

## **ЗАТВЕРДЖЕНО**

Наказом голови  
Другого апеляційного  
адміністративного суду  
від 03.03.2026 року №2.2-04/50

### **Комунікаційна стратегія Другого апеляційного адміністративного суду на 2026-2029 роки**

#### **Зміст**

1. Вступ
2. Аналіз стану комунікаційної діяльності суду
3. Цільові аудиторії суду
4. Форми і засоби комунікації з цільовими аудиторіями
5. Мета і основні цілі комунікаційної стратегії
6. План комунікаційних заходів суду
7. Очікування та критерії оцінки комунікаційної діяльності

#### **1. Вступ**

Згідно з Конституцією України правосуддя в нашій державі здійснюють виключно суди. Саме суд забезпечує реалізацію принципу верховенства права та права громадян на справедливе правосуддя.

Стратегія комунікаційної діяльності Другого апеляційного адміністративного суду – це головний документ, який допоможе здійснювати зовнішню та внутрішню комунікацію. Завдяки сукупності різних засобів, методів та технік, які направлені на подання достовірної та своєчасної інформації про діяльність суддів та суду, можна створити діалог з громадськістю, що в свою чергу доведе – судова влада відкрита до спілкування, незалежна від будь-кого та здійснює неупереджене та об'єктивне правосуддя.

Комунікаційна стратегія Другого апеляційного адміністративного суду (далі Комунікаційна стратегія суду) розроблена на основі Концепції комунікації судової влади України.

Комунікаційна стратегія суду спрямована на виконання важливих завдань судової влади – підвищення рівня довіри громадян до суду, побудову постійного, якісного та зацікавленого діалогу з суспільством в інтересах забезпечення незалежності судової влади, відкритості і прозорості суду та формування позитивного іміджу судової влади в суспільстві.

Зміст та структура комунікаційної стратегії визначається цілями правосуддя та завданнями суду і ґрунтується на Конституції України, Законах України «Про судоустрій і статус суддів», «Про доступ до публічної інформації», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування в Україні в засобах масової інформації», «Про інформацію», Кодексі суддівської етики, Мадридських принципах щодо зв'язку між засобами масової інформації та суддівською незалежністю, інших національних і міжнародних актах, що регулюють діяльність судів в сфері комунікації.

#### **2. Аналіз стану комунікаційної діяльності суду**

Другий апеляційний адміністративний суд має певний досвід здійснення внутрішньої і зовнішньої комунікаційної діяльності. Це стало можливим завдяки впровадженню сучасних інформаційних технологій ведення внутрішнього документообігу, ефективному управлінню апаратом суду та донесенням інформації про діяльність суду до широкого кола громадськості

через веб-сторінку Другого апеляційного адміністративного суду, розміщену на сайті веб-порталу «Судова влада України», та веб-сторінку Другого апеляційного адміністративного суду, розміщену в соцмережі фейсбук, надання якісних та професійних судових послуг громадянам.

Задля широкого та системного висвітлення діяльності суду в засобах масової інформації в Другому апеляційному адміністративному суді створено окрему посаду головного спеціаліста по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ. В його обов'язки входить:

- формування позитивного іміджу судової влади;
- забезпечення налагодження комунікаційної діяльності суду;
- здійснення комплексного планування інформаційної діяльності суду;
- об'єктивне, юридично грамотне та достовірне висвітлення роботи суддів та суду;
- покращення рівня обізнаності громадськості щодо діяльності судової системи та роботи Другого апеляційного адміністративного суду.

Один зі способів реалізації комунікаційної діяльності Другого апеляційного адміністративного суду – це взаємодія з громадськістю шляхом надання відповідей на запити та звернення в порядку встановленому Законом України «Про доступ до публічної інформації» та Законом України «Про звернення громадян».

У приміщенні суду є інформаційні стенди, де відвідувачі можуть дізнатися необхідну інформацію: ознайомитися з переліком справ, призначених до розгляду, зразками документів, ставками судового збору, платіжними реквізитами та графіком прийому громадян керівництвом Другого апеляційного адміністративного суду.

На офіційній сторінці Другого апеляційного адміністративного суду на веб-порталі «Судова влада України» розміщена загальна інформація про суд, постійно публікується інформація щодо розгляду справ, актуальна інформація для відвідувачів суду та учасників судових проваджень тощо. Також на офіційній сторінці Другого апеляційного адміністративного суду в соцмережі фейсбук постійно публікується актуальна інформація для відвідувачів суду та учасників судових проваджень тощо.

Другий апеляційний адміністративний суд прагне відкритості у своїй роботі, тому веде системну комунікаційну діяльність у двох напрямках:

- *Внутрішній напрямок:* робота із судьями та працівниками апарату суду щодо вдосконалення їх комунікаційних навиків, облаштування приміщення суду з метою забезпечення його інформаційної насиченості, підвищення комфортності для відвідувачів і роботи працівників.
- *Зовнішній напрямок:* інформування суспільства про роботу суду, налагодження постійного діалогу з громадськістю та ЗМІ, залучення студентів та молодих фахівців до проходження практики у суді, участь суддів у круглих столах, семінарах, конференціях із залученням науковців тощо.

### **3. Цільові аудиторії суду**

Відповідно до цілей та актуальних проблемних питань Другого апеляційного адміністративного суду, цільовими аудиторіями є:

#### ***Внутрішні:***

- судді;
- працівники апарату суду;
- працівники суду.

### ***Зовнішні:***

- учасники судового процесу;
- відвідувачі суду;
- правозахисні організації, юристи, адвокати;
- представники засобів масової комунікації;
- учні та студенти юридичних навчальних закладів;
- учні загальноосвітніх шкіл;
- представники суб'єктів владних повноважень.

**Основними принципами комунікаційної діяльності Другого апеляційного адміністративного суду є:**

- прозорість та публічність - висвітлення діяльності суду, роз'яснення цілей, змісту та специфіки роботи;
- повнота і точність - урахування всіх основних факторів при висвітленні інформації, наближення фактів, висновків, коментарів, прогнозів до дійсного стану речей;
- відкритість - створення умов для безперешкодного доступу громадян до інформації про діяльність суду;
- партнерство - співпраця та налагодження зв'язків з громадськістю, органами державної влади (взаємовідносини);
- відповідальність за зміст і якість інформації;
- правдивість - надання чіткої, правдивої та об'єктивної інформації;
- реалістичність - проведення комунікаційних заходів з урахуванням наявних ресурсів;
- адресність - адаптованість інформації до сприйняття цільовими групами;
- оперативність - своєчасність інформування громадськості;
- доступність - лаконічність, зрозумілість інформації, легкість для сприйняття та запам'ятовування.

### **4. Форми і засоби комунікації з цільовими аудиторіями**

Під час вибору каналів зв'язку із цільовою аудиторією необхідно обов'язково враховувати специфіку кожної окремої групи. Обираючи засоби комунікації із учасниками судового процесу, потрібно розуміти, що ця група є найбільш численною та різноманітною, отже, краще обирати канали, які є більш масовими, доступними широкому загалу.

#### ***Канали зв'язків із громадськістю:***

- проведення опитування громадської думки, анкетування;
- розміщення інформації на інформаційних стендах у приміщенні суду;
- надання інформації запитувачам;
- надання інформації через веб-сайт суду;
- надання інформації через офіційну сторінку суду в соцмережі фейсбук.

#### ***Канали комунікації зі ЗМІ:***

- поширення новин у ЗМІ;
- прес-релізи, прес-конференції для журналістів;
- надання інформації через веб-сторінку Другого апеляційного адміністративного суду на веб-порталі «Судова влада України»;
- надання інформації через офіційну сторінку суду в соцмережі фейсбук;
- розсилання інформації про діяльність суду безпосередньо у ЗМІ;
- організація інтерв'ю.

### ***Засоби зв'язку зі студентами юридичних спеціальностей:***

- зустрічі, обговорення тем, безпосередньо пов'язаних із діяльністю суду, зокрема згідно з підписаними нашим судом Меморандумами про співпрацю та партнерство з Національним юридичним університетом імені Ярослава Мудрого та Харківським національним університетом внутрішніх справ;
- залучення студентів до заходів, що проводяться у суді та в Науково-практичному центрі адміністративного судочинства, створеному на базі Другого апеляційного адміністративного суду;
- сприяння в організації проходження практики студентами юридичних спеціалізацій у суді, з охопленням діяльності усіх відділів суду.

### ***Канали комунікації зі школярами:***

- квести, дні відкритих дверей в суді та Науково-практичному центрі адміністративного судочинства, створеному на базі Другого апеляційного адміністративного суду;
- конкурси малюнків чи інших творчих завдань;
- відвідування судьями та працівниками суду шкіл для проведення лекцій.

### ***Каналами комунікації із представниками суб'єктів владних повноважень є:***

- надання інформації через веб-сторінку Другого апеляційного адміністративного суду на веб-порталі «Судова влада України»;
- обмін інформацією шляхом офіційного листування тощо.

### ***Каналами комунікації з науковцями, адвокатами, юристами є:***

- зустрічі, обговорення тем, безпосередньо пов'язаних із діяльністю суду, зокрема і в Науково-практичному центрі адміністративного судочинства, створеному на базі Другого апеляційного адміністративного суду, а також згідно з підписаними Меморандумами про співпрацю та партнерство з Національним юридичним університетом імені Ярослава Мудрого та Харківським національним університетом внутрішніх справ;
- надання інформації через веб-сайт суду;
- спеціальні навчальні заходи, тематичні семінари, зокрема і в Науково-практичному центрі адміністративного судочинства, створеному на базі Другого апеляційного адміністративного суду, а також згідно з підписаними Меморандумами про співпрацю та партнерство з Національним юридичним університетом імені Ярослава Мудрого та Харківським національним університетом внутрішніх справ.

## **5. Мета і основні цілі комунікаційної стратегії**

**Мета комунікаційної стратегії Другого апеляційного адміністративного суду** – формування довіри громадян до системи судочинства в Україні через довіру до роботи Другого апеляційного адміністративного суду, як ланки системи і, загалом, підвищення авторитету судової влади в суспільстві.

### **Основні цілі комунікаційної стратегії:**

- забезпечення реалізації конституційного права громадян на вільний доступ до інформації;
- підвищення рівня правової обізнаності населення та представників ЗМІ;

- підвищення авторитету Другого апеляційного адміністративного суду, зокрема, та судової влади України в цілому;
- підвищення рівня довіри громадян до Другого апеляційного адміністративного суду, як органу правосуддя, де кожен може захистити свої права;
- інформування громадськості про роботу суду, створення умов для забезпечення прозорості діяльності суду;
- формування поваги до суду та судових рішень у молодого покоління;
- налагодження постійної співпраці із засобами масової інформації з метою висвітлення діяльності суду та формування позитивного іміджу суду;
- залучення кваліфікованої молоді до роботи в суді;
- підвищення обізнаності відвідувачів суду про правила поведінки в суді;
- популяризація роботи в суді – підвищення престижності професій судді та працівника апарату суду.

## 6. План комунікаційних заходів Другого апеляційного адміністративного суду на 2023-2025 роки

<i>№</i>	<i>Назва заходу</i>	<i>Цільова аудиторія</i>	<i>Дата проведення</i>	<i>Очікуваний результат</i>	<i>Відповідальна особа</i>
1.	Налагодження системи оперативного обміну інформацією з професійних та ін. питань діяльності суду та судової системи загалом	судді та працівники апарату суду	постійно	ефективна взаємодія всіх працівників суду при виконанні професійних обов'язків, вироблення спільних позицій з питань діяльності суду	голова суду та керівник апарату суду
2.	Оновлення сторінки суду на офіційному вебпорталі «Судова влада України»	громадяни, відвідувачі суду, представники ЗМІ, громадські організації, представники органів державної влади і місцевого самоврядування	постійно	свочасне отримання належної інформації суб'єктами щодо виклику до суду; резонансних справ тощо	головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)
3.	Оновлення інформаційних стендів у приміщенні суду	громадяни, відвідувачі суду, представники ЗМІ,	постійно	зменшення черг громадян до канцелярії суду для отримання інформації, швидкість та	головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)

		правозахисні організації		доступність отримання інформації	
4.	Організація виступів, брифінгів, конференцій, інтерв'ю керівництва суду, суддів з актуальних питань	громадяни регіону, у випадку конкретного питання – відповідні цільові групи	за необхідності / за домовленістю	презентація суду як відкритої установи, висвітлення окремих питань судочинства та роботи суду	суддя-спікер
5.	Моніторинг матеріалів у ЗМІ, які стосуються діяльності суду, при необхідності, організація оперативного реагування на них	цільові аудиторії, які визначаються за результатами моніторингу	постійно	оперативне реагування дозволяє уникнути недостовірної інформації, що може розміщуватися в ЗМІ щодо роботи суду, передбачає можливість її спростування	головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)
6.	Проведення «Днів відкритих дверей»	студенти, школярі	за домовленістю (після скасування військового стану)	надання інформації про особливості роботи в суді, підвищення довіри до суду	суддя-спікер та головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)
7.	Оглядова екскурсія для студентів навчальних закладів	студенти	за домовленістю (після скасування військового стану)	ознайомлення майбутніх юристів з діяльністю суду	суддя-спікер та головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)
8.	Проведення конкурсу для учнів 1-11 класів на кращий малюнок на тему: "Суд очима дітей»	школярі	за домовленістю (після скасування військового стану)	формування у дітей власної думки щодо значення судової влади у державі	суддя-спікер та головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)
9.	Проведення лекцій школярам до тематичних (професійних) свят	школярі	за домовленістю (після скасування військового стану)	зосередити увагу учнів на проблематиці захисту прав людини в сучасних умовах	суддя-спікер та головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)

10	Організація тематичних заходів до пам'ятних подій, історичних дат державотворення, зокрема системи судоустрою	громадськість, студенти, школярі	за необхідності	підтримання української історії, культури	суддя-спікер та головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)
11	Проведення анонімного опитування громадян-відвідувачів суду щодо оцінки роботи суду	відвідувачі суду	за необхідності	оцінка довіри суспільства до суду, отримання інформації про недоліки роботи з метою подальшого усунення	головний спеціаліст (по зв'язкам з громадськістю та ЗМІ)
12	Проведення конференцій, круглих столів, виробничих нарад	судді, представники ЗМІ, представники органів державної влади, адвокати, громадські організації	за необхідності	інформування про роботу суду, демонстрація відкритості діяльності, формування позитивного іміджу суду	голова суду, суддя-спікер, керівник апарату суду
13	Організація проходження практик и студентами юридичних спеціалізацій в суді	студенти юридичних спеціальностей	у відповідності до графіку навчання	популяризація роботи в суді, підвищення рівня престижності професії юриста	керівник апарату суду

## 7. Очікування та критерії оцінки комунікаційної діяльності

Для Другого апеляційного адміністративного суду, як джерела інформації, дуже важливою є результативність комунікаційного процесу – згода, взаєморозуміння між учасниками комунікації, зміна у свідомості та поведінці отримувача інформації.

Найвищою оцінкою реалізації комунікаційної стратегії суду буде розуміння громадянами результатів роботи суду та прийнятих судових рішень.

Саме розуміння роботи може підвищити довіру громадян до системи судочинства, а за відсутністю відкритості та прозорості роботи суду – такого розуміння не буде. Суди повинні сприйматись громадськістю як установи, які дійсно стоять на її захисті.

Звертаючись до суду, кожен громадянин має вірити та бути впевненим у тому, що яким би не було рішення суду – суд ухвалить його безсторонньо, виважено та керуючись нормами закону. Зміни в оцінках роботи суду можуть бути лише як результат діалогу суду з громадою.

### За результатами впровадження комунікаційної стратегії очікується:

- формування поваги до судового рішення та позитивного іміджу судової влади;
- підвищення рівня правової обізнаності суспільства про порядок захисту своїх прав у судах;

- зростання рівня довіри громадян до суду, підвищення авторитету суду через відкритість та прозорість діяльності суду.
- усунення негативних тенденцій у виставленні діяльності судової системи.

**Моніторинг результатів комунікаційної діяльності:**

- визначення співвідношення між кількістю інформації, що надається судом, і повідомленнями, які потрапили у ЗМІ та стали предметом громадської уваги;
- організація проведення опитувань громадської думки щодо якості наданих судом послуг;
- наявність зворотного зв'язку з цільовими групами та громадським загалом;
- встановлення та усунення проблем, які обмежують отримання якісних судових послуг.