8hnXIAOnQtSr8FMEj5SR

ВІДЕОПРОЕКТ #ДОСТУПНО_ПРО_СУД⁵²



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Херсонський окружний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Наталя Осадчук, помічниця голови суду (відповідальна особа за зв'язки з громадськістю та ЗМІ)



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Насамперед метою відеопроєкту було руйнування «бар'єру» (негативного сприйняття) між судом та громадськістю, адже більшість громадян вважають суд заангажованою організацією, тож у цьому проєкті ми хотіли своїми словами розповісти про нашу роботу.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ

Онлайн – поширення кінцевого продукту (відеороликів) та взаємодія з цільовими аудиторіями; офлайн – створення продукту (відеороликів).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ представники(-ці) ЗМІ;
- ▶ користувачі(-ки) інформаційних ресурсів суду (сайт суду, сторінки у соціальних мережах);
- ▶ представники(-ці) громадських об'єднань;
- ▶ потенційні та поточні користувачі судових послуг.



ТРИВАЛІСТЬ:

протягом 5 днів опубліковано 5 відеороликів до 3 хв кожний.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: спеціалісти(-ки), що готуватимуть матеріал. У нашому випадку вся організація повністю лягла на помічника голови суду. Для належної організації важливі судді та працівники апарату суду, які стануть безпосередніми учасниками відеопроєкту.

Технічні: відеокамера або телефон з якісною камерою, штатив, мікрофон петличний, програмне забезпечення для монтажу. Якщо у суді такого обладнання немає, варто придбати або орендувати. Ми придбали штатив та мікрофон петличний вартістю 1 000 гривень.



ПІДГОТОВКА

1. Завчасно (за 1–2 місяці) почати роботу над проєктом.
2. Обговорити концепцію проєкту та відеороликів з керівництвом.
3. Написати орієнтовний, а згодом чіткий план поетапного виконання робіт.

⁵² Для участі у Марафоні для представників(-ць) комунікаційних команд судів «Суд взаємодіє!» також надіслано опис ініціативи, що втілює Володарський районний суд Київської області. Описала її Зоряна Висоцька, помічниця судді. Суд проводить просвітницькі зустрічі з молоддю та заохочує ЗМІ більше дізнаватись про діяльність суду, висвітлюючи подібні події.

4. У разі відсутності підбати про необхідне обладнання (штатив, мікрофон петличний).
5. Опрацювати посадові інструкції для подальшої підготовки сценаріїв відеороликів.
6. Написати сценарії відеороликів.
7. Провести попереднє обговорення сценаріїв та процесу фільмування з учасниками заходу.
8. Підготувати графік фільмування, визначити черговість тем відеороликів. Чітко визначити знімальні дні для кожної групи, створити відповідні групи у месенджері.
9. Обрати програмне забезпечення для монтажу.



ПРОВЕДЕННЯ:

- ▶ проведення фільмування відповідно до погодженого графіку за обраними темами відеороликів;
- ▶ монтаж відео.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Упродовж Тижня адміністративної юстиції (06–10.07.2020) на сторінці суду та на сторінках суду в соцмережах кожного дня публікувалась одна серія відеопроєкту. Ми обрали та розподілили теми у такий спосіб: «Про суд»⁵³, «Про суддів»⁵⁴, «Про апарат суду»⁵⁵, «Про помічників суддів»⁵⁶, «Про секретарів судового засідання»⁵⁷. Також відеоролики було опубліковано з короткими супроводжувальними текстами на YouTube-каналі Херсонського окружного адміністративного суду⁵⁸, тому була змога вмонтувати це відео і на сайті суду. Відео також окремо завантажили на сторінку суду у Facebook⁵⁹ (рис. 7).
2. Проведення аналізу переглядів відеороликів на сайті суду (кількість кліків на сайт, кількість переходів за посиланням) та сторінках суду в соцмережах (розширена статистика у Facebook та YouTube).

⁵³ Відеопроєкт #Доступно_про_суд День 1 // Херсонський окружний адміністративний суд. — 06 липня 2020 р. — Режим доступу: <https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/964549/>

⁵⁴ День 2 #Доступно_про_суд – Про суддів // Херсонський окружний адміністративний суд. — 07 липня 2020 р. — Режим доступу: <https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/965203/>

⁵⁵ День 3 #Доступно_про_суд – Про апарат суду // Херсонський окружний адміністративний суд. — 08 липня 2020 р. — Режим доступу: <https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/965913/>

⁵⁶ День 4 #Доступно_про_суд. — Про помічників суддів // Херсонський окружний адміністративний суд. — 09 липня 2020 р. — Режим доступу: <https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/966569/>

⁵⁷ День 5 #Доступно_про_суд – Про секретарів судового засідання // Херсонський окружний адміністративний суд. — 10 липня 2020 р. — Режим доступу: <https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/967192/>

⁵⁸ Див. YouTube-канал «Херсонський окружний адміністративний суд». Режим доступу: <https://www.youtube.com/channel/UCpNILuuAhzVG1lPhxZORmmg>

⁵⁹ Див. сторінку «Херсонський окружний адміністративний суд» у соціальній мережі Facebook. Режим доступу: <https://www.facebook.com/adm.ks.court.gov.ua/>



Рисунок 7. Відеоролик Херсонського окружного адміністративного суду

Відеопроєкт #Доступно_про_суд. День 1

З нагоди 15-річниці прийняття Кодексу адміністративного судочинства України Херсонський окружний адміністративний суд підготував відеопроєкт «Доступно_про_суд».

Цього тижня ми щодня додаватимемо новий відеоогляд роботи суддів та апарату Херсонського окружного адміністративного суду, де розповімо вам про нашу роботу.

Сьогодні, пропонуємо до вашої уваги перший з серії п'яти відеороликів #Доступно_про_суд – Про Херсонський окружний адміністративний суд.

Віртуальна мініекскурсія судом допоможе вам поринути у наші робочі будні.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що було досягнуто:

- 1) кількісні показники:
 - збільшили кількість підписників на сторінки у соцмережах (на 15 осіб);
 - охопили орієнтовно 7000 осіб впродовж тижня за згаданими відеороликами;
- 2) якісні показники:
 - покращили рейтинг сторінок суду в соцмережах;
 - намагались поглибити довіру до суду.



«За допомогою проєкту #Доступно_про_суд ми змогли відкрити кулари щоденної кропіткої роботи суддів та працівників апарату суду, своїми словами розказати про нашу роботу та познайомити громадськість зі структурою апарату суду», — **Наталя Осадчук, помічниця голови Херсонського окружного адміністративного суду** (відповідальна особа за зв'язки з громадськістю та ЗМІ).

СТОРИЗ У FACEBOOK ПРО РОБОТУ СУДУ ТА ЗУСТРІЧІ З МОЛОДДЮ #СудЗСЕРЕДИНИ



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

П'ятий апеляційний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Лариса Крутень, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків із засобами масової інформації



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ налагодити відносини між судом та громадою;
- ▶ ознайомити з внутрішньою діяльністю суду.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ

Поєднання онлайн та офлайн форматів, як у проведенні активності, створенні кінцевого продукту, так і у взаємодії з цільовими аудиторіями.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

- ▶ представники(-ці) ЗМІ;
- ▶ користувачі інформаційних ресурсів суду (сайт суду, сторінки в соціальних мережах);
- ▶ представники(-ці) громадських об'єднань;
- ▶ потенційні та поточні користувачі судових послуг.
- ▶ школярство;
- ▶ студентство.



ТРИВАЛІСТЬ:

- ▶ протягом п'яти днів опубліковано п'ять stories;
- ▶ відвідування суду – 40 хв.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: спеціалісти(-ки), що готуватимуть матеріал, а саме відповідальна особа від кожного відділу, судові розпорядники, прессекретар(-ка).

Технічні: техніка для фільмування.



ПІДГОТОВКА

Для онлайн-формату є потреба для підготовки техніки, зокрема смартфон або стаціонарної відеокамери. Для офлайн-формату – розробка та друк анкет зворотного зв'язку та завдань для учасників(-ць).



ПРОВЕДЕННЯ⁶⁰

У режимі реального часу з понеділка по п'ятницю ми висвітлювали в stories у мережі Facebook як минає день фахівців певного відділу. Відповідно до руху справи в суді #СудЗсередини завітав на гостину до:

- ▶ відділу діловодства;
- ▶ відділу реєстрації та забезпечення автоматизованого розподілу;
- ▶ офісу судді;
- ▶ служби судових розпорядників;
- ▶ відділу аналітично-статистичного забезпечення суду.

Водночас у суді проведено тур-знайомство з посадовими особами кожного відділу та суддями. Учасники(-ці) виконували завдання (кросворд на знання роботи суду) та пройшли анкетування. Групи для відвідування суду формувалися до 20 людей.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Розміщення фото та відеоматеріалів на сайті суду та на сторінках суду в соціальних мережах;
2. Аналіз кількості переглядів матеріалів у соціальних мережах;
3. Аналіз анкет учасників(-ць).



РЕЗУЛЬТАТИ

Завдяки заходу вдалось підвищити відкритість та прозорість роботи суду, збільшити кількість підписників у соціальних мережах.



«Є думка, що суди — це винятково закрита інституція і доступ до неї майже неможливий, тож ми вирішили продемонструвати «закулісся» нашого трудового тижня, адже в апараті П'ятого апеляційного адміністративного суду працюють понад 130 фахівців, і всі вони виконують неабиякий обсяг роботи, яка залишається поза увагою. Наш суд став першим судом в Україні, що продемонстрував свої робочі будні в режимі реального часу в сторіз Facebook, до того ж без постановок.

Офлайновий захід зібрав чимало охочих із представників студентства та молодших школярів. Уже проведено орієнтовно 20 турів #СудЗсередини.

Важливо, що захід є універсальним та дає змогу адаптувати до будь-якої цільової аудиторії», — **Лариса Крутень, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків із засобами масової інформації П'ятого апеляційного адміністративного суду.**

⁶⁰ Див. матеріали за результатами проведення активності також на сайті П'ятого апеляційного адміністративного суду. Режим доступу: <https://5aa.court.gov.ua/sud4854/pres-centr/news/843974/>
Див. приклади публікацій у медіа.

Трудові будні 5ААС показали в stories // Закон і Бізнес. — 4 червня 2019 р. —

Режим доступу: https://zib.com.ua/ua/137930-trudovi_budni_5aas_pokazali_v_stories.html

Суд зсередини: П'ятий ААС продемонстрував «лаштунки» трудового тижня // Судебно-юридическая газета в Украине. — 4 червня 2019 р. — Режим доступу: <https://sud.ua/ru/news/ukraine/143171-sud-zseredini-pyatiy-aas-prodemonstruvav-lashtunki-trudovogo-tizhnya>

СТВОРЕННЯ ВІДЕОРОЛІКІВ, ЯКІ РОЗВІНЧУЮТЬ МІФИ ПРО СУД Й ПОРУШУЮТЬ ВАЖЛИВІ СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЧИ ПИТАННЯ



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Наталя Міщук, прессекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ покращити діалог між судом і громадськістю;
- ▶ утвердити позитивний імідж суду;
- ▶ сприяти позбавленню поширених міфів щодо суду;
- ▶ у короткі строки розповісти громадськості про важливе соціальне питання чи проблему.

Суспільству варто розповідати цікаво та відверто інформацію, яка стане місточком для покращення діалогу між судом і суспільством, допоможе утвердити думку, що суд відкритий для людей, для спілкування, а також надавати пояснення важливих суспільних подій, тем чи проблем. Люди приходитимуть у суд без негативу, з думкою, що їм тут допоможуть, їхні права будуть захищені.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ

Онлайн – поширення кінцевого продукту (відеороликів) та взаємодія з цільовими аудиторіями.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ користувачі(-ки) інформаційних ресурсів суду (сайт суду, сторінки у соціальних мережах);
- ▶ потенційні та поточні користувачі судових послуг;
- ▶ представники(-ці) ЗМІ;
- ▶ представники(-ці) громадських об'єднань.



ТРИВАЛІСТЬ

Мінімум тижднів від створення концепції до розміщення відео онлайн.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: спеціалісти(-ки), що готуватимуть матеріал.

Технічні: ноутбук, мобільний телефон, фотоапарат, навушники чи мікрофон, відеоредактор, ентузіазм, креативність та допомога вашого колективу.

Фінансові: втілення ініціативи не потребує додаткових коштів, лише за умови, якщо хочете найняти професійного відеооператора для створення відеоролику.



ПІДГОТОВКА

1. Продумайте покроковий план дій (від розробки ідеї та сценарію до розміщення в онлайн, з ким, коли та з якою метою залучати – погодження ідеї, допомога із продакшеном, участь в якості спікера(-ки) тощо).
2. Визначте тему відеоролику та основні меседжі, які ви хочете донести суспільству. Обговоріть ваші пропозиції з колегами по роботі (наприклад, із суддею-спікером чи іншими креативними та ідейними працівниками суду).
3. Створіть детальний сценарій відеоролика (табл.).

№	Текст (закадровий, промова спікера(-ки), або текст під відеоряд, який глядачі читатимуть)	Таймінг (скільки часу потрібно для зачитування тексту)	Ім'я спікера(-ки) або диктора(-ки) для зачитування закадрового тексту	Місце зйомки	Коментарі (потрібний інвентар або особливості візуального рішення в кадрі тощо)
1	Назва відеоролику...				логотип
2	«Суд має бути відкритим для громади....»	15 сек	Іваненко І.І.	Зал засідань	Потрібний інвентар...
3					

Таблиця. Зразок оформлення сценарію відеоролика

4. Зберіть усіх, хто залучений до створення відеоролику, і намалюйте у їхній уяві фінальну «картинку» – це допоможе зрозуміти як себе поводити у кадрі.
5. Узгодьте ваші пропозиції щодо тексту із спікерами(-ками). Обговоріть, поясніть чи покажіть на власному прикладі з якою інтонацією, виразом обличчя, жестами, кожен спікер(-ка) має донести свій меседж.
6. Узгодьте з кожним та кожною час та місце зйомки. Варто також коротко обговорити, які кольори та візерунки на тканині одягу краще сприймаються на відео. Зокрема, слід уникати тонкої смужки, занадто барвистого принту тощо.
7. Попросіть спікерів(-ок) потренуватись вдома. Це не інтерв'ю, де можна додати або уточнити інформацію. Кожна помилка у формулюванні – це проблема при монтуванні відео.
8. Підготуйте для фільмування необхідну техніку: мобільний телефон, фотоапарат, мікрофон, штатив (відповідно до можливостей), випробуйте її на комусь.
9. Заплануйте у робочому графіку достатньо часу для фільмування. Мінімум годину на одного спікера(-ку), навіть, якщо записати треба лише одну фразу. Врахуйте час на встановлення та перевірку техніки, час, що потрібен спікеру(-ці) для адаптації та для запису кількох дублів, щоб ви змогли обрати найбільш вдалий.



ПРОВЕДЕННЯ

1. Завчасно приходьте на локацію зйомки. Перевірте достатність світла та рівень шуму.
2. З кожним спікером(-кою) зробіть кілька дублів. Перший варто їм показати, аби вони зрозуміли помилки у жестикуляції (якщо такі є), дикції (це особливо важливо), а також темпу мовлення. Після фільмування оберіть найліпший варіант.
3. Зробіть кілька загальних планів, адже вони стануть у нагоді для створення цілісної картинки.

4. Якщо ви не домовились про співпрацю із професійним відеооператором і робите відеоролик самотужки, то враховуйте, що звук краще записувати окремо на диктофон мобільного телефону через мікрофон (петличку). У такий спосіб вам буде потім легше у відеоредакторі «накладати» звук на картинку.
5. Відеооператор, аніматор, психолог, сценарист – відчувати себе представниками цих професій так чи інакше вам доведеться. Хвилюватись у кадрі будуть всі: хтось більше, хтось менше. Вчасно підтримати, розвеселити, підбадьорити чи заспокоїти є дуже важливими, інакше у відеосюжеті буде відчуватися скутість.
6. Завантажте на комп'ютер необхідний відеоредактор, уважно прочитайте про роботу саме з цим відеоредактором. Чудово, якщо є людина, яка уже працювала з ним і може вам допомогти висвітлити ту чи ту дію у ньому.
7. Творіть! Будьте креативними!
8. На всяк випадок збережіть відзнятий відеоматеріал та сам відеоролик на кількох носіях інформації.
9. Дайте переглянути відео не тільки колегам, а й стороннім. Спостерігайте за реакцією, запитайте, що запам'яталось, сподобалось або ж не сподобалось. Це важливо, позаяк такою буде реакція у багатьох людей. Пам'ятайте про це. Тому інколи краще щось змінити на етапі створення, ніж потім шкодувати, що не послухались критики.



ЗАВЕРШЕННЯ

Після завантаження відео (рис. 8) бажано передбачити декілька вільних годин, аби відповідати на коментарі, цікавитись думкою, коментувати відеоролик для ЗМІ (так, у нас таке було).

За статистикою публікації можна аналізувати наскільки вдалою була ваша ідея та чи зацікавила вона людей. Коли ми створювали відеосюжет «Розвінчуємо міфи про суд», то навіть мріяти не могли, що лише на нашій сторінці в Facebook буде понад 24 тисячі переглядів. Усього на усіх каналах комунікації відео переглянули і позитивно оцінили понад 100 тисяч осіб. Саме місцеві та регіональні ЗМІ завдяки кількості переглядів звернулись із проханням прокоментувати секрет цього успіху.

На всяк випадок, радимо продумати методи «просування» відео, а також врахувати яким саме групам буде цікаво ознайомитись із вашим «творінням».

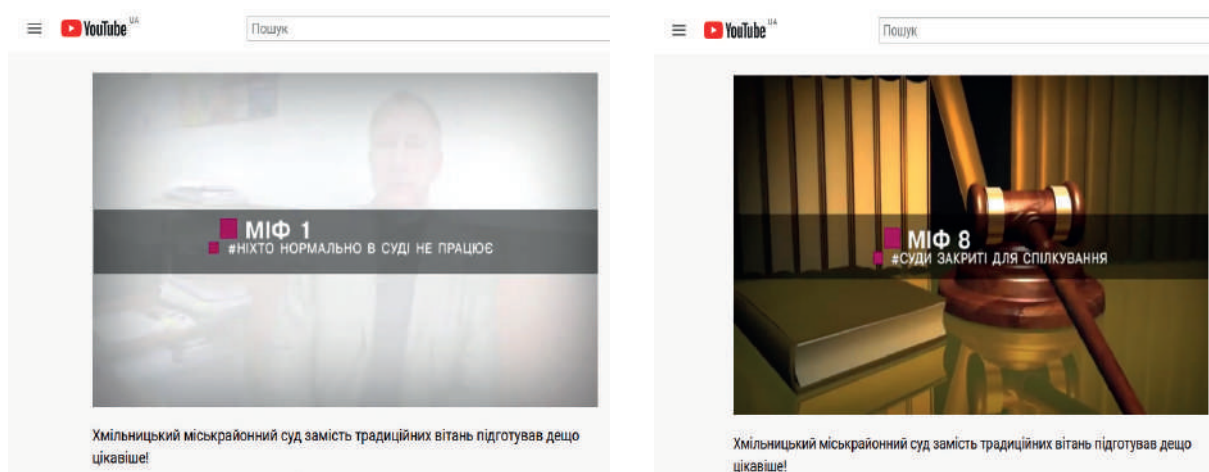


Рисунок 8. Приклади відеороликів Хмельницького міськрайонного суду Вінницької області



«Ми пишаємося, що люди повірили у наші слова, зрозуміли меседжі, суть проблеми в кожному створеному відео та залишали чудові відгуки, дякуючи за нестандартний підхід до створення відеоконтенту. Нам вдалося достукатися до сотні тисяч людей та пояснити, що у суді працюють не роботи, а люди, які не потрапили до установи за хабар. Ми працюємо чесно і злагоджено. У нас невеликі зарплати й ми часто маємо ненормований робочий день, працюємо у вихідні й святкові дні без обідньої перерви. У нас працюють ті, хто любить свою професію, хто живе справою і вірить у те, що робить. Громадськість нам повірила, бо ми говорили щиро. Це підтверджують подальші перегляди, оцінки та коментування відеороликів навіть за кілька місяців після їхнього розміщення. Відеосюжет, у якому працівниці суду висловилися щодо свята 8 березня та поділилися роздумами, що цей день не про “красу, весну, тюльпани”, а про ідеї гендерної рівності та захисту прав жінок, отримала не менш чудові відгуки. Один із коментарів був про те, що це “нарешті нормальне привітання здорової людини”», — **Наталя Міщук, прессекретарка Хмельницького міськрайонного суду Вінницької області.**



РЕЗУЛЬТАТИ⁶¹

Після того, як суд став активно комунікувати із суспільством, настрої самих відвідувачів суду значно змінились. Люди писали вдячні відгуки, адже тепер знають як функціонує суд зсередини, розуміють, якими мають бути їхні дії, під час візиту до судової установи.

⁶¹ Див. приклад відеоролику. Режим доступу: <https://youtu.be/0oyBSPLQq84>, Див. приклади публікацій. Який ролик з Хмельника «підірвав» соціальні мережі та набрав понад 100 тисяч переглядів? // NEWS Хмельника. — 17 грудня 2019 р. — Режим доступу: <https://xmilnuk.vn.ua/yakyj-rolyk-z-hmilnyka-pidirvav-soczialni-merezhi-ta-nabrav-ponad-100-tysyach-pereglyadiv/>. Нагороди і вітання і фільм, який розвінчує міфи про суд – працівники Хмельницького міськрайонного суду відзначають професійне свято // Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області. — 13 грудня 2019 р. Режим доступу: <https://hm.vn.court.gov.ua/sud0227/pres-centr/newsevents/848175/> «Нарешті нормальне привітання здорової людини...»: теми, що вразили тисячі хмельничан. Історія четверта // NEWS Хмельника. — 8 березня 2020 р. — Режим доступу: <https://xmilnuk.vn.ua/nareshti-normalne-pryvitannya-zdorovoyi-lyudyny/>

ПОКРОКОВА ВІДЕОІНСТРУКЦІЯ ЩОДО ЗВЕРНЕННЯ ДО СУДУ ІЗ ЦИВІЛЬНИМ ПОЗОВОМ⁶²



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Красноармійський міськрайонний суд Донецької області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Софія Данилів, суддя



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ доступною мовою пояснити місцевій громаді те, що кожен/кожна може самостійно звернутися за захистом своїх прав до суду;
- ▶ надати місцевій громаді покрокову інструкцію щодо звернення до суду із позовом для захисту порушених чи невизнаних прав, та надати узагальнену інформацію про роботу суду та судову владу;
- ▶ спростувати деякі поширені в інтернеті «чорні» міфи про суд та судову владу.

Щодо кількісних результатів визначитись дещо складно, але максимально достатній результат буде, якщо сюжет транслювати на рейтинговому місцевому телеканалі в прайм-тайм. (Наш досвід: у четвер о 20:00 відразу після новин). Щодо якісних результатів – поглиблення довіри серед населення шляхом інформування громадян про діяльність суду, що краще забезпечує розуміння процесу судочинства.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ

Онлайн – поширення кінцевого продукту (відеороликів) та взаємодія з цільовими аудиторіями.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ особи від 16 років;
- ▶ глядачі й глядачки телеканалу, у співпраці з яким створено ролик;
- ▶ користувачі та користувачки інформаційних ресурсів суду (сайт суду, сторінки у соціальних мережах);
- ▶ потенційні та поточні користувачі судових послуг;
- ▶ представники(-ці) громадських об'єднань.

⁶² Для участі у «Марафоні для представників(-ць) комунікаційних команд судів "Суд взаємодіє!"» надіслано опис семи ініціатив у форматі відео. Окрім описаних чотирьох вище, Луганський апеляційний суд також підготував «Відеозвернення пресслужби Луганського апеляційного суду щодо мінімізації розповсюдження хвороби COVID-19» для швидкого ознайомлення учасників судових процесів, відвідувачів суду, потенційних користувачів судових послуг про діяльність суду в нових умовах. Ініціативу описала Катерина Окопна, прессекретарка суду. Просвітницьке відео «Конституція устами дитини», завдяки якому налагоджена краща комунікація з цільовими аудиторіями, підготовлене Маневицьким районним судом Волинської області та ініціатива описана прессекретаркою Людмилою Костюк. Відео постійно у своїй комунікаційній роботі застосовує й Одеський окружний адміністративний суд, про що повідомила прессекретарка Топащенко Аліна.



ТРИВАЛІСТЬ

Звісно, все індивідуально. З власного досвіду можна зазначити, що попереднє погодження на створення відеосюжету шляхом телефонної розмови з журналістом⁶³ триває 5 хв, узгодження сценарію (розробляв журналіст, я попередньо надіслала приклади таких сюжетів із платформи YouTube) – 15 хв, узгодження дати, часу, місця фільмування – 10 хв, фільмування ролику – 1,5 год. Фільмування відбулись у понеділок, а в четвер цього ж тижня ролик продемонстрували на місцевому каналі, з яким втілено цю ініціативу.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Фільмування здійснено місцевим ЗМІ безкоштовно, а техніку забезпечило ЗМІ (одна камера, штатив, два мікрофони).

Залучені людські ресурси суду: шість осіб (суддя, секретар, старший секретар, архіваріус, журналіст, оператор).

Судом забезпечено приміщення для фільмування: один кабінет судді, один зал судових засідань, канцелярія, архів.

Реквізитами послуговували: одна папка-швидкозшивач, три аркуші паперу, два кодекси. Спікерки(-ри) самостійно забезпечили діловий одяг, макіяж, зачіски.



ПІДГОТОВКА

1. Підготувати теми сюжету (наприклад, будь-яка цивільна справа: розірвання шлюбу, стягнення аліментів, отримання спадщини тощо) та підготовка проекту сценарію.
2. Узгодити теми сюжету та проекту сценарію з представниками телебачення (важливо, щоб тема була актуальна для суду та ЗМІ) та усіма учасниками відеоролику.
3. Визначити дату та час фільмування (врахувати, щоб цього дня був вільний зал судових засідань та не розглядалися резонансні справи).
4. Підготувати реквізитів.
5. Підготувати спікерів(-ок) – перевірити як тексти, так і зовнішній вигляд, робочі місця, що використовуватимуться для фільмування.



ПРОВЕДЕННЯ

1. Орієнтовна тривалість запису відеосюжету – 1,5–2 год. Варто пам'ятати про важливість дикції. Наприклад, обрати не надто швидкий темп мовлення, чітко вимовляти слова.
2. Монтаж сюжету здійснюється у студії ЗМІ.
3. Перед поширенням матеріал попередньо переглядається та погоджується відповідальними представниками(-цями) суду.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Після публікації відео сюжету ЗМІ поширення його й на інформаційних каналах суду (сайт, сторінки у соціальних мережах);
2. Аналіз кількості переглядів та відгуків від цільової аудиторії.

⁶³ Поширена практика, коли журналіст телефонує експерту(-ці) та записує розмову на диктофон. Під час відеотрансляції включається аудіозапис експерта(-ки), а на відео транслюються (друкуються) ключові слова (думка) та демонструється фото експерта(-ки), інколи інфографіка.



«Ми пишаємося, що люди повірили у наші слова, зрозуміли меседжі, суть проблеми в кожному створеному відео та залишали чудові відгуки, дякуючи за нестандартний підхід до створення відеоконтенту. Нам вдалося достукатися до сотні тисяч людей та пояснити, що у суді працюють не роботи, а люди, які не потрапили до установи за хабар. Ми працюємо чесно і злагоджено. У нас невеликі зарплати й ми часто маємо ненормований робочий день, працюємо у вихідні й святкові дні без обідньої перерви. У нас працюють ті, хто любить свою професію, хто живе справою і вірить у те, що робить. Громадськість нам повірила, бо ми говорили щиро. Це підтверджують подальші перегляди, оцінки та коментування відеороликів навіть за кілька місяців після їхнього розміщення. Відеосюжет, у якому працівниці суду висловилися щодо свята 8 березня та поділилися роздумами, що цей день не про “красу, весну, тюльпани”, а про ідеї гендерної рівності та захисту прав жінок, отримала не менш чудові відгуки. Один із коментарів був про те, що це “нарешті нормальне привітання здорової людини”», — **Наталя Міщук, прессекретарка Хмельницького міськрайонного суду Вінницької області.**



РЕЗУЛЬТАТИ

Ролик⁶⁴ певний час посідав рейтингові місця на телеканалі. Завдяки першому успішному досвіду співпраці Красноармійського міськрайонного суду Донецької області з місцевим ЗМІ в подальшому налагоджено тісну співпрацю зі ЗМІ та підготовлено низку сюжетів з метою поглиблення довіри населення до суду.

⁶⁴ Как отстоять свои права в суде, или Пошаговая инструкция в поисках справедливости // Телекомпания «Орбита». — 15 грудня 2017 р. Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=RD_mLZsOtPo&feature=youtu.be

СТВОРЕННЯ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ



СТВОРЕННЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЙ ТА ІНФОГРАФІК



СТВОРЕННЯ ВІДЕО

МОЖЛИВІ ФОРМАТИ



ПРЯМІ
ТРАНСЛЯЦІЇ



ІНТЕРВ'Ю



ВЛОГИ



ІМІДЖЕВІ
РОЛИКИ

З якою метою?

- ІНФОРМУВАТИ ПРО РОЗГЛЯД СПРАВ
- ЗБІЛЬШИТИ АУДИТОРІЮ
- РОЗПОВІСТИ ПРО ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ СУДУ

ЯКЩО ВИ ЗАПРОШУЄТЕ ПРОФЕСІОНАЛІВ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ВІДЕО, НЕ ЗАБУДЬТЕ:

- СФОРМУВАТИ ЧІТКЕ ЗАВДАННЯ
- ПОЯСНИТИ ОЧІКУВАННЯ
- ПОКАЗАТИ ПРИКЛАДИ

Чат-боти

Чат-бот — комп'ютерна програма, за допомогою якої можна комунікувати в аудіо- або текстовому форматі. Чат-боти імітують поведінку людини у діалозі і в такий спосіб можуть відповідати на запитання та вести розмову⁶⁵.

Основна ідея застосування чат-ботів полягає в автоматизації повторюваних процесів та інтерактивному спілкуванні з користувачем. Такий віртуальний співрозмовник може бути розроблений навіть без залучення програмістів. Зазвичай, вони створюються на базі додатків, як-от Telegram, Messenger у Facebook, Skype, Viber тощо⁶⁶.

Чат-боти поділяються на два основні типи⁶⁷.

Скриптові. Їхня поведінка визначається заздалегідь продуманими правилами (скриптами). Тобто на кожному етапі, під час розмови з цим типом чат-ботів, користувачеві потрібно обрати запропоновану опцію, щоб визначити наступний крок у бесіді. В якому вигляді (текст, голос, кнопка) ці опції будуть запропоновані визначено безпосередньо на платформі чату, на якій вони працюють.

Розумні. Побудовані за допомогою ШІ (штучний інтелект). Штучний інтелект дає змогу бути гнучкішими щодо способів введення інформації користувачем. Наприклад, чат-боти можуть одержувати ввід інформації у формі довільного тексту або голосових повідомлень. Також за допомогою штучного інтелекту вони можуть вдосконалюватися у випадку великої частоти застосування. Варто зазначити, що хоча ШІ дуже добре працює у вузьких напрямках або з окремими типами інструкцій, реальний «інтелект» такого чат-бота доволі обмежений, оскільки на даний час дуже важко змусити його «зрозуміти» повноцінний контекст людських висловлювань, або мати «корисну» пам'ять, яка впливатиме на перебіг розмови.

Чат-боти застосовуються у різних сферах життя, переважно у бізнес сфері під час роботи з клієнтами, проте сьогодні вони поширені й у сфері державних послуг у всьому світі. Чат-боти можуть бути ефективними у наданні інструкцій, відповіді на типові запитання, пошуку інформації, допомагати оцінити продукти або послуги, зробити замовлення, формувати типові документи, підтверджувати замовлення товару або послуги та відстежувати доставку товару або стану виконання послуги, прийнятті звернень (пропозицій (зауважень), заяв (клопотань) і скарг), надсиланні певної інформації тощо. Все залежить від цілей і завдань, які ви ставите перед чат-ботом та обраного програмного забезпечення.

⁶⁵ Chatbot Use Cases: 25 real-life examples // Mikko Rindell. — 4 вересня 2019 р. — Режим доступу: <https://www.getjenny.com/blog/chatbot-use-cases-25-real-life-examples>

⁶⁶ Як використовувати чат-боти в ecommerce? // Promodo. — Режим доступу: <https://promodo.ua/ua/blog/kak-ispolzovat-chat-botov-v-e-commerce.html#gref>

⁶⁷ Чатботи — хто вони? // Futurio, автор: Сергій Кравчук. — Режим доступу: <http://thefuture.news/chatbot>

Серед переваг чат-ботів можна зазначити такі:

- ▶ змога працювати з великою кількістю користувачів одночасно;
- ▶ можливість працювати 24/7 без додаткового залучення співробітників;
- ▶ надати негайну відповідь на запитання користувачів;
- ▶ клієнтам не потрібно завантажувати додатковий додаток на свій телефон або інший пристрій, набирати телефонні номери або відкривати вебсайт, вони можуть просто приєднатись до розмови у повідомленнях через месенджери;
- ▶ можливість генерувати високий рівень взаємодії завдяки активній розмові;
- ▶ можливість спрямуватися на різні типи цільових аудиторій і використовувати картинки, GIF-файли, відео, що робить розмову цікавішою;
- ▶ можливість підтримувати задуманий формат, який стимулює більшу кількість людей пройти опитування, створюючи у такий спосіб безпрограшну ситуацію як для компаній, так і для клієнтів;
- ▶ забезпечення необхідної конфіденційності даних клієнта.

Чат-боти не зможуть повністю замінити спілкування із людиною, але можуть задовільнити чимало потреб користувачів і спростити роботу організаціям, установам, які з ними працюють. Наприклад, якщо запитання або запит клієнта є більш складним або клієнт хоче поговорити безпосередньо з представником(-цею) компанії або установи в режимі реального часу, деякі чат-боти можуть перевірити, чи доступний на дану мить якийсь агент обслуговування клієнтів, зв'язавшись з ним. Правильне застосування чат-боту дає змогу забезпечити прихильність і збільшити лояльність своєї цільової аудиторії зокрема, якщо акцентувати на їхніх потребах.

Отже, у процесі створення вашого чат-боту, вам варто⁶⁸:

- ▶ сформулювати цілі;
- ▶ врахувати результати аналізу поведінки цільової аудиторії;
- ▶ дізнатись, які дії може замінити чат-бот;
- ▶ вирішити, який функціонал виконуватиме чат-бот;
- ▶ створити сценарій взаємодії чат-бота з користувачами;
- ▶ після аналізу сценарію та оцінки вартості розробки поміркувати чи є сенс продовжувати;
- ▶ обрати канал взаємодії із цільовою аудиторією;
- ▶ встановити ключові показники ефективності (KPI);
- ▶ перевірити роботу чат-бота і внести поліпшення, якщо виникне потреба;
- ▶ представити чат-бота цільовій аудиторії та зібрати відгуки.

⁶⁸ Як використовувати чат-боти в ecommerce? // Promodo —
Режим доступу: <https://promodo.ua/ua/blog/kak-ispolzovat-chat-botov-v-e-commerce.html#gref>

ЧАТ-БОТ ГОСПОДАРСЬКОГО СУДУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ У TELEGRAM



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Господарський суд Харківської області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Олена Орлова, головна спеціалістка (прессекретарка)

t.me/GospSud_kh_bot



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ налагодити та покращити комунікації із громадянами, які звертаються чи бажають звернутись до Господарського суду Харківської області;
- ▶ оптимізувати отримання інформації, адже чат-бот може заощадити час користувачів та стане у пригоді, якщо люди перебувають поза межами країни, не мають змоги зателефонувати до установи або не можуть додзвонитися.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ користувачі(-ки) судових послуг;
- ▶ потенційні користувачі(-ки) судових послуг;
- ▶ представники(-ці) медіа, громадських об'єднань та активісти;
- ▶ населення, що зареєстровані у соціальній мережі Telegram.



ТРИВАЛІСТЬ:

діє постійно (сервіс працює цілодобово).



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: спеціалісти(-ки), що готуватимуть матеріал, зокрема спеціаліст(-ка), що розробить технічне завдання, створить чат-бот на відповідному сервісі.

Технічні: мобільний телефон та окрема SIM-картка для нього.



ПІДГОТОВКА

1. Погодити з керівництвом суду, які питання має відображати чат-бот.
2. Визначити пріоритетність розділів, на які спрямований чат-бот.
3. Визначитись із строками виконання окремих завдань та завершення проекту.
4. Переглянути відеоуроки для створення чат-бота, що дозволить на етапі планування врахувати нюанси.
5. Провести підготовку до популяризації чат-боту Господарського суду Харківської області за допомогою ЗМІ та інформаційних ресурсів суду.



ПРОВЕДЕННЯ

Відповідно до розробленого плану та обраної інструкції зі створення чат-боту, створюється сам чат-бот. Важливо не прив'язувати чат-бот до власного номеру телефона або номеру працівника(-ці), який(-а) його створює, потрібна окрема робоча SIM-картка (рис. 9).

Слід ретельно провести тестування сервісу, продивитись всі гілки «питань-відповідей», перевірити, як чат-бот працює з телефону та з комп'ютера.

Після того, як відповідальні працівники впевняться у належній якості роботи сервісу, можна переходити до інформаційного супроводу. Інформація про чат-бот поширюється у ЗМІ⁶⁹, а також розміщується на інформаційних ресурсах суду (стенди у приміщенні суду, сайт та сторінка суду у соціальних мережах)⁷⁰. Варто поширювати як новинний матеріал, так й інструкції з користування чат-ботом, зокрема враховувати різні цільові аудиторії, на які спрямований даний ресурс. Щоб якнайбільше людей дізнались про створення чат-боту, проведіть із працівниками суду збори, аби кожен працівник розповсюджував інформацію серед відвідувачів(-ок) суду.

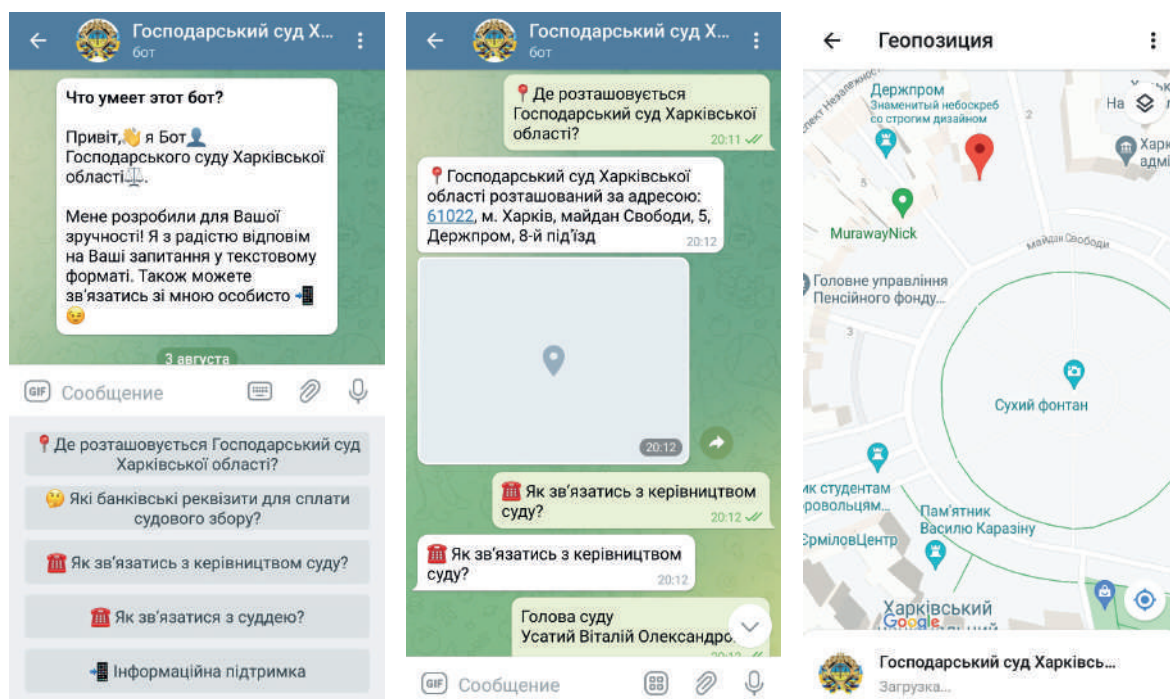


Рисунок 9. Приклади роботи чат-боту Господарського суду Харківської області

⁶⁹ Див. приклади повідомлень про створення чат-боту Господарського суду Харківської області в місцевих та всеукраїнських ЗМІ.
Інформ-підтримка у смартфоні: Господарський суд Харківської області запустив чат-бот // Судебно-юридическая газета в Украине — 12 грудня 2019 р. Режим доступу: <https://sud.ua/ru/news/ukraine/156648-inform-pidtrimka-u-smartfoni-gospodarskiy-sud-kharkivskoyi-oblasti-zapustiv-chat-bot>
В Хозяйственном суде Харьковской области появился виртуальный помощник // Закон і Бізнес. — 12 грудня 2019 р. — Режим доступу: https://zib.com.ua/ru/140437-v-hozyaystvennom-sude-harkovskoy-oblasti-poyavilsya_virtualn.html
Хозсуд завел себе чат-бота // Status QUO. — 12 грудня 2019 р. — Режим доступу: https://www.sq.com.ua/rus/news/novosti/12.12.2019/hozsud_zavel_sebe_chat_bota/

⁷⁰ Більше інформації про роботу з медіа та іншими цільовими аудиторіями можна дізнатись у посібнику: Як налагодити діалог суду та громади? Посібник / Авторки: Анастасія Розлуцька, Валерія Рибак. Редакція: Олена Давліканова. — Київ, 2019 р. — 40 с. Режим доступу: <http://hrvector.org/publikacziyi/19-04-11-press>



ЗАВЕРШЕННЯ

Важливо проводити моніторинг якості роботи чат-боту, наскільки він відповідає запитам цільової аудиторії, з якою працює суд, чи корисний він для неї, що можна змінити. Зворотній зв'язок можна отримати безпосередньо за допомогою самого чат-боту, зокрема, користувач може залишити коментарі/поради/побажання у розділі «Інформаційна підтримка», а також за допомогою цього розділу ви побачите, які ще часті запитання цікавлять користувачів, окрім тих, що вже запрограмовані у чат-боті. До того ж, можна виміряти частотність зацікавленості за кожним з питань, на які відповідає чат-бот. Також можна застосовувати й інші соціальні мережі, у яких присутній суд, сайт суду, для проведення онлайн-опитувань поточних та потенційних користувачів судових послуг, або у приміщеннях суду, для з'ясування думки споживачів(-чок) щодо даного сервісу та необхідних удосконалень.



РЕЗУЛЬТАТИ

Нам вдалося розширити канали отримання інформації для людей про роботу суду, категорії справ, що там розглядаються, а це сприяє доступності суду. Завдяки постійній, швидкій роботі сервісу, застосуванню сучасних технологій, налагоджується кращий зв'язок із громадою та формується позитивний імідж суду.



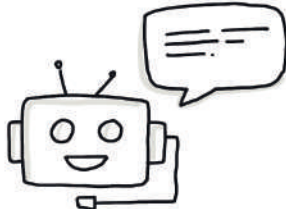
*«Нині за допомогою чат-боту Господарського суду Харківської області можна дізнатись, де розташований суд, реквізити для сплати судового збору, робочі номери телефонів керівництва суду та секретаря або помічника судді. Для ефективнішої комунікації з учасниками судового процесу створена функція «Інформаційна підтримка», завдяки якій користувач(-ка) може у чат-боті звернутись до суду для вирішення питання, відправивши повідомлення у телеграмі. Для цього потрібно зайти у розділ «Інформаційна підтримка», на якому користувача(-ку) автоматично буде перенаправлена у чат, де відповідальний працівник відповідь на її питання щодо руху справи або на будь-яке інше, що стосується роботи суду», — **Олена Орлова, головна спеціалістка (прессекретарка) Господарського суду Харківської області.***

ЧАТ-БОТИ



ПЕРЕВАГИ:

- ✓ ПРАЦЮЮТЬ З ВЕЛИКОЮ КІЛЬКІСТЮ КОРИСТУВАЧІВ ОДНОЧАСНО
- ✓ 24/7
- ✓ НЕГАЙНА ВІДПОВІДЬ
- ✓ ЗРУЧНІСТЬ
- ✓ КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ



ДЛЯ ЧОГО?

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПОВТОРЮВАНИХ ПРОЦЕСІВ:

- ВІДПОВІДЬ НА ТИПОВІ ЗАПИТАННЯ
- НАДАННЯ ІНСТРУКЦІЙ
- ПОШУК ІНФОРМАЦІЇ
- СТВОРЕННЯ ТИПОВИХ ДОКУМЕНТІВ
- ПРИЙНЯТТЯ ЗВЕРНЕНЬ, ЗАЯВ І СКАРГ

ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ



Просвітницькі ініціативи

Квест

тривалі навчальні
програми

модельне судове
засідання

публічна акція
конкурс

участь в освітніх проєктах

участь в освітніх
проєктах

тривалі навчальні
програми

екскурсія

день відкритих дверей

публічна
акція

участь в освітніх проєктах

просвітницькі
програми

День відкритих дверей

День відкритих дверей — це гарна нагода ознайомити відвідувачів(-ок) із установою з найкращого боку, зокрема:

- ▶ продемонструвати матеріально-технічне оснащення суду;
- ▶ надати інформаційні та просвітницькі матеріали, що підготовлені працівниками(-цями) суду;
- ▶ познайомити з керівництвом суду, суддями та працівниками(-цями) суду;
- ▶ презентувати комунікаційну стратегію суду тощо;
- ▶ донести способи співпраці з судом;
- ▶ ознайомити з місцем та значенням суду в системі судоустрою та житті громади.

День відкритих дверей проводиться регулярно у багатьох державних і недержавних установах, організаціях, підприємствах тощо. Дні відкритих дверей для школярів та студентів є найпопулярнішим заходом у судах. Більшість опитаних у межах дослідження «Медіа відкритість судів України — 2019»⁷¹ як апеляційних (26 судів — 87%), так і місцевих судів (136 судів — 73%) провели дні відкритих дверей у 2019 році. Ці показники навіть перевищують показники 2018 року. В 2019 році вже провів день відкритих дверей й Вищий антикорупційний суд.

Основне завдання дня відкритих дверей — продемонструвати відкритість та сприяти обізнаності про діяльність. Щоб досягти такого результату, організаторам(-кам) варто забезпечити:

- ▶ інформативність (змістове навантаження) заходу;
- ▶ друковані буклети чи інші інформаційні матеріали;
- ▶ позитивні емоції та гарний настрій від події;
- ▶ плідну взаємодію з аудиторією;
- ▶ акценти на позитивних результатах та вигідних перспективах;
- ▶ наочні приклади.

День відкритих дверей можна проводити як для визначеної цільової аудиторії (наприклад, учні й учениці конкретного навчального закладу, студенти(-ки) конкретного закладу вищої освіти), так і для невизначеної цільової аудиторії (шляхом відкритого оголошення для всіх охочих). Залежно від цього буде різнитись організація заходу.

Зазвичай день відкритих дверей містить такі частини: офіційна частина, огляд приміщення суду, заключна частина.

1) Офіційна частина може включати:

- ▶ вітальні слова голови суду, керівника(-ці) апарату суду, прессекретаря(-ки) та інших;
- ▶ презентація діяльності суду загалом чи за певними напрямками;
- ▶ інформаційна доповідь (наприклад, щодо правил поведження у суді, прийому громадян(-ок) тощо);

⁷¹ Медіавідкритість судів України: результати всеукраїнського опитування працівників і працівниць судів України, 2019 рік / Валерія Рибак, Назарій Боярський / ГО «Вектор прав людини», Представництво Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні — Київ, 2019 р. — 160 с. Доступ: <http://hrvector.org/pdf/media-courts-2019-web.pdf>

- ▶ тематичне обговорення;
- ▶ сесія запитань та відповідей тощо.

2) Огляд приміщення суду може відбуватись у форматі екскурсії або ж забезпечення можливості для відвідувачів(-ок) вільно пересуватись приміщенням суду. Також можна поєднати ці два варіанти.

Це дуже важлива частина дня відкритих дверей, оскільки відвідувачам(-кам) хочеться подивитись зали судових засідань, архіву, робочі кабінети суддів та працівників(-ць) суду тощо, просто перейняти атмосферу суду.

Незалежно від обраного формату огляду приміщення суду, організатори(-ки) мають бути готові надати інформацію про суд та ті об'єкти, що можуть побачити відвідувачі(-ки). Тексти варто написати заздалегідь, збагативши їх цікавими фактами та корисною інформацією. Якщо ви надаєте дозвіл вільного пересування відвідувачами(-ками) приміщенням суду, то можна у відповідних місцях зробити інформаційні стенди чи бюлетені з довідковою інформацією для самостійного ознайомлення.

Варто зауважити, що під час огляду приміщення працівники(-ці) суду мають забезпечити безпеку майна суду та захищеність неpubлічної інформації.

3) Заключна частина може передбачати:

- ▶ заключні слова голови суду, керівника(-ці) апарату суду, прессекретаря(-ки) та інших;
- ▶ неформальне обговорення вражень відвідувачів(-ок);
- ▶ вікторину із запитаннями про судоустрій та суд із врученням пам'ятних призов (наприклад, із символікою суду);
- ▶ вручення пам'ятних відзнак (наприклад, із символікою суду);
- ▶ фотосесію (наприклад, із застосуванням суддівської атрибутики або реквізитом, із суддями та працівниками(-цями) суду).

ДЕНЬ ВІДКРИТИХ ДВЕРЕЙ У ВОВЧАНСЬКОМУ РАЙОННОМУ СУДІ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ⁷²



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Вовчанський районний суд Харківської області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Бородай Олена, помічниця судді



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Допомогти налагодити діалог між судом та громадою.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться у приміщенні суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

учні та учениці 11-х класів (15 осіб).



ТРИВАЛІСТЬ:

60 хв



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ:

визначені працівники(-ці) суду та судді.



ПІДГОТОВКА:

- визначення дати та розробка плану заходу, перевірка приміщень, до яких буде надано доступ;
- перемовини із закладами освіти, що запрошуюються.



ПРОВЕДЕННЯ

Керівник апарату суду розпочинає зустріч з учнями й ученицями старших класів та їхніми вчителями й вчительками з вестибюлю суду, де ознайомлює присутніх із організацією та діяльністю суду, з правилами перебування у приміщенні суду, списками справ призначених до розгляду, програмою «Електронний суд».

Потім ознайомлює з роботою канцелярії суду. Наприклад, діловод суду розповідає про отримання та реєстрацію вхідних документів, секретарі(-ки) суду повідомляють про розподіл справ, матеріалів та порядок передачі їх суддям для розгляду.

У приміщенні архіву суду архіваріус суду повідомляє про строки зберігання судових справ та матеріалів, порядок передачі справ постійного зберігання до територіального архіву.

⁷² Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <https://vv.hr.court.gov.ua/sud2008/pres-centr/news/841459/>
Аналогічну активність також проводять:

- Шевченківський районний суд м. Запоріжжя: <https://sh.zp.court.gov.ua/sud0827/press-centr/news/849434/>
- Володарський районний суд Київської області: <https://vl.ko.court.gov.ua/sud1010/pres-centr/fotogalerea/2490>
- Орджонікідзевський районний суд м. Харкова: <https://og.hr.court.gov.ua/sud2029/pres-centr/news/845128/>



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Рефлексія щодо процесу проведення та результатів заходу. Дайте собі відповіді на питання (1) що вдалося?; (2) що не вдалося? та (3) що можна зробити краще?
2. Оприлюднення інформації про захід на сайті суду та у соціальних мережах.



РЕЗУЛЬТАТИ

1. Створення позитивного іміджу суду завдяки налагодженим зв'язкам із громадою.
2. Підвищення рівня правової культури учасників(-ць) активності.

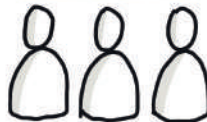
ДЕНЬ ВІДКРИТИХ ДВЕРЕЙ



МЕТА

- ☑ ПРОДЕМОНСТРУВАТИ ВІДКРИТІСТЬ
- ☑ СПРИЯТИ ОБІЗНАНОСТІ ПРО ДІЯЛЬНІСТЬ

ДЛЯ КОГО?



ВИЗНАЧЕНА ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

(ЖУРНАЛІСТИ/-КИ
СТУДЕНТИ/-КИ ЗВЗ ТА ІНШІ)

ДЛЯ ВСІХ ОХОЧИХ

ПРОГРАМА

I ОФІЦІЙНА ЧАСТИНА



МОЖЕ МІСТИТИ:

- ВІТАЛЬНІ СЛОВА
- ПРЕЗЕНТАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ
- ІНФОРМАТИВНА ДОПОВІДЬ
- ТЕМАТИЧНЕ ОБГОВОРЕННЯ
- ЗАПИТАННЯ/ВІДПОВІДІ



II ОГЛЯД ПРИМІЩЕННЯ СУДУ

ЕКСКУРСІЯ АБО ІНШИЙ ФОРМАТ



- ВАЖЛИВА ЧАСТИНА
- ДАЄ ЗМОГУ ПРОНИКНУТИСЬ АТМОСФЕРОЮ

→ ЗАЛИ ЗАСІДАНЬ,
АРХІВ, КАБІНЕТИ

ПОЗИТИВНІ
ЕМОЦІЇ ТА
ГАРНИЙ НАСТРІЙ

ПЛІДНА
ВЗАЄМОДІЯ
З АУДИТОРІЄЮ

ПОТРІБНІ

НАОЧНІ
ПРИКЛАДИ

ІНФОРМАТИВНІСТЬ

АКЦЕНТ НА
ПОЗИТИВНИХ
РЕЗУЛЬТАТАХ
ТА ВИГІДНИХ
ПЕРСПЕКТИВАХ

III ЗАВЕРШЕННЯ



МОЖЕ МІСТИТИ:

- ЗАКЛЮЧНІ СЛОВА
- ОБГОВОРЕННЯ ВРАЖЕНЬ
- ВІКТОРИНУ
- ФОТОСЕССІЮ
- ВРУЧЕННЯ ПАМ'ЯТНИХ ВІДЗНАК

МАТЕРІАЛИ

ДРУКОВАНІ БУКЛЕТИ
ТА ІНШІ ІНФОРМАЦІЙНІ
МАТЕРІАЛИ



Екскурсія

Екскурсія — це інструмент пізнання людиною навколишнього світу, що передбачає ознайомлення з об'єктами в реальному часі⁷³. Огляд відбувається під керівництвом кваліфікованого(-ї) фахівця(-чині) — екскурсовода(-ки) чи іншої спеціально підготовленої людини та супроводжується його(її) розповіддю. Екскурсовод(-ка) транслює аудиторії певний погляд на об'єкт через призму минулого та сучасності.

У процесі пізнання екскурсовод(-ка) допомагає екскурсантам(-кам):

- ▶ побачити місця та об'єкти, які допоможуть створити атмосферу та краще зануритись в тему;
- ▶ дізнатись найважливіші факти та найцікавіші історії про ці місця та об'єкти;
- ▶ усвідомити значення подій та пережити певні емоції;
- ▶ розширити своє уявлення про світ загалом та певні події/інституції/ідеї зокрема.

Варто звернути увагу, як процес пізнання навколишнього світу, його предметів, властивостей і взаємозв'язків, екскурсія спирається на дві форми пізнання: чуттєве і логічне (мислення). Екскурсія — це не лише передавання певних знань, а й формування світогляду.

Як й інші форми культурно-освітньої роботи (лекція, тематичний вечір, читачка конференція тощо) екскурсія має свої особливості в організації та методиці проведення⁷⁴:

- 1) тривалість проведення від академічної години (45 хв) до однієї доби;
- 2) наявність кваліфікованого екскурсовода(-ки);
- 3) наочність, демонстрація екскурсійних об'єктів на місці їх розташування;
- 4) переміщення за заздалегідь визначеними маршрутами;
- 5) цілеспрямованість демонстрування об'єктів, наявність певної теми;
- 6) активна діяльність учасників(-ць) (спостереження, вивчення, дослідження об'єктів).

Наприклад, екскурсія відрізняється від днів відкритих дверей такими аспектами: під час дня відкритих дверей відвідувачів(-ки) ознайомлюються з роботою суду, можливостями працевлаштування та можуть самостійно пересуватись приміщенням суду, будуючи власний маршрут та визначаючи час перебування тощо. Під час екскурсії акцентується на розвитку судочинства в регіоні, будівлі суду, значенні судової гілки влади, а огляд відбувається за попередньо визначеним маршрутом у супроводі екскурсовода(-ки).

⁷³ Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі. Навчально-методичний посібник. — Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. — 144 с.

⁷⁴ Величко В.В. Організація рекреаційних послуг. Навчальний посібник. — Харків: Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова, 2013. — 202 с.

За змістом виділяють оглядові та тематичні екскурсії. Оглядові мають на меті надати базові уявлення, а тематичні – присвячуються одній темі. Наприклад, Верховний Суд, зокрема, пропонує⁷⁵:

- ▶ оглядову екскурсію «Історія та сьогодення Верховного Суду» у представницькому корпусі Верховного Суду (Кловському палаці), яка розкриває питання:
 - Верховний Суд: повноваження, порядок роботи, структура;
 - зал;
 - зал судових засідань;
 - конференц-зал;
 - зал Пленуму;
 - музей Верховного Суду.
- ▶ тематичну екскурсію «Історія Верховного Суду» в Музеї Верховного Суду в представницькому корпусі Верховного Суду (Кловському палаці), яка містить такі питання:
 - передісторія Верховного Суду (право на території, яку займає нинішня Україна (сер. 1 тис. до н. е. – V ст. н. е.); правові норми Київської Русі (IX–XIV ст.); правові норми литовсько-польської доби (XIV–XVII ст.); судові органи в Україні доби Запорізької Січі та Гетьманщини (XVII–XVIII ст.); судові органи в Україні у складі Російської та Австро-Угорської імперій (XVIII – поч. XX ст.); найвищі судові органи у період відродження української державності (1917–1921 рр.);
 - історія Верховного Суду України від 1922 до 2017 рр.;
 - Верховний Суд у сучасних умовах.

Вбачається, що екскурсії, які організовують суди, можуть стосуватись, зокрема, таких тем:

- ▶ історія будівлі, в якій розташований суд;
- ▶ історія розвитку права в Україні та регіоні;
- ▶ історія розвитку судоустрою в Україні та регіоні.

За формою проведення можна виділити очні та віртуальні екскурсії. Від початку пандемії COVID-19 проведення віртуальних екскурсій набуло особливої актуальності. Проведення віртуальних екскурсій можливе як:

- ▶ **створення повноцінного віртуального простору**
(Єдиним прикладом, який вдалось знайти авторам публікації є онлайн-екскурсія Кловським палацом, яка доступна на порталі Верховного Суду⁷⁶. Проте змушені констатувати, що це швидше є оглядовим ресурсом, оскільки відсутня додаткова інформація про об'єкти, що демонструються).
- ▶ **пряма трансляція чи запис екскурсії**
(Прикладом може слугувати віртуальна екскурсія Апеляційним судом Полтавської області (запис 2017 року)⁷⁷. Вбачається, що проведення прямих трансляцій екскурсій в суді може слугувати не лише просвітницьким інструментом, а й ефективним способом привернення уваги до соціальних мереж суду).

⁷⁵ Положення про екскурсії у Верховному Суді.
Доступ: <https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/Ekskursii.pdf>

⁷⁶ Доступ: https://supreme.court.gov.ua/supreme/online_ekskursiya/

⁷⁷ Доступ: <https://youtu.be/S1CJnmYCsnA>

Адаптуючи підходи до підготовки та проведення екскурсії до можливостей працівників(-ць) суду, можна виокремити такі етапи підготовки екскурсії:

- ▶ визначення мети та цілей екскурсії;
- ▶ вибір теми;
- ▶ відбір цікавої інформації;
- ▶ створення маршруту екскурсії (з огляду на логічну послідовність розповіді та відповідних локацій);
- ▶ підготовка тексту розповіді екскурсовода(-ки);
- ▶ підготовка відбір реквізиту, що може демонструватись під час екскурсії та наочних матеріалів (наприклад, фото, ілюстрації тощо);
- ▶ проведення пробної екскурсії та за потреби її корегування.

Під час проведення екскурсії варто:

- ▶ враховувати особливості складу екскурсійної групи (наприклад, вікові, а також інтереси членів кожної окремої групи);
- ▶ демонструвати власну зацікавленість/небайдужість до історії/теми, навколо якої вибудована екскурсія;
- ▶ познайомитись із учасниками(-цями) екскурсії. Можна організувати знайомство з двома-трьома учасниками(-цями) екскурсійної групи на кожній окремій локації до початку розповіді або ж з усіма разом на початку екскурсії. Можна почати з загального питання: «А хтось був/бачив/знає..», тоді знайомитись із тими, хто вступив у діалог. Поступово на різних локаціях можна залучити всіх, особливо через поділ враженнями. Це створить дружню атмосферу та допоможе включити учасників(-ць) у діалог;
- ▶ під час огляду локацій розміщати відвідувачів(-ок) так, щоб всі мали можливості їх оглянути;
- ▶ розуміти, що розповідь екскурсовода(-ки) – це ключ до успіху. Не слід переобтяжувати розповідь датами або сухими фактами. Розповідайте історії, використовуйте яскраві образи, викликайте в слухачів(-ок) емоції, адже саме їх вони запам'ятають найбільше. Наводячи той чи той факт, надавайте контекст, що допомагає його зрозуміти (наприклад, у рік розглядається Х справ – це багато чи мало? З чим це можна порівняти?);
- ▶ заздалегідь продумати можливі запитання від аудиторії та відповіді на них;
- ▶ ініціювати та заохочувати до діалогу, задавайте запитання самі («Як ви вважаєте, скільки/коли/що...?», «Чи хоче хтось стати адвокатом(-ок) чи суддею? Чому?»), дайте можливість екскурсантам(-кам) висловлювати їхні думки та враження, ставити запитання;
- ▶ використовувати реквізит, задіювати якомога більше органів чуття екскурсантів(-ок), адже найкраще під час екскурсії сприймаються ті об'єкти, з якими можна взаємодіяти – торкнутися, спробувати, сфотографуватись із ними.

ЕКСКУРСІЯ ДО ЧЕРНЯХІВСЬКОГО РАЙОННОГО СУДУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ⁷⁸



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Черняхівський районний суд Житомирської області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Ващенко Оксана, заступниця керівника(-ці) апарату суду



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Ознайомити учнів(-ць), які в майбутньому планують здобути юридичну освіту з організацією роботи суду, повноваженнями суддів щодо здійснення правосуддя.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться в приміщенні суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

учні та учениці 7–11 класів (30 осіб).



ТРИВАЛІСТЬ:

60 хв



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: спеціалісти(-ки), що готуватимуть матеріал.

Технічні: реквізит, солодощі для частування.



ПІДГОТОВКА

1. Домовитись про зустріч із дирекцією школи.
2. Визначити конкретну дату проведення екскурсії.
3. Повідомити про майбутній захід суддю-спікера(-ку).
4. Підготувати повідомлення про історію створення суду, організацію роботи суду та повноваження щодо здійснення правосуддя, роботу архіву. Можна підготувати повідомлення про відповідальність неповнолітніх та привести статистичні дані в справах про притягнення неповнолітніх до кримінальної відповідальності тощо.



ПРОВЕДЕННЯ

Учнів та учениць зустрічає заступник(-ця) керівника(-ці) апарату суду, який(яка) пояснює як потрібно поводити себе у приміщенні суду та запрошує гостей до залу судового засідання, де в доступній формі розповідає школярам(-кам) про історію суду, повноваження суду щодо здійснення правосуддя.

⁷⁸ Більше про захід можна дізнатись за посиланням:
<https://cr.zt.court.gov.ua/sud0624/pres-centr/news/614657/>

У форматі відкритого діалогу школярі(-ки) з'ясовують, які саме місця в залі судового засідання займають судді, прокурори(-ки), адвокати(-ки), секретар(-ка) судового засідання, а також підозрюваний(-а) чи обвинувачений(-а). Судовий розпорядник демонструє суддівську мантию і нагрудний знак, в яких суддя обов'язково перебуває під час здійснення правосуддя.

Діти можуть сфотографуватися в залі судового засідання у суддівських кріслах.

Учні й учениці можуть відвідати архів суду та можуть побачити як зберігаються справи.

Після проведеної екскурсії доречно дітям запропонувати пригоститися солодощами.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Рефлексія щодо процесу проведення та результатів заходу. Дайте собі відповіді на запитання: 1) що вдалося?; 2) що не вдалося?; 3) що можна зробити краще?
2. Оприлюднення інформації про захід на сайті суду та у соціальних мережах.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- ▶ створити позитивний імідж суду завдяки налагодженим зв'язкам із громадою;
- ▶ підвищити рівень правової культури учасників(-ць) активності.

ЕКСКУРСІЯ



ТИПИ ЕКСКУРСІЙ

ОГЛЯДОВІ
НАДАЮТЬ БАЗОВЕ
УЯВЛЕННЯ ПРО РОБОТУ
СУДУ

ТЕМАТИЧНІ
ПРИСВЯЧЕНІ
ОДНІЙ ТЕМІ

ПІДГОТОВКА

- ОКРЕСЛИТИ МЕТУ ТА ЦІЛІ
- ВИЗНАЧИТИ ТЕМУ
- ПІДІБРАТИ ЦІКАВИЙ МАТЕРІАЛ

→ СФОРМУВАТИ НАПОВНЕННЯ

МАРШРУТ

ВИЗНАЧИТИ
ЛОКАЦІЇ ДЛЯ
ВІДВІДУВАННЯ



РОЗПОВІДЬ ЕКСКУРСОВОДА/-КИ

- ПРОДУМАЙТЕ ПОЯСНЕННЯ
- НАВОДАЧИ ФАКТ,
НАДАЙТЕ КОНТЕКСТ
- РОЗКАЖІТЬ ЦІКАВУ ІСТОРІЮ
- СПОНУКАЙТЕ ГРУПУ
ДО ДІАЛОГУ
(КОМЕНТАРІ ТА ЗАПИТАННЯ)

РЕКВІЗИТ

НАЙКРАЩЕ СПРИЙМАЮТЬСЯ
ОБ'ЄКТИ, З ЯКИМИ МОЖНА
ВЗАЄМОДІЯТИ



→ ПРОВЕСТИ ПРОБНУ ЕКСКУРСІЮ



ЩЕ ОДНА
МОЖЛИВІСТЬ

ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ



СТВОРЕННЯ
ВІРТУАЛЬНОГО
БЛИЗНЮКА СУДУ



ПРЯМА ТРАНСЛЯЦІЯ
ЧИ ЗАПИС ЕКСКУРСІЇ

Квест

«Квест» (від англ. **quest** — пошук, гра-загадка) — онлайн та/чи офлайн гра, яка передбачає виконання низки завдань у межах окресленого сюжету. На початку учасникам(-цям) озвучується загальна тема, історія, що передує їхній «пригоді» та ціль, досягти якої можна лише за умови послідовного розв'язання пропонуванних ситуаційних завдань. Кожне ситуаційне завдання — це ключ до наступного пункту або до розв'язання подальших завдань (на логіку, вправність, творчість тощо). Освітній квест є технологією навчання учасників(-ць) у процесі гри з виразно окресленою дидактичною метою, зрозумілими й чіткими правилами. За процесом реалізації квесту обов'язково має спостерігати фасилітатор(-ка), який може за потреби надати учасникам(-цям) інструкції або допомогу для виконання завдання⁷⁹.

Квести поділяються:

- ▶ за формою роботи: групові чи індивідуальні;
- ▶ за способом проведення: онлайн (наприклад, виконання завдань із пошуку інформації на сайті суду), офлайн (наприклад, у приміщенні суду) чи змішані (відбувається офлайн, але частина завдань передбачає онлайнове виконання);

Основними принципами, що лежать в основі організації освітнього квесту, є:

- ▶ принцип цілісності: формується системне уявлення про навколишній світ, певні сфери (наприклад, судоустрій, галузь права тощо);
- ▶ діяльнісний принцип: учасники(-ці) самостійно здобувають знання, а не отримують їх у готовому вигляді;
- ▶ принцип психологічного комфорту: організовується діалогічне спілкування, створюється доброзичлива атмосфера, орієнтована на реалізацію основних ідей педагогіки співробітництва.

Вбачається, що суди можуть застосовувати квести з метою:

- ▶ інтерактивного ознайомлення із судом та його роботою;
- ▶ вивчення судоустрою України чи окремих галузей права.



«Проведена квест-гра сподобалася не лише студентам, але і працівникам суду. Було цікаво та весело, азарт і бажання перемогти супроводжували учасників(-ць) на усіх етапах гри. Такий захід було проведено вперше в суді, а щира цікавість, активність та уважність юного покоління під час спілкування в незвичній атмосфері засвідчила, що мету заходу було досягнуто», — Сидоренко Наталія, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків з ЗМІ (прессекретарка) про квест «Захисти свої права у суді», що відбувся у Зарічному районному суді м. Суми

⁷⁹ Сокол І.М. Класифікація квестів [Електронний ресурс] // Молодий вчений. — 2014. — № 6(09). — С. 138–140. — URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/6/89.pdf>

ПРАВОВИЙ КВЕСТ «ФЕМІДА»⁸⁰



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Херсонський окружний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Осадчук Наталя, помічниця голови суду (відповідальна особа за зв'язки з громадськістю та ЗМІ)



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ підвищити рівень правової культури населення завдяки зростанню правосвідомості суспільства в питаннях адміністративного судочинства;
- ▶ сприяти підготовці кваліфікованих кадрів із метою формування майбутнього високопрофесійного персоналу (у разі залучення студентів ЗВО);
- ▶ допомогти школярам та студентам у здобутті якісної, ґрунтовної та конкурентоспроможної правової освіти, підвищити рівень їхньої професійної підготовки в галузі адміністративного права.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться у приміщенні суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

учні та учениці 6–10 класів (30 осіб) або студентство.



ТРИВАЛІСТЬ:

60–120 хв



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: спеціалісти(-ки), що перебуватимуть на відповідних локаціях.

Технічні: реквізит, канцтовари, відзнаки переможцям та учасникам(-цям).



ПІДГОТОВКА:

- ▶ визначити відповідальних за організацію та підготовку квесту осіб, проінструктувати залучених людей;
- ▶ заздалегідь домовитися із закладом освіти;
- ▶ підготувати завдання для локацій, карти маршрутів.

⁸⁰ Аналогічну активність також проводять:

- Господарський суд Одеської області: <https://od.arbitr.gov.ua/sud5017/pres-centr/news/806434/>
- Червоноградський міський суд Львівської області: <https://cgm.lv.court.gov.ua/sud1327/pres-centr/news/469141/>
- Запінний районний суд м. Суми: <https://zr.su.court.gov.ua/sud1805/pres-centr/gromada/qvest>



ПРОВЕДЕННЯ

Команди, що беруть участь у грі, стартують з одного пункту, де отримують завдання чи підказки про напрямок свого руху. Отримуючи підказки, вони прямують до свого місця призначення, виконуючи завдання. Перемагає та команда, яка найякісніше виконає завдання і якнайшвидше прибуде до місця призначення. Підказки, які команди одержували за виконання поставлених завдань, покликані допомогти у перекладі латинського вислову *Judex est lex loquens*⁸¹ за допомогою слів у Кодексі адміністративного судочинства України.

Перелік локацій квесту:

- ▶ хол;
- ▶ канцелярія суду;
- ▶ архів суду;
- ▶ приймальня голови суду;
- ▶ приймальня заступника голови суду;
- ▶ зал судових засідань.

На кожній локації школярі(-ки) переглядають фільм щодо роботи суду (про судові засідання, про мантію, про суддів) та знайомляться з суддями і працівниками апарату суду.

Після привітання організатор оголошує правила:

1. На кожному пункті команда отримує конверт із підказкою до наступного пункту та з ключем до розгадки ключового слова.
2. Кожна команда рухається за індивідуальним маршрутом та чітко слідує підказкам.
3. Записи у маршрутні листи роблять лише працівники апарату суду, що перебувають у пунктах.
4. Пересуватися варто тихо і без галасу, адже можуть відбуватися судові засідання.
5. Команда покладається лише на власні сили, не користуючись чужими підказками.

Після проведення квесту відзначають переможців, підбивають підсумки квесту, отримують зворотній зв'язок від учасників(-ць).

Приклади завдань

- ▶ **Хол.** Команда має назвати термін, що відповідає визначенню. Перша буква у терміні відповідає першій букві назви пункту. Усі команди отримують різні перші пункти. Наприклад, основний закон держави (Конституція – перша літера К, отже, пункт – канцелярія); суд, до компетенції якого належать розгляд і вирішення адміністративних справ (адміністративний суд – перша літера А, отже, пункт – архів); система загальнообов'язкових правил поведінки, що встановлює і охороняє держава (право – перша літера П, отже, пункт – приймальня голови).

⁸¹ Суддя – це закон, що говорить.

- **Канцелярія.** Учасники(-ці) отримують ребус, який потрібно розгадати. Якщо ребус розгаданий, то надається конверт, у якому зазначений пункт наступної підказки та ключ № 1. Приклади слів для ребусів: «кодекс», «право», «закон», «влада», «Конституція», «адвокат», «штраф», «держава», «громадянин», «злочин».



(Відповідь: право)

- **Зал судових засідань.** Команда отримує шифрувальну таблицю та шифр статті з Конвенції про права дитини «Кожна дитина має право на життя». Якщо шифр розгаданий, то надається конверт з пунктом наступної підказки та ключ № 2.

1	2	3	4	5	6	7
Аа	Бб	Вв	Гг	Ґґ	Дд	Ее
8	9	10	11	12	13	14
Єє	Жж	Зз	Ии	Іі	Її	Йй
15	16	17	18	19	20	21
Кк	Лл	Мм	Нн	Оо	Пп	Рр
22	23	24	25	26	27	28
Сс	Тт	Уу	Фф	Хх	Цц	Чч
29	30	31	32	33		
Шш	Щщ	Ьь	Юю	Яя		

15, 19, 9, 18, 1 6, 11, 23, 11, 18, 1 17, 1, 8 20, 21, 1, 3, 19 18, 1 9, 11, 23, 23, 33

- **Архів.** Команда отримує свиток зав'язаний стрічкою для розгадування коду.

У ряд третій завітай,
Там полички розпізнай
Лиш тобі потрібна та,
Де лежить така строка – 4541 – 4557
Та лиш є один секрет –
В цій пов'язці ще є «сет»,
Ти ці цифри приплюсуй,
Між собою порахуй –
Сума їх число покаже,
Що відкриє скриньку нашу!

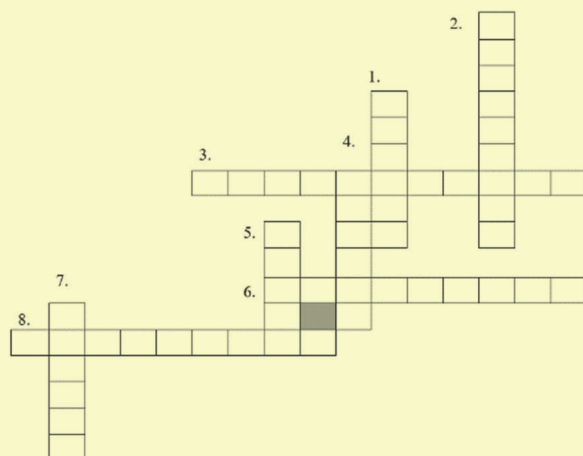
Номери, які залишились: 4558, 4559, 4560
У сумі цифр: $4+5+5+8+4+5+5+9+4+5+6+0 = 60$.
Тож правильна відповідь – 60.

► **приймальня голови суду.** Завдання команди у цьому пункті – пройти тестування і отримати наступну підказку.

Розв'яжіть тестові завдання, обираючи одну правильну відповідь у кожному завданні:

1. Основний документ громадянина:
 - а) паспорт;
 - б) водійське посвідчення;
 - в) аватарка в Instagram.
2. Назва суду, де проходить квест, не містить слова:
 - а) «адміністративний»;
 - б) «місцевий»;
 - в) «окружний».
3. Головний закон країни – це:
 - а) указ Президента;
 - б) Конституція;
 - в) Конвенція.
4. Особи, які не досягли 18-літнього віку, вважаються:
 - а) неповнолітні;
 - б) малолітні;
 - в) неправовадатні.
5. Захисник у суді – це:
 - а) опонент;
 - б) нотаріус;
 - в) адвокат.
6. Цей документ може бути цивільним, адміністративним, кримінальним:
 - а) збірник;
 - б) зошит;
 - в) кодекс.
7. На міжнародному рівні основні права дитини визначає:
 - а) Конвенція;
 - б) свідоцтво про народження;
 - в) Закон.
8. Оберіть варіант, у якому вказано право:
 - а) дотримуватись законів;
 - б) вести сторінку у Facebook;
 - в) сплачувати податки.
9. Оберіть варіант, у якому вказано обов'язок:
 - а) писати вірші;
 - б) захищати Батьківщину;
 - в) подорожувати.

- **«Приймальня заступника голови суду».** Команда має розгадати кросворд і у виділених клітинках прочитати слово.



По вертикалі:

1. Правила поведінки в суспільстві, які регулюють взаємини між людьми. (*мораль*)
2. Час на відпочинок, що надається працівникові на встановлений законом строк. (*відпустка*)
4. Грошова одиниця України. (*гривня*)
5. Офіційний письмовий документ, який ухвалює держава, що містить норми права, та який є обов'язковим для всіх. (*закон*)
7. Один з державних символів України. (*прапор*)

По горизонталі:

4. Навмисні дії, що грубо порушують громадський порядок і виявляють неповагу до суспільства. (*хуліганство*)
5. Документ, ухвалений ООН для захисту прав дітей. (*конвенція*)
10. Глава держави. (*президент*)

- **Фінальне завдання.** Після того, як у команди зібрали 5 підказок, вони повертаються на початкові локацію – хол, де на них чекає організатор. Команді з п'ятьма підказками надається кодекс адміністративного судочинства та аркуш з латинським висловом *Judex est lex loquens* та місцем для розв'язання ребусу. Їх завдання: «Переклади вислів латинською, розташувавши попередні підказки за хронологією та знайшовши у Кодексі адміністративного судочинства України ключові слова».

Приклади конвертів з підказками:

- «Завдання тобі вдалось, тож далі шукай на карті місце, де проходять судові засідання... Підказка № 1: частина 1 статті 169 слово 1»;
- «Вітаю! Ви проходите далі... Підказка там, де зберігаються судові справи... Підказка № 2: частина 4 статті 3 слово 1»;
- «Ви робите успіхи! Йди на другий поверх, шукай приймальню заступника голови суду... Підказка № 3: частина 4 статті 7 слово 5»;
- «Невже ви вже тут... Наступна підказка у очільника суду... Підказка № 4: частина 1 статті 11 слово 3»;
- «Цей відділ реєструє всі документи... Цікаво, ви здогадалися? Підказка № 5: абзац 2 частини 4 статті 212 слово 7».



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Рефлексія щодо процесу проведення та результатів заходу. Дайте собі відповіді на запитання: 1) що вдалося?; 2) що не вдалося?; 3) що можна зробити краще?
2. Оприлюднення інформації про захід на сайті суду та в соціальних мережах.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- ▶ створити позитивний імідж суду завдяки налагодженим зв'язкам із громадою;
- ▶ підвищити рівень правової культури учасників(-ць) активності;
- ▶ ознайомити учасників(-ць) із організацією роботи суду.

КВЕСТ



ГРА, ЩО ПЕРЕДБАЧАЄ
ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ
У МЕЖАХ СЮЖЕТУ

КОЖНЕ ЗАВДАННЯ —
КЛЮЧ ДО НАСТУПНОГО

КІНЦЕВА МЕТА
ОЗВУЧУЄТЬСЯ
НА ПОЧАТКУ

ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА

ГРУПОВІ ІНДИВІДУАЛЬНІ



ФАСИЛІТАТОР/-КА

→ СПОСТЕРІГАЄ ЗА ПРОЦЕСОМ
→ ЗА ПОТРЕБИ НАДАЄ
ІНСТРУКЦІЇ АБО ПІДКАЗКИ



ПРИНЦИПИ

- УЧАСНИКИ /-ЦІ САМОСТІЙНО
ЗДОБУВАЮТЬ ЗНАННЯ, А НЕ ОТРИМУЮТЬ
ЇХ В ГОТОВОМУ ВИГЛЯДІ
- ДОБРОЗИЧЛИВА АТМОСФЕРА ТА ДІАЛОГ
- ПРИНЦИП ЦІЛІСНОСТІ: ФОРМУЄТЬСЯ СИСТЕМНЕ
УЯВЛЕННЯ ПРО ТЕМУ

Конкурс

Проведення конкурсів є поширеною практикою, а тому дуже різноманітною. Залежно від задуму організаторів конкурси можуть мати різну мету та відбуватися у різних формах.

Наприклад, тема судової журналістики надзвичайно актуальна як для судів, так і для громадського сектору, тому пропонуємо розглянути конкурс журналістських робіт «Суд людською мовою»⁸², який щорічно проводить ГО «Вектор прав людини» разом із партнерами. Конкурс проводиться серед журналістів(-ок), блогерів(-ок), студентів(-ок), які навчаються за спеціальністю «Журналістика», матеріали яких розміщені у міжнародних, всеукраїнських, регіональних та місцевих ЗМІ всіх типів (теле- та радіокомпанії, друковані та онлайн-медіа) та форм власності (державної, комунальної, приватної).

Цілі конкурсу:

- підвищити поінформованість та обізнаність населення України щодо судоустрою, реалізації судової реформи, суспільно важливих судових справ;
- збільшити зацікавленість та поглибити довіру населення до судової влади;
- сприяти утвердженню принципів верховенства права, прав людини й демократії, громадського контролю та відповідальності;
- сприяти розвитку судової журналістики в Україні.

Організація та проведення конкурсу журналістських робіт «Суд людською мовою» детально розписані у відповідному положенні⁸³, а також у офіційних інформаційних повідомленнях про конкурс.

Аналізуючи досвід проведення різноманітних конкурсів, можна виокремити такі етапи організації та проведення цієї активності:

- визначення мети та цілей конкурсу;
- визначення тематики конкурсу;
- формування організаційного комітету;
- залучення партнерів;
- розробка та ухвалення положення, що регулює проведення конкурсу, або ж інша фіксація ключових питань, що забезпечують прозорість проведення конкурсу;
- формування журі та визначення критеріїв оцінки робіт;
- публічне анонсування конкурсу;
- прийом робіт та їх перевірка на відповідність;

⁸² Ознайомитись із роботами, що взяли участь у Конкурсі журналістських робіт «Суд людською мовою» в 2019 році можна за посиланням: <http://hrvector.org/jourcomp-hrv-mf-final.pdf>

⁸³ Ознайомитися із Положенням про конкурс журналістських робіт «Суд людською мовою» можна за посиланням: <https://bit.ly/2Cl0rlq>

- оцінка робіт журі;
- церемонія нагородження переможців(-ць) та відзначення учасників(-ць);
- оприлюднення робіт учасників(-ць) конкурсу.

Варто зазначити, що особливості організації та проведення суттєво різняться залежно від задуму організаторів. Якщо за мету конкурсу ставиться підвищення рівня знань, то варто поєднати його з іншими освітніми активностями, наприклад, серія вебінарів, лекцій, екскурсій тощо.

У межах конкурсів, у яких створюються певні роботи, зокрема з візуальним контентом, можна створити виставку. У такий спосіб можна привернути більше уваги як до самого конкурсу, так і до проблем, на розв'язання яких він може бути спрямований. Виставка може бути також одним з форматів медіазаходу, тож проаналізуємо цей вид заходів детальніше.

Формат виставки, її складові та учасники й учасниці – все це залежить від цілей заходу та фантазії організаторів. Наприклад, це можуть бути друковані стенди з інформацією про статистику тортур в Україні, а можуть бути предмети, які використовуються для цих незаконних дій та люди, які зазнали порушень і розповідають про застосування експонатів із власного досвіду. Погодьтеся, ефект від виставок буде дуже різний.

Виставка може бути самостійним заходом, а може бути частиною певної програми, наприклад освітньої. В межах самої виставки можна організувати окрему подію, спрямовану на залучення ЗМІ, найчастіше – це відкриття або закриття виставки. Навіть якщо виставка триває один день, то протягом цього дня можуть відбуватись різні події, зокрема пресконференція.

Цікаві візуальні й змістові рішення будуть приваблювати відвідати виставку й журналістів(-ок). Для медіа важливо продемонструвати цікавий сюжет, адже сучасний світ вимагає динаміки у кадрі або ж тексті, тож для успішного висвітлення події у медіа варто забезпечити інформаційний привід. В уже наведеному прикладі журналісти(-ки) могли б зняти відео з різними експонатами та взяти інтерв'ю у жертв тортур. У випадку з дуже популярним серед судів конкурсом дитячих малюнків про суд та виставкою за його результатами, журналісти(-ки) можуть зняти відео з малюнками дітей, а також можна запросити самих конкурсантів(-ок) поспілкуватись з медіа. Гарною ідеєю є запрошення журналістів у час, коли виставка наповнена відвідувачами(-ками), щоб медіа могли продемонструвати популярність заходу та взяти коментарі.

Важливою є локація виставки. Її вибір також залежить від мети та цільової аудиторії заходу. Якщо організатори виставки бажають якомога більше залучити до ознайомлення з нею громаду того чи того населеного пункту, виставки організовують на вулиці або в популярних публічних приміщеннях, що в пішій доступності від транспорту або центральних вулиць. Якщо важливо привернути увагу до приміщення, у якому відбувається виставка, або з цим приміщенням пов'язаний певний образ, що підсилює ефект виставки, то вибір очевидний. Важливо продумати доступ до будівлі та безпосередньо до самої виставки, щоб відвідувачі легко могли знайти виставку та потрапити на неї, а не полишити цю ідею, марно блукаючи коридорами чи наштотувуючись на перешкоди. Варто розмістити вказівники, знайти інклюзивне приміщення (облаштоване для вільного пересування на візках, милицями тощо) або ж облаштувати його, якщо є складнощі для вільного пересування. Усю важливу інформацію про місце та умови проведення виставки варто обов'язково зазначити в оголошеннях і запрошеннях.

Над виставкою варто працювати командою. Коли виставка є подією із визначеною програмою, а не статичною (постійною), варто забезпечити додатковий супровід для відвідувачів(-ок) та медіа. Призначена особа з команди організаторів має пояснити людям про що виставка, її мету тощо. Варто мати й друковану інформацію. Вона знадобиться й для медіа, проте не варто забувати про класичний пресреліз. Ви маєте визначитись хто спілкується з медіа, надає коментарі від організаторів.

Обов'язково супроводжуйте виставку інформаційно й власними силами на інформаційних майданчиках суду (наприклад, на сайті або в соціальних мережах). Можна послуговуватися різноманітними інструментами – фото, короткі відеогляди, інтерв'ю для стрічки новин, сторіз тощо. Поміркуйте, як ці матеріали вам можуть стати у нагоді в майбутньому. Можливо, фото дитячих малюнків згодом можна буде використовувати як заставки для інших онлайн-заходів, підготувати відео до Дня працівників суду або використати фото для підготовки просвітницьких матеріалів презентацій для майбутніх днів відкритих дверей. Тож скористайтесь цією можливістю та підготуйте архів матеріалів на майбутнє.

Проінформуйте медіа та громадськість про результати виставки, можливо, зазначте кількість відвідувачів, цікаві відгуки, події під час неї. Це допоможе налагодити зворотній зв'язок, заохотить до наступних заходів, може стати додатковим інформаційним приводом.

КОНКУРС ТВОРІВ «ПРОФЕСІЯ СУДДІ ОЧИМА УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ: МАЙБУТНЄ»⁸⁴



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Сокальський районний суд Львівської області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Фарина Лідія, суддя



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- сформувати уявлення школярів(-ок) про роботу суду;
- підвищити рівень авторитету суду.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться у приміщенні суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

учні та учениці старших класів.



ТРИВАЛІСТЬ:

I етап – сім днів; II етап – 120–150 хв.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: працівники суду (судді), які проводять екскурсію, розміщують інформацію на сайті, спілкуються з представниками відділу освіти, знайомляться та оцінюють твори, вручають відзнаки та призи; преса для забезпечення огляду події у ЗМІ.

Локація: на I етапі – приміщення класів у школах, де учні пишуть роботи; на II етапі – приміщення фойє суду для проведення урочистої частини заходу та оголошення переможців.

Фінансові: для призів та грамот.



ПІДГОТОВКА:

1. Попередньо проводиться зустріч із представниками(-цями) відділу освіти з метою розміщення інформації про конкурс на тему «Професія судді очима української молоді: майбутнє».
2. Також інформація розміщується в соціальних мережах та на сайті суду.
3. Визначається склад конкурсної комісії.
4. Визначаються процедура та критерії оцінювання конкурсних робіт.
5. Готуються призи та грамоти.

⁸⁴ Більше про захід можна дізнатись за посиланням:
<https://golosznadbugu.com/lysty/profesiya-suddi-ochyma-shkolyariv.html>



ПРОВЕДЕННЯ

I етап – Керівництво шкіл на місцях серед вчителів(-ок) права поширює інформацію про проведення конкурсу серед учнів та учениць старших класів. Школярі(-ки) пишуть твори на задану тематику. Працівники(-ці) та судді суду знайомляться з творами та оцінюють їх відповідно до критеріїв (за десятибальною шкалою).

II етап – До приміщення суду запрошуються учні(-ці) та вчителі(-ки), регіональні ЗМІ:

а) Зустріч школярів(-ок) у приміщенні суду.

Відвідувачів(-ок) зустрічають працівники(-ці) суду – керівник(-ця) апарату, прессекретар(-ка) та ін.

б) Проводиться оглядова екскурсія у залі суду, архіві, канцелярії, кабінетах суддів. Присутні знайомляться із працівниками(-цями) суду та дізнаються про апарат суду.

в) Знайомство учнів та учениць із головою суду та суддями. Вітальне слово голови суду.

г) Судді вручають призи за I, II, III місце. Стисло пояснюють чому саме цей твір здобув призове місце, діляться досвідом своєї роботи, відповідають на запитання.

г) Працівники(-ці) суду вручають грамоти іншим учасникам(-цям) у номінаціях «Креативність», «Творчість», «Справедливість», «Професійність», «Оригінальність» тощо. Жоден(-на) учасник(-ця) заходу не може залишитись поза увагою, тому всіх учнів й учениць варто нагородити.

В урочистій частині вручення нагород відбувається фотосесія.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Після проведення конкурсу, готується стаття для ЗМІ з короткими тезами з найкращих творів, яка згодом публікується в районній газеті, на інформаційних ресурсах суду, шкіл та ЗМІ.

2. Моніторинг уподобань і відгуків у соціальних мережах про захід. Оцінка впливу заходу на учнів та вчителів.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

1) кількісні показники:

► покращити обізнаність про діяльність судової системи;

2) якісні показники:

► поліпшити комунікацію з молоддю;

► збільшити кількість охочих працювати юристами;

► сприяти підвищенню рівня довіри громадян до суду через його відкритість та діалог із громадою;

► збільшити кількість підписників у соціальних мережах та відвідувачів(-ок) сайту суду.

КОНКУРС ДЛЯ ДІТЕЙ «ТВОРЧА ФЕМІДА»⁸⁵



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Гребінківський районний суд Полтавської області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Оксана Андрієчко, пресекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

1) кількісні показники:

- ▶ збільшити кількість заявок на відвідування різноманітних заходів суду;
- ▶ збільшити кількість дописувачів у соцмережах та відвідувачів сайту;
- ▶ створити виставкову зону з дитячими роботами;

2) якісні показники:

- ▶ сформувати позитивний іміджу суду;
- ▶ поширити інформацію про роботу судової гілки влади, зокрема про символи судової влади;
- ▶ збільшити інтерес до відвідування суду з пізнавальною метою;
- ▶ поглибити довіру до роботи суду;
- ▶ створити позитивну атмосферу в приміщенні суду.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ

Поєднання онлайн та офлайн форматів, адже голосування проводиться як на сторінках суду в соцмережах, сайті суду, так і в самій установі. До того ж, відбувається зустріч із конкурсантами(-ками) у приміщенні суду.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

- ▶ вихованці дошкільних закладів освіти;
- ▶ учні(-иці);
- ▶ вихованці позашкільних гуртків та секцій;
- ▶ відвідувачі суду;
- ▶ користувачі(-ки) інформаційних ресурсів суду (сайт суду, сторінки у соціальних мережах);
- ▶ ЗМІ;
- ▶ представники(-ці) закладів освіти;
- ▶ батьки дітей дошкільного та шкільного віку.

⁸⁵ Для участі у Марафоні для представників(-ць) комунікаційних команд судів «Суд взаємодіє!» надіслано опис чотирьох ініціатив про конкурси дитячих малюнків, що проведені Гребінківським районним судом Полтавської області, Броварським міськрайонним судом Київської області, Вінницьким міським судом Вінницької області, Жидачівським районним судом Львівської області та відповідно описані пресекретаркою Оксаною Андрієчко; начальницею відділу забезпечення звернення судових рішень до виконання та архівної роботи Тетяною Кубрак; прес секретаркою Каріною Тарасовою; консультанткою суду Світланою Прокопів. Кожний конкурс був цікавим та важливим досвідом для їх учасників(-ць), якими стали переважно дошкільнята та школярі.

**ТРИВАЛІСТЬ**

Період прийому робіт — два тижні. Строк для голосування після публікації робіт — три дні. Тривалість заходу офлайн із конкурсантами(-ками) для вручення нагород — 30–40 хв.

**НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ**

Людські: спеціалісти(-ки), що готуватимуть матеріал (забезпечені працівниками(-цями) суду.

Технічні: для проведення заходу також забезпечили окрему зону для демонстрації виставкових робіт, столи, скатертину, скриньку (1 шт.) та номерки для голосування.

Фінансові: усім замовили медаль «За участь — Творча Феміда», а також подяки, шоколадки. Переможцям разом із медалями вручали грамоти і призи. Вартість залежить від кількості отриманих робіт та призів.

**ПІДГОТОВКА**

1. Обрати дати проведення активностей у межах конкурсу. Захід доречно проводити перед професійними святами.
2. Підготувати правила конкурсу, визначити кількість переможців та спеціальні номінації. Наприклад, досвід засвідчив, що номінація «Приз глядацьких симпатій» сприяє збільшенню кількості підписників(-ць) та активному голосуванню в соцмережах.
3. На сторінках суду у соцмережах та на сайті суду опублікувати новини про оголошення конкурсу та детальні умови його проведення⁸⁶.
4. Поширити анонс з умовами конкурсу серед шкіл та позашкільних закладів освіти. Базу контактів можна сформувати, проаналізувавши сайти місцевих закладів освіти. Листи бажано надсилати на ім'я керівників закладів освіти.

**ПРОВЕДЕННЯ**

1. Збір робіт відбувається у приміщенні суду у визначений день. Їх приносять керівники закладів освіти або діти з батьками.
2. Організовується виставка робіт без зазначення авторів(-ок), а лише з присвоєними порядковими номерами, що дає можливість провести незалежне голосування.
3. Всі роботи фотографуються та публікуються на сайті суду та сторінках у соціальних мережах з відповідними номерами.
4. Проводиться голосування за роботи. Охочі можуть проголосувати у приміщенні суду, кинувши відповідний номерок у скриньку для голосування, що встановлена в місці проведення виставки, або ж у соціальних мережах. Голосування триває три дні.
5. Результати голосування публікуються на інформаційних платформах суду⁸⁷.
6. Проведення церемонії нагородження переможців(-ць) та відзначення учасників(-ць) конкурсу медалями, подяками, грамотами та призами. Захід відбувається у приміщенні суду 30–40 хв та супроводжується фотосесією.

⁸⁶ Приклад анонсу конкурсу: <https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/838444/>

⁸⁷ Приклад повідомлення про результати Конкурсу: <https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/855590/>



ЗАВЕРШЕННЯ

Проведення моніторингу відгуків у ЗМІ⁸⁸ та надходження у подальшому запитів на проведення заходів та екскурсій у суді, аналіз рівня зацікавленості відвідувачів виставкою, а також аналіз їхніх відгуків.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

1) кількісні показники:

- ▶ збільшити кількість заявок на відвідування різноманітних заходів суду;
- ▶ збільшити кількість дописувачів у соцмережах та відвідувачів сайту;
- ▶ створити виставкову зону з дитячими роботами;

2) якісні показники:

- ▶ підвищити інтерес до відвідування суду з пізнавальною метою;
- ▶ підвищити довіру до роботи суду;
- ▶ поширити елементарні знання про роботу судової гілки влади, створити позитивну атмосферу в приміщенні суду.



«У суді на пам'ять залишаються дитячі витвори мистецтва, які можна використовувати як унаочнення на заходах та прикрасу приміщення суду, залів судових засідань, проведення виставок, а відповідно, частково зменшити рівень напруги відвідувачів суду. Оскільки дитячі роботи створюють атмосферу позитиву, затишку, привертають увагу, відволікаючи від хвилювання, яке притаманне кожному учаснику судового процесу. Діти знайомляться з символами судової влади, з роботою суду, а найголовніше — у них залишається емоційний досвід, що суд — це не страшно, адже в ньому працюють звичайні люди і він завжди на боці справедливості», — **Оксана Андрієчко, пресекретарка Гребінківського районного суду Полтавської області.**

⁸⁸ Приклад новини про конкурс у ЗМІ: http://www.grebenka.com/stuff/privitannja_pozdorovlennja_listivki_replika/pozdorovlennja_ta_podjaka/nagorodzhennja_peremozhciv_konkursu_tvorchak_femida/8-1-0-1329

МІСЬКИЙ КОНКУРС ДИТЯЧОГО МАЛЮНКУ «СУД МАЙБУТНЬОГО У МОЄМУ МІСТІ»⁸⁹



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Вінницький міський суд Вінницької області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Каріна Тарасова, прессекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- формувати правову свідомість та підвищувати правову культуру дітей;
- створити додаткові умови для розвитку творчого потенціалу дітей міста;
- популяризувати серед громади міста цінності, як-от справедливість, повага до Закону та Права, а також судовий захист через дитячу творчість.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ

Поєднання онлайн та офлайн форматів, адже голосування проводиться як на сторінках суду у соцмережах, так і в самій установі. У приміщенні суду відбувається виставка робіт та зустріч із конкурсантами(-ками).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

учні 4-х кл. загальноосвітніх шкіл міста.



ТРИВАЛІСТЬ

Реалізація даної арт-ініціативи займає досить значний проміжок часу. Найкращий період для початку підготовки – липень-серпень, аби встигнути організувати урочисте нагородження учнів та приурочити захід до Дня працівника суду. Тривалість заходу офлайн із конкурсантами(-ками) для вручення нагород становить орієнтовно 2 год.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: спеціалісти(-ки), що готуватимуть матеріал, – орієнтовно 30 осіб.

Технічні: технічне обладнання (ноутбуки, комп'ютери, сканери (А3 формату)).

Фінансові: досить значна сума коштів на подарунки дітям, канцелярське забезпечення членів комісії з оцінювання робіт, підготовка малюнків для виставки.

⁸⁹ Приклади публікацій Вінницького міського суду Вінницької області про Міський конкурс дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті»:

<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/560213/>
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/615972/>
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/639640/>
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/616056/>
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/615922/>
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/598166/>
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/597936/>
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/727866/>

Приклад публікації у ЗМІ за результатами конкурсу:

<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/641075/>



ПІДГОТОВКА

1. Визначити відповідальних осіб за організацію заходу.
2. Визначити цільову аудиторію заходу (ініціатива розрахована на конкретну цільову аудиторію – учнів 4 класів загальноосвітніх шкіл міста).
3. Підготувати проекти програми, умов проведення та положення міського конкурсу дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті».
4. Домовитись із департаментом освіти міста щодо проведення даного заходу. Зокрема, варто обговорити можливість презентації даної ініціативи (в межах порядку денного) під час їхньої робочої наради з директорами загальноосвітніх шкіл міста, де розв'язати проблемні питання, врахувати зауваження та пропозиції працівників освіти щодо програми та положення заходу.
5. Внести корективи до програми та положення міського конкурсу дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті».
6. Звернутися до департаменту освіти міста з проханням надати контакти (електронні адреси) усіх загальноосвітніх шкіл міста.
7. Розіслати на електронні адреси закладам освіти (потенційним учасникам ініціативи) умови проведення, програму та положення конкурсу дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті».
8. Створити окрему рубрику на сайті суду під назвою «Конкурс дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті», де оприлюднити умови та положення міського конкурсу дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті»;
9. Створити гугл-форму для реєстрації учасників конкурсу, в якій зазначити дедлайн. (Приклад гугл-форми: <https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/mindchilds/559491/>) (рис. 10).

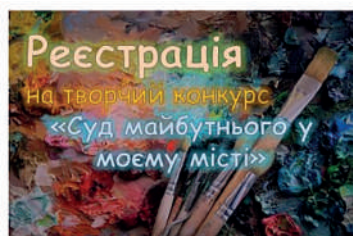


Рисунок 10. Приклад реєстраційної форми

10. Підготувати список шкіл-учасниць конкурсу відповідно до підсумків реєстрації.
11. За тиждень до закінчення дати прийому конкурсних робіт варто оприлюднити на сайті суду й соціальній мережі Facebook інформацію-нагадування про завершення конкурсу, зателефонувати до відповідальних осіб зі шкіл, які вказали свої контакти під час реєстрації на конкурс, й звернути їхню увагу на кінцевий термін прийняття конкурсних робіт від учнів й учениць загальноосвітніх шкіл.
12. Опрацювати представлені для оцінювання малюнки дітей, зокрема, підготувати список учасників конкурсу (ПІБ учасника, школа у якій навчається дитина, назва роботи, номер); замість ПІБ дітей та назви школи-учасника ініціативи, присвоїти кожній роботі унікальний номер для чесного та незалежного оцінювання; відсканувати малюнки для оцінювання онлайн.
13. Створити комісію з оцінювання творчих робіт у межах конкурсу «Суд майбутнього у моєму місті» у складі керівництва суду, представника(-ці) від Департаментів освіти та культури міста, місцевих художників і художниць, викладачів і викладачок мистецьких дисциплін (образотворчого мистецтва).
14. Підготувати онлайн-платформи на сайті суду та соціальній мережі Facebook для інтернет-голосування за найкращі дитячі роботи в номінації «Приз глядацьких симпатій» у межах конкурсу «Суд майбутнього у моєму місті».
15. Організувати оцінювання малюнків дітей експертною комісією. Варто завчасно повідомити всіх членів комісії про час, дату й місце зустрічі, забезпечити належні умови для оцінювання робіт: місце для розміщення усіх малюнків, технічну можливість виведення на екран відсканованих робіт, належне канцелярське забезпечення для нотаток та заповнення відомостей членами комісії.
16. Підбити підсумки результатів інтернет-голосування та визначити найкращі дитячі роботи в номінації «Приз глядацьких симпатій» у межах конкурсу «Суд майбутнього у моєму місті» (I, II та III місце).
17. Узагальнити відомості та визначити переможців міського конкурсу дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті» (I, II та III місце).
18. Розробити сертифікати за участь у конкурсі та дипломи за перемогу.
19. Підготувати подарунки для переможців конкурсу та символічні заохочувальні призи для усіх учасників(-ць) арт-ініціативи.
20. Узгодити дату, час та місце проведення урочистої наради, щоб нагородити дітей-учасників конкурсу.
21. Скласти сценарій проведення заходу.
22. Оприлюднити на усіх доступних суду каналах комунікації анонс події.
23. Пресреліз про подію розіслати представникам ЗМІ на їхні електронні адреси.
24. Підготувати виставки малюнків «Суд майбутнього у моєму місті» у приміщенні суду, аби діти-учасники арт-заходу, їхні батьки, вчителі та ін. мали змогу побачити роботи вже в той час, коли прийдуть на урочистості.

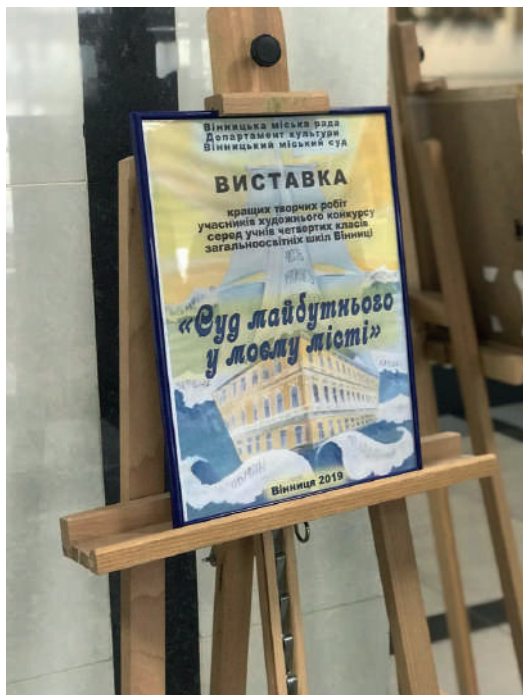


Фото. Оформлення виставки робіт конкурсу дитячого малюнку «Суд майбутнього у моєму місті», що провів Вінницький міський суд Вінницької області



ПРОВЕДЕННЯ

1. На початку заходу або до його початку працівники(-ці) суду надають коментарі журналістам, адже найчастіше ЗМІ не мають змоги чекати завершення заходу.
2. Розміщення учасників конкурсу, гостей, журналістів у залі.
3. Вступне слово голови суду та організаторів заходу.
4. Заохочення учасників заходу.
5. Нагородження переможців заходу.
6. Фотосесія.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Надсилання постселізу у ЗМІ за допомогою імейл-розсилки.
2. Підготовка та оприлюднення репортажу за результатами проведення заходу на сайті суду та сторінках у соціальних мережах.
3. Моніторинг публікацій за результатами конкурсу та церемонії нагородження у ЗМІ.
4. Організація виставки кращих робіт конкурсантів(-ок) у приміщеннях міської ради та/або мистецьких майданчиках міста.
5. Проведення екскурсії будинком Правосуддя для дітей 4 класу школи-переможниці арт-ініціативи.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- привернути увагу школярів до діяльності судів та судової влади;
- створити підґрунтя для подальшого підвищення правової культури школярів(-ок);
- привернути увагу медіа до роботи та право-просвітницької діяльності суду.

КОНКУРС



ЕТАПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ



ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ВИСТАВКИ ВАЖЛИВІ



ЛОКАЦІЯ

ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ЯКОМОГО БІЛЬШОЇ КІЛЬКОСТІ ЛЮДЕЙ

НА ВУЛИЦІ АБО В ПОПУЛЯРНИХ ГРОМАДСЬКИХ ПРИМІЩЕННЯХ



СУПРОВІД

КОНКРЕТНА ЛЮДИНА З КОМАНДИ МАЄ ПОЯСНИТИ ПРО ЩО ВИСТАВКА, ЇЇ МЕТУ, ІСТОРІЮ СТВОРЕННЯ

МЕДІА

ПІДГОТУВАТИ ПРЕСРЕЛІЗ ТА ІНФОРМУВАТИ МЕДІА Й ГРОМАДСЬКІСТЬ

Модельне судове засідання

Модельне судове засідання (від англ. — moot court) — це освітня технологія, в якій студенти(-ки) представляють перед суддями позицію щодо спору про право, граючи проти представників(-ць) протилежної сторони, — також команди студентів(-ок). Для цього вони заздалегідь готують свої позиції, зазвичай за обидві сторони (за позивача і за відповідача). Починаючи з середини ХХ ст., конкурси модельних судових засідань є важливою частиною юридичної освіти в усьому світі.

В Україні заклади вищої освіти активно послуговуються відеозаписами судових трансляцій здійснених технічними засобами судів під час підготовки юристів(-ок). У квітні – травні 2019 року відбувся Всеукраїнський марафон навчально-методичних розробок викладання права «Судові трансляції: теорія через практику». Марафон було організовано ГО «Вектор прав людини» у співпраці з Міністерством освіти і науки України та Національною академією правових наук України за підтримки Програми USAID «Нове правосуддя». Проведення модельного судового засідання на основі судових трансляцій є поширеною практикою. Детально описані приклади проведення таких занять можна знайти у посібнику Назарія Боярського «Навчаємо через практику: досвід використання судових трансляцій у викладанні права»⁹⁰.

Зазвичай проводять судові засідання, які присвячені міжнародному праву (Міжнародний суд ООН, Міжнародний комерційний арбітраж, Європейський суд з прав людини тощо) чи національному. Для студентів(-ок) участь у модельному судовому засіданні дає змогу:

- ▶ поглибити знання у відповідній галузі права та щодо процесу;
- ▶ сформувати навичку застосування права до конкретної ситуації, розвивати професійні вміння, як-от робота в команді, ефективне юридичне дослідження, побудова аргументації, публічний виступ;
- ▶ встановити контакти в професійному середовищі з майбутніми колегами і потенційними роботодавцями;
- ▶ набути практику та взяти участь у міжнародних модельних судових засіданнях.

Підготовка до проведення модельного судового засідання має розпочинатись із таких ключових етапів:

- ▶ аналіз рівня знань та навичок студентів(-ок): вивчені дисципліни, ті, які наразі вивчаються та які будуть вивчатись;
- ▶ визначення потрібного рівня складності модельного судового засідання;
- ▶ чітке формулювання правил проведення;
- ▶ визначення достовірності моделювання, тобто наскільки засідання в ключових аспектах відповідатиме реальності, але водночас досить лаконічно та/чи спрощено, щоб акцентувати на значущих моментах;
- ▶ отримання зворотного зв'язку від викладачів(-ок) закладу освіти, для студентів(-ок) якого готується модельне судове засідання;
- ▶ підготовка навчально-методичних матеріалів для студентів(-ок).

⁹⁰ Навчаємо через практику: досвід використання судових трансляцій у викладанні права / Упорядник: Назарій Боярський — Харків, 2019: ФОП Панов А.М., 2019. — 130с.
Доступ: <http://hrvector.org/publikacziyi/19-07-14-admin>

Навчально-методичні матеріали можуть містити:

- ▶ тему заняття;
- ▶ навчальні цілі;
- ▶ склад учасників(-ць) із описом виконуваних ними ролей;
- ▶ завдання для кожного учасника(-ці) в межах моделювання;
- ▶ рекомендації щодо підготовки, зокрема перелік нормативних актів та довідкової літератури;
- ▶ фабулу справи.

Добираючи та описуючи фабулу справи, варто врахувати:

- ▶ рівень підготовленості групи, час, що відводиться для моделювання, обрану тему, цілі проведення заняття, вивчені раніше дисципліни;
- ▶ справа повинна допускати альтернативні підходи до вирішення правового спору, не має бути очевидно єдино правильного рішення;
- ▶ фабула має базуватися на актуальній правовій проблемі з будь-якої галузі права;
- ▶ фабула справи має бути розроблена у такий спосіб, аби була рівновага правових позицій обох сторін процесу, допускалися альтернативні підходи до вирішення правового спору (не має бути очевидно єдино правильного рішення). В протилежному випадку під час проведення імітації втратиться дух суперництва учасників процесу.

Найчастіше попереднім завданням до безпосереднього проведення модельного судового засідання є підготовка письмових робіт, які обґрунтовують правову позицію однієї зі сторін або обох сторін процесу та підготовка усних виступів у суді.

Модельне судове засідання має проводитися за заздалегідь відомими чіткими правилами. Залежно від рівня складності модельного судового засідання, правила можуть бути зобов'язальні або рекомендаційні, загальні (адресуватися усім учасникам(-цям) проведеної імітації) або індивідуальні (сформульовані у формі індивідуальних інструкцій кожному учаснику).

Відповідно до правил, відбувається модельне судове засідання. Оцінюють роботу адвокати(-ки), працівники(-ці) прокуратури, професійні судді й представники(-ці) юридичних фірм. Водночас оцінюються не тільки знання фактів справи, застосовного права, відповіді суддям і парирування аргументів протилежної сторони, а й форма виступу, зокрема стиль викладу і ораторські навички.

Однією з ключових стадій проведення модельного судового засідання як освітньої технології є коментування та обговорення виступів учасників(-ць). Тут варто не лише прокоментувати виступи, а й залучити до обговорення виступів всіх студентів(-ок), зокрема тих, хто не мав змоги виступити.

Важливо, щоб після закінчення модельного судового засідання відбулось обговорення його результатів. Завдання цього етапу — піднятися над колишніми уявленнями про проблему, сформулювати її нове розуміння і з позиції отриманих знань та вмінь оцінити процес. Саме тому важливо, щоб люди, які виконують роль суддів, активно фіксували основні пропозиції та висновки, посилюючи осмислення проведеного судового засідання. Також варто аналізувати кожен виступ окремо, акцентуючи увагу як на вдалих, так і на невдалих моментах виступу.

МОДЕЛЬНЕ СУДОВЕ ЗАСІДАННЯ, ПРОВЕДЕНЕ СУМСЬКИМ ОКРУЖНИМ АДМІНІСТРАТИВНИМ СУДОМ⁹¹



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Сумський окружний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Лемешенко Анна, помічниця голови суду, прессекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Допомогти студентам(-кам) юридичних факультетів закладів вищої освіти отримати практичний досвід майбутньої професії.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

студенти(-ки) закладів вищої освіти м. Суми (Сумського національного аграрного університету, Навчально-наукового інституту права Сумського державного університету, Сумської філії Харківського національного університету внутрішніх справ, а також Сумського фахового коледжу Сумського національного аграрного університету) та міста Львова (Львівського національного університету імені Івана Франка), 30 людей.



ТРИВАЛІСТЬ:

один день.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: одна-дві людини, які здійснюють організацію заходу, судді, які проводять навчальні судові засідання, спеціаліст(-ка) з інформаційних технологій або секретар судового засідання для забезпечення проведення судового засідання в режимі відеоконференції.

Технічні: зал, обладнаний для проведення засідання в режимі відеоконференції, зв'язку, незначна кількість канцтоварів.



ПІДГОТОВКА

1. Домовленість з закладами вищої освіти про захід.
2. Обговорення із суддями варіантів проведення навчальних судових засідань у вільний від судових процесів та відеоконференцій час, обговорення з відповідними суддями тем навчальних судових засідань.

⁹¹ Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <https://adm.su.court.gov.ua/sud1870/pres-centr/news/406902/>
Аналогічну активність також проводять:

- Господарський суд Одеської області: <https://od.arbitr.gov.ua/sud5017/pres-centr/news/904708/>
- Пирятинський районний суд Полтавської області: <https://pr.pl.court.gov.ua/sud1624/pres-centr/news/485480/>
- Червоноградський міський суд Львівської області: <https://cgm.lv.court.gov.ua/sud1327/pres-centr/news/855934/>
- Печерський районний суд міста Києва: <https://pc.ki.court.gov.ua/sud2606/pres-centr/news/861122/>

3. Розробка проєктів фабул та погодження їх з учасниками(-цями) заходу (для кожного закладу вищої освіти).
4. Фабули складені на основі реальних судових справ, які розглядалися в Сумському та Львівському окружних адміністративних судах, зокрема: порушення суб'єктом владних повноважень положень ЗУ «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту»; порушення суб'єктом владних повноважень положень ЗУ «Про звернення громадян»; порушення суб'єктом владних повноважень порядку проходження публічної служби; скасування рішення органу владних повноважень.
5. Затвердження фабул викладачами(-ками), визначити роль (завдання) учасників(-ць) справ.
6. Вивчення студентами(-ками) обставин справ, підготовка своїх позицій у справах, складання процесуальних документів у справах відповідно до обраних фабул, відвідування справжніх судових засідань, робота з викладачами(-ками), консультації з суддями та працівниками(-цями) апарату суду.



ПРОВЕДЕННЯ

1. Перевірка техніки, якості звуку для проведення відеоконференції з іншим судом (місто Львів).
2. Вступне слово голови суду, суддів, які будуть проводити навчальні судові засідання в режимі відео-конференції.
3. Слухання модельної справи здійснюється у залі судових засідань під головуванням чинного судді. Навчальне судове засідання відбувається в порядку, визначеному процесуальним законодавством. Студенти(-ки) представляють сторони процесу, відповідно до раніше отриманої інформації.
4. Учасники навчального процесу надають головуючому судді підготовлені документи.
5. Учасники навчального процесу усно обґрунтовують свою позицію у справі, а також надають суду докази.
6. Після завершення навчального засідання суддя пояснює студентам, яке рішення було б ухвалено під час вирішення справжньої справи.



ЗАВЕРШЕННЯ

За результатом проведених навчальних судових засідань судді, які проводили ці судові засідання, підбивають підсумки роботи, розповідають про обставини, на які слід звертати увагу для ухвалення рішення у справі, надають практичні поради щодо правильного оформлення документів у судовому процесі, відповідають на запитання студентів.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- ▶ підвищити рівень правової культури і освіти;
- ▶ поглибити розуміння студентами(-ками) змісту та стадій судового процесу;
- ▶ забезпечити отримання ними досвіду участі в судовому процесі,
- ▶ підвищити розуміння практичної сторони майбутньої професії в юридичній галузі;
- ▶ підвищити мотивацію студентів(-ок) до навчання;
- ▶ закріпити теоретичні знання практикою.

МОДЕЛЬНЕ СУДОВЕ ЗАСІДАННЯ



ПІДГОТОВКА

АНАЛІЗ РІВНЯ ЗНАНЬ ТА НАВИКІВ СТУДЕНТІВ/-ОК
↓
ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРІБНОГО РІВНЯ СКЛАДНОСТІ
↓
ФОРМУЛЮВАННЯ ПРАВИЛ ПРОВЕДЕННЯ
↓
ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК ВІД ВИКЛАДАЧІВ/-ОК
↓
ПІДГОТОВКА МАТЕРІАЛІВ



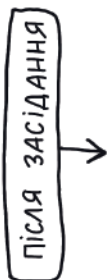
ВИБІР ТА ОПИС СПРАВИ

- ☒ АКТУАЛЬНА ПРАВОВА ПРОБЛЕМА
- ☒ ВІДПОВІДАЄ РІВНЮ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ/-ОК
- ☒ НЕ МАЄ ЄДИНО ПРАВИЛЬНОГО РІШЕННЯ, ДОПУСКАЄ АЛЬТЕРНАТИВНІ ПІДХОДИ
- ☒ РІВНОВАГА ПРАВОВИХ ПОЗИЦІЙ ОБОХ СТОРІН

ПІД ЧАС ЗАСІДАННЯ



ОЦІНКА



- ЗНАННЯ ФАКТІВ СПРАВИ, ЗАСТОСОВАНОГО ПРАВА
- АРГУМЕНТИ
- ФОРМА ВИСТУПУ, ЗОКРЕМА СТИЛЬ ВИКЛАДУ ТА ОРАТОРСЬКІ НАВИЧКИ

ОБГОВОРЕННЯ

- ЗАЛУЧИТИ ВСІХ СТУДЕНТІВ/-ОК
- СФОРМУЛЮВАТИ НОВЕ РОЗУМІННЯ ПРОБЛЕМИ
- ПРОАНАЛІЗУВАТИ КОЖЕН ВИСТУП ОКРЕМО

Публічна акція

Публічна акція — це певний захід, який проводиться з метою привернути увагу до конкретної проблеми. Цей й різні види мирних зібрань, й конкурси, флешмоби, інсталяції тощо. Основним завданням акції є привернення уваги та залучення якомога більшої кількості людей, а також медіа.

Любов Єремичева у матеріалі «Громадські акції, про які напишуть журналісти: вісім ознак»⁹² виокремлює основні чинники успіху публічних акцій:

- ▶ руйнація шаблонів;
- ▶ креативність;
- ▶ присутність відомих людей;
- ▶ атмосфера, яка не залишить байдужим;
- ▶ чітко визначена головна ідея та думка;
- ▶ динаміка;
- ▶ мистецтво (як помічний інструмент);
- ▶ яскрава атрибутика;
- ▶ «родзинка».

Тому, головний виклик, який постає перед організаторами акції, — придумати такий формат та наповнення акції, щоб вона добре запам'ятовувалась.

Під час підготовки акцій важливо врахувати нижче описані аспекти.

1) Місце та час проведення акції

Доволі часто акції приурочують певним пам'ятним чи святковим дням. Наприклад, є низка спеціальних дат, коли у всьому світі відзначають права людини та людей, що боролись за їхнє утвердження, пригадуються порушення прав людини, заохочується демократія та мир⁹³ (див. Додаток 2 «Перелік спеціальних дат»). Вбачається, що судова влада могла б приєднатись до відзначення таких дат.

Саму ж акцію можна проводити як у приміщенні суду чи біля нього, так і на альтернативних майданчиках.

2) Партнери акції

Оскільки мета акцій — привернення уваги, то консолідація з іншими зацікавленими сторонами — важливий етап планування. Наприклад, якщо суд проводить акцію, що орієнтована на молодь, то можна вибудувати партнерські відносини з місцевими закладами освіти, Управлінням у справах сім'ї, молоді та спорту, закладами неформальної освіти та іншими акторами, що працюють із цільовою аудиторією.

3) Формат проведення акції

Важливо, щоб формат проведення максимально слугував досягненню поставленої мети для вибраної цільової аудиторії. Формат проведення акції є вторинним після визначення мети проведення заходу.

⁹² Портал «Громадський Простір».

Доступ: <https://www.prostir.ua/?kb=visim-pravyl-hromadskyh-aktsij-pro-yaki-napyshut-zhurnalisty>

⁹³ Інформація наведена на основі Календарю прав людини, що міститься у виданні Ради Європи «КОМПАС: Посібник з освіти в області прав людини за участі молоді».

Доступ: <https://www.coe.int/uk/web/compass/human-rights-calendar>

4) Запам'ятовуваність акції

Цікавий формат, яскрава атрибутика, цікаві та відомі гості та спікери(-ки) грають важливу роль для акції. Учасники(-ці) заходу та медіа мають бачити вашу креативність та розуміти, що акція готувалась щиро.

5) Додаткова інформація

Якщо акція має просвітницьку мету, то важливо чітко продумати на яких етапах організації та проведення акції люди можуть отримати певні знання з теми, зокрема: надати довідкову інформацію за темою у публічних повідомленнях, підготувати буклети, провести додатковий освітній захід (лекцію, кінопоказ тощо).

АКЦІЯ ДО ДНЯ ЗАХИСТУ ДІТЕЙ⁹⁴



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Білоцерківський міськрайонний суд Київської області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Француз Ольга, консультантка суду



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Допомогти підвищити рівень обізнаності учасників(-ць) про права дитини.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (може проводитись як у приміщенні суду, так і поза його межами).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

діти (будь-яка кількість).



ТРИВАЛІСТЬ:

від 60 хв до одного дня.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: координатори(-ки) на місці.

Технічні: канцтовари (кольорові олівці, папір), розмальовки, відзнаки переможцям та учасникам(-цям).



ПІДГОТОВКА:

- визначити необхідну кількість канцтоварів, відзнак тощо;
- роздрукувати у форматі А4 підбірку розмальовок на основі статей Конвенції про права дитини, яка розроблена «Інформаційно-консультативним жіночим центром» та міститься у вільному доступі в інтернеті⁹⁵ (рис. 11).



Рисунок 11. Приклад розмальовки

⁹⁴ Більше про захід можна дізнатись за посиланням:
<https://bcm.ko.court.gov.ua/sud1003/pres-centr/news/947314/>

⁹⁵ Права дитини (в малюнках) / малюнки О.Ружицький, упоряд.: Н.Костюк, О.Суслова. — К.: О.Москаленко, 2010. — 12 с. Доступ: https://shkolasvv.com.ua/wp-content/uploads/2018/04/rozfarbovka_new.pdf



ПРОВЕДЕННЯ

Учасникам(-цям) надаються розмальовки на вибір, а також необхідне приладдя. Діти під час малювання у ігровому форматі ознайомлюються із своїми правами. Після розфарбування однієї або більше картинок необхідно сфотографувати дитину (дітей) із малюнком.

Залежно від виділеного часу на активність також можна забезпечити:

- ▶ обговорення із дітьми прав, з якими вони ознайомились;
- ▶ проведення інтерактивної лекції;
- ▶ екскурсії приміщенням суду;
- ▶ зустріч із суддею тощо.



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Рефлексія щодо процесу проведення та результатів заходу. Дайте собі відповіді на запитання: 1) що вдалося?; 2) що не вдалося?; 3) що можна зробити краще?
2. Оприлюднення інформації про захід на сайті суду та у соціальних мережах.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- ▶ створити позитивний імідж суду завдяки налагодженим зв'язкам із громадою.
- ▶ підвищити рівень правової культури учасників(-ць) заходу.

ПУБЛІЧНА АКЦІЯ



ПРИВЕРНУТИ УВАГУ ШИРОКОЇ
ГРОМАДСЬКОСТІ ДО КОНКРЕТНОЇ ПРОБЛЕМИ

ЩО ВАРТО ВРАХУВАТИ:



МІСЦЕ

- ПРИМІЩЕННЯ СУДУ ЧИ БІЛЯ НЬОГО
- АЛЬТЕРНАТИВНІ МАЙДАНЧИКИ

ДАТА

МОЖНА ПРИУРОЧИТИ
ДО ПЕВНИХ ДАТ АБО
СВЯТКОВИХ ДНІВ



ПАРТНЕРИ



СПІВПРАЦЯ З ІНШИМИ
ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ

ФОРМАТ

- ФЛЕШМОБ
- ІНСТАЛЯЦІЯ
- КОНКУРС
- ІНШЕ



Тренінг

Основною відмінністю тренінгу як форми навчання від інших є те, що тренінг насамперед спрямований на те, щоб максимально застосувати потенціал, знання і досвід кожного(-ної) учасника(-ці) і за допомогою спеціальних методів створити феномен «групового навчання», а також забезпечити не тільки здобуття нових знань, а й формування нових навичок.

Для проведення тренінгу слід залучати спеціально підготовлених тренерів. Слід врахувати:

- ▶ тренер(-ка) має бути обізнаний(-а) з тематики заходу, але не обов'язково має бути експертом з теми;
- ▶ мета тренера(-ки) – спонукати учасників(-ць) ділитись власними ідеями, а не розповідати людям, що думати і що робити, надавати «вірні» варіанти відповідей;
- ▶ головна вимога до тренера – чудові навички організації групових процесів та розуміння групової динаміки;
- ▶ якщо передбачена робота не одного тренера, а команди тренерів, то варто сформулювати її склад різноманітним за ознаками статі, етнічного походження, сексуальної орієнтації тощо.

Співпраця⁹⁶

1) Декілька організаторів і всі тренери повинні зустрітись заздалегідь, щоб запланувати тренінг. Залежно від ситуації, для подальшого ухвалення рішення тренерам може знадобитися повернутися до групи. Питання, що їх ставлять тренери, можуть допомогти організаторам зрозуміти, що ще треба зробити для підготовки групи до тренінгу.

2) Обговоріть, яка кількість часу потрібна для досягнення мети тренінгу. Чи може це бути зроблено за кілька годин, один день, кілька днів?

3) Тренерам потрібна інформація про учасників(-ць): чи працюють вони в одному колективі чи добирались індивідуально? Який у них рівень досвіду? Чи проходили вони тренінги раніше? Чи мають досвід по тематиці тренінгу?

4) Обговоріть ставлення групи до тематики тренінгу. Чи має вона певні упередження?

5) Визначте, які роздаткові матеріали потрібні.

6) Проясніть, хто відповідає за постачання інвентаря і матеріалів (маркерів, паперу, стрічки, фотокопій роздавальних матеріалів, копій підручників, обладнання для демонстрування фільмів тощо) і забезпечення харчування учасників тощо.

Список самоконтролю для організації тренінгу

1. Організатори(-ки) тренінгу мають усвідомлювати, що підготовка до самого тренінгу інколи потребує не менше часу, ніж саме проведення. Важливо, щоб тренерська команда разом працювала над складанням програми та чітко усвідомлювала, хто за що відповідає і як вони працюватимуть разом.

⁹⁶ Матеріал використано з «Підручника з ненасильницького спротиву» (<https://www.nonviolence.wri-irg.org/>), виданий Інтернаціоналом противників війни (WRI). Текст адаптовано до цілей цього видання.

2. Реалістично оцініть та відведіть час на кожен етап тренінгу.
3. Завчасно розмістіть оголошення про тренінг із реєстраційною формою, (наприклад, на базі Google Forms) для бажаючих взяти участь або ж розішліть запрошення визначеній цільовій аудиторії. Якщо ви робите відкрите оголошення продумайте критерії відбору учасників(-ць). Кілька додаткових питань в реєстраційній формі можуть допомогти одразу зібрати потрібну тренерам(-кам) інформацію про потенційних учасників(-ць), їх очікування від тренінгу, рівень обізнаності в темі тощо.
4. Переконайтеся, що місце для тренінгу має достатню площу, аби учасники(-ці) змогли виконувати різні ролі та вправи без тісняви та дискомфорту. Варто пам'ятати, що це місце має бути доступним (прагніть обрати максимально інклюзивний простір).
5. Інформаційно-роз'яснювальні матеріали чи повідомлення мають бути вчасно розіслані відібраним учасникам(-цям) та містити чіткий опис тренінгу й наголошувати на потребі брати участь від початку до кінця, зокрема, розішліть програму заходу тощо.
6. Переконайтеся, що у вас є все необхідне обладнання та канцтовари (ноутбук, проектор, екран або ж телевізор, подовжувачі, перехідники, колонки, мікрофони, фліпчарт, папір, робочі маркери, стікери, роздруковані завдання, скотч (зокрема, щоб закріпити подовжувачі на підлозі за потреби) тощо. Перевірте, що все функціонує (всі презентації та відео відкриваються, встановіть потрібний рівень гучності аудіо системи тощо) до початку тренінгу.

Список самоконтролю для проведення тренінгів

1. Почніть тренінг із представлення тренерів та окреслення цілей тренінгу й організаційних питань. Аби не запала мовчанка, тренерам(-кам) варто використати цікаві вправи на знайомство. Якщо учасники(-ці) групи вже знайомі між собою, виконайте вправу, завдяки якій люди дізнаються щось нове одне про одного.
2. Прослідкуйте, щоб було дотримано баланс між роботою учасників(-ць) у парах чи трійках та у більших групах; дискусії мають чегруватися з рухливими вправами, переглядом відео, іграми тощо.
3. Відстежуйте час і передбачайте можливі скорочення у випадку порушення розкладу, проте не скорочуйте останні елементи програми, оскільки вони можуть бути найважливішими, наприклад, якщо це рольова гра за сценарієм. Не піддавайтеся тиску провести тренінг швидше, ніж це має відбуватись відповідно до групової динаміки.
4. Допмагайте тренерам(-кам) із організаційними питаннями під час тренінгу – перевіряйте, чи все готове для кава-брейків, обідів; проконтролюйте реєстрацію учасників(-ць); перетелефонуйте та зустріньте запрошених спікерів(-ок), якщо такі є тощо.

Виразною особливістю тренінгу також є його структура та специфічні цілі, що стоять на кожному етапі. Так, тренінг складається з трьох частин: вступна, основна та завершальна.

Вступна частина. Обов'язковими компонентами є: знайомство учасників(-ць), визначення їхніх очікувань, окреслення правил роботи. За потреби до цієї ж частини включають елементи офіційного відкриття заходу. Основними завданнями етапу є: створення дружньої доброзичливої атмосфери; актуалізація теми тренінгу та зацікавленості учасників(-ць).

Основна частина. Саме у ній відбувається організація пізнавального процесу шляхом спільної діяльності. Завдяки різноманітним методам можна організувати як опрацювання теоретичного матеріалу, так і практичну роботу. Серед них – мозковий штурм, інтерактивна презентація, індивідуальна робота над завданням, робота в групах, виконання проекту, дискусія, рольова гра тощо. З деталізованим описом методик можна ознайомитись у посібнику Назарія Боярського «Навчаємо через практику: досвід використання судових трансляцій у викладанні права»⁹⁷.

Завершальна частина. Обов'язковими компонентами є: підбивання підсумків; обмін думками; зворотній зв'язок від учасників(-ць); закриття. Основними завданнями даного етапу є максимальне завершення усіх групових процесів (видимих та невидимих); мотивація учасників(-ць) на подальшу роботу за тематикою тренінгу.

⁹⁷ Навчаємо через практику: досвід використання судових трансляцій у викладанні права / Упорядник: Назарій Боярський — Харків, 2019: ФОП Панов А.М., 2019. — 130 с.
Доступ: <http://hrvector.org/publikacziyi/19-07-14-admin>

ТРЕНІНГ «ЖИТТЯ КРИМІНАЛЬНОГО ПРОВАДЖЕННЯ»⁹⁸



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Гребінківський районний суд Полтавської області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Андрієчко Оксана, прессекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Сформувані уявлення школярів(-ок) про роботу представників(-ць) юридичних професій, а також поглибити довіру до роботи суду.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться в приміщенні суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

учні та учениці старших класів та студентська молодь (20 осіб).



ТРИВАЛІСТЬ:

120–150 хв



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: працівник(-ця), що зустрічає учнів та учениць і проводить екскурсію, слідчий, експерт-криміналіст, адвокат, прокурор, суддя, секретар судового засідання, «потерпіла», «обвинувачений», «свідки».

Приміщення: Зал № 1 («Слідчі» – змодельоване місце вчинення злочину (приміщення, куди незаконно проник з метою вчинення крадіжки обвинувачений – літня кухня), кабінет для допиту потерпілої та обвинуваченого, зал № 2 («Прокурори»), кабінет («Адвокати»), Зал № 4 («Судді»).

Реквізит: курточка та дві пари чоловічих штанів, ковдри, «ліжко», стіл.

Грошові: орієнтовно 300 грн. – на реквізит для інсценізації «злочину» (продукти харчування, пляшка води), емблеми для команд (кольоровий двосторонній папір, стрічки) та чай, печиво для «чаювання» після завершення заходу.

⁹⁸ Більше про захід можна дізнатись за посиланням:
<https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/492213/>



ПІДГОТОВКА

1. Потрібно підготувати відповідний вирок⁹⁹.
2. Обов'язково проводиться попередня зустріч усіх залучених до проведення заходу: слідчий, експерт, прокурор, адвокат, суддя, секретар тощо). На зустрічі присутні ознайомлюються зі сценарієм та фабулою вироку, обговорюють план проведення заходу та орієнтовні дії кожного, хто відповідає за певний етап гри-тренінгу.
3. Виготовляються емблеми для кожної команди: «Слідчі», «Прокурори», «Адвокати», «Судді».
4. Підготовка необхідного реквізиту, облаштування місця «злочину» для інсценізації.



ПРОВЕДЕННЯ

1. Зустріч школярів у приміщенні суду

Відвідувачів зустрічають працівники суду (керівник апарату, прессекретар, судовий розпорядник). Наголошуємо учням на стриманій поведінці в приміщенні суду.

2. Оглядова екскурсія

Ведемо дітей до приміщення суду, проводимо коротку оглядову екскурсію: канцелярія, дитяча кімната, судові зали, камера, архів, кабінети працівників апарату суду. Коротко інформує дітей про роботу конкретних працівників відділів.

3. Знайомство

Учні та учениці знайомляться із суддею, слідчим, адвокатом, прокурором (у залі суду), поділ на команди.

4. Слідчі дії

Усі учасники(-ці) проходять до змодельованого місця вчинення злочину (приміщення, куди незаконно проник із метою вчинення крадіжки обвинувачених, але не зміг завершити задумане, оскільки там же і заснув).

Слідчий розповідає про те, що робота поліції на місці пригоди розпочинається з повідомлення до чергової частини про вчинення того чи того кримінального правопорушення, відповідно до повідомлення слідчо-оперативна група виїжджає на місце пригоди. Після прибуття насамперед встановлюються обставини вчинення злочину, обирається відповідний бланк заяви про вчинення кримінального правопорушення та проводиться огляд місця події. Слідчий розповідає учням про особливості його проведення.

Після цього учням пропонується випробувати себе в ролі слідчих.

На «ліжку» у приміщенні під ковдрою спить невідомий. Слідчі його будять, він пояснює, що зайшов у приміщення літньої кухні крізь незачинені двері у пошуках продуктів харчування, оскільки було очевидно, що господарів вдома немає. Зібрав у пакет те, що перше знайшов і залишив приміщення. Потім трохи поміркував, що уже настала ніч, на вулиці холодно, тож було б добре десь переночувати. Вирішив повернутися туди, де щойно викрав продукти харчування. Оскільки у кімнаті було прохолодно, то в шафі взяв курточку та двоє штанів, аби зігрітися. Проте не встиг одягнутися, оскільки був утомлений і заснув.

Потерпіла вказує на той факт, що поряд із ліжком лежало ще кілька ковдр,

⁹⁹ Доступний за посиланням:
<https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/505344/>

тому потреби шукати з метою зігрітися щось у шафі в незнайомця не було. Отже, одяг, на думку потерпілої, він хотів викрасти.

Згодом слідчі розпочинають оглядати місце події, отримавши ухвалу судді на клопотання про проведення обшуку. Залучаються поняті (дві особи), складається протокол огляду, проводиться фото фіксація доказів, зняття слідової бази із пляшок, які лежать біля ліжка, на якому спала невідома особа. Експерт-криміналіст разом із командою слідчих працюють над зняттям відбитків пальців, вилучають сліди із однієї з пляшок на відповідну таблицю вилучених слідів пальців рук, та дактолоскопіюють відбитки пальців особи, яка перебувала на місці вчинення злочину на момент приїзду слідчо-оперативної групи.

Команда слідчих завершує роботу на місці вчинення злочину й переходить до кабінету, де проводить допит потерпілої та підозрюваного.

5. Допит, робота з адвокатом, робота прокурора

Попередньо всі зібрані матеріали кримінального провадження направляються команді прокурорів, яка перевіряє наявність всіх матеріалів у справі, відповідність анкетних даних підозрюваної особи, інформацію, що її характеризує (характеристика з місця проживання, наявність судимостей тощо), виклад фактичних обставин, достатність доказів для пред'явлення особі підозри, формулює та погоджує підозру.

Особі, яка була виявлена на місці вчинення злочину, оголошується підозра і вручається «Пам'ятка про процесуальні права та обов'язки підозрюваного». Підозрюваний відмовляється давати свідчення без адвоката. Йому надають захисника із відділу місцевого центру з надання безоплатної вторинної правової допомоги, оскільки підозрюваний не має змоги оплатити приватного адвоката. Команда адвокатів після конфіденційного спілкування з підозрюваним вибудовує лінію його захисту.

Після цього до канцелярії суду слідчими передається обвинувальний акт.

6. Робота суддів

Команда суддів готує матеріали для призначення та проведення судового засідання у справі щодо обвинувачення особи за ч. 3 ст. 185, ч.1 ст. 162, ч. 2 ст. 15 – ч. 2 ст. 185 КК України. Проводиться модельне судове засідання. Судді в судовому засіданні допитують обвинуваченого, потерпілу, досліджують письмові докази, а саме: протокол прийняття заяви про вчинене кримінальне правопорушення, протокол огляду місця події, висновок товарознавчої експертизи, протокол огляду предмету та висновок трасологічної експертизи. Проаналізувавши в сукупності всі обставини та врахувавши особу обвинуваченого, суд ухвалює вирок у справі.



ЗАВЕРШЕННЯ

Після гри-тренінгу працівники, залучені до його проведення, влаштовують з учнями чаювання, під час якого діти мають змогу поспілкуватися та поставити запитання, які їх цікавлять, висловити свої враження.

Моніторинг відгуків про захід у ЗМІ та оцінка впливу заходу на вихованців вчителями (викладачами).



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

1) кількісні показники:

- ▶ збільшити кількість охочих працювати в судовій системі;
- ▶ зменшити частку конфліктних ситуацій, які часто виникають внаслідок нерозуміння відвідувачами технічних особливостей у роботі правоохоронних органів і судів;
- ▶ збільшити кількість підписників у соціальних мережах та відвідувачів сайту;

2) якісні показники:

- ▶ поглибити довіру до роботи суду;
- ▶ підвищити обізнаність про діяльність судової системи;
- ▶ провести профорієнтацію.

СЕМІНАР-ТРЕНІНГ «СУДДІ ТА ЖУРНАЛІСТИ: ЕФЕКТИВНА ВЗАЄМОДІЯ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ»¹⁰⁰



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Вінницький міський суд Вінницької області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Тарасова Каріна, прессекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ створити освітню платформу для навчання студентів(-ок)-журналістів(-ок) для професійного висвітлення у ЗМІ судової проблематики;
- ▶ сприяти розвитку професійної судової журналістики;
- ▶ створити ефективний механізм системи взаємодії між судом та майбутніми представниками(-цями) ЗМІ;
- ▶ ознайомити молодь зі специфікою роботи професійного(-ої) журналіста(-ки) у судах і, зокрема, у судових засіданнях;
- ▶ надати юридичний базис знань студентам(-кам)-журналістам(-кам).



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (може проводитись як у приміщенні суду, так і поза його межами).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

Навчальна група чи курс студентів(-ок)-журналістів(-ок) місцевого закладу вищої освіти, 30–35 осіб.



ТРИВАЛІСТЬ:

два дні:

- ▶ день 1 – проведення семінар-тренінгу (120 хв);
- ▶ день 2 – проведення оглядової екскурсії судом (120 хв).



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: відповідальна особа за організацію заходу, модератор(-ка), лектор(-ка), судді-спікери, керівництво суду, відповідальні особи за фото, виготовлення сертифікатів, організацію та проведення екскурсії.

Технічні: простора аудиторія, мультимедійна дошка для демонстрування відео, мультимедійної презентації (варто домовитись про надання із закладом вищої освіти).

¹⁰⁰ Більше про захід можна дізнатись за посиланням:
<https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/photos/2512/>



ПІДГОТОВКА

1. Досягти домовленості із закладом вищої освіти міста, де навчають студентів(-ок) за спеціальністю «Журналістика» щодо проведення заходу.
2. Визначити лектора, модератора, відповідальну особу за організацію семінару-тренінгу.
3. Скласти план проведення семінару-тренінгу (день 1 – теоретичний, в звичній для студентів(-ок) аудиторії університету; день 2 – практичний, в приміщенні суду).
4. Підготувати матеріали для семінар-тренінгу: доповідь лектора(-ки), медіа презентацію; роздаткові матеріали для учасників(-ць) заходу: пам'ятки для журналістів(-ок) (витяги із законодавства щодо гласності та відкритості судового процесу¹⁰¹; словник юридичних термінів); приклади судових рішень (ухвали, вирoki, постанови); приклади порушення презумпції невинуватості у регіональних ЗМІ.
5. Розіслати пререліз щодо заходу регіональним журналістам(-ам).
6. Розробити та підготувати сертифікати від суду про участь студентів(-ок)-журналістів(-ок) у семінар-тренінгу.



ПРОВЕДЕННЯ

День 1.

1. Вступне слово модератора заходу. Презентація лектора(-ки). (5 хв)
2. Гра-знайомство лектора(-ки) із учасниками(-цями) семінару-тренінгу. (Наприклад: кожен/кожна з присутніх має представитися та повідомити три факти про себе, один з яких неправдивий. Аудиторія має вказати, що з названого є фейком. Лектор(-ка) починає з себе і далі по черзі). (10 хв)
3. Обговорення основних питань: засади функціонування та організації судової влади в Україні; демократичні стандарти взаємодії суддів та ЗМІ; гласність та відкритість судового процесу (фото- та відео зйомка в залі судових засідань); презумпція невинуватості особи та межі висвітлення судових процесів. (45 хв)
4. Практична частина. Спільне обговорення з аудиторією помилок, які допускають журналісти(-ки) у своїх матеріалах у конкретних публікаціях на судову тематику. (30 хв)
5. Обговорення питання щодо інтерв'ювання суддів та надання ними коментарів (відео приклади інтерв'ю суддів). (15 хв)
6. Підбиття підсумків зустрічі. Враження. Спільне фото. (15 хв)

День 2.

1. Інформаційно-оглядова екскурсія приміщенням суду. (45 хв)
2. Спілкування в форматі «питання-відповідь» із суддею-спікером(-кою) та головою суду. (30 хв)
3. Участь у судовому засіданні в якості вільних слухачів. (30 хв)
4. Підбиття підсумків. Нагородження студентів(-ок)-журналістів(-ок) сертифікатами від суду про участь у семінарі-тренінгу «Судді та журналісти: ефективна взаємодія у сучасному інформаційному просторі». (15 хв)

¹⁰¹ Зокрема, можна використати онлайн-видання «Нормативно-правова база, яка забезпечує гласність та відкритість судів в Україні», укладач Назарій Боярський, 2019 рік.
Доступ: <http://hrvector.org/publikacziyi/19-03-26-admin>



ЗАВЕРШЕННЯ

1. Одразу після заходу варто надіслати на електронну адресу представникам ЗМІ постреліз.
2. Підготувати та опублікувати на сайті суду, офіційній сторінці суду в соціальних мережах, за можливістю в інших ЗМІ, матеріал з фото про проведений захід (у той же день, після заходу).
3. Провести моніторинг матеріалів ЗМІ щодо проведеного заходу.
4. Провести аналіз успішності проведеного заходу, а також роботу над помилками.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

- 1) кількісні показники:
 - збільшити кількість публікацій на сайті суду (текстових та фоторепортажів), публікацій від суду у ЗМІ;
 - підвищити впізнаваність суду в громаді та покращити його імідж;
- 2) якісні показники:
 - налагоджено комунікацію суду та майбутніх представників(-ць) ЗМІ;
 - майбутні журналісти(-ки) мали змогу отримати базові знання із судової журналістики;
 - майбутні журналісти мали змогу ознайомитися зі специфікою їхньої роботи в судах і, зокрема, у судових засіданнях.



«Судова журналістика має надзвичайно важливе значення для демократичного суспільства, оскільки сприяє формуванню громадської думки про судову гілку влади. Компетентне інформування про діяльність судів є підґрунтям для формування у громадськості поваги до Закону і Права.

У закладах вищої освіти України, де навчають журналістиці, немає окремої дисципліни «Судова журналістика». Тому створення судами освітніх платформ для навчання студентів-журналістів допоможе майбутнім медійникам і газетярів вже зі студентської лави професійно, із юридичною базою знань, підходити до висвітлення судових процесів чи судової проблематики загалом.

Такого роду ініціативи допомагають сформувати позитивний імідж суду та спростувати стереотипну думку про судову владу. Адже донедавна суди залишались однією із закритих владних інституцій. Недостатня комунікація з пресою та громадськістю негативно вплинули на думку громадян щодо судової гілки влади. З іншого боку, суди не довіряли журналістам, оскільки часто стикалися з порушеннями процесуальних правил поведінки та етичних норм, незнанням законодавчої бази. Відсутність належної комунікації між такими важливими соціальними інститутами стало підґрунтям для створення так званого вакууму, який заповнився необ'єктивною та неправдивою інформацією про роботу судів, уривчастими відомостями, які журналістам надавали інші джерела.

Тому, аби подолати даний інформаційний вакуум, Вінницький міський суд Вінницької області почав досить активно працювати над налагодженням ефективної комунікації з громадськістю саме через журналістів», – Тарасова Каріна, пресекретарка Вінницького міського суду Вінницької області

ТРЕНІНГ



ПІДГОТОВКА

ЗАЛУЧИТИ
СПЕЦІАЛЬНО
ПІДГОТОВЛЕНИХ
ТРЕНЕРІВ/-ОК



ЗУСТРІТИСЬ
З ТРЕНЕРАМИ/-КАМИ
ЗАВЧАСНО ДЛЯ
ПЛАНУВАННЯ



ТРЕНЕРСЬКА
КОМАНДА СКЛАДАЄ
ПРОГРАМУ



ПІДГОТОВКА МІСЦЬ
І НЕОБХІДНИХ МАТЕРІАЛІВ

СТРУКТУРА ТРЕНІНГУ

ВСТУПНА ЧАСТИНА



ОСНОВНА ЧАСТИНА



ЗАВЕРШАЛЬНА ЧАСТИНА

- ЗНАЙОМСТВО
- ВИЗНАЧЕННЯ
ОЧІКУВАНЬ
УЧАСНИКІВ/-ЦЬ
- ДОМОВЛЕНІСТЬ
ПРО ПРАВИЛА
- АКТУАЛІЗАЦІЯ
ТЕМИ



- ПІДБИВАННЯ
ПІДСУМКІВ
- ОБМІН ДУМКАМИ
- ЗВОРОТНІЙ
ЗВ'ЯЗОК ВІД
УЧАСНИКІВ/-ЦЬ

ПОРАДА: ЧЕРГУЙТЕ РІЗНІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ



АКТИВНІСТЬ
В ПАРАХ/ТРІЙКАХ



АКТИВНІСТЬ
У ВЕЛИКИХ ГРУПАХ



ДИСКУСІЇ



РУХЛИВІ
ВПРАВИ

Тривалі навчальні та просвітницькі програми

У сфері освіти організації, підприємства та установи започатковують тривалі навчальні та просвітницькі програми, які діють на постійній основі. Основними перевагами є:

- ▶ можливість досягти більш тривалих результатів;
- ▶ детальне опрацювання тематики чи дослідження її різних аспектів;
- ▶ можливість залучити ширшу аудиторію.

Основними особливостями тривалих навчальних та просвітницьких програм є:

- 1) спільна мета всієї програми, що чітко відстежується у всіх компонентах програми. Кожна окрема активність може мати свою ціль, спрямовану на досягнення загальної мети;
- 2) тривалість у часі. Під цим може розумітись як тривалий один захід (наприклад, семиденний тренінг), так і довгострокова серія короткотривалих заходів;
- 3) постійна команда організаторів, щонайменше один постійний методист чи головний тренер, що залучений до розробки всієї програми.

У процесі планування тривалих навчальних програм варто:

- ▶ продумати чітку систему викладу матеріалу (наприклад, від простого до складного);
- ▶ розуміти, що учасники(-ці) можуть «випадати» з програми, тому продумати як цього запобігти (якщо метою є збереження першочергової групи);
- ▶ усвідомлювати, що завжди виникає групова динаміка (як під час навчання, так і в поза навчальний час);
- ▶ продумати як організувати «поза аудиторне» спілкування учасників(-ць).

ШКОЛА СУДОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ¹⁰²



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Шостий апеляційний адміністративний суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Шкіль Ольга, прессекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ сприяти юридичній обізнаності студентів-журналістів;
- ▶ забезпечити фахове висвітлення питань діяльності судів;
- ▶ побудувати модель ефективної взаємодії суду та ЗМІ.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться в приміщенні суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

студенти(-ки), які навчаються на журналістських факультетах (12 осіб).



ТРИВАЛІСТЬ:

один місяць.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Ресурси, що наявні у суді.



ПІДГОТОВКА

Крок 1. Варто підготувати (прописати) структуру навчального курсу відповідно до визначених цілей проєкту, тобто як саме вони будуть досягатися.

Крок 2. Формування переліку тем і ймовірних лекторів. У «Школі судової журналістики» навчальні теми діляться на два великі блоки: судоустрій і журналістика. Якщо є змога власними силами реалізувати блок про судоустрій (зокрема, запросити як лекторів представників суміжних організацій, медіа-юристів), то для викладення матеріалу у блоку про журналістику слід залучати представників(-ць) ЗМІ, діяльність яких, на вашу думку, відповідає журналістським стандартам, які готують якісні матеріали, зокрема й про діяльність судів, судові засідання.

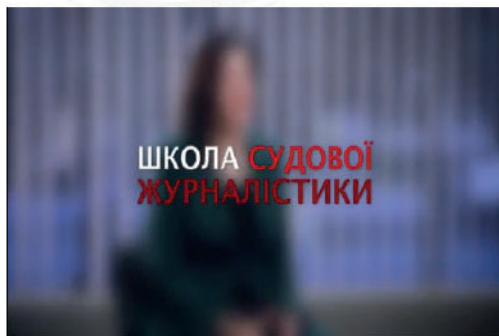
Крок 3. Налагодження контактів із представниками обраних ЗМІ та створення навчальної програми на весь період проєкту.

Аби полегшити процес набору студентів і студенток, радимо створити гугл-форму для реєстрації або, якщо проєкт реалізовується уперше, організувати зустріч із студентами на базі університету, де презентувати проєкт і запросити їх до участі.

Не варто забувати про інформаційний супровід проєкту (рис. 12).

¹⁰² Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <https://bit.ly/2XcFARZ>

ШКОЛА СУДОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ



АВТОРИ БЛОГІВ

5-ий ВІПУСК (2019 рік)



Надія Зайченко



Наталія Веляник



Дар'я Карпенко



Марина Качура



Владислава Літвінова



Дарина Вакарова

Рисунок 12. Приклад розміщення інформації про Школу на сайті Шостого апеляційного адміністративного суду



ПРОВЕДЕННЯ

Навчання у школі передбачає:

- ▶ ознайомлювальну екскурсію;
- ▶ тренінги;
- ▶ інтерактивні заняття;
- ▶ відвідування судових засідань, органів та установ системи правосуддя, заходів партнерів;
- ▶ написання матеріалів та їх обговорення з координаторами школи;
- ▶ публікацію матеріалів на сайті суду у розділі «Студентський блог»;
- ▶ отримання сертифікату.

Теми тренінгів і лекцій:

- ▶ система судоустрою, внутрішня структура суду, основні поняття, положення та засадничі принципи правосуддя;
- ▶ нові засоби комунікації з судовою владою;
- ▶ відвідування судових засідань та обговорення процесу з головуючим суддею у справі;
- ▶ «як не треба писати» та психологічні гачки у заголовках статей;
- ▶ крізь один об'єктив: про рівність та змагальність сторін у медіа-матеріалі;
- ▶ роль судів та ЗМІ в демократичному суспільстві;
- ▶ правила поведінки та права представників ЗМІ в залі судового засідання;
- ▶ журналістські стандарти;
- ▶ психологічні аспекти роботи журналіста;
- ▶ судові рішення: види, ефективна та швидка робота з пошуку інформації;
- ▶ типи коментарів до судових рішень на прикладах публікацій у ЗМІ;
- ▶ інтерв'ю із суддею; законодавчі «межі» у спілкуванні з суддею та «поради респондента»;
- ▶ судді й судові справи: верифікація інформації;
- ▶ історія успіху та поради від редакторів та журналістів;
- ▶ правила комунікаційної стратегії та сильних текстів;
- ▶ чотири ознаки фейків і ботів, а також аналіз пропаганди;
- ▶ сила свободи слова та конкуренції прав;
- ▶ методика побудови сюжетів журналістських розслідувань.



ЗАВЕРШЕННЯ

На сайті суду, а саме на сторінці «Школи судової журналістики»¹⁰³ ми створюємо блоги для студентів, які відвідали увесь або більшу частину лекційного курсу. На цих сторінках публікуємо статті студентів, які вони писали під час навчання й обговорювали з лекторами двох блоків, а також результати практичних завдань. Потім поширюємо публікації на сторінці «Школи судової журналістики» у Facebook¹⁰⁴. Сторінки на сайті суду стають власними блогами студентів, де вони за власним бажанням після навчання можуть опубліковувати свої роботи, які стосуються діяльності судів. Навіть не обов'язково нашого суду.



РЕЗУЛЬТАТИ

Що планувалося досягти:

збільшити кількість професійних журналістів, які можуть правильно й коректно описувати судові процеси.

¹⁰³ Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <https://bit.ly/3141jmW>

¹⁰⁴ Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <https://bit.ly/39E7tOR>

ЦИКЛ ТЕЛЕПРОГРАМ «ПРО СУД»¹⁰⁵



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Зарічний районний суд м. Суми



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Сидоренко Наталія, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків зі ЗМІ (прессекретарка)



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ:

- ▶ підвищувати обізнаність громадян(-ок) про судові правила і процедури;
- ▶ надати інформацію про діяльність Зарічного районного суду м. Суми;
- ▶ найголовніше – формувати довіру суспільства до системи судочинства України і підвищувати авторитет судової влади.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

громадськість



ТРИВАЛІСТЬ:

5–10 хв кожної інформаційної програми.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Фільмування даного циклу програм – це результат домовленості працівників суду та журналістів(-ок) місцевого телеканалу. Фільмування програм відбувалися на безоплатній основі, а техніку надали журналісти(-ки).



ПІДГОТОВКА

Це був спільний проєкт Зарічного районного суду м. Суми із журналістами(-ками) місцевого телеканалу UA:Суми, в межах якого судді та працівники(-ці) апарату розповідали про головні інноваційні досягнення останніх років у судовій системі.

Сценарій кожної програм ми писали самостійно. Уся попередня підготовка – написання сценарію та розподіл «ролей» між працівниками(-цями) суду.

¹⁰⁵ Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <https://bit.ly/30MnCOA>



ПРОВЕДЕННЯ

Щотижня у визначений день та час до суду приїздили журналісти(-ки) та фільмували новий випуск.

Кожний випуск – це нова тема і розповідь про те, що цікавить мешканців міста, актуальні новинки законодавства:

- ▶ як подати позов до суду та сплатити судовий збір онлайн;
- ▶ хто звільнений від його сплати за чинним законодавством та які пільги встановлено;
- ▶ як призначається суддя для розгляду справи;
- ▶ що таке «суд присяжних»;
- ▶ як узяти участь у судовому засіданні дистанційно тощо.

Найбільший резонанс викликала програма «Аліменти по-новому» щодо змін у законодавстві про стягнення аліментів. Даний ролик на сайті телеканалу набрав понад 31 тисячу переглядів.

Ознайомитись із циклом телепрограм «Про суд» можна на YouTube-каналі «Зарічний районний суд м. Суми»¹⁰⁶ (рис. 13).

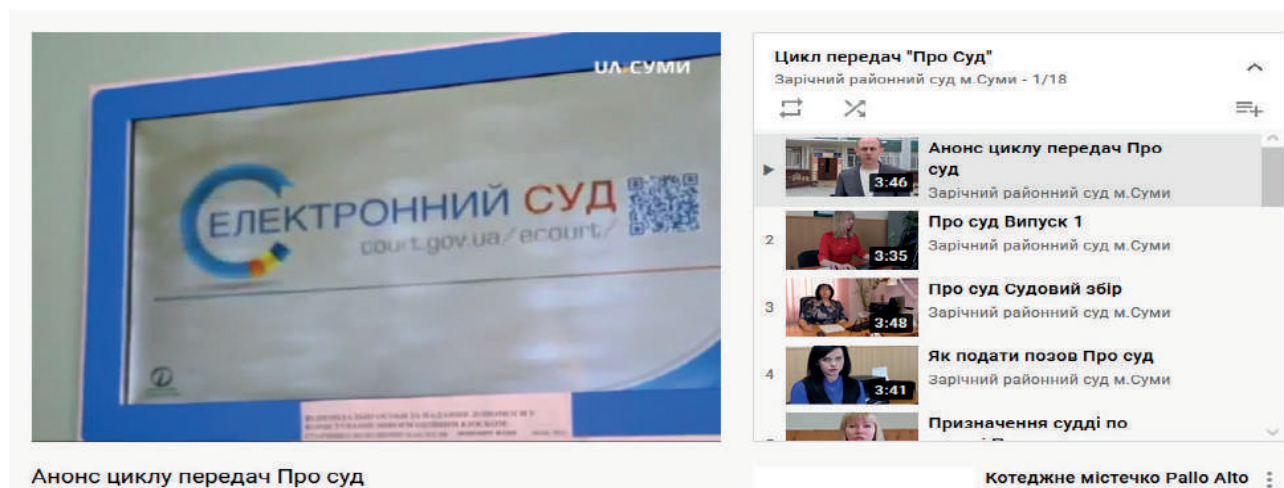


Рисунок 13. Цикл програм про суд на YouTube-каналі Зарічного районного суду м. Суми



ЗАВЕРШЕННЯ

Після виходу на телеканалі чергового випуску програми – розміщення інформації та самого відео на сайті суду та на сторінках суду в соціальних мережах.

Створення на сайті суду окремого розділу «Цикл передач "Про суд"», до якого згодом додавалися усі відео кожного випуску.

Також здійснюється моніторинг коментарів до відеозаписів та кількості переглядів.



РЕЗУЛЬТАТИ

У цих телепрограмах ми прагнули якомога простіше розповісти громадянам, котрі мають проблеми, що потрібно вирішувати в суді, але не мають знань у галузі права, про судові процедури, інноваційні технології, що нині застосовуються в судах.

¹⁰⁶ Цикл телепрограм «Про суд»: https://youtube.com/playlist?list=PL_8-dg0d_E5mJ1HC13CsshRmQ0GTejsOP

ЦИКЛ ПРОСВІТНИЦЬКИХ ПУБЛІКАЦІЙ ХМІЛЬНИЦЬКОГО МІСЬКРАЙОННОГО СУДУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Міщук Наталя, пресекретарка



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Ставили за мету пояснити важливі юридичні теми, закони, терміни доступною та зрозумілою мовою для людей, які не займають посаду юристів. У такий спосіб ми допомагаємо багатьом громадянам(-кам) стати юридично грамотними, допомогти собі у розв'язанні певної проблеми законним способом. Також надаємо алгоритми дій, якщо людина не знає з чого варто почати.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

онлайн.



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

громадськість.



ТРИВАЛІСТЬ:

один день.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Потребує лише людські ресурси – автори(-ки) публікацій.



ПІДГОТОВКА

Автор(-ка) статті (у нашому випадку – пресекретарка) обговорює ідеї для написання публікації разом із суддею-спікером(-кою). Вибір теми є дуже важливий: варто врахувати актуальність проблематики, зміни у законодавстві, потребу пояснити людям саме цю тему. Із запропонованих тем варто обирати найважливішу. Згодом безпосередньо автор(-ка) майбутнього матеріалу самостійно шукає необхідну інформацію, апелює до кодексів, Конституції України або звертається до судді-спікера, друзів, знайомих (бажано до людей, які не є юристами). Цей період є творчими пошуками автора(-ки) публікації. Важливо розуміти, що текст статті має бути зрозумілим не лише автору(-ці), а й читачам та читачкам, тож поміркуйте над її наповненням. Коли ідея сформована, можна розпочинати роботу над матеріалом.



ПРОВЕДЕННЯ

Тепер розпочинається власне сам творчий процес. Уявіть, що стаття — це пояснення певної юридичної проблеми чи питання, наприклад, чи мають право неповнолітні одружуватись або якими є підстави для позбавлення батьківських прав. Поставте себе на місце людини, у якої є проблема, яку потрібно розв'язати в правовому полі, — дайте самому собі відповіді на питання, які у вас виникли. Якщо їх є багато, то структуруйте. Напишіть послідовні відповіді на них. На початку публікації не забудьте описати проблематику та варіанти розв'язання цього питання (орієнтовно два-три речення).

Якщо ви юрист і вам важко уникати незрозумілих для більшості термінів, то застосовуйте їх, а згодом деякі змінюйте, а деякі — розтлумачте. Наша порада — перекажіть статтю так, наче ви розповідаєте про це своїй бабусі (у якої немає юридичної освіти). Переказали? Поставте знову собі запитання: «Чи все зрозуміла б моя бабуся?». Якщо ні, то спростуйте ще. Звісно, це не має бути розважальна стаття чи текст, схожий на казку, але пам'ятайте про ціль, до якої ви рухаєтесь. Якщо напишете просвітницьку статтю для широкого кола читачів, а вони її не зрозуміють, значить ви підготували складний аналітичний матеріал для своїх колег. Звісно, це чудово, але... Нехай ваш текст перечитає суддя-спікер чи хтось із колег. Свіжий погляд і редагування завжди йде на користь статті.

Пишіть просто і зрозуміло, не бійтеся дотепно пожартувати, адже цим завоюєте свого читача. Якщо хтось із знайомих юристів дорікає у надмірній публіцистичності — подякуйте, але пам'ятайте про вашу ціль: громадськість має зрозуміти те, що ви пишете, взяти для себе щось корисне й застосувати його в житті. Якщо стаття є якісною з точки зору наповнення матеріалу, але незрозуміла для більшості людей, ймовірно, вона націлена на професійну аудиторію. Надішліть текст у спеціалізовані видання, а згодом (за кількістю переглядів) оцініть свої перші спроби у виборі теми і стилю написання.

Наступним кроком є публікація матеріалу на офіційному сайті суду та його поширення за допомогою різних каналів комунікації — соціальних мереж, газет, радіо, телебачення, а також лекції з даної теми.

Приклади публікацій:

- ▶ «Коли брехня стає злочином»¹⁰⁷ — про завідомо неправдиві свідчення у суді;
- ▶ «Не про Гаррі Поттера: нарадча кімната і її таємниця»¹⁰⁸;
- ▶ «Як подати позов за образи у соцмережах порадили у суді»¹⁰⁹;
- ▶ «Коли без присутності відповідача можуть розглянути справу пояснили у суді»¹¹⁰.

¹⁰⁷ Коли брехня стає злочином Сайт Хмельницького міськрайонного суду Вінницької області. 19 травня 2020 // Режим доступу: <https://hm.vn.court.gov.ua/sud0227/pres-centr/newsevents/940634/>

¹⁰⁸ Не про Гаррі Поттера: нарадча кімната і її таємниця. Судово-юридична газета. 1 квітня 2020 // Режим доступу: <https://sud.ua/ru/news/sud-info/165161-ne-pro-garri-pottera-naradcha-kimnata-i-yiyi-tayemnitsya>

¹⁰⁹ Як подати позов за образи у соцмережах порадили у суді. Закон і Бізнес. 31 січня 2020 // Режим доступу: https://zib.com.ua/ua/print/141185-yak_podati_pozov_z_obrazi_u_socmerezah_poradili_u_sudi.html

¹¹⁰ Коли без присутності відповідача можуть розглянути справу пояснили у суді. Закон і Бізнес. 29 січня 2020 // Режим доступу: https://zib.com.ua/ua/print/141151-koli_bez_prisutnosti_vidpovidacha_mozhut_rozglyanuti_spravu_.html

**ЗАВЕРШЕННЯ**

Чудово, якщо ЗМІ та громадськість настільки люблять офіційну сторінку суду, що щодня відкривають її, читають публікацію і самі поширюють інформацію. Якщо вони цього не роблять, — не біда: навчіться самотійно пропонувати свої творчі доробки іншим. Якщо це стосується ЗМІ, то враховуйте стиль кожного видання, щоб збільшити шанси на публікацію, адже це значить, що якомога більше людей прочитає публікацію, дізнається про вас і довірятиме вашій авторитетній думці. Чудово, якщо ваші колеги поширюють вашу публікацію у себе на приватних сторінках у соціальних мережах, позаяк шанс охопити ширше коло читачів зростає.

**РЕЗУЛЬТАТИ****Що планувалося досягти:**

- ▶ підвищити правову обізнаність громадян(-ок);
- ▶ розширити розуміння громадян(-ок) як діяти в певній ситуації правильно з юридичної точки зору;
- ▶ утверджувати позитивний імідж суду;
- ▶ донести до людей правдиву, неспотворену ніким інформацію.

ТРИВАЛІ НАВЧАЛЬНІ ТА ПРОСВІТНИЦЬКІ ПРОГРАМИ

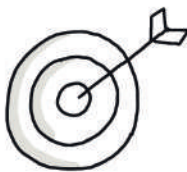


ПЕРЕВАГИ

- МОЖЛИВІСТЬ ДОСЯГТИ БІЛЬШ ДОВГОТРИВАЛИХ РЕЗУЛЬТАТІВ
- ДЕТАЛЬНЕ ОПРАЦЮВАННЯ ТЕМАТИКИ ЧИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЇЇ РІЗНИХ АСПЕКТІВ
- МОЖЛИВІСТЬ ЗАЛУЧИТИ ШИРШУ АУДИТОРІЮ

ОСОБЛИВОСТІ

① СПІЛЬНА МЕТА
ВСІЄЇ ПРОГРАМИ



② ТРИВАЛІСТЬ



ОДИН ТРИВАЛИЙ
ЗАХІД

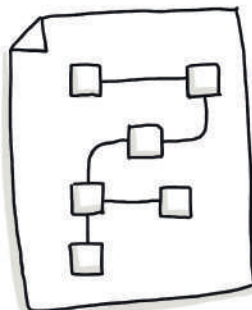
ДОВГОСТРОКОВА
СЕРІЯ АКТИВНОСТЕЙ

③ ПОСТІЙНА КОМАНДА
ОРГАНІЗАТОРІВ



НАЯВНІСТЬ ХОЧА Б
ОДНОГО ПОСТІЙНОГО
МЕТОДИСТА ЧИ
ТРЕНЕРА

ВАРТО ПРОДУМАТИ
ЧІТКУ СИСТЕМУ
ВИКЛАДУ МАТЕРІАЛУ



ГРУПОВА ДИНАМІКА



→ ОРГАНІЗУВАТИ ПОЗААУДИТОРНЕ
СПІЛКУВАННЯ УЧАСНИКІВ/-ЦЬ

→ ПРОДУМАТИ, ЯК ЗАПОБІГТИ
"ВИПАДАННЮ" УЧАСНИКІВ/-ЦЬ

Участь в освітніх проєктах

Плануючи освітні активності, варто розглянути можливість співпраці з іншими акторами в цій сфері. Основними перевагами такого підходу є:

- ▶ розширення кола партнерів;
- ▶ вихід на нові аудиторії;
- ▶ заощадження ресурсів.

Зразком може послугувати тренінг для працівників(-ць) судів «Альтернативні майданчики для поширення інформації про суд»¹¹¹, який провели ГО «Вектор прав людини» у партнерстві з Радою суддів України. Даний тренінг на прикладі музеїв та бібліотек допоміг розглянути можливості співпраці в освітній діяльності. Ярослава Сошинська, кандидатка історичних наук, виконавча директорка ВГО «Українська бібліотечна асоціація»¹¹², доцентка НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» розповіла про взаємодії з бібліотеками та судами, зокрема визначила спільні цілі:

- ▶ правова просвіта;
- ▶ правова культура;
- ▶ розуміння;
- ▶ довіра;
- ▶ імідж.

Також Ярослава Сошинська виділила бібліотечні форми комунікації, які вже використовують бібліотеки чи могли б впровадити у співпраці із судами:

- ▶ книжкова виставка, віртуальна книжкова виставка, дайджест публікацій;
- ▶ цикл семінарів або вебінарів;
- ▶ особисте спілкування: консультації, громадська приймальня (онлайн), правовий чат (запитання – відповідь);
- ▶ кіноперегляди фільмів про судові справи, суддів, обговорення;
- ▶ рольові ігри: судові дебати, «літературний суд»;
- ▶ публічне інтерв'ю;
- ▶ квести;
- ▶ конкурси;
- ▶ кава з суддею;
- ▶ відеорепортажі: один день у суді;
- ▶ фотовиставки;
- ▶ короткі тематичні відеоролики (академічна доброчесність, інтелектуальна власність);
- ▶ правовий клуб;
- ▶ школа правових знань, для професійних груп – школа адвокатиї.

¹¹¹ Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <http://hrvector.org/podiyi/19-10-22-training-14-15-10-2019>

¹¹² Сайт Української бібліотечної асоціації // Режим доступу: <https://ula.org.ua/>

Ще одним альтернативним комунікаційним майданчиком для судів може бути співпраця з музеєм. Про це розповіла Світлана Цуркан, керівниця відділу освітніх програм Мистецького арсеналу¹¹³. Досить цікаво, що вже під час тренінгу виникла ідея участі Верховного Суду в освітньому фестивалі «НЕОсвітній Арсенал»¹¹⁴. НЕОсвітній Арсенал – це поєднання й взаємне підсилення культури й науки, мистецтва й технологій. Це чотириденний фестиваль для дітей, батьків та вчителів. У «НЕОсвітньому Арсеналі» беруть участь музеї, бібліотеки, інституції культури, організації-популяризатори науки, інші інституції та компанії, що мають освітні програми, побудовані за принципом edutainment (навчання через розваги) та дотичні до фокус-теми фестивалю.

Вбачається, що суди можуть співпрацювати з бібліотеками, музеями, іншими освітніми та культурними установами громади, аби здійснювати більш цікаві та результативні проекти. Також варто стежити за масовими культурними, освітніми та іншими подіями, під час яких можна провести ту чи ту активність.

¹¹³ Сайт Мистецького Арсеналу // Режим доступу: <https://artarsenal.in.ua/>

¹¹⁴ НЕОсвітній Арсенал. Сайт Мистецького Арсеналу // Режим доступу: <https://artarsenal.in.ua/neosvitnij-arsenal/>

ВЕРХОВНИЙ СУД НА ОСВІТНЬОМУ ФОРУМІ НЕОСВІТНІЙ АРСЕНАЛ¹¹⁵



ІМПЛЕМЕНТАТОР:

Верховний Суд



ІНІЦІАТИВУ ОПИСАЛА:

Марія Швенцько, начальниця управління комунікаційної діяльності



ЦІЛЬ ІНІЦІАТИВИ

Допомогти дітям шкільного віку сформувати правильне уявлення про те, що таке суди, хто такі судді та для чого вони потрібні.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕННЯ:

офлайн (проводиться поза приміщення суду).



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ:

школярі та школярки.



ТРИВАЛІСТЬ:

тривалість форуму – 4 дні з 10:00 до 20:00. Щодня проводилось шість «Уроків справедливості» (тривалість кожного уроку 20–30 хв). Щодня проводилося кілька десятків вікторин (одна дитина може пройти вікторину за 5–10 хв). Фотографування у фотозоні відбувається упродовж дня.



НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

Людські: для впровадження ініціативи залучили три особи. Щодня на стенді працювало не менше трьох осіб, а також судді Верховного Суду, які проводили «Уроки справедливості».

Технічні: великий екран або телевізор з можливістю прокручування відео та гучність динаміків, достатня для великого приміщення; достатнє освітлення для фото.

Фінансові: облаштування виставкового простору та виготовлення роздаткових матеріалів.



ПІДГОТОВКА

1. Визначення можливостей (чим зацікавити саме дитячу аудиторію? У нас вже були «Уроки справедливості», автором яких є суддя Верховного Суду, які й стали основою нашої програми).
2. Забезпечення роздатковим матеріалом (брендована продукція, яка може залишитися у дитини на пам'ять про захід – блокноти, ручки, олівці, значки та шоколад).

¹¹⁵ Більше про захід можна дізнатись за посиланням: <https://bit.ly/2GIkT8f>

3. Розробка (або адаптація вже наявних) активностей для дітей, які можна проводити під час форуму (ми додали до «Уроків справедливості» фотозону в мантиях та суддівському кріслі, а також вікторину про суд).
4. Складання детальної програми в такий спосіб, аби не було вільного часу під час форуму, але водночас ця програма має бути реальною.



ПРОВЕДЕННЯ

Під час освітнього форуму у лютому 2020 року на стенді Верховного Суду для дітей ми проводили «Уроки справедливості», під час яких діти переглядали спеціально створений мультфільм, а потім спільно з викладачем, яким зазвичай є суддя, допомагали звірятам вирішити їхній спір. Під час проведення цього уроку діти можуть спробувати себе у ролі судді, зрозуміти, як це — ухвалювати справедливе рішення, усвідомити важливість суду в суспільстві. Також на стенді Верховного Суду ми проводили вікторину індивідуально для всіх охочих. Вікторина передбачає десять запитань про суд та суддів, створених спеціально для цього заходу. Запитання гумористичні та містили цікаві ілюстрації. Також ми пропонували сфотографуватися в нашій фотозоні у дуже схожій на справжню суддівській мантиї, багато спілкувалися з відвідувачами стенду про суд і суддів, роздавали контакти, запрошували на екскурсію до Верховного Суду.



«Можу поради не боятися йти на відверто не судові або не правові майданчики. Попри те, що на дитячому форумі будували міста, програмували роботів, створювали комікси, грали в комп'ютерні ігри, малювали, бігали, билися на мечі і всіляко розважалися ще мільйоном цікавих способів, стенд Верховного Суду користувався попитом. Результат цього проекту — понад 500 дітей та дорослих дізналися більше про суди та суддів, про Верховний Суд зокрема. Ми надали можливість усім охочим поспілкуватися з суддями, приємно дивували інших учасників форуму просто своєю присутністю і бажанням говорити з дітьми про свою роботу. Ми також отримали багато схвальних відгуків про участь найвищого органу судової влади у такому масштабному освітньому проєкті», —
Марія Швенько, начальниця управління комунікаційної діяльності Верховного Суду



ЗАВЕРШЕННЯ

Після проведення форуму підбивається підсумок, аналізується охоплення та зацікавленість дітей.



РЕЗУЛЬТАТИ

Діти та їхні батьки отримують інформацію, що суд — це місце, де передусім захищають права людей.



ПЕРЕВАГИ

✓ РОЗШИРЕННЯ КОЛА ПАРТНЕРІВ



✓ ВИХІД НА НОВІ АУДИТОРІЇ



✓ ЗАОЩАДЖЕННЯ РЕСУРСІВ



Додаток 1

ПЕРЕЛІК ІНІЦІАТИВ СУДІВ, ЩО ВЗЯЛИ УЧАСТЬ У МАРАФОНІ ДЛЯ ПРЕДСТАВНИКІВ(-ЦЬ) КОМУНІКАЦІЙНИХ КОМАНД СУДІВ «СУД ВЗАЄМОДІЄ!»

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
Виступи у теле- і радіопрограмах				
1.	Міщук Наталія, прессекретарка	Проведення щотижневої радіорубрики на місцевому радіомовленні «У діалозі з Фемідою»	Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області	https://hm.vn.court.gov.ua/sud0227/pres-centr/newsevents/974753/
2.	Чорна-Гаража Надія, головна спеціалістка відділу інформаційно- аналітичної роботи	Проект «Без мантиї». Короткі неформальні інтерв'ю з працівниками(-цями) суду	Вінницький апеляційний суд	https://vna.court.gov.ua/sud0290/pres-centr/news/570390/ https://loyer.com.ua/uk/apelyat-sijnij-sud-zapustiv-v-sotsmere-zhah-proekt-bez-mantiyi/ https://zib.com.ua/ua/print/134787-bez_mantii_chi_spovid_suddi_u_soc_merezhi_zapustili_neformaln.html https://misto.vn.ua/misto/u-vinnici-suddya-meloman-navit-sudovi-rishen-nya-pishe-pid-muziku-bon-jovi/ http://vinnitsaok.com.ua/archives/245249
День відкритих дверей				
3.	Бородай Олена, помічниця судді	День відкритих дверей	Вовчанський районний суд Харківської області	https://vv.hr.court.gov.ua/sud2008/pres-centr/news/841459/
4.	Звездова Наталія, суддя-спікерка	День відкритих дверей	Шевченківський районний суд міста Запоріжжя	https://sh.zp.court.gov.ua/sud0827/press-centr/news/849434/
5.	Смирнова Юлія, консультантка суду	День відкритих дверей	Орджонікідзевський районний суд м.Харкова	https://og.hr.court.gov.ua/sud2029/pres-centr/news/845128/
6.	Ярмоленко Володимир, головний спеціаліст	День відкритих дверей	Володарський районний суд Київської області	https://vl.ko.court.gov.ua/sud1010/pres-centr/press_sl/887395/
Екскурсія				
7.	Ващенко Оксана, заступниця керівника(-ці) апарату суду	Екскурсія до суду	Черняхівський районний суд Житомирської області	https://cr.zt.court.gov.ua/sud0624/pres-centr/news/614657/

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
Інтерактивна лекція				
8.	Висоцька Зоряна, помічниця судді	Зустріч із неповнолітніми	Володарський районний суд Київської області	-
9.	Миленька Марта, консультантка суду	Відкрита лекція «Правова освіта для підростаючого покоління»	Болехівський міський суд Івано-Франківської області	https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/458208/ https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/469006/ https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/472295/ https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/476626/ https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/488802/ https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/557872/ https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/845726/ https://blm.if.court.gov.ua/sud0902/pres-centr/news/851602/
10.	Окопна Катерина, прессекретарка	Практичне заняття «Засади організаційної діяльності апеляційного суду»	Луганський апеляційний суд	https://lga.court.gov.ua/sud4810/pres-centr/news/846554/
11.	Петренко Ольга, керівниця апарату суду	Чітке розуміння основних принципів побудови сім'ї – один із способів профілактики розірвання шлюбів	Юр'ївський районний суд Дніпропетровської області	https://yr.dp.court.gov.ua/sud0446/pres-centr/news/819654/
12.	Сидоренко Наталія, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків з ЗМІ (прессекретарка)	Проект «Вас чекають в суді»	Зарічний районний суд м. Суми	https://bit.ly/3jCSfOp; https://sm.suspilne.media/news/43324; https://sm.suspilne.media/news/36693; https://bit.ly/2CLt1Nl; https://bit.ly/2OSsCeJ; https://bit.ly/39rGTYS
Квест				
13.	Березовська Каріна, помічниця голови суду в сфері роботи зі ЗМІ та громадськістю	Гра-квест	Господарський суд Одеської області	https://od.arbitr.gov.ua/sud5017/pres-centr/news/806434/

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
14.	Осадчук Наталя, помічниця голови суду (відповідальна особа за зв'язки з громадськістю та ЗМІ)	Правовий квест «Феміда»	Херсонський окружний адміністративний суд	https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/898490/
15.	Сидоренко Наталія, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків з ЗМІ (прессекретарка)	Гра-квест «Захисти свої права у суді»	Зарічний районний суд м.Суми	https://zr.su.court.gov.ua/sud1805/pres-centr/gromada/89 https://zr.su.court.gov.ua/sud1805/pres-centr/gromada/qvest https://zr.su.court.gov.ua/sud1805/pres-centr/photos/1964/ https://zr.su.court.gov.ua/sud1805/pres-centr/photos/2450/
16.	Терех Уляна, помічниця голови суду та в.о.прессекретаря	Квест судом «Від заяви до рішення»	Червоноградський міський суд Львівської області	https://cgm.lv.court.gov.ua/sud1327/pres-centr/news/469141/ https://cgm.lv.court.gov.ua/sud1327/pres-centr/news/752350/
Конкурс				
17.	Андрієчко Оксана, прессекретарка	Конкурс для дітей «Творча Феміда»	Гребінківський районний суд Полтавської області	https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/838444/ https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/855590/ https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/855603/ http://www.grebenka.com/stuff/privitannja_pozdorovlennja_listivki_replika/pozdorovlennja_ta_podjaka/nagorodzhennja_peremozhciv_konkursu_tvorcha_femida/8-1-0-1329
18.	Кубрак Тетяна, начальниця відділу забезпечення звернення судових рішень до виконання та архівної роботи	Конкурс дитячих малюнків на тему «Правосуддя»	Броварський міськрайонний суд Київської області	https://br.ko.court.gov.ua/sud1007/pres-centr/news/832766/ https://br.ko.court.gov.ua/sud1007/pres-centr/news/847754/ https://br.ko.court.gov.ua/sud1007/pres-centr/news/856800/
19.	Прокопів Світлана, консультантка суду	Конкурс дитячих малюнків «Суд очима дітей»	Жидачівський районний суд Львівської області	https://gd.lv.court.gov.ua/sud1307/pres-centr/news/481352/ https://gd.lv.court.gov.ua/sud1307/pres-centr/news/487725/ https://gd.lv.court.gov.ua/sud1307/pres-centr/news/495341/ https://gd.lv.court.gov.ua/sud1307/pres-centr/news/579439/ https://gd.lv.court.gov.ua/sud1307/pres-centr/news/596218/

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
20.	Тарасова Каріна, прессекретарка	Міський конкурс дитячого малюнку «Суд у майбутнього у моєму місті»	Вінницький міський суд Вінницької області	https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/727866/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/639640/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/616056/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/615972/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/615922/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/598166/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/597936/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/560213/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/641075/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/photos/3152/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/photos/3152/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/photos/2865/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/photos/2866/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/photos/2797/
21.	Фарина Лідія, суддя	Конкурс творів «Професія судді очима української молоді: майбутнє»	Сокальський районний суд Львівської області	https://golosznadbugu.com/lysty/profesiya-suddi-ochyma-shkolyariv.html
Круглий стіл				
22.	Уніят Уляна, прессекретарка	Круглий стіл на тему «Комунікаційна стратегія Восьмого апеляційного адміністративного округу»	Восьмий апеляційний адміністративний суд	https://8aa.court.gov.ua/sud4857/pres-centr/news/744149/ https://bit.ly/2xJlgia https://bit.ly/2XMv7WN http://www.judges.org.ua/dig16892.htm https://adm.lv.court.gov.ua/sud1370/pres-centr/news/743906/ https://adm.zk.court.gov.ua/sud0770/pres-centr/news/744038/ https://adm.if.court.gov.ua/sud0970/pres-centr/news/743556/ https://adm.te.court.gov.ua/sud1970/pres-centr/news/745009/

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
Моделльне судове засідання				
23.	Березовська Каріна, помічниця голови суду в сфері роботи зі ЗМІ та громадськістю	Моделльне судове засідання (рольова гра)	Господарський суд Одеської області	https://od.arbitr.gov.ua/sud5017/pres-centr/news/904708/
24.	Жайворонок Жанна, прессекретарка	Моделювання судового розгляду кримінального провадження	Пирятинський районний суд Полтавської області	https://pr.pl.court.gov.ua/sud1624/pres-centr/news/485480/
25.	Лемешенко Анна, помічниця голови суду, прессекретарка	Моделльне судове засідання «Схід і Захід разом!»	Сумський окружний адміністративний суд	https://adm.su.court.gov.ua/sud1870/pres-centr/news/406902/
26.	Пилаєва Марія-Маргарита, суддя-спікерка	Імпровізований суд над літературним героєм «Чіпкою»	Печерський районний суд міста Києва	https://pc.ki.court.gov.ua/sud2606/pres-centr/news/861122/
27.	Терех Ульяна, помічниця голови суду та в.о.прессекретаря	Профорієнтаційний тренінг «Fake court»	Червоноградський міський суд Львівської області	https://cgm.lv.court.gov.ua/sud1327/pres-centr/news/855934/
Онлайнові видання				
28.	Шкіль Ольга, прессекретарка	Онлайн-видання «ПРОправо»	Шостий апеляційний адміністративний суд	https://bit.ly/2X8dHkO https://bit.ly/2DnJiJA
Подкасти				
29.	Шкіль Ольга, прессекретарка	Судові подкасти	Шостий апеляційний адміністративний суд	https://bit.ly/3iAluB3 https://bit.ly/3gydFKf https://bit.ly/2Z5DuvB Релізи: https://bit.ly/3e0X0gQ https://bit.ly/3gvyDcM https://bit.ly/2Z6Zt5b https://bit.ly/2Z2WpXH https://bit.ly/2ExtXpj
Прессніданок				
30.	Тарасова Каріна, прессекретарка	Екскурсія судом та пресланч для регіональних журналістів «Суд не terra incognita»	Вінницький міський суд Вінницької області	https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/events/520966/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/534788/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/532683/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/530142/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/525439/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/522191/

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
31.	Ярмола Анна, начальниця відділу міжнародно-правової роботи, зв'язків з громадськістю та ЗМІ	Прес-кава з головою суду	Західний апеляційний господарський суд	https://wag.court.gov.ua/sud4870/pres-centr/news/597915/ https://wz.lviv.ua/article/378640-sud-dia-plotnitskyi-trymaie-v-kabine-ti-try-tomy-tvoriv-myrtropolyta-shepytskoho-tse-prezent-vid-sadovoho https://zaxid.net/u_lvovi_zapratsyuvav_novoutvorenny_zahidnyy_apelyatsiynyy_gospodarskiy_sud_n1467109 https://zik.ua/news/2018/10/05/golova_zahidnogo_apelyatsiynogo_gosp-sudu_rozpoviv_pro_naybilsh_rezonansi_1421059
Публічна акція				
32.	Француз Ольга, консультантка суду	Акція до Дня захисту дітей	Білоцерківський міськрайонний суд Київської області	https://bcm.ko.court.gov.ua/sud1003/pres-centr/news/947314/
Створення візуального контенту				
33.	Данилів Софія, суддя	Покрокова відеоінструкція щодо звернення до суду із цивільним позовом	Красноармійський міськрайонний суд Донецької області	https://www.youtube.com/watch?v=RD_mLZsOtPo&feature=youtu.be
34.	Костюк Людмила, прессекретарка	Конституція устами дитини	Маневицький районний суд Волинської області	https://www.facebook.com/watch/?v=1161464364209648
35.	Крутень Лариса, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків із засобами масової інформації.	Сторіз у Facebook про роботу суду та зустрічі з молоддю #СудЗсередини	П'ятий апеляційний адміністративний суд	https://zib.com.ua/ua/137930-trudovi-budni_5aas_pokazali_v_stories.html https://sud.ua/ru/news/ukraine/143171-sud-zseredini-pyatiy-aas-prodemonstruvav-lashtunki-trudovogo-tizhnya https://5aa.court.gov.ua/sud4854/pres-centr/news/843974/ https://5aa.court.gov.ua/sud4854/pres-centr/news/823021/ https://5aa.court.gov.ua/sud4854/pres-centr/news/878789/
36.	Міщук Наталя, прессекретарка	Створення відеороликів, де розвінчуються міфи про суд, підіймають важливі соціальні проблеми чи питання	Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області	https://youtu.be/0oyBSPLQq84 , https://hm.vn.court.gov.ua/sud0227/pres-centr/newsevents/848175/ , https://xmilnuk.vn.ua/yakyj-rolyk-z-hmilnyka-pidirvav-soczialni-mere-zhi-ta-nabrav-ponad-100-tysyach-pereglyadiv/ , https://xmilnuk.vn.ua/nareshiti-normalne-pryvittannya-zdorovoyi-lyudyny/

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
37.	Окопна Катерина, прессекретарка	Відеозвернення пресслужби Луганського апеляційного суду щодо мінімізації розповсюдження хвороби COVID-19	Луганський апеляційний суд	https://www.youtube.com/watch?v=-5jh9XxYEW-Y&feature=youtu.be
38.	Осадчук Наталя, помічниця голови суду (відповідальна особа за зв'язки з громадськістю та ЗМІ)	Відеопроєкт #Доступно_про_суд	Херсонський окружний адміністративний суд	https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/964549/ https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/965203/ https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/965913/ https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/966569/ https://adm.ks.court.gov.ua/sud2170/pres-centr/news/967192/ https://www.youtube.com/channel/UCpNlLuuAhzVG1lPhxZORmmg https://www.facebook.com/adm.ks.court.gov.ua/
39.	Топащенко Аліна, прессекретарка	Створення відеороликів	Одеський окружний адміністративний суд	https://adm.od.court.gov.ua/sud1570/pres-centr/news/965910/ https://adm.od.court.gov.ua/sud1570/pres-centr/news/964703/ https://adm.od.court.gov.ua/sud1570/pres-centr/news/960722/ https://adm.od.court.gov.ua/sud1570/pres-centr/news/942305/ https://adm.od.court.gov.ua/sud1570/pres-centr/video/
40.	Тягунова Руслана, консультантка суду	Судова статистика людською мовою	Дзержинський районний суд м. Харкова	https://www.facebook.com/djhrsud/posts/627354964541591

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
Тренінг				
41.	Андрієчко Оксана, прессекретарка	Гра-тренінг «Життя кримінального провадження»	Гребінківський районний суд Полтавської області	https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/490718/ https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/492213/ https://www.youtube.com/watch?v=_cdledt5lzw http://www.grebenka.com/news/u_grebinkivskomu_sudi_prov-eli_dlja_starshoklasnikov_gru_trening_zhittja_kriminalnogo_provadzhennja/2018-05-24-6798 https://pol.dcz.gov.ua/novyna/do-sudu-krashche-pryty-z-profesiografichnoyu-ekskursiyeyu https://school-sloboda.at.ua/news/gra_trening_zhittja_kriminalnogo_provadzhennja/2018-05-26-182 https://gr.pl.court.gov.ua/sud1605/pres-centr/news/505344/
42.	Тарасова Каріна, прессекретарка	Семінар-тренінг «Судді та журналісти: ефективна взаємодія у сучасному інформаційному просторі»	Вінницький міський суд Вінницької області	https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/731819/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/731819/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/news/517191/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/publications/517186/ https://vnm.vn.court.gov.ua/sud0232/pres-centr/photos/2512/ http://st-gazeta.at.ua/news/zhurnal-isti_i_suddi_efektivnist_vzaemodiji/2017-07-11-1415
Тривалі навчальні та просвітницькі програми				
43.	Міщук Наталя, прессекретарка	Створення просвітницьких публікацій для широкого кола читачів	Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області	https://hm.vn.court.gov.ua/sud0227/pres-centr/newsevents/940634/ , https://sud.ua/ru/news/sud-info/165161-ne-pro-garri-pottera-naradcha-kimnata-i-yiyi-tayemnitsya , https://zib.com.ua/ua/print/141185-yak_podati_pozov_za_obrazi_u_soc-merezhah_poradili_u_sudi.html , https://zib.com.ua/ua/print/141151-koli-bez-prisutnosti_vidpovidacha-mozhut_rozglyanuti_spravu_.html ,

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
44.	Сидоренко Наталія, головна спеціалістка із забезпечення зв'язків з ЗМІ (прессекретарка)	Цикл телепрограм «Про суд»	Зарічний районний суд м.Суми	https://zr.su.court.gov.ua/sud1805/pres-centr/prosud/
45.	Шкіль Ольга, прессекретарка	Школа судової журналістики	Шостий апеляційний адміністративний суд	https://bit.ly/2XcFARZ https://bit.ly/315mEwF https://bit.ly/30bTBYJ https://bit.ly/2EsCxp2 https://bit.ly/3ffGJVX https://bit.ly/33abkSk https://bit.ly/39EnlAK https://bit.ly/2P8mP4D https://bit.ly/30hjLK1 https://bit.ly/3jRxcYB https://bit.ly/2Xd6jEK
Участь у освітніх проєктах				
46.	Швенько Марія, начальниця управління комунікаційної діяльності	Верховний Суд на освітньому форумі NEOсвітній Арсенал	Верховний Суд	https://bit.ly/3bIXt7S ; https://bit.ly/2GlkT8f
Чат-боти				
47.	Орлова Олена, головна спеціалістка (прессекретарка)	Чат-бот Господарського суду Харківської області у Telegram t.me/GospSud_kh_bot	Господарський суд Харківської області	https://sud.ua/ru/news/ukraine/156648-inform-pidtrimka-u-smartfoni-gospodarskiy-sud-kharkivskoyi-oblasti-zapustiv-chat-bot https://zib.com.ua/ru/140437-v_hozyaystvennom_sude_harkovskoy_oblasti_poyavilsya_virtualn.html https://www.sq.com.ua/rus/news/novosti/12.12.2019/hozsud_zavel_sebe_chat_bota/ https://vecherniy.kharkov.ua/news/163885/ https://2day.kh.ua/v-kharkove-obratitsya-v-sud-mozhno-cherez-telegram https://dozor.com.ua/news/fakti/1218628.html https://news.meta.ua/archive/12.12.19/cluster:68179714-Khozsud-zavel-sebe-chat-bota/

№	Ініціативу описала	Назва ініціативи	Назва суду, що втілює ініціативу	Посилання на інформацію про ініціативу
Інше				
48.	Березовська Каріна, помічниця голови суду в сфері роботи зі ЗМІ та громадськістю	День з дитиною	Господарський суд Одеської області	https://od.arbitr.gov.ua/sud5017/pres-centr/news/856691/
49.	Березовська Каріна, помічниця голови суду в сфері роботи зі ЗМІ та громадськістю	День із суддею	Господарський суд Одеської області	https://od.arbitr.gov.ua/sud5017/pres-centr/news/845609/
50.	Фарина Лідія, суддя	Суддівська школа	Сокальський районний суд Львівської області	https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=2795727157213001&id=1371718962947168&__tn__=%2As%2As-R

Додаток 2

КАЛЕНДАР СПЕЦІАЛЬНИХ ДАТ

Дата	Привід	Інформація про подію
27 січня	День пам'яті жертв Голокосту	27 січня відзначається річниця звільнення в'язнів Аушвіц-Біркенау – найбільшого нацистського табору смерті. У 2005 році Генеральна Асамблея ООН оголосила цей день Міжнародним днем пам'яті жертв Голокосту, щоб вшанувати пам'ять жертв нацизму.
8 лютого	День безпечного Інтернету	День безпечного Інтернету було засновано Європейською мережею центрів безпечного інтернету Insafe з метою заохочення більш безпечного і відповідального застосування онлайн-технологій та мобільних телефонів, особливо серед дітей і молоді.
21 лютого	Міжнародний день рідної мови	З 1999 року ЮНЕСКО відзначає цей день для заохочення широкої міжнародної підтримки багатомовності та мовного різноманіття, включно зі збереженням мов, що опинилися на межі зникнення.
8 березня	Міжнародний день боротьби за права жінок і міжнародний мир	Міжнародний жіночий день (8 березня) є загальносвітовим днем, яким відзначаються економічні, політичні та соціальні досягнення жінок минулого та майбутнього. Вперше Міжнародний жіночий день відзначався в 1911 році. ООН надала статус міжнародного цьому святу у 1975 році.
21 березня	Міжнародний день боротьби за ліквідацію расової дискримінації	У цей день у 1960 році поліція відкрила вогонь і вбила 69 людей під час мирної демонстрації протесту проти законів апартеїду в селищі Шарпвіль (Південно-Африканська Республіка). Проголосивши цей день міжнародним, Генеральна асамблея ООН закликала міжнародну спільноту ще раз подвоїти свої зусилля, щоб усунути всі форми расової дискримінації.
2-ий вівторок квітня	День рівних зарплат	Проголошений ВРВ Європи (Організація жінок-підприємців та жінок-спеціалістів)
7 квітня	Всесвітній день здоров'я	Вперше проголошено в 1950 році Всесвітньою Організацією Здоров'я (ВОЗ) для підвищення усвідомлення громадськістю марних страждань і зусиль, потрібних усім для того, аби гарантувати життя і здоров'я людей.
8 квітня	Міжнародний день ромів	Цей день офіційно проголошений 1990 році з метою відзначення культури та етносу ромів і привернення уваги громадськості до проблем, з якими стикаються роми.
2-га субота травня	Всесвітній день справедливої торгівлі	Проголошений Всесвітньою організацією справедливої торгівлі.
3 травня	Всесвітній день свободи преси	Проголошений ЮНЕСКО в 1993 році з метою сприяння свободі преси у світі і визнання того, що вільна, плюралістична і незалежна преса є незамінним елементом будь-якого демократичного суспільства.
5 травня	День Європи (Рада Європи)	Щорічне святкування миру та єдності в Європі. Є два різні визначення Дня Європи: 5 травня як день заснування Ради Європи і 9 травня як день народження Європейського Союзу.

Дата	Привід	Інформація про подію
15 травня	Міжнародний день сім'ї	Проголошений у 1993 році Генеральною Асамблеєю ООН для привернення уваги до проблем сім'ї.
15 травня	Міжнародний день відмови від несення військової служби з релігійних міркувань	Проголошений Міжнародними противниками війни для поширення ідей щодо ненасильницьких дій проти причин війни і підтримання та об'єднання людей у всьому світі, які відмовляються брати участь у війні чи підготовці до воєнних дій.
17 травня	Міжнародний день боротьби з гомофобією та транс фобією	Об'єднана програма Організації Об'єднаних Націй з ВІЛ/СНІД (UNAID). Координується в партнерстві з паризьким Комітетом Міжнародного дня боротьби проти гомофобії та трансфобії.
21 травня	Всесвітній день культурного різноманіття в ім'я діалогу та розвитку	Проголошений у 2002 році ООН заради захисту культурного різноманіття як засобу досягнення процвітання, сталого розвитку і світового мирного співіснування.
4 червня	Міжнародний день дітей – жертв насильства.	Відзначається з 1982 року для визнання і нагадування людям про страждання багатьох дітей, що стали жертвами фізичного, психологічного чи емоційного насильства, і потреби захищати права дітей.
20 червня	Всесвітній день біженців	Проголошений у 2000 році Генеральною Асамблеєю ООН для відзначення 50-ї річниці Конвенції 1951 року про статус біженців.
12 серпня	Міжнародний день молоді	Встановлений у 1999 році ООН заради привернення уваги до проблем молоді у всьому світі.
15 вересня	Міжнародний день демократії	Проголошений у 2007 році ООН.
21 вересня	Міжнародний день миру	Проголошено у 1981 році Генеральною Асамблеєю ООН і відзначається як день всесвітнього перемир'я та відмови від насильства, а також звернення до всіх держав та народів вшановувати припинення воєнних дій протягом цього Дня.
2 жовтня	Міжнародний день ненасильства	Міжнародний день ООН про відмову від насильства, що сприяє припиненню насильства шляхом освіти та інформування громадськості. Він припадає на день народження індійського лідера Махатми Ганді.
10 жовтня	Всесвітній день проти смертної кари	Вшанування бере свій початок із 2002 року завдячуючи Всесвітній коаліції проти смертної кари.
4 листопада	Європейська Конвенція з прав людини	Цього дня у 1950 році підписали Конвенцію з прав людини.
9 листопада	Міжнародний день проти фашизму та антисемітизму («Кришталева ніч»)	У цей день у 1938 році нацисти почали погром проти євреїв. Єврейські магазини («Ніч розбитих вітрин»). День було визнано Радою Європи.
16 листопада	Міжнародний день толерантності	Оголошений ЮНЕСКО в 1995 році для підвищення обізнаності громадськості щодо небезпеки нетолерантності.
18 листопада	День боротьби з торгівлею людьми	Проголошений у 2007 році за рекомендацією Європейського парламенту; це змога підвищити розуміння потреби у більш ефективній політиці, спрямованій на запобігання та боротьбу з торгівлею людьми.

Дата	Привід	Інформація про подію
20 листопада	Всесвітній день дітей	Проголошений ООН у 1954 році з метою шанування дня всесвітнього братерства та розуміння між дітьми, а також день проведення заходів, що сприяють добробуту дітей у всьому світі.
25 листопада	Міжнародний день боротьби за ліквідацію насильства над жінками	Активісти серед жінок відзначають 25 листопада як день проти насильства з 1981 року. Його було оголошено як День ООН у 1999 році заради підвищення громадської свідомості та з метою сказати «Ні!» насильству проти жінок.
1 грудня	Всесвітній день боротьби зі СНІДом	ООН (ВООЗ) оголосили цей день у 1988 році на тлі стурбованості щодо поширення синдрому набутого імунodefіциту (СНІД).
3 грудня	Міжнародний день людей з інвалідністю	Оголошений у 1992 році ООН заради підвищення обізнаності та просування заходів щодо покращення ставлення до людей з інвалідністю, а також надання їм рівних можливостей.
10 грудня	День прав людини	Усі країни та зацікавлені організації були запрошені Генеральною Асамблеєю ООН у 1950 році відзначити цей день із метою вшанування річниці ухвалення Асамблеєю Всесвітньої декларації про права людини у 1948 році.
18 грудня	Міжнародний день мігрантів	Оголошений у 2002 році ООН заради гарантування поваги прав людини та фундаментальних свобод всім мігрантам.
20 грудня	Міжнародний день людської солідарності	Ініціатива у боротьбі проти бідності з боку ООН, започаткована у 2005 році з метою святкування нашої єдності у відмінності й стимуляції солідарності у досягненні Цілей розвитку тисячоліття.

Авторки описаних у посібнику ініціатив

Надія Чорна-Гаража	головна спеціалістка відділу інформаційно-аналітичної роботи, Вінницький апеляційний суд
Наталя Міщук	пресекретарка, Хмельницький міськрайонний суд Вінницької області
Уляна Уніят	пресекретарка, Восьмий апеляційний адміністративний суд
Ольга Шкіль	пресекретарка, Шостий апеляційний адміністративний суд
Каріна Тарасова	пресекретарка, Вінницький міський суд Вінницької області
Руслана Тягунова	консультантка суду, Держинський районний суд м. Харкова
Наталя Осадчук	помічниця голови суду (відповідальна особа за зв'язки з громадськістю та ЗМІ), Херсонський окружний адміністративний суд
Лариса Крутень	головна спеціалістка із забезпечення зв'язків із засобами масової інформації, П'ятий апеляційний адміністративний суд
Софія Данилів	суддя, Красноармійський міськрайонний суд Донецької області
Олена Орлова	головна спеціалістка (пресекретарка), Господарський суд Харківської області
Олена Бородай	помічниця судді, Вовчанський районний суд Харківської області
Оксана Ващенко	заступниця керівника(-ці) апарату суду, Черняхівський районний суд Житомирської області
Лідія Фарина	суддя, Сокальський районний суд Львівської області
Оксана Андрієчко	пресекретарка, Гребінківський районний суд Полтавської області
Анна Лемешенко	помічниця голови суду, пресекретарка, Сумський окружний адміністративний суд
Ольга Француз	консультантка суду, Білоцерківський міськрайонний суд Київської області
Наталія Сидоренко	головна спеціалістка із забезпечення зв'язків зі ЗМІ (пресекретарка), Зарічний районний суд м. Суми
Марія Швенько	начальниця управління комунікаційної діяльності, Верховний Суд

Це видання друкується на папері, отриманому з лісового господарства сталого ведення.

Погляди, висловлені в цій публікації, не обов'язково відображають погляди Фонду ім. Фрідріха Еберта.

Комерційне використання всіх публікацій та інших матеріалів, виданих Фондом ім. Фрідріха Еберта (ФФЕ), заборонено без дозволу.

Автори(-ки) посібника



Назарій Боярський,

член Правління ГО «Вектор прав людини», правозахисник і тренер неформальної освіти не лише в Україні, а й в регіоні ОБСЄ. Є членом групи тренерів Молодіжного департаменту Ради Європи. Незалежний експерт Східно-Європейської Мережі громадянської освіти, а також фасилітатор програми Британської Ради «Активні громадяни». Має низку досліджень і публікацій, присвячених комунікаційній діяльності судової влади та інтерактивним методам навчання.



Валерія Рибак,

директорка ГО «Вектор прав людини», експертка з судового моніторингу, а також координаторка проєктів ОБСЄ в Україні. Має досвід роботи в державних установах і громадських організаціях. Авторка та розробниця механізму трансляцій судових засідань технічними засобами судів. Має низку досліджень і публікацій, що висвітлюють розвиток комунікації судової влади, дотримання права на справедливий суд в Україні.



Олена Давліканова,

кандидатка економічних наук,
координаторка проєктів
Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні